



HOTSPOT MÜNCHEN

Run auf die Wende

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte: Die Intersolar demonstrierte mit Rekordzahlen bei Ausstellern und Besuchern eindrucksvoll das enorme Interesse am Ausbau der Erneuerbaren. Noch bremst das schwierige Marktumfeld die weitere Entwicklung – doch die Branche rüstet sich für den nächsten Höhenflug.



BUNDESGREMIUM
„Die Lehrlinge sind das Wichtigste“

BOOST FÜR DAB+
30 neue Sender gehen „on air“

VIELE ANSTÖSSE
Klaus Steinmaurer über Regulierung

INTEGER?
Temu steht Rede & Antwort

LÖSUNG STATT PRODUKT
Ingo Bender und der Jura Pocket Pilot 2.0

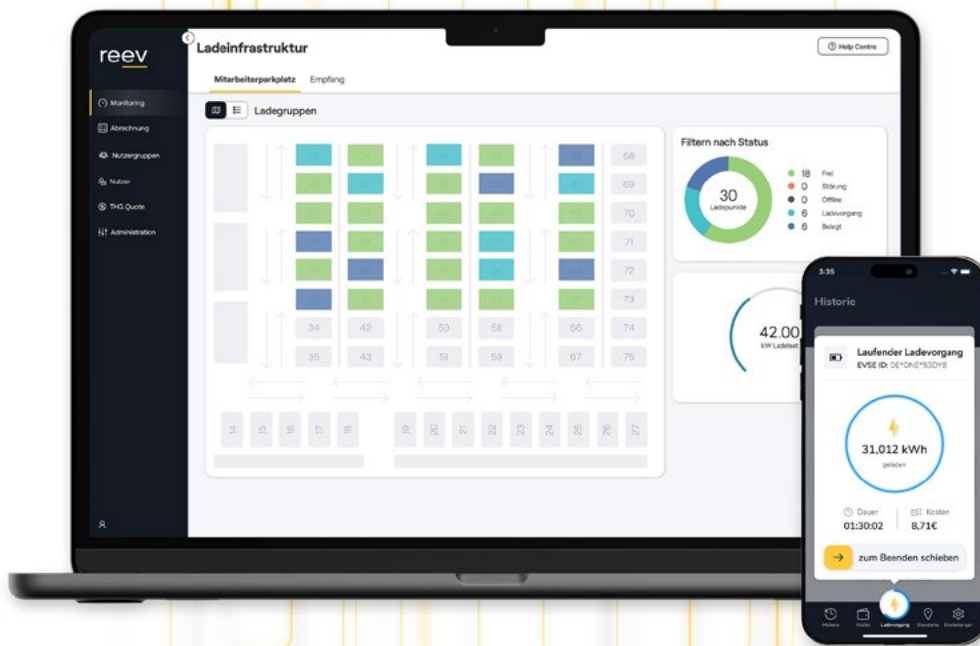
LIVING TOMORROW
... mit Miele

reev

Pfiat di, Excel. Grias di, effizientes Flottenmanagement!

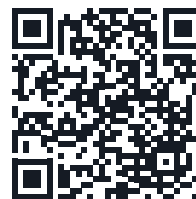
Sparen Sie sich Zeit und Nerven.

Das Managen und Abrechnen Ihrer Ladestationen geht auch einfach –
mit der reev Software.



Die reev Software ist Ihr Charge Point Management System für das Monitoring, Management und die vollautomatisierte Abrechnung von Ladestationen.

Erfahren Sie mehr unter:
reev.com/software



Oder schreiben Sie uns unter sales@reev.com und lassen Sie sich direkt beraten.



WOLFGANG SCHALKO
HERAUSGEBER

LIEBE LESER

Nicht völlig friktionsfrei

Der Klimawandel ist eines der beherrschenden Themen unserer Zeit – wenig überraschend, geht es doch um nichts Geringeres als die Zukunft unseres Planeten (und damit auch um jene seiner Bewohner). Etwas im wahrsten Sinne des Wortes Außergewöhnliches ist im Gange, das von den einen als „Krise“ oder gar „Katastrophe“ bezeichnet und von den anderen als „im Rahmen“ und wenig besorgniserregend abgetan wird. Einigkeit herrscht weitestgehend zumindest darüber, dass ein Gegensteuern in irgendeiner Form unumgänglich ist. Und mitten drin die Elektrobranche, die zwar nicht an den Schalthebeln der Macht, dafür aber am Know-how und den technisch-handwerklichen Fähigkeiten sitzt, um für die Lösung – Stichwort Energiewende – zu sorgen.

„Wissenschaftlichkeit als Vorwurf sorgt bei mir für Kopfschütteln.“

in anderen Staaten) versucht, diese so wichtigen Veränderungen zu verhindern und tatenlos am Status quo festzuhalten. Folgendes war in der ersten Juliwoche auf orf.at zu den parlamentarischen Debatten zur Klimakrise zu lesen: „Diese (Anm.: FPÖ-Abgeordnete Dagmar Belakowitsch) bezeichnete Maurers Rede später als ‚Kabarettvorstellung‘. Die Warnung vor der Klimakrise entstamme ‚grüner Ideologie‘, im Sommer sei es immer schon heiß gewesen. Wenn man Leuten etwas ‚aufs Auge drücken‘ wolle, argumentiere man mit der Wissenschaft.“ Ich gebe zu: Wissenschaftlichkeit als Vorwurf sorgt bei mir für Kopfschütteln – liegt doch im Wesen der Wissenschaft das ständige Hinterfragen, der Vergleich neu gewonnener Erkenntnisse mit den bisherigen Annahmen und das laufende Adaptieren der daraus resultierenden Handlungen.

Im gleichen orf.at-Beitrag stand auch: „Johannes Schmuckenschlager (ÖVP) war zumindest insofern mit dem Koalitionspartner seiner Partei einverstanden, als die Klimakrise eine große Belastung in vielen Bereichen sei. Gleichzeitig kritisierte er die ‚alarmistische‘ Kommunikation mit Weltuntergangsszenarien, die von NGOs, aber auch politischen Parteien betrieben werde.“ Derartige Äußerungen – von nennen wir sie „beharrenden Kräften“ – zeugen vom Dilemma, in dem die gesamte Klimadebatte und mehr noch die damit einhergehenden erforderlichen Maßnahmen stecken: Vermeidet man Alarmismus, kommt der Konter des „Wird-schon-alles-nicht-so-schlimm-Werdens“, werden die wahrscheinlichen und/oder schlimmsten zu befürchtenden Entwicklungen skizziert, droht der Verfall in eine Endzeitstimmung, weil man offenbar nichts mehr tun und den Planeten ohnehin nicht mehr retten könne. Auf der anderen Seite führt das Ergreifen von (wirksamen!!) Maßnahmen dazu, dass das Ausmaß des Klimawandels eingedämmt wird und somit die Bereitschaft sinkt, weitere Schritte zu setzen. Unternimmt man hingegen nichts, kann es sehr schnell zu spät sein.

So weit, so gut. Oder eben nicht, denn es ist höchst erstaunlich (und auch besorgniserregend), mit welcher Vehemenz, zum Teil auch Arroganz und Ignoranz, ein nicht gerade kleiner Teil unserer Gesellschaft (wie auch

Das Ganze erinnert im Kern frappierend an das „Modell der fünf Phasen der Trauer“, nach dessen Autorin auch Kübler-Ross Modell genannt. Demnach durchlaufen Patienten mit tödlicher Erkrankung fünf Phasen mit unterschiedlichen Gefühlen, wenn sie sich mit ihrem Tod auseinandersetzen. Die erste Phase ist das Leugnen, in der Betroffene die Diagnose anzweifeln und an einer falschen, vorteilhafter erscheinenden Wirklichkeit festhalten. Typisch ist hier eine vorübergehende Abwehrhaltung. Als zweites stellt sich Frustration ein, die sich oft durch Aussagen wie „Warum ich? Das ist nicht fair!“, „Warum passiert das?“ oder „Wer ist daran schuld?“ äußert. Danach folgt das Feilschen: Häufig suchen Betroffene einen Handel der Art längeres Leben gegen einen veränderten Lebensstil bzw. einen dahingehenden Kompromiss. In der vierten Phase kommt es zur Depression: „Ich bin so traurig, warum sich noch um irgendetwas kümmern?“ oder „Ich sterbe sowieso bald, also was soll's?“ – die Betroffenen verzweifeln an der Erkenntnis ihrer eigenen Sterblichkeit. Als letzte der fünf Phasen stellt sich die Akzeptanz ein: „Es wird gut sein.“ oder „Ich kann's nicht bekämpfen, dem nicht entgehen: Ich kann mich genauso gut darauf vorbereiten.“ Die Betroffenen fügen sich ihrem Schicksal bzw. dem Unvermeidbaren. Jeder, der sich für die Klimadebatte interessiert oder in irgendeiner Form involviert ist, kann die gängigen Für- und Wider-Argumente nun gerne selbst einordnen.

Der Ko-Autor des Modells David Kessler hat die fünf Phasen auch auf die Covid-Pandemie angewendet: „Ganz am Anfang sahen wir das Leugnen: Das Virus wird uns gar nicht betreffen. Da war Ärger: Ihr haltet mich/uns zu Hause fest und beschränkt mein Leben, meine Aktivitäten. Es gab Feilschen: Ok, wenn ich soziale Kontakte für zwei Wochen vermeide, dann ist doch alles gut, oder? Da war Trauer: Ich weiß gar nicht, wann das alles enden wird. Und es gab Akzeptanz: Es passiert. Ich muss herausfinden, wie es weitergeht.“ Dabei hat er den aus meiner Sicht entscheidenden Zusatz getätigt: „Wie man sich vorstellen kann, liegt die Kraft in der Akzeptanz. Durch das Akzeptieren erlangen wir wieder Kontrolle.“

Das ist aus meiner Sicht deshalb so wichtig, weil viele der aktuellen Debatten – nicht nur, was den Klimawandel bzw. die Erderwärmung und die Ursachen dafür (menschgemacht ja oder nein?) angeht – in eine Richtung abzudriften drohen, die nicht nur jeder Sachlichkeit entbehrt, sondern diese sogar ganz bewusst ignoriert. Schon im 19. Jahrhundert hat Gustave le Bon in dem 1895 erschienen Werk „Psychologie der Massen“ verschiedenste Aspekte der Massenbildung und der Funktionsweise von Massenbewegungen akribisch untersucht. Der französische Autor hat erkannt, dass Verhaltensmuster des Individuums in einer Masse völlig ausgeschaltet bzw. ausgeblendet werden, was bedeutet, dass der Einzelne – so rational, gesittet oder gebildet er auch sein mag – innerhalb einer Massenbewegung völlig resistent gegenüber fachlichen und sachlichen Argumenten ist und ausschließlich von der Emotion gelenkt wird. Auch dieses Phänomen ist in der momentanen „Wir-gegen-alle-anderen“-Konstellation der Klimadebatte für mich leider häufig erkennbar und wird nur allzu gerne ausgenutzt.

Doch ich möchte Sie mit einem Lichtblick in die Sommerpause entlassen: Ein internationales Forschungsteam unter Beteiligung der BOKU hat auf der Touristen-Insel Albarella nachhaltige Lösungen getestet und gezeigt, dass eine Bevölkerung, die bereit ist, sich zu verändern und neue Technologien zu nutzen, ihre Emissionen innerhalb von zehn Jahren um 75% auf das Niveau der 1960er Jahre senken kann. Einzige Einschränkung für noch größere Erfolge seien die notwendigen Energieverluste und die Aufrechterhaltung der Bevölkerungsdichte – dafür seien sowohl der Wille zur Veränderung als auch wirtschaftliche Bereitschaft erforderlich.



12 INTEGRITÄT?

Online-Riese Temu im Interview

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

Daniel Terler

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 93,61 (inkl. 10% MWSt.),
Einzelpreis EUR 12,50 (inkl. 10% MWSt.),
Preis für Auslandsabonnement Europa EUR 158,80
(inkl. 10% MWSt.), Übersee EUR 259,-. Das Abon-
nement 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 „Adver-
torial“ gekennzeichneten Seiten handelt es sich um
bezahlte Anzeigen.

Gender-Hinweis: Aus Gründen der besseren Les-
barkeit wird von uns entweder die männliche oder
weibliche Form von personenbezogenen Haupt-
wörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Be-
nachteiligung des jeweils
anderen Geschlechts.

Die aktuellen Auflagezah-
len und Anzeigenpreise
entnehmen Sie unseren
Mediadaten auf
www.elektro.at



FOTO CREDIT COVER

© Solar Promotion

RUBRIKEN

3 Von wegen friktionsfrei

Editorial

74 Vor 20 Jahren

HINTERGRUND

6 Erleben schlägt Besitz

Kommentar

8 E&W KOOPERATION

„Die Lehrlinge sind das Wichtigste“

Aus dem Bundesgremium: Volle
Unterstützung für die Auszubildende

10 Umbruch im Messegeschäft

Machen es Wien und
Salzburg in Zukunft selbst?

11 Der Countdown läuft

100 Jahre IFA

12 „Wir arbeiten mit Integrität“

Billig-Anbieter Temu unter der
Lupe und im Interview

15 Unsere Leser im Netz

Best of www.elektro.at

16 „Eine richtig gute Entwicklung“

Das waren die grünen
Infotage von ElectronicPartner

18 „People-Business at its best“

Euronics Summer Convention 2024

20 Comeback nicht geglückt

Österreichs Handel in Zahlen

ERNEUERBARE & ELEKTROTECHNIK

22 Anschub gesucht

Kommentar

23 Rekordbilanz

Messebündel The smarter E
als Treffpunkt der PV-Wirtschaft

24 Die Vision von der Wende

(K)Ein Sommermärchen

26 Geballte Power

Neuheitenfeuerwerk von Huawei und SKE

27 Volle Kraft voraus

Krannich zeigt auf der Intersolar Stärke

28 Gelungene Premiere

REXEL erstmals auf der Intersolar

28 Smartfox macht mobil

Neues E-Mobility-Feature

29 Es grünt so grün

Jinko mit „Neo Green“ auf der Intersolar

29 Kräftiges Lebenszeichen

Fronius zeigt Flagge



- 30 **Starker Auftritt**
Strong mit neuer All-in-One-Lösung
- 30 **Immer und überall**
Mobile Ladelösung von NECharge
- 31 **Konsequenter Ausbau**
reev auf dem Weg zum E-Mobility-Ökosystem
- 32 **Gut unterwegs**
Der Compleo eTower zum Angreifen
- 32 **Balkonien im Visier**
Metz bringt PV für jedermann
- 33 **Für alle Szenarien**
JUICE setzt auf bidirektionales Laden
- 34 **go-e goes PRO**
Neue Ladelösung auf der Intersolar
- 34 **Starkes Trio**
LONGi launcht neue Module
- 35 **Weiter im Vormarsch**
Kathrein baut Ladelösungs-Portfolio aus
- 35 **In einer neuen Liga**
Solarwatt setzt Standard
- 36 **All Electric Society**
Phoenix Contact:
Zukunftsvision mit heutiger Technik
- 36 **Nicht nur für den Technikraum**
Anker Solix und der herzeigbare Speicher
- 37 **Zweites Standbein**
Schletter Group setzt auf Agri-PV
- 37 **Nach oben abrunden**
Solinteg erweitert Wechselrichter-Sortiment
- 38 **Eines für alles**
Service-Offensive von Sonepar
- 38 **Innovation für groß und klein**
Fenecon auf der Intersolar
- 39 **Unübersehbar**
Sonnenkraft und das Ösi-Paket
- 40 **Dienstleister der Energiewende**
OeMAG: Zentrale Abwicklungsstelle und sicherer Hafen



50 KUNDENBINDUNG
Jura Pocket Pilot 2.0

- 41 **Aktuelles**
- 42 **Stimmungsmacher in München**
Messe-Doppelpack von Energy3000
- 44 **100 und kein bisschen leise**
ABUS feiert ein besonderes Jubiläum

HAUSGERÄTE

- 46 **Alles in Bewegung**
Kommentar
- 47 **Aktuelles**
- 48 **Ein Blick in die Zukunft**
Living Tomorrow mit Miele
- 50 **Kurs auf neue Märkte**
Ingo Bender und der Pocket Pilot von Jura
- 52 **Eine echte Alternative**
Sodapop stellt sich vor
- 53 **Gemeinsam stark**
Groupe SEB & WMF bündeln ihre Kräfte
- 54 **Ein wichtiger Schritt**
Neue Homebase für Hisense Gorenje Austria
- 56 **Aktuelles**

TELEKOMMUNIKATION

- 57 **Bremsklötze bei der Digitalisierung**
Kommentar

- 58 **Weiter wachsen**
Magenta Gold Partner Meeting in Stegersbach
- 60 **Dashboard als Verkaufsargument**
AGFEO: Kommunikationslösung sorgt für mehr Kundenbindung
- 62 **„Ein großer Fan des Nudging“**
RTR-GF Klaus M. Steinmaurer über Regulieren und Anstoßen
- 65 **Digitalisierung schreitet voran**
Statistik Austria über die Österreicher und das Internet

MULTIMEDIA

- 66 **Eine Win-Win-Situation?**
Kommentar
- 67 **OLÉ OLÉ OLED**
LG holt sich Toni Polster
- 67 **Noch mehr Power**
AVM präsentiert neues Mesh Set
- 68 **Fernsehen hält sich**
Bewegtbildstudie 2024
- 70 **Eine neue Ära**
Neue DAB+-Sender gehen „on air“
- 72 **Ohren auf!**
Neue Digitalradios von Hama
- 73 **Aktuelles**

Erlebnis schlägt Besitz



Sommer, Sonne, Erholung. Nach einem anstrengenden Frühjahr lechzt wohl nun jeder nach der Sommerpause. Bevor das Herbstgeschäft losgeht, sollte jeder nochmals tief durchatmen. Denn das zweite Halbjahr verspricht keine schnelle Besserung. Da wird man sich seine Kräfte im Herbst gut einteilen müssen. Denn die Prognosen der Wirtschaftsforscher gehen von einer Stagnation für das Jahr 2024 aus. Die Industrie schwächelt und auch der private Konsum bleibt weit hinter den Erwartungen. Einerseits halten sich die Konsumenten mit ihren Einkäufen zurück, andererseits sieht sich der Handel einem eher ungewohnten Konkurrenten gegenüber, den Reisebüros – und zwar europaweit. Wie die jüngste Erhebung von Eurostat zeigt, geben die Europäer derzeit ihr Geld eher für Reisen, anstatt für Produkte und Dienstleistungen aus. In diesem Fall macht Stimmung die Konjunktur und Erleben schlägt Besitz. Aus Sicht der Konsumenten ist das verständlich. Die Grundbedürfnisse sind weitgehend gedeckt und die Steckdosen besetzt. Jetzt hungert jeder nach Erlebnissen, und bei diesen unsicheren Rahmenbedingungen, gibt man dem Urlaub den Vorzug vor dem neuen Fernseher. Das Ausscheiden der österreichischen Nationalmannschaft bei der EM mag sich in diesem Zusammenhang zwar ebenfalls auf die Stimmung drücken, trägt aber nicht weiter zur wirtschaftlichen Gesamtsituation bei.

Der Handel muss wegen der schlechten Stimmung allerdings nicht die Flinte ins Korn werfen. Denn die Situation ist nicht neu. Dass sich die Branche immer wieder mit Wandel, Veränderung und herausfordernden Rahmenbedingungen herumschlagen musste, zeigt ein Blick ins Archiv. Vor genau 20 Jahren titelte die E&W „Quo vadis Elektrobranche?“. Unter dem Eindruck von Commerce, Geizhals und internationalen Online-Händlern suchte auch zu dieser Zeit die Branche nach neuen Antworten und Wegen – die einen taten dies aktiver, die anderen mehr getrieben. In einem Interview sagte damals Horst Neuböck einen Satz, der auch heute noch seine Gültigkeit hat: „Der Mensch liebt den Fortschritt und hasst die Veränderung.“ Dabei sind Fortschritt und Veränderung nur die zwei Seiten derselben Medaille. Fortschritt mag deswegen einen positiven Beigeschmack haben, weil wir diesen als etwas Selbstbestimmtes und Gestalterisches wahrnehmen, während uns die Veränderung aufgezwungen wird. Dabei ist es klar, dass jeder Fortschritt auch Veränderungen bringt. Und damals wie heute musste man sich überlegen, wohin man sein Geschäftsmodell entwickelt.

Eine spannende Geschichte durfte ich für diese Ausgabe in Kärnten bei Ingo Bender recherchieren (S. 50). Der Geschäftsführer des Jura Stores in Klagenfurt nutzt die Softwarelösung Jura Pocket Pilot um für sein Geschäft ein weiteres Standbein aufzubauen. D.h. nicht, dass alle sofort dieses Geschäftsmodell kopieren sollen – nicht jeder hat die Kunden bzw. das passende Einzugsgebiet. Aber es ist ein Anstoß, den Handel neu zu denken. Wenn derzeit Erlebnis Besitz schlägt, dann muss der Handel eben auch Erlebnis bieten. Darüber nachzudenken kann sich lohnen, man sollte sich davon allerdings nicht den Urlaub verderben lassen. Deswegen wünsche ich Ihnen einen schönen Sommer und tanken Sie viel Energie für den Herbst!

Herausforderung Mitarbeitersuche

Future-Experts

Die Suche nach geeignetem Fachpersonal brennt vielen Unternehmen unter den Fingernägeln. In Hopfgarten im Brixental widmeten sich deswegen auch die Teilnehmer des diesjährigen Future Expert Seminars den Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für Familienunternehmen bei der Mitarbeitersuche. Dabei wurden sie von Seminarleiter Gerald Geretschläger unterstützt, der schon seit vielen Jahren die Kooperation und deren Mitglieder mit seiner Expertise unterstützt. „Für unsere klassischen Familienunternehmer ist das Mitarbeiter-Recruiting eine enorme Herausforderung, da diese in den seltensten Fällen eine Human Ressource Abteilung mit eigenen Mitarbeitern für dieses Thema haben. Wir unterstützen unsere Mitglieder bestmöglich, damit sie die besten Talente für ihre Unternehmen gewinnen“, erklärte Alfred Kapfer, Geschäftsführer von Expert Österreich, zum Future Expert Seminar der Kooperation. ■



Die Future Experts trafen sich dieses Jahr in Brixental, um die Erfolgsfaktoren und Herausforderungen bei der Mitarbeitersuche zu bearbeiten.

BMW i4 eDrive bei RED ZAC Zöscher gesichtet

„Wir fallen auf“

Das Promotion-Car von TP Vision und RED ZAC konnte im vergangenen Juni in Graz immer wieder gesichtet werden. Drei Wochen lang war das Team von RED ZAC Zöscher mit dem speziell gebrandeten BMW unterwegs. „Das Fahrzeug ist beim Team wahnsinnig gut angekommen und auch unsere Kunden waren begeistert. Aber nicht nur die – denn auch begeisterte Passanten haben das Fahrzeug eifrig fotografiert“, erzählt Christian Zöscher, Geschäftsführer von RED ZAC Zöscher und Söhne und RED ZAC-Aufsichtsrat. „Damit geht die Idee dahinter voll und ganz auf: Wir fallen auf und wecken intern wie extern Begeisterung.“ ■



Einblick

- 12** „Diese Anbieter halten sich nicht an unsere Regeln in Europa.“
- 20** „Das Konsumverhalten hat sich deutlich verlagert, weg vom klassischen Produktkauf.“

Technik-Oase mit Produkten zum Anfassen. Für den neuen Standort in Fürstenfeld setzt MediaMarkt auf sein Xpress-Store-Konzept.



Eröffnung im November

MediaMarkt will nach Fürstenfeld

Österreichs einziger Großflächenbetreiber plant für November die Eröffnung einer Niederlassung im Fachmarktzentrum Fürstenfeld. Es wäre der 56. Standort von MediaMarkt hierzulande. Der Markt soll nach dem Xpress-Store-Konzept verwirklicht werden. Demnach sind 800 Quadratmeter Verkaufsfläche als „neue Shopping-Oase für alle Technik-Fans“ geplant. Gleichzeitig liest sich die Ankündigung von MediaMarkt wie ein Auszug aus einem Fachhandelskonzept, soll doch die Niederlassung sich „an den regionalen Bedürfnissen im Sinne eines ‚Elektronik-Nahversorgers‘ ausrichten“, bei dem das „Anfassen und Ausprobieren moderner Technik“ im Mittelpunkt steht. Für den neuen MediaMarkt werden rund 20 Mitarbeiter gesucht. ■

Umfrage

Smartphone-Nation

Wie MediaMarkt durch eine bei Market in Auftrag gegebene Studie herausgefunden hat, sind wir Österreicher eine Smartphone-Nation! Geht es um Technik, dann sind Handys für rund zwei von drei Befragten am interessantesten. Gehypte Tech-Themen wie Gaming und Drohnen rangieren hingegen am Ende der Liste interessanter Technologien. Daneben war aber auch der Bereich „Computer“ begehrt: 63% aller Befragten gaben an, sich stark damit auseinanderzusetzen. Auf Rang drei und vier der Tech-Beliebtheitskala finden sich Küchenkleingeräte und Haushaltsgroßgeräte. Jeder Zweite interessiert sich dafür (51% bzw. 49%). ■



Expert Hentschel Jubiläum



Gleich drei Anlässe zum Feiern gab es diesen Juni in Altaussee bei Expert Hentschel. Das Familienunternehmen beging nicht nur sein 60jähriges Jubiläum, sondern auch die Eröffnung des komplett renovierten und neu eingerichteten Elektrofachgeschäfts sowie die Einweihung der neu errichteten Lagerhalle. Zu den Feierlichkeiten gab es ein abwechslungsreiches Programm sowie spezielle Jubiläumsangebote, und ein großes Kunden-Gewinnspiel mit attraktiven Preisen. ■

Wertgarantie 365er Profi-Treff


Bilbao-Effekt

Anfang Juni traf sich Wertgarantie mit 300 Fachhandelspartnern aus 160 Unternehmen in der baskischen Metropole Bilbao. Beim diesjährigen 365er Profi-Treff standen wieder zentrale Themen für den Fachhandel auf dem Programm: Neben dem Recht auf Reparatur und die



300 Teilnehmer aus dem Fachhandel am 365er Profi-Treff der Wertgarantie erfreuten sich an den Schönheiten Bilbaos.

damit verbundenen Herausforderungen und Chancen, ging es um die Stabilität von Wertgarantie in Zeiten des Wirtschaftsabschwunges und das neue Führungskräfte-Trainingsprogramm sowie um den Bilbao-Effekt. „Wertgarantie verzeichnete auch im ersten Quartal 2024 ein kontinuierliches Wachstum und entwickelt sich weiterhin deutlich besser als der Markt. Im Vorjahr war vor allem der Geburtstags-Komplettschutz ein echter Booster für unser Geschäft. Das ist vor allem Ihnen zu verdanken“, zeigte sich der Wertgarantie-Vorstandsvorsitzende Patrick Döring zufrieden und dankbar, als er die Teilnehmer aus dem Fachhandel zum diesjährigen 365er Profi-Treff willkommen hieß. Döring ordnete zu Beginn die wirtschaftliche Lage ein und betonte dabei, wie stark sich Wertgarantie entwickelt habe. „In den vergangenen zehn Jahren hat Wertgarantie den Kundenbestand auf mehr als 4,3 Mio. verdoppelt. Eine Corona-Delle konnten wir nicht verzeichnen.“ Im Anschluss stellte Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie, den „Bilbao-Effekt“ vor. Er zeigte dabei auf, wie sich die Stadt trotz aller Widrigkeiten neu erfunden hat, und brachte den Effekt in Zusammenhang mit der Situation im Fachhandel. Über Live-Umfragen wurde die Stimmung im Fachhandel abgefragt, die von den Teilnehmern trotz der herrschenden Widrigkeiten wie explodierende Energiekosten, Fachkräftemangel oder sinkende Kundenfrequenz zu 70% mit sehr gut oder gut beschrieben wurde. ■



AUS DEM BUNDESGREMIUM: VOLLE UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE LEHRLINGE

„Die Lehrlinge sind das Wichtigste“

TEXT: Julia Jamy | FOTO: Julia Jamy | INFO: www.wko.at

Der Mangel an Arbeitskräften stellt für viele Unternehmen ein großes Problem dar. Ein Lösungsansatz besteht darin, die benötigten Fachkräfte im Rahmen der Lehre selbst auszubilden. Im E&W-Interview erläutern Bundesgremialgeschäftsführerin Bianca Dvorak und Vorsitzender des Fachausschusses Lehrlingsausbildung und Weiterbildung im Elektrofachhandel Gerhard Schabschneider, wie das Bundesgremium die Auszubildenden optimal auf das „Leben danach“ vorbereitet und wo akuter Handlungsbedarf besteht.

Die Lehre ist für viele Jugendliche ein erster Schritt in die Berufswelt. Um die Auszubildenden während dieser Zeit bestmöglich dabei zu unterstützen, hat das Bundesgremium vor rund drei Jahren seine Lehrlings-Webinare konzipiert, welche sich immer größerer Beliebtheit erfreuen. Zudem unterstützt das Bundesgremium seit vergangener Herbst die Nachwuchskampagne „Join the future“ der gesamten Elektrobranche, die darauf aufmerksam macht, dass die Elektrobranche eine „grüne Zukunftsbranche“ ist. Generell hat die Lehre im Bundesgremium einen sehr hohen Stellenwert.

E&W: Welche Rolle spielt die Lehre für das Bundesgremium??

Bianca Dvorak: Die Lehre war schon immer ein sehr großes Thema für uns. Es ist wirklich wichtig, dass wir die Zukunft selber ausbilden, denn wir können nicht immer nur jammern und dann selber nichts machen. Gerade in unserer Branche passiert so viel und es gibt immer Neuerungen. Daher unterstützen wir als Bundesgremium die Lehrlinge unter anderem mit Schulungen und stellen Produkte in den Berufsschulen zur Verfügung.

Gerhard Schabschneider: Ohne Lehrlinge gibt es keine Facharbeiter. Wir investieren heuer wieder insgesamt 15.000€ in die Berufsschulen in ganz Österreich und stellen Geräten zur Verfügung, damit die Lehrlinge Verkaufstraining machen können. Die Lehrlinge sind das Wichtigste und es ist entscheidend für die Zukunft, dass wir Verkäufer haben, die sich auch mit den Produkten auskennen.

Wie bringt sich das Bundesgremium aktiv ein, um neue Lehrlinge zu bekommen?

Dvorak: Wir haben vergangenes Jahr unsere „Join the Future“-Kampagne gestartet, die sehr erfolgreich ist. Insgesamt hat die Kampagne bereits über 24 Millionen Bruttokontakte verzeichnet. Mit „Join the Future“ wollen wir aufzeigen, welche Berufe es in unserer Branche überhaupt gibt. Im Herbst wird es eine neue

Welle an Werbungen geben. Wir hatten selten eine Werbekampagne, die so gut bei den Leuten ankommt. Das ist echt grandios.

Schabschneider: Wir haben auch www.elektrohandelsprofi.at. Dort können sich die jetzigen und zukünftigen Lehrlinge über die verschiedenen Lehrberufe informieren. Unsere Lehrlingswebinare, die drei bis viermal im Jahr stattfinden, kommen ebenfalls sehr gut an. Jedes Mal nehmen rund 100 Lehrlinge teil. Da gibt es auch nur positives Feedback.

Wie kann man die Lehre wieder attraktiver gestalten?

Dvorak: Ich glaube, es wird generell schon viel gemacht. Auch unsere Bundesregierung hat mittlerweile erkannt, dass die Lehre einen immensen Wert hat. Die duale Ausbildung ist die Basis für ein breites Wissen. Dennoch muss die Lehre nicht der einzige Schritt sein, sondern den jungen Menschen stehen auch nach der Ausbildung alle Türen offen.

Schabschneider: Wir müssen wegkommen von dem Denken, dass man sich mit der Lehre die Zukunft verbaut. Man kann später noch immer eine höhere Schule besuchen, die Matura absolvieren oder studieren. Mit der Lehre erwerben die Jugendlichen Praxiswissen. Unsere Lehrlinge im Handel müssen lernen, richtig zu verkaufen, und wissen, wie man mit Menschen umgeht. Wenn der

Lehrling das alles kann, dann hat er auch im Berufsleben jede Möglichkeit.

Wo besteht vielleicht noch Verbesserungspotenzial?

Dvorak: Die Lehrberufe sind derzeit nicht mehr ganz so auf der Höhe der Zeit. Das gibt mir schon ein bisschen zu denken. Das letzte Mal wurden die Lehrpläne vor etwa zehn Jahren überarbeitet. Eine weitere große Herausforderung ist das Image der Lehre. Viele Eltern besetzen die Lehre zwar wieder positiver, aber das war lange Zeit nicht so. In den Köpfen von manchen Leuten existiert immer noch das Vorurteil: ‚Lehre macht der, der sonst nix kann.‘ Wir brauchen aber sehr wohl junge Leute, die früh in die Praxis einsteigen und dadurch ein großes Wissen ansammeln. Das ist unglaublich wertvoll und darf man nicht unterschätzen.

Schabschneider: Viele Leute realisieren jetzt langsam, dass man mit einer Matura auch nicht alles machen kann. Ich beobachte immer mehr, dass auch viele Schulen kämpfen, Schüler zu bekommen. Die Anzahl der Jugendlichen ist begrenzt und natürlich müssen auch wir vom Elektrohändler schauen, dass wir unsere Lehrlinge bekommen.

Worauf legen Sie großen Wert?

Dvorak: Ich glaube, es ist wichtig, dass auch viele kleine Unternehmen anfangen, Lehrlinge auszubilden. Denn es ist einfach eine ganz andere Herangehensweise, in einem kleinen Unternehmen zu arbeiten, als in einem großen. Die Lehrlinge lernen unmittelbar, was zum Beispiel Buchhaltung bedeutet. Wenn der Chef sich mit einem gemeinsam hinsetzt, hat man gleich einen ganz anderen Bezug, als wenn man es in der Schule lernt. Ich glaube schon, dass das einen Unterschied macht.

Schabschneider: Es macht generell einen Unterschied, wo man lernt. Die Ausbildung im kleinen Unternehmen, in der Großfläche oder im WIFI sind drei verschiedene Sachen. Der Vorteil der Lehre in kleinen Unternehmen ist, dass man viel vom Umfeld mitnimmt. Von der Buchhaltung angefangen, Warenübernahme bis hin zu Bestätigungen. Wir dürfen aber trotzdem keinen Jugendlichen auf der Straße stehen lassen. Wir müssen alle abholen und darauf schauen, dass jeder seinen Weg ins Berufsleben findet. Das ist das Allerwichtigste, sonst tut man sich später in der Gesellschaft schwer.

Was macht das Bundesgremium, um „up to date“ zu bleiben?

Dvorak: Wir überlegen viel, was gerade relevant sein könnte und was die Lehrlinge interessiert. Zudem haben wir unsere Plattform „wise up“. Dort gibt es viele Inhalte für den Handel, wo wir auch versuchen die Lehrlinge abzuholen. Das funktioniert inzwischen sehr gut. Außerdem haben wir unsere bildungspolitischen Ausschüsse. Das ist auch immer sehr wertvoll, wenn man aus ganz Österreich Infos bekommt, wo es gerade hakt und was man vielleicht besser machen könnte.

Schabschneider: Es ist wichtig ist, dass wir die Lehrlinge richtig abholen. Auch bei den Berufsinformationssessen muss man präsent sein. Jedes Unternehmen muss Ausschau nach Lehrlingen halten, um die Zukunft des Betriebs aufrecht zu erhalten. Bei der Großfläche ist natürlich der Vorteil, dass dort viele Lehrlinge unterkommen. Das ist eine tolle Geschichte, weil der Einzelhandel doch eher rückläufig mit den Lehrlingszahlen ist.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung in der Lehre?

Schabschneider: Mit der Digitalisierung bzw. mit der künstlichen Intelligenz richtig umzugehen, wird wahrscheinlich für den Handel in den nächsten Jahren eine große Herausforderung sein. Darum ist es wichtig, dass wir unsere Lehrlinge dementsprechend schulen, damit sie gut aufgestellt sind.

Wie ist die Situation in den Berufsschulen?

Dvorak: Im Herbst werden wieder neue Geräte an die Berufsschulen geliefert. Wir fragen in regelmäßigen Abständen bei den Schulen nach, wo es Bedarf gibt, weil es natürlich einen Unterschied macht, ob man auf einem zehn Jahre alten Produkt oder auf einem aktuellen Gerät lernt.

Schabschneider: Die Geräte sind ein wichtiges Thema, weil es ja doch immer neue Produkte in unserer Branche gibt. Die Lehrlinge sollen natürlich die neue Technik kennenlernen und auch verkaufen können. Wenn ich in der Firma die neuesten Geräte habe und in der Schule mit einer alten Waschmaschine lerne, ist das natürlich schwierig. Die Herausforderung ist, dass man als Verkäufer die Technik kennt, dann kann ich auch leichter verkaufen.

Gibt es abseits der zuvor angesprochenen Kampagne und den Webinaren weitere Initiativen des Bundesgremiums, um Lehrlinge in den Handel zu holen?

Dvorak: Wir haben immer wieder Ideen, wie zum Beispiel Exkursionen, aber das ist eher auf Bundesländer-Ebene, weil es leider unmöglich ist, alle Lehrlinge gleichzeitig zu bekommen, aber wir bleiben auf jeden Fall dran.

Gibt es Dinge, die Sie sich im Zusammenhang mit der Lehre wünschen?

Dvorak: Ich wünsche mir eine Aktualisierung und Modernisierung der Ausbildung. Das wäre super.

Schabschneider: Ich wünsche mir gute Lehrlinge, die engagiert und praxisorientiert sind, weil sonst wird es für jeden Lehrberuf schwierig. ■



LEHRLINGS-WEBINAR: „INNOVATIVE FEATURES VERNETZTER HAUSGERÄTE“

Das nächste Lehrlings-Webinar steht natürlich schon in den Startlöchern – dieses Mal in Kooperation mit Bosch. Als Thema wurde passenderweise „Innovative Features vernetzter Hausgeräte“ gewählt. Die Lehrlinge erfahren, wie diese Technologien den Alltag revolutionieren können.

Themen des Webinars sind:

-Home Connect: Steuerung von Hausgeräten von überall

-Smart Kitchen Dock: Die Zentrale der vernetzten Küche

-Backofen Kamera mit Bräunungssensor (KI): Perfekte Ergebnisse dank künstlicher Intelligenz

-PerfectBake Plus (KI): Der intelligente Backsensor für beste Backkreationen

Datum: 01. Oktober 2024:
09:00 – 11:00 Uhr



STÄDTE ALS VERANSTALTER?

Umbruch im Messegeschäft

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: Reed Exhibitions / David Faber | INFO: www.elektro.at, rxglobal.at

Seit der Ankündigung von RX, sich aus Österreich zu verabschieden, hat sich viel getan. Während in Salzburg Stadt, Land und Wirtschaftskammer gemeinsam das Messegeschäft übernommen haben, verhandelt in Wien die Stadt mit RX sowie anderen Veranstaltern. Für die Städte geht es auch um die Absicherung von bestehenden Messen.

Selbst ausrichten oder nicht? Vor dieser Frage standen Anfang des Jahres die Städte Salzburg und Wien als Eigentümer des lokalen Messegeländes. In Salzburg ist inzwischen der Zug abgefahren. Am 14. Mai unterzeichnete die von der Stadt Salzburg, dem Land Salzburg und der Salzburger Wirtschaftskammer gegründete Messezentrum Salzburg GmbH den Kaufvertrag über das Geschäft von RX Salzburg. An der Gesellschaft hält die Salzburg Messe Beteiligungs GmbH, an der Stadt und Land Salzburg zu gleichen Teilen beteiligt

sind, 78,57%. Der Rest der Anteile von 21,43% liegt bei der Wirtschaftskammer Salzburg Holding GmbH.

„Nach 50 Jahren der parallelen Entwicklung zweier großer Organisationen wurde der Zusammenschluss besiegelt und sichert dadurch den Messestandort Salzburg mit seinen Schlüsselveranstaltungen wie der „Alles für den Gast“ langfristig ab. Die Gesellschafter Land, Stadt und Wirtschaftskammer Salzburg teilen sich die Finanzierung entlang der Anteile und garantieren so mittelfristig die Eigenständigkeit des Unternehmens. Wir haben an einem Strang gezogen und mit diesem wichtigen Schritt nachhaltigen Messestandort Salzburg gesichert“, so Landeshauptmann Wilfried Haslauer bei der Vertragsunterzeichnung. Peter Buchmüller, Präsident der Wirtschaftskammer Salzburg, erläutert die Wichtigkeit des Messe- und Eventstandorts Salzburg und die nun entstandene wirtschaftliche Position des Messezentrums. „Für die gesamte Region ist die Übernahme ein Mehrwert, vor allem für die Wirtschaft, die die wichtigen Leitmesse als

Branchentreffpunkte und Präsentationsmöglichkeiten sehen und nutzen“, betont Peter Buchmüller.

WIEN WEITER IN SCHWEBE

In Wien lässt man es derweil etwas langsamer angehen. Die Stadt hält über die eigene Holding 94,9% der Anteile am Wiener Messegelände. Der Rest liegt bei der WKW oder befindet sich im Streubesitz. „Wir gehen davon aus, dass RX sich nach Salzburg auch aus Wien zurückziehen wird. Zu welchem Zeitpunkt das der Fall sein wird, steht aber noch nicht fest“, erklärte Wolfgang Gatschnegg, Konzernsprecher der Wien Holding, bei welcher die Anteile der Stadt an der Messe liegen, gegenüber E&W. „Selbstverständlich stehen wir diesbezüglich in Gesprächen mit RX, bitten aber um Verständnis dafür, dass wir vor diesem Hintergrund zum derzeitigen Zeitpunkt keine inhaltliche Stellungnahme dazu abgeben können.“

Wien spielt im Messekalender der Branche vor allem mit der „Wohnen & Interieur“ eine Rolle. Mit einer möglichen Übernahme des Standorts stellt sich natürlich auch die Frage nach der Zukunft der Publikumsmesse. „Unser Bestreben ist es klarerweise, den Messe- und Kongressstandort Wien bestmöglich zu stärken. Derzeit sind alle Varianten offen“, so Gatschnegg auf die Frage, ob die Stadt in Zukunft selbst das Messegelände bespielen wolle oder das Messegelände wieder an eine Veranstaltungsgesellschaft verpachten will. „Wir schließen in diesem Zusammenhang auch keine der Optionen grundsätzlich aus. Allerdings gibt es zum derzeitigen Zeitpunkt auch keine Priorisierung bzw. Festlegung auf eine der möglichen Varianten, denn letztlich geht es der Wien Holding und der Stadt Wien um die beste Gesamtlösung für den Messe- und Kongressstandort Wien.“

VERANSTALTUNGEN GESICHERT

Bei RX selbst gibt man sich zum Stand der Verhandlungen ebenfalls zurückhaltend. „Wir befinden uns in Wien in Vorbereitung zu einem Verkauf“, erklärte RX-Sprecherin Claudia Messner. Weitere Informationen könne sie derzeit nicht geben. Eine wichtige Information ließ sie sich dann dennoch entlocken. Alle derzeit von RX geplanten Messen, wie z.B. die Wohnen & Interieur im März 2025, sollen wie geplant stattfinden. ■

100 JAHRE IFA

Der Countdown läuft

TEXT: Julia Jamy | FOTO: IFA Berlin
Info: www.ifa-berlin.com

Wer weiß es noch nicht? Die IFA feiert dieses Jahr ihren 100. Geburtstag. Wir geben einen Überblick, was die Besucher im Jubiläumsjahr erwartet und werfen einen Blick zurück auf die Anfänge der Messe und deren Meilensteine.

Am 4. Dezember 1924 fand die IFA als „Große Deutsche Funk-Ausstellung“ erstmals in Berlin statt. Die Messe zählte damals 242 Aussteller und 180.000 Besucher auf einer Fläche von 7.000 qm. Detektorgeräte mit Kopfhörern und die ersten Röhren-Rundfunkempfänger faszinierten damals die Besucher. Bereits zwei Jahre später markierte die „3. Große Deutsche Funkausstellung“ einen Wendepunkt in der Entwicklung der Rundfunktechnik. Durch die Freigabe der technischen Beschränkungen zeigte sich eine Umwandlung von einer „komplizierten technischen Maschine“ zum Gebrauchsgegenstand mit einfacher Bedienung. Dazu trug auch die Entwicklung der Mehrfachröhren bei. Auch die „6. Große Deutsche Funkausstellung“ im Jahr 1929 verzeichnete einen erneuten Wendepunkt, diesmal von der handwerksmäßigen Herstellung der Rundfunkgeräte hin zur wirklichen Serienfertigung.

am Punkt

VOM 6. BIS 10. SEPTEMBER

findet die IFA heuer in Berlin bereits zum 100. Mal statt.

EIN MEILENSTEIN

in der Historie der IFA war z.B. die Premiere des elektronischen Fernsehens.

DIE VORBEREITUNGEN

für das große Jubiläum laufen bereits auf Hochtouren.



MEILENSTEINE

Ein weiterer Meilenstein in der Historie der IFA war die Eröffnung der Messe durch Albert Einstein im Jahr 1930. Zum 100. Geburtstag der Messe ist Einstein wieder zurück, allerdings nur virtuell in Form eines Holograms. „Einstein kehrt zurück. Wir spielen seine Rede“, so Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH, im Rahmen eines Pressegesprächs. Zu den Exponaten gehörten damals die sogenannten Ortsempfänger mit einfacher Bedienung und „erstklassiger äußerer Ausstattung“.

Vom 21. bis 30. August 1931 fand die 8. „Große Deutsche Funkausstellung und Phonoschau“ statt. Die Reduzierung der Preise für Radios stand damals im Fokus dieser Ausstellung. Damit wurde versucht, das Ersatzgeschäft zu beleben und neue Käuferschichten zu erschließen. In diesem Jahr wurde auch das erste elektronische Fernsehgerät vorgestellt. Zudem gab es Geräte zum Herstellen von Schallplatten-Selbstaufnahmen mit Mikrofon oder vom Rundfunk.

AUF HOCHTOUREN

Die Vorbereitungen für das große IFA-Jubiläum laufen bereits auf Hochtouren. So verpasste sich die Messe zum 100. Geburtstag nicht nur ein neues Erscheinungsbild (E&W berichtete), sondern Anfang Juni – rund

Im Dezember 1924 fand die IFA zum ersten Mal in Berlin statt. Heuer feiert sie ihr 100-jähriges Jubiläum.

100 Tage vor dem Start der IFA – startete die 100Moments-Kampagne. Mit der Kampagne will man vor allem junge technikbegeisterte und -interessierte Menschen für sich gewinnen. Das Programm reicht von exklusiven Produktvorstellungen und eindrucksvollen Keynotes über technische Masterclasses und interaktive Erfahrungen bis hin zu Networking-Events, Auftritten im Sommergarten und Prominenten-Gastspielen, sodass für jeden Geschmack etwas geboten ist. „Wir sind begeistert, die IFA mit dieser lebendigen Kampagne wieder in die Herzen der Berliner und in das Zentrum der Stadt zu bringen“, betont Lindner und er fügt hinzu: „100Moments hebt die lange Geschichte und die lebendige Kultur der Hauptstadt hervor. Die IFA ist ein untrennbarer Teil davon und das nicht nur für mich als Berliner. Wir sind überzeugt, dass diese Initiative mit ihrem ‚WOW-Faktor‘ sowohl die Locals als auch internationale Gäste faszinieren wird.“

PAUKENSCHLAG

Die Besucher dürfen sich aber noch über einen weiteren Paukenschlag freuen: Der kanadische Rockstar Bryan Adams wird zur Eröffnung der IFA100 ein exklusives Konzert geben. Insgesamt werden 10.000 Musikfans erwartet. Ein Besuch lohnt sich also auf jeden Fall. ■



TEMU UNTER DER LUPE UND IM GESPRÄCH

„Wir arbeiten mit Integrität“

 elektro.at VIA STORYLINK: 2407012

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: Temu, Statista | INFO: www.elektro.at, www temu.com

Ein Rucksack für 2 Euro, In-Ear-Kopfhörer für unter 4 Euro und modische Shirts für unter 3 Euro: Die Onlineplattform Temu lockt mit absurd günstigen Preisen und aggressivem Marketing und sie bringt europäische Onlinehändler damit stark in Bedrängnis. Wir haben bei Temu nachgefragt – wie sich der Anbieter seinen Erfolg in Europa erklärt und was er zu den Vorwürfen aus europäischer Handelssicht sagt.

Der chinesische Schnäppchen-Shop Temu zählt zu den erfolgreichsten Onlinehandelsplattformen, manch einer spricht sogar von einer „Revolution im E-Commerce“. Innerhalb kürzester Zeit ist Temu rasant gewachsen. In Deutschland soll jeder Vierte zwischen 16 und 65 Jahren bereits bei Temu eingekauft haben, obwohl die App dort erst im Frühjahr 2023 an den Start gegangen ist. Und einige Analysten

schätzen sogar, dass bei Temu inzwischen mehr Waren verkauft werden als beim US-Giganten Amazon.

Das Motto von Temu, der im Prinzip der

„Diese Anbieter halten sich nicht an unsere Regeln in Europa und fluten den Markt mit Dumpingpreisen.“

MARTIN SONNTAG, WKÖ

Nachfolger von Wish ist, lautet „Shoppin wie ein Milliardär“. Bei einem ersten Blick auf die Temu-Webseite fragt man sich, ob es sich um einen Fake-Shop handelt – derart absurd günstig sind die Preise und riesig ist das Sortiment. Aber Temu ist kein Fake-Shop – es ist harte Realität. Und diese macht europäischen Handelsunternehmen das Leben zur Zeit schwer.

Ein Blick auf die Zahlen macht das Dilemma deutlich: So sind die E-Commerce-Ausgaben

der Österreicher 2023 um 3,5% angewachsen. Allerdings sind die Mehrausgaben der heimischen Konsumenten im Onlinehandel gänzlich an Drittstaatenhändler abgeflossen – vor allem an Temu und Shein. Die Umsätze der heimischer Onlinehändler sind indes stark (-7,5%) gesunken.

ÜBER TEMU

Temu (ausgesprochen tee-moo) ist ein Online-Marktplatz, der nach eigenen Aussagen „Verbraucher mit Millionen von Verkäufern, Herstellern und Marken auf der ganzen Welt verbindet, mit der Mission, ihnen die Möglichkeit zu geben, ihr bestes Leben zu führen“. Interessanterweise wurde Temu in den USA (Boston) ins Leben gerufen und zwar im Jahr 2022 von ehemaligen Mitarbeitern von Pinduoduo (eine der größten chinesischen E-Commerce-Plattformen). Die Temu-Gründer wollten damals eine Plattform schaffen, die US-amerikanischen Verbrauchern Zugang zu Produkten aus China bietet.

Ähnlich wie Amazon verkauft Temu über seine Website und die App eine gigantische Auswahl an Artikeln – von Fast Fashion und Drogerieartikeln bis zu Elektronik und Haushaltswaren. Temu führt selbst kein Warenlager und bietet keine Eigenmarken an, sondern fungiert ausschließlich als digitaler Marktplatz, auf dem Verkäufer (nahezu ausschließlich aus China) ihre Waren an Kunden in den USA, Kanada und seit Frühjahr 2023 auch in Europa verkaufen.

PAKETLAWINE

Die damit einhergehenden Paketmengen sind unvorstellbar. Temu liefert rund eine Million Pakete pro Tag in die USA. Nach Deutschland werden täglich 400.000 Pakete geliefert und nach Österreich 30.000. Fast jeder zweite österreichische Onlineshopper hat in den vergangenen zwölf Monaten bei einer chinesischen Onlineplattform (vorwiegend Temu & Shein) eingekauft. Die Auswirkungen auf den Luftverkehr sind enorm. Laut Branchenexperten fliegt Temu Tag für Tag 4.000 bis 5.000 Tonnen Waren aus, wofür zig Transportflugzeuge vom Typ Boeing 777 benötigt werden. Branchenkreisen zufolge herrscht mittlerweile ein regelrechter Kampf um Frachtplätze in den Maschinen. Zu den Paketmengen – so wie zu den Umsatzzahlen – möchte sich Temu selbst übrigens nicht äußern.

KRITIK

Doch das sind nicht die einzigen Probleme, die mit dem Billig-Commerce aus China einhergehen. Die Liste der Kritikpunkte ist weitaus länger. Aus Konsumentensicht stehen der großen Auswahl an Produkten und insbesondere den billigen Preisen eine schlechte Warenqualität und lange Lieferzeiten gegenüber. Generell stehen die chinesischen Plattformen zunehmend wegen schlechter Qualität, nicht erhaltener Sendungen, der schlechten Klima- und Umweltbilanz seiner Produkte sowie manipulativer Techniken in der Kritik.

Heimische Händler und deren Interessenvertreter (WKÖ und Handelsverband) kritisieren zudem ungleiche Wettbewerbsbedingungen. Martin Sonntag (vom WKÖ Bundesgremium des Versand- und Internethandels) beispielsweise sagte: „Diese Anbieter halten sich nicht an unsere Regeln in Europa und fluten den Markt mit Dumpingpreisen. Das ist ein ungleiches Spiel!“ Und auch der Handelsverband sieht asiatische E-Commerce-Plattformen wie Temu aus mehreren Gründen kritisch. Einerseits gebe es immer wieder Probleme mit der Produktsicherheit, Produktfälschungen sowie Falschdeklarationen etwa zur Umgehung von Zollgrenzen. Andererseits hat der HV große Bedenken in puncto Nachhaltigkeit: „Diese Plattformen ziehen eine Müllstraße quer über den Planeten bis nach Österreich. Ihr Geschäftsmodell hat fatale Auswirkungen auf die Umwelt“, meinte HV GF Rainer Will. Darüber hinaus würde Temu mit seinem Geschäftsmodell den gesamten europäischen Handel bzw. Wirtschaftsstandort Europa gefährden, da Temu Auflagen absichtlich umgehe und sich dadurch klare Wettbewerbsvorteile raushole, während nationale Händler von der Bürokratie überflutet würden.

NACHGEFRAGT

Wir haben bei Temu nachgefragt. Wir wollten zum einen wissen, wie sich der Onlineanbieter seinen Erfolg erklärt, aber auch, was er zu den vielen Kritikpunkten sagt, und wir haben Antworten erhalten.

Zum großen Erfolg in Europa sagt Temu zunächst, dass man sich sehr über das positive Feedback der europäischen Verbraucher, die „die größere Auswahl an erschwinglichen, qualitativ hochwertigen Waren, die Temu bietet, zu schätzen wissen“, freue. Die „erschwinglichen Preise“ seien das

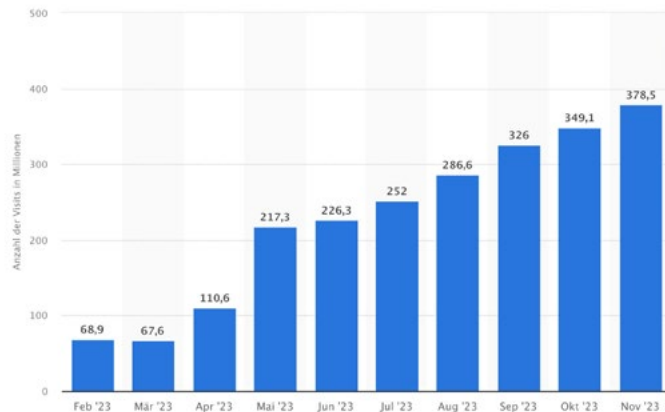
Ergebnis des Direkt-ab-Werk-Modells. Soll heißen, Temu verbindet die Verbraucher direkt mit den Herstellern, ohne dass Zwischenhändler mitverdienen. „Durch den Wegfall der Aufschläge und Kosten von Zwischenhändlern sind wir in der Lage, die Einsparungen in Form von niedrigeren Preisen an die Verbraucher weiterzugeben“, sagt Temu.

EW: *Temu ist ein Marktplatz, auf dem verschiedene Händler ihre Waren verkaufen können. Doch wie sucht Temu diese Händler aus bzw. welche Voraussetzungen müssen sie erfüllen?*

„Wir arbeiten mit Integrität und lassen uns von einer Reihe von Grundwerten leiten, bei denen die Verbraucher immer an erster Stelle stehen.“

TEMU

Temu: Bei Temu verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz zur Qualitätskontrolle auf unserer Plattform, der sich an den Anforderungen der Märkte orientiert, in denen wir tätig sind. Der Prozess (*Anm.: der von Temu begleitet und gefördert wird*) beginnt mit dem Onboarding von Verkäufern. Diese müssen notwendige Unterlagen vorlegen und Vereinbarungen unterzeichnen, um ihr Engagement für Produktsicherheit und die Einhaltung der für ihre Zielmärkte relevanten Vorschriften zu bestätigen. Im zweiten Schritt müssen die Verkäufer umfassende Produktinformationen bereitstellen, einschließlich Beschreibungen, Modell-/Chargennummern, Handelsnamen, Preisangaben, Bildern und vielem mehr. Temu führt dabei (als weitere wichtige Komponente der Qualitätskontrollmaßnahmen) stichprobenartige Kontrollen durch, um zu überprüfen, ob die Produkte mit den Beschreibungen übereinstimmen und die relevanten Standards (u.a. Sicherheitskennzeichnungen) eingehalten werden. Besteht bei einem Produkt der Verdacht, dass es nicht den Vorschriften entspricht, ergreift Temu schnell Maßnahmen, die die Aussetzung der Listung bis hin zur Entfernung des Produkts umfassen können. Temu beobachtet auch das Kundenfeedback genau, um mögliche



Die Anzahl der weltweiten Visits bei Temu belief sich im November 2023 auf rund 378,5 Millionen und ist somit (im Vergleich zum Vormonat) um rund 8 % gestiegen.

Probleme mit Produkten zu identifizieren. Zudem wird aktiv mit Verbrauchergruppen und Aufsichtsbehörden zusammengearbeitet, um alle Sicherheits- und Qualitätsstandards zu gewährleisten.

Verantwortlichkeiten und Sanktionen sind im Rahmen der Qualitätskontrolle von Temu klar definiert. Wir weisen die Verkäufer kontinuierlich auf die Notwendigkeit einer strikten Einhaltung der Produktsicherheit hin und stellen sicher, dass sie sich ihrer Verantwortung voll bewusst sind. Verstöße können zu Verwarnungen, Strafen, Auslistung von Produkten, Schließung des Kontos oder bei schweren oder wiederholten Verstößen sogar zu einer Überweisung an die Aufsichtsbehörden führen. Temu führt zudem eine Sperrliste, um zu verhindern, dass problematische Verkäufer die Plattform erneut betreten.

EW: *Gibt es Expansionspläne und wenn ja, welche?*

Temu: In dieser frühen Phase der Expansion legen wir den Schwerpunkt auf ein tiefes Verständnis der Verbraucherbedürfnisse in Europa. Unser Schwerpunkt liegt auf dem Lernen und der Anpassung an die lokalen Vorlieben und Anforderungen dieser Märkte. Unser Ziel ist es, unsere Angebote zu verfeinern und ein besseres Nutzererlebnis zu gewährleisten, das den lokalen Anforderungen entspricht.

EW: *Die Liste an Kritikpunkten aus europäischer Kundensicht ist etwas länger. Wie geht Temu vor, um diese Probleme zu lösen?*

Temu: Wir nehmen Kundenfeedback ernst und begrüßen es sehr, wenn Kunden sich die Zeit nehmen, ihre Erfahrungen mit unserem Service zu teilen. Wenn Verbesserungen erforderlich sind, arbeiten wir daran, ein noch besseres Kundenerlebnis zu bieten. Wir möchten betonen, dass wir die konstruktive

Kritik sehr zu schätzen wissen – allerdings sind längst nicht alle Rückmeldungen nur negativ. Wir sind sehr dankbar für die positive Resonanz vieler Kunden, die die große Auswahl an preiswerten Waren auf unserer Plattform ganz offensichtlich zu schätzen wissen.

Im Fall von Lieferproblemen oder Beschädigungen von Artikeln sind unsere Kunden durch das Käuferschutzprogramm von Temu abgesichert. Wir bieten Kundenbetreuung rund um die Uhr. Zusätzlich zu den Kundensupport-Kanälen haben wir auf unserer Website und in der App einen ausführlichen FAQ-Bereich, der Erklärungen und Anweisungen zu Themen wie Rücksendungen enthält.

E&W: *Es gibt auch viele Kritikpunkte aus Sicht des europäischen Handels und dessen Vertretern – was sagen Sie dazu?*

Temu: Wir sind bestrebt, den Verbrauchern innovative und komfortable Dienstleistungen zu bieten und gleichzeitig ihre Sicherheit in den Vordergrund zu stellen. Wir arbeiten mit Integrität und lassen uns von einer Reihe von Grundwerten leiten, bei denen die Verbraucher immer an erster Stelle stehen. Wir sind bereit, schnell und sorgfältig mit allen Beteiligten zusammenzuarbeiten, um die Interessen der Verbraucher zu schützen und das nachhaltige Wachstum der Plattform zu sichern.

Zum Thema Fälschungen: Fälschungen sind ein allgegenwärtiges Problem für alle Einzelhandelsplattformen, sowohl online als auch offline. Temu geht entschieden gegen Produktfälschungen vor, um die Rechte am geistigen Eigentum der rechtmäßigen Eigentümer zu schützen. Wir verlangen von den Verkäufern detaillierte Identitätsangaben und die Unterzeichnung von Vereinbarungen, die die Einhaltung der Gesetze und die Wahrung der Rechte an geistigem Eigentum gewährleisten.

Temu hat ein spezielles System zur schnellen Reaktion und Meldung potenzieller Verstöße durch IP-Inhaber oder Verbraucher eingerichtet. Wir setzen proaktive Überwa-

chungssysteme ein, um potenziell rechtsverletzende Artikel zu markieren und zu entfernen, bevor sie gelistet werden. Berichte über Verletzungen untersuchen wir umgehend und es werden angemessene Maßnahmen ergriffen – bis hin zum permanenten Sperren bei schweren Verstößen.

Seit unserem Start im September 2022 haben wir dem Schutz des geistigen Eigentums Priorität eingeräumt und auf der Grundlage des Feedbacks von Marken und Urheberrechtsinhabern erhebliche Investitionen und kontinuierliche Verbesserungen vorgenommen. Im September letzten Jahres haben wir

„Wir fördern keinen übermäßigen Konsum.“

TEMU

ein spezielles Portal zum Schutz geistigen Eigentums installiert. Zudem haben wir vor Kurzem ein verbessertes Markenschutzzentrum eingeführt und unser IP-Schutzteam erweitert, wodurch über 99% der Deaktivierungsanfragen innerhalb von zwei Arbeitstagen bearbeitet werden, was viel schneller ist als der Branchendurchschnitt. Mit diesen verbesserten Schutzmaßnahmen konnten wir einen Rückgang der Beschwerdezahlen beobachten. Wir sind uns darüber im Klaren, dass die Bekämpfung von Fälschungen eine kontinuierliche Anstrengung ist, und wir sind bestrebt, durch kontinuierliche Verbesserung und proaktive Maßnahmen einen vertrauenswürdigen Marktplatz für Verbraucher zu schaffen.

Zum Thema Ausbeutung: Die preisliche Wettbewerbsfähigkeit von Temu ergibt sich aus unserem Direkt-ab-Fabrik-Modell und unseren Verbindungen zu kosteneffizienten Herstellern. Wir verbieten strikt den Einsatz von Zwangsarbeit und behalten uns

das Recht vor, die Beziehungen zu Geschäftspartnern und Verkäufern zu beenden, wenn diese gegen unseren Verhaltenskodex für Drittanbieter oder das Gesetz verstoßen.

Zum Thema Überkonsum: Wir fördern keinen übermäßigen Konsum.

E&W: *Ein großer Vorwurf lautet, dass Pakete absichtlich falsch deklariert (und sogar auf mehrere Teile aufgeteilt) würden, um den Zoll zu umgehen. Was sagen Sie dazu?*

Temu: Wir teilen Pakete nicht auf, um Zollkontrollen zu umgehen, und wir geben keine falschen Erklärungen ab. In seltenen Fällen kommt es zu einer Paketaufteilung allein aus logistischen Gründen, wie z.B. der Überschreitung von Packstückgrößen- und Gewichtsbeschränkungen, oder zur Einhaltung regulatorischer Vorgaben, die den getrennten Versand bestimmter Artikel (z.B. Messer in Deutschland) vorschreiben.

Temu verfolgt eine strenge Versandpolitik, die auf maximale Effizienz ausgelegt ist. Artikel desselben Verkäufers werden nach Möglichkeit für die gemeinsame Verpackung bevorzugt. Pakete werden zusammen verschifft, wenn sie denselben Abflughafen teilen, und strenge maximale Abmessungen werden durchgesetzt, um die Auslastung des Luftfrachtraums zu optimieren. Verfügbare Artikel aus einer Bestellung können zuerst versendet werden – die vorübergehend nicht verfügbaren Artikel werden versendet, sobald sie wieder aufgefüllt sind. Dieser Fokus auf Effizienz ist entscheidend, um Abläufe zu rationalisieren und unsere Kunden pünktlich und international zu beliefern.

E&W: *Mit dem Zoll ist es nicht getan: Wie sieht es mit der (in der EU vorgeschriebenen) Entpflichtung für Elektroschrott, Verpackung usw. aus?*

Temu: Wir verpflichten uns, die geltenden Gesetze und Vorschriften der Märkte, in denen wir tätig sind, einzuhalten.

E&W: *Europäische Händler fordern, dass chinesische Online-Plattformen (wie Temu) dieselben Regeln wie Onlinehändler vor Ort in Europa erfüllen müssen (um für Fairness und Chancengleichheit zu sorgen). Was sagen Sie dazu?*

Temu: Wir haben uns verpflichtet, die geltenden Gesetze und Vorschriften der Märkte, in denen wir tätig sind, einzuhalten.

Dieses Interview wurde gekürzt. Lesen Sie die ganze Fassung auf www.elektro.at unter dem

STORYLINK: 2407012 ■



BEST OF  **elektro.at**

Unsere Leser im Netz

TEXT: Stefanie Bruckbauer | INFO: www.elektro.at

Im Juni gab es wieder einige Beiträge auf elektro.at, die unsere Leser dazu animierten, ihre Meinung kundzutun. Einen Auszug der besten Leserkommentare haben wir wieder für Sie zusammengestellt.

Ob eine Bilanz von Hisense Gorenje, Temu, eine Wertgarantiestudie oder ein hartnäckiges Gerücht rund um einen „Mega-Deal“ – einige Beiträge auf elektro.at im vergangenen Monat erhitzen wieder die Gemüter unserer Leser und veranlassten den einen und anderen zu teilweise sehr prägnanten Kommentaren ...

„WER IST SCHULD?“

Hisense trat in den letzten Wochen als Hauptsponsor der Fußball-EM auf. Der Konzern, der in vielen Ländern (auch Österreich) ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber sei, unterstreiche damit seine europäische Ausrichtung, wie Österreich GF Andreas Kuzmits sagt. Leser **CustomerExperience** meinte dazu:

„Interessante chinesische Firma, wie in der Automobilbranche möchte man auch im Haushaltsgerätebereich den Europäern das Rückgrat brechen. Geht's der deutschen Wirtschaft schlecht, dann trifft es auch uns, unsere Arbeitsplätze und unserer Gesellschaft!“

Leser **kleinerhändler** konterte:

„Und? Wer ist da jetzt schuld, die Chinesen oder unsere Wirtschaftler bzw. Industrie? Was gibt es denn noch echt Deutsches, ein Auto – nein, einen Fernseher – nein, ein Elektro Fahrrad – nein, Stereoanlagen bzw. Audio – nein. Haben sich nicht die Europäer selbst verstümmelt? Überheblichkeit, Großkotzigkeit, Geld absaugen für die Aktionäre. Meine Meinung, muss nicht stimmen.“

Und Leser **Erich Schreck** lenkte ein:

„Teilweise sind die europäischen Haushaltsgeräte-Hersteller ja auch selber schuld. Ein bisschen mehr Innovationen bitte, sich ein bisschen mehr geistig

anstrengen und nicht mehr als 50 Jahre praktisch dieselbe Technik verbauen.“

Mehr unter dem [STORYLINK 2407015](#) auf elektro.at

„WEGWERFMÜLL“

Der in der Kritik stehende chinesische Billig-Online-Marktplatz Temu wurde von der EU-Kommission als „Very Large Online Platform“ eingestuft und unterliegt somit schärferen Rechten & Pflichten. Leser **Anonymous** erklärte:

„Seit 2 Jahren kaufe ich problemlos bei TEMU und es lief alles wunderbar, vor allem gibt es Dinge, die es bei uns gar nicht gibt.“

Leser **Frank Reich** daraufhin mit Ironie:

„Echt!? Ich brauche auch u n b e d i n g t Dinge, die es bei uns gar nicht gibt.“

Leser **Anonymous II** sagte:

„Vor allem ist dort vieles einfach Wegwerfmüll und taugt maximal für ein paar Tage. Wer Qualität kauft wird woanders fündig werden. Dazu kommt, dass man die europäische Wirtschaft damit massiv unter Druck setzt und damit entsprechend Arbeitsplätze in den Zulieferketten. Wir produzieren uns selber die Arbeitslosen und können die dann wieder über das Sozialsystem finanzieren. Aber das wird Schnäppchenjäger nicht abschrecken...“

Leser **Gustav Hacker** daraufhin:

„Da es für Österreich keine Wertschöpfung gibt – leider nein! Ist wie bei den Lebensmitteln, ich will durch meinen Konsum keinen Bauern zum AMS schicken!“

Mehr unter dem [STORYLINK 2407115](#) auf elektro.at

„DA HAT SICH VIEL VERÄNDERT“

Eine Wertgarantiestudie zeigte, dass das Bewusstsein für die Reparatur von Elektrogeräten in der Bevölkerung zwar wächst, ein Großteil der Österreicher allerdings keinen nahegelegenen Reparaturbetrieb kennt. Leser **Gustav Hacker** warf ein:

„Ein großes Problem sehe ich bei den Reparaturen auch bei den fehlenden Servicestellen. Ich habe ein Industrieverzeichnis Ende der 70-er gesucht und gefunden, da hatte noch jeder Produzent/Erzeuger/Generalimporteur nebst Niederlassung auch zumindest ein bis zwei oder mehr Servicestellen. Diese waren noch dazu zentral gelegen oder in Wien gut verteilt. Filialisten wie KKK (Komet-Köck-Kaindl) haben in ganz Wien in Geschäften defekte Geräte entgegengenommen, da hat sich viel verändert. Unsere Kunden von heute brauchen eine ausgeprägte Reisebereitschaft, um die Servicestellen zu erreichen!“

Mehr unter dem [STORYLINK 2407215](#) auf elektro.at

„MUHAHAHA!“

Wie zahlreiche deutsche Medien berichten, bereitet Bosch möglicherweise einen Megadeal vor. Insidern zufolge soll der Konzern mit seiner Hausgerätochter BSH die Übernahme des US-Wettbewerbers Whirlpool prüfen. Leser **Daytrader** meinte:

„Erinnert mich ein wenig an den super-mega deal von Bayer... die US Boys haben es seit jeher geschafft ihre toxischen Papiere den Deutschen unter zu jubeln. Muhahaha!“

Leser **Gustav Hacker** fragte:

„Hausgeräte-Konzentration?

Ich sehe es als große Chance für die Seite Whirlpool um Service, Vertrieb und After Sales endlich in den Griff zu bekommen. In Vergangenheit sind im Whirlpool-Konzern so viele Firmen aufgegangen, da kann man nur hoffen, dass diesmal das Marketing und die Visionen stimmen. Viel Erfolg!“

Mehr unter dem [STORYLINK 2407315](#) auf elektro.at

GROSSER ERFOLG: „GRÜNE INFOTAGE“ VON ELECTRONICPARTNER

„Eine richtig gute Entwicklung“

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

Bei ElectronicPartner stand im Mai und Juni wieder die große Bundesländer-Tour am Programm. Die Besucher durften sich über die Neuheiten der Industriepartner sowie über News aus der Zentrale freuen. Natürlich demonstrierte die Verbundgruppe auch ihre speziellen Förderprogramme für den heimischen Elektrofachhandel.

Nach drei Wochen und insgesamt neun Stationen in ganz Österreich feierte ElectronicPartner das große Finale der grünen Infotage am 10. Juni in der Firmenzentrale in Wiener Neudorf. Die neugierigen Besucher durften sich über einen bunten Mix aus Produktpräsentation, persönlichen Austausch und Marktentwicklungen freuen. Geschäftsführer Michael Hofer versorgte die anwesenden Kooperations-Mitglieder mit wichtigen Informationen: „Der Gesamtmarkt ist im Jahr 2023 weltweit um fast drei Prozent zurückgegangen und in Österreich um fast vier Prozent. Der Markt für technische Konsumgüter liegt aktuell bei fünf Milliarden Euro. Besonders stechen hier die small domestic appliance, also die Kleingeräte, hervor. Die Kleingeräte sind mittlerweile größer als die Consumer Electronics.“ Wie Hofer außerdem mitteilte, verzeichneten die Großgeräte im vergangenen Jahr ein Plus von 15 Prozent im Vergleich zu 2019 und die Kleingeräte

sogar ein Plus von 20 Prozent. „Wir haben uns auf diesem deutlich höheren Niveau stabilisiert. Das ist eine richtig gute Entwicklung für uns im Fachhandel.“

„AUF EINEM SEHR GUTEN WEG“

Die Verlegung des Lagerstandortes vom niederösterreichischen Korneuburg ins deutsche Augsburg Ende März 2024 war ebenfalls eines der Themen bei den grünen Infotagen. „Der Umzug war eine rein örtliche Änderung. Wir kaufen nach wie vor bei unseren heimischen Lieferanten. Der einzige Unterschied ist, dass die Ware in Augsburg eingelagert und von dort an unsere Kunden in Österreich und Südtirol versendet wird. Wir sind auf einem sehr guten Weg und haben mehr als 95% Zustellquote mit längstens 48 Stunden“, konnte Hofer die anwesenden Händler beruhigen.

ALLE AN BORD

Unter den Industriepartnern, die mit an Bord waren, befanden sich unter anderem Hersteller wie Panasonic, Samsung, Wertgarantie, De’Longhi, Groupe SEB, Hama, Epson, Philips, clearwhite, Sonos und darüber hinaus suntastic.solar. Mit besonderem Interesse verfolgten die Anwesenden Hofers Überblick über die wichtigsten Neuheiten und Highlights der Hersteller, wie etwa von Wertgarantie. „Viele

Auch heuer fanden wieder die grünen Infotage von ElectronicPartner statt und erfreuten sich großer Beliebtheit. Es herrschte großes Interesse an den Vorträgen sowie den Neuheiten der Hersteller.

Händler arbeiten zum ersten Mal mit Wertgarantie zusammen und es beginnt plötzlich zu laufen. Manche Händler schließen sogar zehn bis zwanzig Verträge im Monat ab“, zeigt sich Hofer begeistert. De’Longhi als „Fachhandelspartner der ersten Stunde“ war natürlich auch vor Ort. Das neue Förderprogramm des Herstellers verzeichnet heuer bereits 82 Teilnehmer. Die Gruppe SEB möchte nach eigenen Angaben wieder mehr mit dem Fachhandel zusammenarbeiten und hat ebenfalls ein Förderprogramm ins Leben gerufen, welches den Händlern bis zu sechs Prozent nachgelagerte Konditionen ermöglichen soll. Insgesamt verzeichnet das Förderprogramm aktuell 41 Teilnehmer.

HERAUSFORDERNDE TAGE

Auch suntastic.solar war vor Ort. „suntastic.solar hat herausfordernde Tage hinter sich. suntastic.solar war über viele Jahre ein sehr solider, guter, verlässlicher Partner für den Fachhandel und wir sollten jetzt mit ruhigem Kopf durch diese Zeit gehen“, so Hofer. Philips TV stellte auf den grünen Infotagen seinen berühmten AmbilightTV vor. Epson war ebenfalls mit

seinem EcoTank vertreten: „Epson hat das Drucken auf ein neues Level gehoben. Der EcoTank ist eine neue Art zu drucken, Geld zu sparen und Müll zu vermeiden. Wir haben bereits in Südtirol großartige Ergebnisse mit Epson erzielt, wo jeden Tag immer mehr Geräte verkauft werden“, erläuterte Hofer.

STADIONFEELING ZUHAUSE

Samsung stellte im Rahmen der grünen Info-tage seine neuen OLED-Fernseher und den Music Frame vor. Hofer appellierte an die anwesenden Händler: „Nutzen wir gemeinsam die Markenbekanntheit und die Markenpower von Samsung, um gute Geschäfte zu machen.“

Auch Grundig durfte bei den grünen Info-tagen nicht fehlen und ließ mit einer besonderen Aktion aufhorchen: Ab sofort und bis zum Ende der Fußball-Europameisterschaft am 14. Juli gibt es für jedes Tor, welches die österreichische Nationalmannschaft schießt, ein Prozent auf den Einkauf. „Die schlechte Nachricht: Bei 100 ist die Deckelung“, so Hofer mit einem Augenzwinkern. Panasonic startet erstmals mit einem Förderprogramme

für die Weißware – auch hier winken bis zu sechs Prozent nachgelagerte Konditionen. Anfang Mai hat der Hersteller zudem gemeinsam mit ElectronicPartner eine neue Online-Marketing-Kampagne zur Fußball-europameisterschaft ins Leben gerufen. Ab sofort und bis zum Finalspiel am 14. Juli sind umfassende Online-Maßnahmen geplant, darunter etwa Banner und Landingpage im EP: Webshop, Kampagnen auf Google, Social Media oder auf Aktionsplattformen wie z.B. Offerista. „Rund 500 Partnerbetriebe in Österreich, Deutschland und der Schweiz nehmen teil. Es ist für jeden Kunden das Passende dabei – von Fernseher bis hin zu den Soundbars. Panasonic will alleine über Google 60 Millionen Kunden erreichen. Also freut euch drauf!“, so Hofer.

Für das Klimafonds-Projekt waren bzw. sind die Mitglieder Feuer und Flamme. Auch Hofer ist begeistert vom Engagement der Mitglieder: „Ich möchte mich bei allen teilnehmenden Mitgliedern herzlich bedanken. Es ist



ElectronicPartner-Geschäftsführer Michael Hofer versorgte die anwesenden Kooperations-Mitglieder mit den wichtigsten Informationen.

herausragend, was ihr macht. Das Feedback von den Klienten ist super. Ohne euch wäre das nicht ansatzweise möglich.“

WENDEPUNKT

Zu guter Letzt präsentierte Hofer die Fachgruppe „WENDEpunkt“. Damit steigt ElectronicPartner in den Markt der erneuerbaren Energien ein und erschließt ein zusätzliches, nachhaltiges Produktsortiment. Dadurch bietet die Verbundgruppe ihren Mitgliedern und neuen Partnerunternehmen ein Konzept, das vollumfänglich den Kundenbedarf an Lösungen in diesem Bereich bedient. Beim gemeinsamen Grillfest konnten die Teilnehmer den Abend dann noch gemütlich ausklingen lassen.

Deine **Schlüssel** in einer App

WAS IST ABUS ONE?

Alles in einer App
Schluss mit Schlüssel verlieren. Deine Schlüssel sind jetzt digital - und zwar alle in einer App. Mit der neuen ABUS One App kannst Du Deine smarten ABUS Produkte per Smartphone oder Wearable komfortabel steuern. Den herkömmlichen Schlüssel brauchst du nicht mehr.

Freunde einladen
Zudem lassen sich über die App auch Berechtigungen an Dritte vergeben. Damit kann ein Familienmitglied spontan das Fahrrad nutzen oder ein Freund erhält eine Zutrittsberechtigung für Dein Zuhause.

Smart, aber sicher
Die technologische Basis der App ist die ABUS SmartX-Technologie. Eine eigenentwickelte, auf Bluetooth™ basierte Kommunikationstechnologie, die den Schlüssel auf eine sichere Art und Weise „digitalisiert“. So überträgt ABUS den Sicherheitsanspruch von physischen Produkten auf digitale Technologien.

Produktvielfalt
Die ABUS One App steuert heute bereits Fahrrad- und Motorschlösser, aber die Produktwelt wächst weiter und weiter. Vom Fensterantrieb WINTECTO One für Terrassentüren über HomeTec Pro bis hin zur Integration aller PPIC Kameras in die App wird diese Welt immer umfangreicher und macht Dein Leben immer sorgenfreier.





RED ZAC reiste mit 39 Teilnehmern zur zweitägigen Euronics Summer Convention nach Palma de Mallorca.

Marketing-Plattformen geschaffen werden sollen.

Die Vorträge und Präsentationen von Euronics wurden natürlich durch ein informatives Rahmenprogramm sowie durch exklusive Produktvorstellungen der Industriepartner (u.a. TP Vision, Liebherr, Hama & Panasonic) ergänzt. Die Hersteller hätten wirklich tolle, aufwändige Präsentationen vorbereitet, wie Brendan Lenane anerkennend berichtet.

EURONICS SUMMER CONVENTION 2024

„People-Business at its best“

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: RED ZAC | INFO: www.redzac.at

Am 15. und 16. Juni trafen sich die Funktionäre der deutschen, österreichischen und schweizerischen Euronics Organisationen in Palma de Mallorca zur Euronics Summer Convention 2024. Im Fokus der zweitägigen Veranstaltung – im Zuge derer auch Aufsichtsratssitzung und Funktionärstagung abgehalten wurden – standen der Wissensaustausch und Vernetzungsmöglichkeiten Euronics-intern sowie mit zahlreichen Industriepartnern, die auch mit nach Mallorca reisten.

Im Sommer findet traditionell die Funktionärstagung von RED ZAC statt und heuer wurde diese bereits zum dritten Mal im Zuge der Euronics Summer Convention auf Mallorca abgehalten. Wie Brendan Lenane im Gespräch mit E&W erzählt, war die ESC früher immer ein Event der deutschen Euronics Organisation, ist mittlerweile aber zu einem DACH-Event avanciert. Dabei verantwortet die deutsche Länderorganisation zwar noch immer die Organisation (übrigens eine „organisatorische Meisterleistung“, wie Lenane sagt), die österreichischen und schweizerischen Euro-

nics-Länderteams leisten aber auch ihre kleinen Beiträge.

Im Fokus der diesjährigen ESC standen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung unter dem Motto „Umsetzungsstärke und ihre Relevanz für Endkunden“, erklärte der Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG, Benedict Kober, laut dem das durchwegs positive Feedback und der Austausch über die Inhalte gezeigt hätten, dass Euronics auch in diesem Jahr „den Nerv der Zeit und der Branche getroffen“ habe.

DIE ‚NEXT STEPS‘

Ein wichtiger Punkt betraf die Zusammenarbeit der Länder. So werden Euronics Deutschland und Euronics Austria künftig enger zusammenarbeiten, wobei langfristig Synergien bei der Warenbeschaffung, Digitalisierung und dem Aufbau von

MARKEN-SCOUTING

Der Vorstand und sein Team scouten beim ESC auch immer interessante Marken, die in Österreich noch nicht geführt werden, aber aus Sicht der Kooperation großes Potential haben. Dieses Jahr fiel die Wahl auf SharkNinja – ein US-amerikanischer Hersteller von Haushaltsgeräten mit den Marken „Shark“ sowie „Ninja“. Wie Lenane sagt, handelt es sich um „DIE angesagte Brand schlechthin, mit richtig coolen Produkten, einem ganz eigenen Design und toller Performance.“ Der Plan lautet, die Marken hierzulande mit Q3 zu launchen.

Wie der Vorstand sagt, geht es um genau solche Dinge beim ESC: „Alle handelnden Personen sind vor Ort und man kann sich persönlich austauschen. Das ist People-Business at its best, also so, wie es sein soll!“

Rechts: Euronics Deutschland und Euronics Austria werden künftig enger zusammenarbeiten.

Unten: RED ZAC nimmt die Marken Shark & Ninja neu ins Sortiment auf.



NETZWERKEN

Den Abschluss der diesjährigen ESC bildete eine „White Party“ am letzten Abend. „Die gesamte deutsche Elektrobranche war eingeladen und insgesamt folgten rund 1.000 Leute aus Handel und Industrie dem Ruf. Alles, was Rang und Namen hat, war vor Ort und das ist natürlich eine enorm tolle Gelegenheit zum Netzwerken - was wir natürlich auch getan haben“, berichtet Lenane.

FIXTERMIN

„Ich möchte mich beim Team von Euronics Deutschland bedanken, das seit mehr als zehn Jahren das Event auf Mallorca erfolgreich organisiert. Die Veranstaltung gilt als eines der attraktivsten Händlerevents unserer Branche in Europa und ich kann jetzt schon sagen, dass Euronics Austria bei der Euronics Summer Convention 2025 wieder mit einem Team aus Funktionären sowie Führungskräften anwesend sein wird“, kündigt der Vorstand an. ■

Neue „Zacis“

Bei RED ZAC gibt es neue Kollegen, die das Team der RED ZAC Zentrale in Biedermansdorf erweitern und unterstützen.



Damian Bielinski (li.) ist für die Unterstützung der Händler in West-Österreich zuständig. Der 47-jährige blickt bereits auf eine lange Erfahrung bei RED ZAC zurück (er war 14 Jahre lang bei einem RED ZAC-Händler tätig). Zuletzt arbeitete Bielinski ein halbes Jahr lang in einem mittelständischen Unternehmen in Hamburg, kehrte nun aber zur RED ZAC-Familie zurück.

Marco Bauer (re.) war mehr als 20 Jahre im Vertrieb in der Elektro- sowie IT-Branche tätig. Bei RED ZAC fungiert der 37-jährige nun in der Zentrale als Produktmanager UE, Multimedia, Telekom und IT. Parallel dazu studiert er nebenbei an der FH Wien.



RED ZAC suchte ja einen **neuen Marketingleiter**, der die Marketingagenden von Brendan Lenane (der sie bisher verantwortete) übernimmt und darüber hinaus Teil des RED ZAC Managementteams wird. Und es wurde ein geeigneter Kandidat gefunden. Jetzt sei es aber noch zu früh, bekanntzugeben, um wen es sich handelt, wie Lenane sagt. Der Vorstand verrät nur ein Detail, nämlich, dass der neue Marketingleiter aus der Branche kommt und langjährige Erfahrung bzw. umfangreiche Expertise mitbringt. Im September soll das Geheimnis um den neuen „Zaci“ gelüftet werden. ■



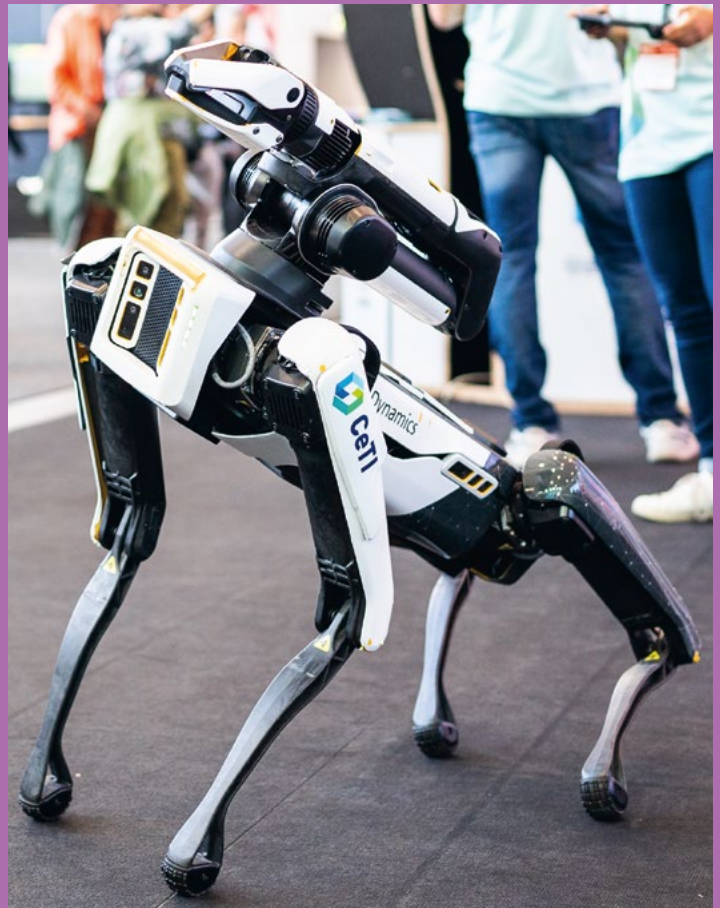
Entdecken Sie Innovation. Besuchen Sie die IFA.

6.-10. September 2024

Jetzt registrieren



IFA Innovation Für Alle



Nachfrage im Einzelhandel schrumpft.

Einzelhandelsrelevante Ausgaben | nominal vs. real



HANDEL IN ZAHLEN 2023

Comeback nicht geglückt

TEXT: Stefanie Bruckbauer | GRAFIKEN UND FOTO: Handelsverband | INFO: www.handelsverband.at

Die Konsumenten lassen ihre Börserln zu. Nahezu alle Handelssparten waren im Jahr 2023 real rückläufig. Der E-Commerce erreichte indes ein neues All-Time-High, wovon allerdings nur Fernost-Plattformen profitierten. Handelsverband und Kreutzer Fischer & Partner ziehen in der jüngsten Ausgabe der Studie „Österreichs Handel in Zahlen“ Bilanz über das Jahr 2023. Sie zeigen auf, welche Produktgruppen die Privatausgaben im Stationär- sowie Onlinehandel antreiben und wie sich die Inflation auf das Konsumverhalten auswirkt.

Der Handelsverband und das Beraternetzwerk Kreutzer Fischer & Partner präsentierten die aktuelle Ausgabe der Studie „Handel in Zahlen“, die auch dieses Mal wieder ein präzises Bild der Handelslandschaft und der Konsumentenausgaben in Österreich zeigt. Demnach ist dem heimischen Handel das erhoffte Comeback im Jahr 2023 nicht geglückt.

Zwar stiegen die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der privaten Haushalte (ohne Kfz) im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 2,8% auf 77,2 Mrd. Euro, allerdings nur nominell. Real, also inflationsbereinigt, präsentierte

„Das Konsumverhalten hat sich deutlich verlagert, weg vom klassischen Produktkauf hin zu Aktivitäten und Erlebnissen.“

ANDREAS KREUTZER

sich die Nachfrage mit einem Minus in Höhe von 4,5%. Dabei musste nahezu jede einzelne Einzelhandelsbranche einen preisbereinigten Umsatzrückgang verkraften, am höchsten fiel dieser im Elektro- (-7%) und Einrichtungshandel (-12,5%) aus.

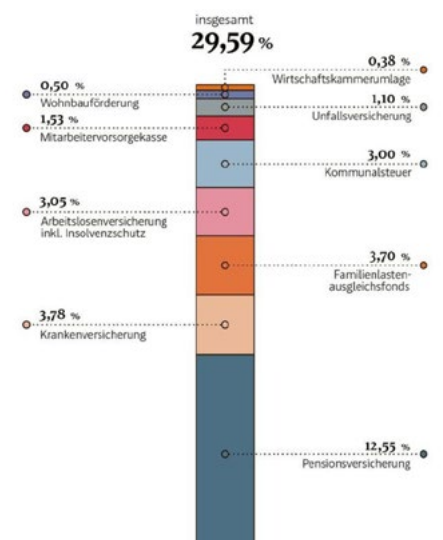
Laut einer in 38 Ländern durchgeführten OECD-Studie belegt Österreich bei der Belastung der Lohnkosten mit Steuern und Abgaben Platz 3 der am stärksten belasteten Länder. Wie der HV sagt, sind 7,2% der Lohnnebenkosten-Posten sachlich nicht zu rechtfertigen.

2023 stiegen die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der privaten Haushalte nominell um 2,8% auf 77,2 Mrd. Euro. Inflationsbereinigt blieb die Nachfrage allerdings um 4,5% unter dem Vorjahr.

Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will sagt dazu: „Im Teuerungsjahr 2023 sahen sich viele Österreicher wegen der hohen Preise für Strom, Treibstoff und Miete dazu gezwungen, bei den Einkäufen zu sparen. Die Zahlen lügen nicht, fast jede einzelne Einzelhandelsbranche musste 2023 ein preisbereinigtes Umsatzminus verkraften. Vor allem bei Produkten rund um Haus und Garten, bei Einrichtung und Elektrogeräten setzten die Haushalte den Sparstift an.“ Wo die Österreicher hingegen nicht sparen, ist der Urlaub (+30%). „Das Konsumverhalten hat sich deutlich verlagert, weg vom klassischen Produktkauf hin zu Aktivitäten und Erlebnissen“, so Studienautor Andreas Kreutzer von Kreutzer Fischer & Partner, laut dem die Ausgaben für Reisen, Freizeit und Mobilität um mehr als 9% gestiegen sind.

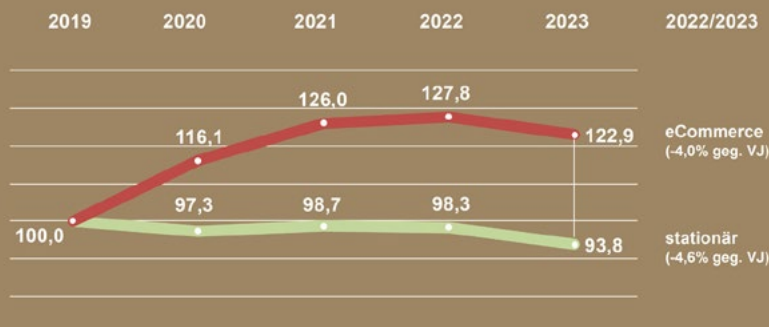
WACHSTUMSKAISER

Wem es besser geht, ist der Onlinehandel – „der Wachstumskaiser von 2005 bis 2020“, wie der HV sagt. Diesem Kanal gelang nach zwei herausfordernden Jahren nämlich das Comeback. Genauer gesagt sind die E-Commerce-Ausgaben der österreichischen Privathaushalte 2023 um nominell 3,5% auf 9,4 Milliarden Euro angewachsen. Die Onlinequote (= Anteil Online an den Einzelhandelsgesamtausgaben) stieg auf ein neues All-Time-High von 12,1%. Dennoch ist im Onlinehandel nicht alles in Butter, wie eine



Online kannibalisiert stationären Handel signifikant

Einzelhandelsrelevante Ausgaben | real Basis 2019



Nachfrage sinkt in (fast) allen Warengruppen.

Haushaltsausgaben 2023 | Abweichung geg. VJ



Quelle: KFP Private Haushaltsausgaben in Österreich 2024

Gegenüberstellung der wachsenden E-Commerce-Ausgaben der österreichischen Privathaushalte mit den stark gesunkenen Umsätzen heimischer Onlinehändler (-7,5%) zeigt. Die Mehrausgaben der heimischen Konsumenten im Onlinehandel sind nämlich gänzlich an Drittstaatenhändler abgeflossen. Insbesondere Plattformen aus Fernost wie Temu oder Shein haben davon profitiert. HV GF Rainer Will geht davon aus, dass die Ausgaben der Österreicher bei chinesischen Online-shops bis zum Jahresende auf mehr als eine Milliarde Euro ansteigen werden.

PAKETLAWINE AUS FERNOST

Mit dem Chinaboom einher geht eine regelrechte Paketlawine. Soll heißen: Nach einer Stagnation im Jahr 2022 legte der heimische Paketmarkt im Vorjahr wieder deutlich zu, konkret um 11,4% auf fast 210 Millionen Versandpakete im Business-to-Consumer-Bereich. Laut Will werde dieses Wachstum ausschließlich von Fernost-Plattformen wie Temu, Shein & Co angetrieben: „Diese penetrieren den EU-Markt mit bis zu 35 Großraumfrachtflugzeugen pro Tag!“ Und das alles zu unfairen Spielregeln: „Zwei Milliarden Pakete aus China werden pro Jahr ‚zollfrei‘ nach Europa geliefert – zwei Drittel davon falsch deklariert“, so der HV GF.

SCHWIERIGE LAGE BESTÄTIGT

Die Ergebnisse einer aktuellen HV-Händlerbefragung bestätigen die schwierige Lage. So spüren 44% der heimischen Händler den Wettbewerbsdruck durch Fernost-Marktplätze aufgrund des Regulierungsungleichgewichts. 17% haben Produkte in ihrem Sortiment, die auch von Temu und / oder Shein verkauft werden. Und 44% machen sich Sorgen, eigene Kunden an dubiose Quick-Commerce-Plattformen, die sich nicht an die europäischen Gesetzesvorgaben halten, zu verlieren.

Apropos schwierig: Wie Rainer Will anmerkt, ist die Kostenbelastung für heimische Betriebe dramatisch gestiegen. Jeder dritte Händler erwartet, das Jahr 2024 mit einem Verlust abzuschließen, 37% kalkulieren mit einem ausgeglichenen Ergebnis. Um ihre wirtschaftliche Existenz abzusichern, haben die österreichischen Handelsbetriebe für dieses Jahr diverse Maßnahmen geplant. Dazu zählen ein Investitionsstopp (56%. Vorjahr: 40%), Personalabbau (37%. Vorjahr: 25%), Expansionsstopp (22%. Vorjahr: 27%), Filialschließungen (13%. Vor-

„2 Milliarden Pakete aus China werden pro Jahr ‚zollfrei‘ nach Europa geliefert – zwei Drittel davon falsch deklariert.“

RAINER WILL

jahr: 10%), die Beendigung der Geschäftstätigkeit (9%. Vorjahr: 9%) sowie die Beantragung von Förderungen (6%. Vorjahr: 26%).

DIE MARSCHRICHTUNG

Rainer Will geht davon aus, dass sich auch das Jahr 2024 schwierig für den heimischen Handel gestalten wird. Die Situation sei diffizil, es sei jedoch noch nicht zu spät gegenzusteuern, sagt der HV GF mit Blick auf Bundesregierung und Europäische Kommission. Um die Marschrichtung vorzugeben (und einen wirtschaftlichen Flächenbrand zu

(v.l.n.r.): Norbert Scheele (C&A), Rainer Will (Handelsverband), Susanne Eidenberger (Bellaflora) und Andreas Kreutzer (Kreutzer Fischer Partner).



verhindern), hat der HV auch gleich drei Maßnahmen formuliert:

Erstens eine Arbeitsmarktreform mit mehr Beschäftigungsanreizen und einer dringend notwendigen Lohnnebenkostensenkung. „Der Faktor Arbeit wird in Österreich so stark besteuert wie in kaum einem anderen europäischen Land“, sagt Will. **Zweitens** fordert der HV einen Bürokratieabbau sowie eine Reduzierung von Gebühren. „In Europa ist kaum eine Branche stärker reguliert als der Handel. Und im Ländervergleich unterliegt der Einzelhandel nur in Frankreich noch mehr Regulierungen als in Österreich“, berichtet Will, der **drittens** – mit Blick auf Temu & Shein – schließlich noch gleiche Spielregeln für alle fordert. „Der Fernost-Wettbewerb ist ein unfairen. Für die einen spielen europäische Gesetze kaum eine Rolle, während andere gleichzeitig von einem Meer an bürokratischen Regulierungen überzogen werden. Das Mindeste muss die Herstellung gleicher Spielregeln sein, damit uns nicht zuerst die Wettbewerbsfähigkeit und danach der Wohlstand abhanden kommen.“



Anschub gesucht



Vor ein paar Wochen habe ich in einem Vortrag das schöne Wort „Erstverschlimmerung“ gehört. Genannt wurde es vom Zukunftsforscher Matthias Horx in Bezug auf die aktuelle Flaute im Bereich E-Mobilität. Gemeint ist damit ein Rückschlag bei neuen Technologien, der auch in anderen Bereichen häufig zu beobachten ist bzw. war. Bei meinem Messebesuch auf der Intersolar war davon zwar nicht viel zu bemerken – allerdings vor allem deshalb, weil die E-Mobility-Branche durch die Bank weit genug nach vorne blickt, um die derzeitige Delle als temporäre Erscheinung einzuordnen.

Es ist auch kein Geheimnis, dass die positive Entwicklung des E-Mobility-Sektors bis dato Hand in Hand mit entsprechenden staatlichen Förderungen ging und auf Seiten der Käufer die Unternehmen – Stichwort Firmenflotten – den mit Abstand größten Teil des Kuchens ausmachten. Dass man dabei politisch auch übers Ziel hinausschießen kann, stellten unsere deutschen Nachbarn mit der überbordenden Förderung von Home Charging-Wallboxen leider auf Kosten des Marktgefüges unter Beweis. Und dass es auch wirtschaftliche bzw. finanzielle Aspekte gibt, die mit Zahlen und Fakten allein nicht begründbar sind, zeigt die aktuelle Entwicklung am Leasing-Sektor mit – zu Ungunsten der E-Autos – deutlich geänderten Bewertungen beim Restwert und entsprechend gestiegenen Leasingraten.

Aus Sicht der Hersteller von Ladelösungen (und damit natürlich auch der Elektriker und Installateure) ist es zwar gut und wichtig, so etwas zu wissen – es ändert jedoch nichts an der Situation und auch die Einflussmöglichkeiten auf die politisch Verantwortlichen sind bekanntermaßen nur bedingt gegeben. Ergo scheint es nur logisch, das Ruder selbst in die Hand zu nehmen – und den Blick auf die Kunden zu richten. Schließlich können deren Wünsche und Anforderungen mit den passenden Produkten erfüllt werden, und das unabhängig von den Rahmenbedingungen. Unter diesem Gesichtspunkt erscheint die im April 2024 durchgeführten Wallbox-Pricing-Studie des Stuttgarter Instituts UScale besonders interessant (aus österreichischer Perspektive auch deshalb, weil der Kärntner Hersteller go-e als Marktführer ausgewiesen wurde). Darin wird festgehalten, dass die E-Mobilität ein wesentlicher Treiber für die Erreichung der europäischen Klimaziele ist und es für eine nachhaltige Energiewende insbesondere smarte Ladelösungen brauche, damit die Kunden ihre E-Fahrzeuge möglichst günstig laden und gleichzeitig einen Beitrag zur Stabilität der Stromnetze leisten. Das Bild des Wallbox-Nutzers wird dabei wie folgt skizziert: „Die Möglichkeit zum Laden mit PV-Überschuss weist einen besonders hohen Produktnutzen auf. Natürlich spielt auch der Preis eine Rolle. Doch je nach Produktnutzen sind auch höhere Preise akzeptabel.“ Demnach fährt fast die Hälfte der Befragten elektrisch mehr als 15.000 km im Jahr. Fast ein Drittel lädt annähernd täglich. Deutlich mehr als die Hälfte bevorzugt den Kauf der Wallbox inklusive Installation. Zu den beliebtesten Features gehört die Bedienung einer Ladestation per App. Um noch einmal zum Anfang zurückzukommen: Horx ortete aktuell auch eine „E-Phobie“ – d.h. eine gewisse Angst vor Elektrik bei Automobilen. 2025 – mit einer neuen E-Auto Generation – werde jedoch zumindest die „Erstverschlimmerung“ überwunden sein und der nächste große Boom folgen.



Mit einer Wertschöpfung von 2,1 Mrd Euro im Vorjahr hat sich die Photovoltaik als Wirtschaftsfaktor etabliert.

Im vergangenen Jahr wurden mehr als 130.000 neue PV-Anlagen mit einer Gesamtleistung von 2,6 GWp errichtet. Wie der Bundesverband Photovoltaik Austria (PVA) mitteilte, erzielte die PV damit den größten Zubau im Bereich der Erneuerbaren Energie. Damit einher ging eine annähernde Verdreifachung des Umsatzes (auf 4,3 Mrd. Euro), eine Verdreifachung der heimischen Wertschöpfung (auf 2,1 Mrd. Euro) sowie eine Verdopplung der Beschäftigtenzahl auf 13.000 Vollzeitbeschäftigte im PV-Bereich.

Für PVA-GF Vera Immitzer zeigt dies, dass die Photovoltaik sich als Wirtschaftsmotor etabliert habe. Allerdings seien für den gänzlichen Ausstieg aus Öl, Kohle und Gas weitere Impulse notwendig. Mit 500 MWp im Q1/2024 sei man gerade noch auf Kurs. „Die aktuellen Prognosen für das laufende Jahr fallen zurückhaltender aus. Nach der großen Nachfrage 2023, normalisiert sich der Markt nun, hoffentlich auf einem langfristig stabilen Niveau. Die gesamtwirtschaftliche Lage ist zurzeit etwas angespannt. Dies zeigt sich auch in der Green-Tech-Branche, aber wir bleiben zuversichtlich.“, so Immitzer. ■

.....

PV 2023 im Höhenflug

Wirtschaftsmotor

.....

.....

Strategische Förderung

Made in Europe Bonus

Um gezielt europäische PV-Unternehmen zu unterstützen, hat die Bundesregierung am 7. Juni ihren Vorschlag für einen „Made in Europe Bonus“ vorgestellt. Damit könnte in Zukunft auf Investitionszuschüsse für größere Photovoltaikanlagen und Stromspeicher mit Verordnung der Umwelt- und Energieministerin im Einvernehmen mit dem Wirtschaftsminister ein Zuschlag von 20% der Fördersumme gewährt werden. Laut der Gesetzesvorlage von Klimaschutzministerin Leonore Gewessler soll der Made in Europe-Bonus Kostennachteile europäischer Hersteller gegenüber unfairen Marktbedingungen ausgleichen. Im Wirtschaftsausschuss des Parlamentes sprachen sich ÖVP und Grüne für die Vorlage aus. Die erforderliche Zweidrittelmehrheit im Plenum blieb jedoch bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe offen. Begrüßt wurde der Vorschlag u.a. vom FEEI und dem Bundesverband Photovoltaik Austria. ■



Die Vorlage zum Made in Europe-Bonus von Bundesministerin Leonore Gewessler benötigt noch die Zustimmung im Parlament.

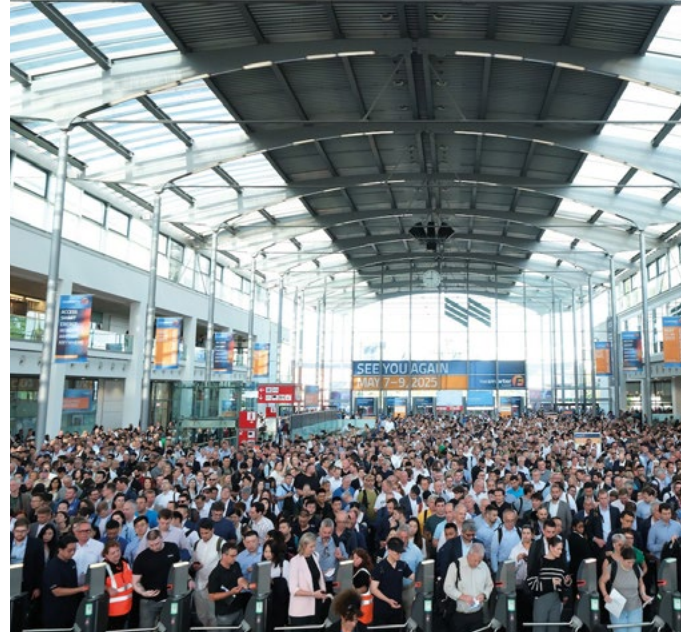
MESSEBÜNDEL
THE SMARTER E EUROPE 2024

Rekord-Bilanz

The smarter E Europe 2024 hatte gerufen und die PV-Branche war gekommen. Drei Tage lang traf sich die europäische Energiewirtschaft Mitte Juni in München. Nach dem Schluss des Events konnte die Messeallianz eine Rekord-Bilanz ziehen.

Die Messeallianz The smarter E Europe vereint die vier Fachmessen Intersolar Europe, ees Europe, Power2Drive Europe und EM-Power Europe. Bei den vier Messen zeigten 3.008 Aussteller aus 55 Ländern in insgesamt 19 Messehallen sowie einem Freigelände auf einer Gesamtfläche von 206.000 Quadratmetern ihre aktuellen Produkte, Anwendungen

und Lösungen für eine erneuerbare Energieversorgung 24/7. Diese fanden das Interesse von rund 110.000 Fachbesuchern aus 176 Ländern. „Die erneuten Rekordzahlen bei den Ausstellern wie bei den Besuchern signalisieren uns: Das Tempo der Energiewende hat sich in den letzten Jahren bereits stark beschleunigt und nimmt weiter zu. Wir haben in diesem Jahr gesehen, dass die Vision einer erneuerbaren Energieversorgung rund um die Uhr immer weiter Form annimmt und zur Realität wird. Diese Botschaft werden unsere Aussteller und Besucher in die Welt hinaustragen und die Energiewende in ihren Ländern weiter vorantreiben“, erklärte Markus Elsässer, Gründer und Geschäftsführer der Solar Promotion GmbH, die The smarter E Europe gemeinsam mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) veranstaltet. Besonderes Au-



genmerk lag in diesem Jahr bei den vier Fachmessen auf der smarten sektorenübergreifenden Vernetzung, der zunehmenden Digitalisierung und Flexibilisierung der Energieinfrastruktur, dem weiterhin weltweit dynamischen Markthochlauf der erneuerbaren Energien und Elektromobilität sowie auf dem Boom im Bereich der batterieelektrischen Speicher. The smarter E Europe wird 2025 vom 7. bis 9. Mai nach München zurückkehren. ■



GLAS-GLAS-MODULE



Robust. Langlebig. Wirtschaftlich.

- Top Leistungsklassen bis 450 Wp
- 90 % garantierte Restleistung nach 30 Jahren
- Optional Low Carbon
- Auch für höhere Schneezonen



Panel vision construct

- Einziges PV-Modul in Standardgröße mit geregelter Bauproduktzulassung vom DIBt
- Zur Überdachung von Parkplätzen, Industriehallen oder an der Fassade



Mehr
Informationen

Energie ist Zukunft!

Integration von Forschung, Innovation und Praxis

Matthias Horx
(K)EIN SOMMERMÄRCHEN

Die Vision von der Wende

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Kolarik Fotografie, W. Schalko | INFO: www.elektro.at



Die Energiewende ist voll im Gange. Was es zu erreichen gilt, mit welchen Etappenzielen und Begleitmaßnahmen, wird dabei oft sehr zahlenorientiert diskutiert – Stichwort 1,5°-Ziel und Erneuerbaren-Ausbau um 27 TWh bis 2030. Im Sinne der Quantifizierbarkeit und der Umsetzung in der Praxis ist diese Herangehensweise natürlich ebenso naheliegend wie zweckdienlich. Dennoch drängt sich die Frage auf, welche Idee oder vielmehr welche Vision dahintersteckt – und damit nicht nur unserer Branche, sondern der gesamten Gesellschaft zur Orientierung dient.

am Punkt

ENERGIE IST ZUKUNFT

So lautete der Titel der Keynote von Zukunftsforscher Matthias Horx beim E-Players Event in Linz.

DIE ZUKUNFT DER ENERGIE

iszt laut Horx eine des Überflusses und der „intelligenten Verschwendung“ – dank Elektrizität und Wasserstoff.

LESESTOFF FÜR DEN URLAUB

gibt es von Energy3000: Das Märchenbüchlein „Der König und der Sonnenstrahl“ für Visionäre aller Altersstufen.

Energie ist Zukunft. Mit diesem eingängigen Statement eröffnete Matthias Horx vor wenigen Wochen das Branchenevent E-Players in Linz. Der Zukunftsforscher lieferte in seiner Keynote Antworten (und Inspirationen) auf die eingangs formulierte Frage, wohin die Reise in Sachen Energiewende gehen soll.

Derzeit werde die Energiewende vielfach unter Aspekten des Sparens und des Verzichts diskutiert, was natürlich nur wenige Anreize schaffe. Zugleich sei beispielsweise die Bezeichnung „Nachhaltigkeit“ schon sehr abgenutzt und extrem langweilig. „Wir bräuchten hier einen schönen Begriff, der die Menschen fasziniert“, erklärte Horx. Er selbst spreche daher von einer „blauen Transformation“ und nicht von einer „grünen“ – denn „grün“ sei in diesem Kontext schon mit zu vielen negativen Assoziationen behaftet, während „blau“ für positive Dinge wie den Himmel oder das Wasser stehe.

VOR- UND ZURÜCKDENKEN

Als zentralen Aspekt für das Gelingen der Energiewende brachte Horx eine wesentliche menschliche Eigenschaft ins Spiel: Sich die

Matthias Horx erläuterte in seiner Keynote beim E-Players Event, wie und warum die Energiewende gelingen wird.

Zukunft vorstellen zu können bzw. Visionen zu haben. „Wir leben heute in einer Omnikrise. Es gibt eine große Depression beim Blick auf die Zukunft – z.B. glauben 56% der jungen Europäer, dass die Menschheit keine Zukunft hat“, führte der Zukunftsforscher weiter aus. Das Problem daran:

„Wenn die Zukunft mit Angst besetzt ist, wollen die Menschen wieder zurück in die Vergangenheit – wir gehen rückwärts in die Zukunft.“

Es brauche also andere Perspektiven als Furcht und Angst: „Wir wollen keine Krise schönreden, sondern vielmehr zeigen, was wahrscheinlich ist. Und das ist ein Übergang zu einem anderen Energiesystem – und auch Kultursystem, Wirtschaftssystem und Gesellschaftssystem.“ Für diesen Blick nach vorne hat Horx die Methode der sog. „Regnose“ entwickelt: Ein Prozess, bei dem man sich gedanklich in eine wahrscheinliche Zukunft versetzt und von dort auf das Jetzt zurückblickt – z.B. beim Übergang in eine postfossile Gesellschaft.

„Die Steinzeit ist auch nicht aus Mangel an Steinen zu Ende gegangen.“

MATTHIAS HORX

ENORMES POTENZIAL

Laut Horx müsse die Ausgangsfrage lauten: Wieviel Energie können wir aus erneuerbaren Quellen erzeugen? „Wir erleben den momentanen Boom der Erneuerbaren Energien nicht bzw. dessen enormes Ausmaß, weil wir einerseits in der Vergangenheit verhaftet sind und uns andererseits die Medien mit negativen Schlagzeilen bombardieren. Dabei gibt es weltweit aktuell schon 1.500 Solar-Großkraftwerke im Gigawatt-Bereich – diese stehen allerdings fernab in China, in Wüstengebieten, etc.“

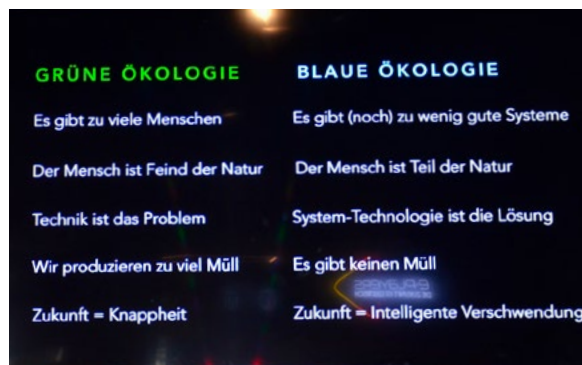
Mit einem großen Boom rechnet der Zukunftsforscher im Bereich der Agri-Photovoltaik und auch die Windkraft werde durch vertikale Windkraftanlagen einen Aufschwung erleben. Zudem stehe eine Speicher-Revolution mit verschiedensten Formen der Energiespeicherung bevor und auch in bisher noch wenig genutzten Energieerzeugungsformen wie Geothermie oder Wellenkraftwerken schlummere noch viel Potenzial. Weiters gelte es, überholte Fragen wie „Wohin mit dem Müll?“ aus den Köpfen zu bekommen und durch zukunftsorientierte Alternativen wie Kreislaufwirtschaft zu ersetzen. Insbesondere bei den zukünftigen Neubauten komme auch den Elektrikern eine tragende Rolle zu: „In Zukunft werden wir Energieplus-Gebäude bauen. Dafür braucht es gewerkeübergreifendes Agieren, z.B. das Zusammenwirken von Architekt, Elektriker und Installateur.“

POSITIV GESTIMMT

Horx ließ jedenfalls keine Zweifel aufkommen, dass er an das Gelingen der Energiewende glaube – und untermauerte dies mit einigen Fakten, wie etwa dass der Peak beim Pro-Kopf-CO₂-Ausstoß in den Industriestaaten bereits überschritten sei und die Menschheit ab Mitte des Jahrhunderts zahlenmäßig wieder schrumpfen werde: Der Gipfel sollte ca. 2050 mit rund 9,8 Mrd. erreicht sein.

Auch ein positives Narrativ hatte Horx parat: Er postulierte das Prinzip des „intelligenten Verschwendens“, ein Prinzip der Fülle und des Überschusses – ähnlich wie die zahllosen Blüten eines Kirschbaums, von denen am Ende nur ein geringer Teil tatsächlich Früchte würden. Dies könne mit der Kombination aus Wasserstoff und Elektrizität erreicht werden – wofür Horx den Begriff der „Hydricity“ verwendete und zur

Veranschaulichung die „grüne Ökologie“ einer „blauen Ökologie“ gegenüber stellte (siehe Foto rechts). Er schloss den Vortrag mit einer optimistischen Note: „Natürlich können wir uns so blöd anstellen, dass wir es nicht hinbekommen – aber die Steinzeit ist auch nicht aus Mangel an Steinen zu Ende gegangen.“ ■



Buch-tipp

VERSTÄNDLICHER ZUGANG

Das burgenländische PV-Systemhaus Energy3000 solar hat sich nicht nur die Energiewende zur Unternehmensmission gemacht, sondern auch der Farbe angenommen, wie man diese Thematik in die Breite tragen könnte. Aus dieser Überlegung ist „Der König und der Sonnenstrahl“ entstanden – ein Märchenbuch für Kinder und Erwachsene aus der Feder des Kinderbuchautors Alois Figaro.

Im Königreich passieren unerfreuliche Veränderungen: Im Wald der Möglichkeiten verschwinden aus unerklärlichen Gründen die Bäume, ein dichter, grauer Nebelschleier überzieht immer öfter das Land, die Luft macht krank und die Böden sind ausgebeutet. Dem König wird zwar vermittelt, dass alles in Ordnung sei, doch es machen sich Zweifel in ihm breit und als er bei einem Ausritt das Gemba (kurz für „Geh-möglichst-bald-zu-den-Menschen-vor-Ort“) trifft und dessen Rat befolgt, bemerkt er erst, wie schlimm es tatsächlich um sein Königreich steht: Gier, Unwissenheit und Gleichgültigkeit bestimmen den Alltag der Menschen. Und den hohen Herren, die im Hintergrund die Fäden ziehen, ist das Ausmaß der Zerstörung völlig egal – sie bereichern sich ohne jegliche Skrupel weiter an den Bodenschätzen und scheinen nicht aufzuhalten zu sein. Denn beim Versuch, die Gleichgültigkeit und die Überheblichkeit in den hintersten Winkel des Reiches zu verjagen, machen sich wieder Zweifel beim König breit und zu allem Übel gesellten sich auch noch die Ausrede, die Dummheit und das Selbstmitleid dazu.



Erst als ein Sonnenstrahl in den Raum fällt und den König mit seiner Wärme bescheint, dämmt diesem die Lösung. Er hat sein Selbstbewusstsein wiedergefunden und heckt mit Hilfe seiner treuen Bediensteten einen Plan aus, um das Königreich zu retten und in eine lebenswerte Zukunft zu führen – eine Zukunft, in der Fortschritt ohne Zerstörung herrscht und in der diejenigen, die Schäden verursachen, auch einen gerechten Preis dafür zu zahlen haben.

Gemeinsam unternehmen sie eine Reise an einen Ort, wo die Menschen nicht auf Kohle und andere Bodenschätze angewiesen sind, sondern wo eine viel größere Kraft alles am Leben hält: die Sonne bzw. der daraus gewonnene Sonnenstrom – sauber und ungefährlich. Und ohne hohe Herren oder andere Besitzer der dank Sonne, Wind und Wasser im Überfluss vorhandenen Energie.

Am Ende des Buches heißt es: „Das neu gewonnene Selbstbewusstsein jedoch bleibt beim König und knickte auch dann nicht mehr ein, wenn der Zweifel sich meldete. Im Gegenteil: Es war klug genug, dessen Bedenken ernst zu nehmen und manchmal einen Schritt zurückzutun, ohne sich dabei selbst zu verlieren.“ Und der Sonnenstrahl spricht zum Zweifel die Schlussworte: „Nicht alles, was ich dem König gezeigt habe, wird tatsächlich eintreffen. Doch wenn jeder, der ein offenes Herz hat, mir folgt, dann wird das Gelingen von kleinen, aber auch großen Veränderungen kein Märchen mehr sein!“

Commercial & Industrial



NEUHEITENFEUERWERK VON HUAWEI UND SKE

Geballte Power

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Huawei, W. Schalko | INFO: www.ske-solar.at

Auch heuer konnte Huawei auf der Intersolar allein mit der Dimension des Messeauftritts beeindrucken: Praktisch die gesamte Halle C1 war gespickt mit Neuheiten des Herstellers und seinen Distributionspartnern – wie SKE Solar, wo man sich über reges Besucherinteresse freuen durfte.

Unter dem Motto „Making the Most of Every Ray“ stellte Huawei anhand verschiedenster Einsatzszenarien seine aktuellen und kommenden Lösungen im Bereich Photovoltaik und Energiespeicherung vor. Mit dem Smart Renewable Energy Generator präsentierte Huawei seine jüngste Entwicklung im Utility-Segment, die über PV, Speicher, Last- und Netzmanagementsystem verfügt, um höhere Erträge, vollständige Integration und stabile Regelung bei der PV-Stromerzeugung zu ermöglichen.

Im Bereich C&I (Commercial & Industrial) hat Huawei seine Smart PV-Lösung auf die FusionSolar OASIS-Lösung aktualisiert, die für die grundlegenden Eigenschaften steht: „O“ steht für One-Stop-Lösung, d.h. eine Komplettlösung für Solarenergie; „A“ ist eine Variante der Zahl 4, die die vier Kernprodukte Wechselrichter, Optimierer, Energiespeicher und Ladelösungen für Elektrofahrzeuge repräsentiert; das erste „S“ steht für Sicherheit, die gerade bei C&I-Anwendungen oberste Priorität hat und dem durch die innovative C2C-Dual-Link-Sicherheitsarchitektur

Rechnung getragen wird; „I“ steht für „Intelligent“; das letzte „S“ steht für Solar und ESS – mit dem allgegenwärtigen Sonnenlicht als Quelle der Energiewende.

Darüber hinaus wurde auch die Komplettlösung FusionSolar für Privathaushalte aktualisiert und sämtliche dazugehörige Komponenten – Optimierer, Wechselrichter, Energiespeicher, Ladegeräte, SmartGuard, EMMA, Managementsystem und App umfasst – verbessert. Neben dem Wechselrichter als Herzstück rückt dabei die Speichermöglichkeit von Energie (LUNA2000-7/14/21-S1) zusehends in den Fokus.

GUT GERÜSTET

Von einem erwartungsgemäß vollen Termin kalender konnte SKE Österreich-Vertriebsleiter Christian Dirnberger berichten: „Die Prognose, dass auf der Intersolar 2024 viel los sein wird, hat sich eindrucksvoll bestätigt. Schon der erste Messtag brachte einen Highscore bei der Zahl der Kundenbesuche.“ Passend zum umfassenden Produktportfolio seien auch die Kundengespräche thematisch breit gestreut. „Wir merken allerdings, dass derzeit Speicherlösungen ein enorm wichtiges Thema im Industrie- und Gewerbebereich sind, ebenso intelligentes Lade- und

SKE Österreich-VK Christian Dirnberger zeigte sich überzeugt, dass die Huawei Produktneuheiten am Markt voll einschlagen werden.

Der Messeauftritt von Huawei beeindruckte durch seine Größe ebenso wie durch die zahlreichen technischen Innovationen.

Lastmanagement – wo wir u.a. mit dem Huawei Energy Management Assistant, kurz EMMA, überzeugen können.“ Speziell für den österreichischen Markt seien die SUN2000 MAPo Hybridwechselrichter mit Notstromfunktion ausgelegt: „Darauf hat man in Österreich gewartet – das Produkt kommt in den nächsten Wochen und wir werden damit am Markt punkten“, so Dirnberger, der mit dem SUN2000-150K-MG0 – einem 150 kW Multi-String-Wechselrichter für Photovoltaik-Großanlagen – auf eine weitere interessante Neuheit verwies. ■



KRANNICH ZEIGT AUF DER
INTERSOLAR STÄRKE

Volle Kraft voraus

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Krannich Solar,
W. Schalko | INFO: www.krannich-solar.com

Auf 400 Quadratmetern und mit einem mehr als 150 Mitarbeiter starken Team präsentierte sich PV-Großhändler Krannich Solar als kompetenter und verlässlicher Ansprechpartner für Elektriker, Installateure und andere PV-Profis aus der ganzen Welt auf der Intersolar. Der Messeauftritt stand heuer unter dem Motto „Better. Together.“ und hielt über 200 Produkte für die Mes-
sebesucher bereit.

Es waren viele Besucher vor Ort, auch bei uns am Stand“, beschrieb Jan Brunner, CSO von Krannich Solar, den Messeverlauf als besser denn vielfach erwartet. „Wir haben viele gute Gespräche geführt und blicken erwartungsvoll ins zweite Halbjahr 2024.“ Angesichts immer noch voller Läger mancher Marktbegleiter und dem mancherorts ins Stocken geratenen PV-Zubaus ging es für den Großhändler auf der Intersolar auch darum, sich als stabiler und verlässlicher Partner zu zeigen, der gut aufgestellt ist und auf fast 30 Jahre Branchenerfahrung zurückgreifen kann. „Denn gemeinsam sind wir stärker. Das bringt unser Messemotto ‚Better. Together.‘ zum Ausdruck“, so Brunner.



KONSOLIDIERUNGSPHASE

„Wir betrachten die aktuelle Lage als herausfordernd, aber nicht kritisch. Auf- und Abwärtsbewegungen hat es in der PV-Branche immer gegeben – es dauert diesmal nur etwas länger als erwartet und wird noch ein paar Monate so bleiben“, betonte auch Österreich-Leiter Mario Haidecker. Nicht nur der Großhandel, sondern die gesamte Produktionskette – d.h. Hersteller von Modulen, Speichern, Wechselrichtern, etc. – würde sich momentan in einer absoluten Konsolidierungsphase befinden. „Die aktuellen Aktionen kommen nicht gegen die Kaufzurückhaltung an, außerdem rechnen sich große Anlagen im derzeitigen Umfeld nicht so schnell – auch wenn die erste Zinssenkung der EZB hier positive Aussichten schafft. D.h. in einer Phase, wo alles wächst, braucht es jetzt leider trotzdem eine Marktberingung“, so Haidecker weiter. „Die PV-Branche muss ganz einfach den Menschen die Investitionen wieder schmackhaft machen, und zwar mit den Möglichkeiten, die schon da sind, wie etwa anhand der Thematik des steigenden Stromverbrauchs durch Laden von E-Fahrzeugen, Betrieb einer Wärmepumpe, etc. Dazu

Links: Der Gewerbespeicher Huawei LUNA2000-H1 war eines der Highlights unter den ausgestellten Produktneuheiten.

Rechts: Am Messestand durften Mario Haidecker und sein Team auch viele interessierte Besucher aus Österreich begrüßen.

kommen als neuester Trend die dynamischen Stromtarife – im gewerblichen ebenso wie im privaten Bereich und bei Neuanlagen wie auch bei bestehenden PV-Anlagen.“

Produktseitig ortete Haidecker einen klaren Trend zu größeren Hybridspeichern für den gewerblichen Einsatz – dem mit entsprechenden Produktneuheiten u.a. von SMA und Huawei am Messestand Rechnung getragen wurde. Carport- und Fassadenlösungen seien ebenfalls stark im Kommen, wobei sich hier z.B. der Hersteller K2 gerade entsprechend breit aufstelle. Weiters werde sich die in Deutschland kürzlich erhöhte zulässige Einzelfläche für Solarmodule („Drei-Quadratmeter-Regel“) auch hierzulande auswirken, da die Hersteller mit neuen Modulmaßen im Residential-Bereich reagieren würden. Und um die Nutzung von dynamischen Stromtarifen in Bestandsanlagen zu ermöglichen, hatte Krannich mit dem Gateway VOLTRADER auch das passende Nachrüstprodukt parat. ■



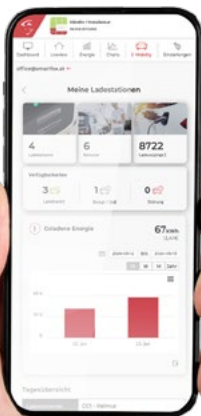
NEUES E-MOBILITY-FEATURE

Smartfox macht mobil

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: Smartfox
INFO: www.smartfox.at

Smartfox demonstrierte auf der Intersolar, dass bei der Optimierung des PV-Eigenverbrauchs nicht nur das Thema Energiemanagement, auch die E-Mobilität eine wesentliche Rolle spielt – und stellte dazu passend seine neue E-Mobility Plattform vor.

Neben dem Smartfox Premium-Monitoring, der Integration von dynamischen Stromtarifen sowie dem Pro Charger 2 als jüngsten Neuzugang im Bereich Ladestationen wurde als neues Highlight für die Besitzer von E-Autos sowie Unternehmen die E-Mobility Plattform vorgestellt. Diese ist direkt im My SMARTFOX Portal integriert und bietet Smartfox-Nutzern die Möglichkeit, ihre Ladestation bequem zu verwalten: Das übersichtliche Mobility-Dashboard sorgt für eine klare und einfache Darstellung aller wichtigen Informationen, wobei mit wenigen Klicks neue Nutzer hinzugefügt sowie weitere Ladestationen integriert werden können. Zudem lassen sich Daten wie Ladedauer oder Ladekosten erfassen und einfach in einem übersichtlichen Ladebericht auswerten. Anhand der RFID-Funktion, die im Smartfox Pro Charger und Pro Charger 2 integriert ist, wird die automatisierte Auswertung durch den RFID-Tag nochmals vereinfacht und jeder Ladevorgang noch benutzerfreundlicher.



REXEL ERSTMALS AUF DER INTERSOLAR

Gelungene Premiere

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: W. Schalko | INFO: pvxpert.rexel.at

Bei der heurigen Intersolar war auch REXEL Germany zum ersten Mal als Aussteller vertreten. Diese Gelegenheit nutzte auch REXEL Austria, um sich mit einem kleinen Team in München zu präsentieren und den Messebesuchern das exklusive Planungstool pvXpert näher zu bringen.

Das Messehighlight von REXEL, der PV-Planer von Profis für Profis pvXpert, ist im Grunde bestens bekannt – wurde das Tool doch bereits Anfang 2023 gelauncht und mittlerweile in der gesamten DACH-Region ausgerollt. „Natürlich sind viele unserer Kundinnen und Kunden in Österreich, aber auch in Deutschland, schon mit unserer Planungssoftware vertraut“, bestätigte pvXpert-Spezialistin Barbara Schachner. „Dennoch läuft die Messe sehr positiv, denn es sind viele Kundinnen und Kunden aus Österreich vor Ort und wir führen viele gute Gespräche.“ Wie Schachner weiter ausführte, werde pvXpert laufend verbessert und um neue Features und Details erweitert, was natürlich ebenfalls für Gesprächsstoff Sorge.

KOSTENLOSES KENNENLERNEN

Für alle, die noch nicht mit pvXpert vertraut sind und auch in München keine Gelegenheit für einen Standbesuch hatten, bietet REXEL alle zwei Wochen kostenlose Webinare, bei denen Barbara Schachner in rund 45 Minuten die zentralen Features live demonstriert und den Ablauf einer PV-Planung anhand eines

Musterprojekts im Schnelldurchlauf skizziert. Die einzelnen Webinar-Termine sind auf der Schacke Website unter www.schacke.at/aus/pvxpert-webinar zu finden.

Dabei beschreibe der Slogan „Professionell & unabhängig die Energiezukunft planen“ die Lösung schon sehr gut, betonte Schachner. Denn pvXpert ist cloudbasiert (d.h. kein Software-Download o.Ä.) und erlaubt die freie Auswahl von Komponenten – wengleich auch eine Verknüpfung mit dem Schacke Webshop integriert wurde. Als besonders komfortabel erweisen sich die zahlreichen Verknüpfungen und hinterlegten Einstellungen, die automatisch im Hintergrund laufen – etwa mit Google Maps, was gleich für naturgetreue Planungsdaten sowie die korrekte Lieferadresse für das Material sorgt, oder mit relevanten Parametern für die Statikberechnungen sowie für die Erstellung eines Stromlaufplans, der in dieser Form gleich zur Förderung eingereicht werden kann und sich mit comBUILDING zudem in das digitale Anlagenbuch importieren lässt. So kann ein einigermaßen geübter Anwender eine komplette PV-Anlage in rund 20 Minuten fix und fertig planen. ■

JINKO SOLAR MIT „NEO GREEN“ AUF DER INTERSOLAR

Es grünt so grün

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: W. Schalko | INFO: www.jinkosolar.eu

Beim Messeauftritt in München hat Jinko Solar demonstriert, dass man nicht nur zu den größten Modulherstellern der Welt zählt, sondern auch zu den „grünsten“. Zudem gab man eine Partnerschaft mit dem Fußballclub Manchester City bekannt, um die Markenbekanntheit zu steigern.

Die neuen Neo-Green-Module zogen die Blicke der Intersolar-Besucher auf sich.

JinkoSolar ist außerdem das erste Unternehmen der Branche, das vom TÜV Rheinland mit der Zertifizierung „Zero Carbon Factory“ für die Herstellung von Siliziumbarren, das Schneiden von Siliziumwafern, die Herstellung von Solarzellen und die Herstellung von Solarmodulen ausgezeichnet wurde.

Um die Erfolgsgeschichte weiter zu schreiben, hat Jinko Solar eine globale Partnerschaft mit Manchester City bekannt gegeben. Auf diesem Weg will der Hersteller seine Marktpräsenz erhöhen und mit den Fans des Fußballvereins in Kontakt treten, um die Nutzung von Solarenergie bzw. der innovativen Jinko-Produkte voranzutreiben. ■

Einmal mehr gestaltete Jinko Solar den Messeauftritt in München heuer gemäß der Devise, „das Energieportfolio zu verändern und Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft zu übernehmen“.

Seit mittlerweile fünf Jahren behauptet der Hersteller seine Position als globaler Marktführer im Modulversand – bis zum Q1 2024 hat Jinko Solar weltweit insgesamt mehr als 230 GW an Modulleistung ausgeliefert, wobei jedes achte auf der Erde installierte Solarmodul von Jinko Solar stammt. Daran

anknüpfend wurden auf der Intersolar die neuen Neo Green-Panels ins Rampenlicht gerückt. Diese TOPCon Tiger Neo-Module vom Typ N werden in Fabriken hergestellt, die vom TÜV Rheinland mit der Zertifizierung „Zero Carbon Factory“ ausgezeichnet wurden – d.h. die Module bieten die gewohnte Qualität und Leistungsstärke, allerdings erfolgt die Fertigung mit 100% eigener erneuerbarer Energie. Die anfängliche Fertigungskapazität der Neo Green-Module liegt bei 5 GW. In Österreich sind die Module bei Sonepar sowie BayWa r.e. erhältlich.

FRONIUS ZEIGT AUF DER INTERSOLAR FLAGGE

Kräftiges Lebenszeichen

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Fronius, W. Schalko | INFO: www.fronius.at

Fronius stellte den heurigen Intersolar-Auftritt unter die Devise „Choose what matters“ und präsentierte nicht nur zahlreiche hochkarätige Produktneuheiten, sondern auch sich selbst als langjährig etablierter Gesamtlösungsanbieter.

Passend zum Messemotto wurden die Besucher am Messestand mit einer ganzen Wand begrüßt, die dem Thema „24 Gründe warum Fronius“ gewidmet war. Zu den Highlights zählte der brandneue Wechselrichter Fronius Argento in der Leistungsklasse 125 kW. Dieser ist speziell für gewerbliche PV-Projekte ausgelegt und erreicht dank

Area Sales Manager Reinhard Rammler-Brillinger mit dem neuen Gewerbe-Wechselrichter Fronius Verto mit Leistungsklassen von 25 bis 33 kW.



innovativer Siliziumkarbid-Technologie 99,1% Wirkungsgrad. Für den Einsatz in Gewerbe- und Landwirtschaftsbetrieben sowie Mehrfamilienhäusern ist der ebenfalls neue Wechselrichter Fronius Verto in den Leistungsklassen 25-33 kW konzipiert, der u.a. mit einem Multi-MPPT-Konzept und einem innovativen Verschattungsmanagement punktet. Einen Neuzugang gab es auch bei der Wechselrichterserie Fronius GEN24, die mit dem Symo GEN24 12.0 & 12.0 Plus SC um eine zusätzliche Leistungsklasse erweitert wird.



Mit Fronius EMIL wurde zudem eine Cloud-Softwarelösung präsentiert, die das Lademanagement von Unternehmen intelligent auf den betrieblichen Leistungsbedarf abstimmt. Eine weitere neue digitale Lösung bildete der Energy Cost Assistant: Dieses Feature von Solar.web Premium, das im Laufe des Jahres auf den Markt kommen soll, ermöglicht die intelligente Optimierung des Heimspeichers auf Basis von flexiblen Stromtarifen. Und für die Notstromoption Full Backup wurden die Komponenten Fronius Backup Switch und Fronius Backup Controller vorgestellt. ■



GF Martin Kogler mit dem Messehighlight ALFRED – der neuen, Red Dot-prämierten All-in-One-Lösung von Strong Energy.

STRONG MIT NEUER ALL-IN-ONE-LÖSUNG

Starker Auftritt

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: W. Schalko | INFO: www.strong-energy.eu

Nach der Premiere im Vorjahr erwies sich auch die diesjährige Intersolar als voller Erfolg für Strong Energy. GF Martin Kogler und sein Team präsentierten Solartechnik für private Anwender, portable Batterien für unterwegs sowie Gewerbespeicher und Industrielösungen – mit dem neuen All-in-One-Produkt „ALFRED“ als besonderes Highlight.

zahlreiche konstruktive Gespräche bot und einige vielversprechende Perspektiven für zukünftige Kooperationen eröffnete.

einbinden und freuen uns schon jetzt auf Aussagen wie „Unser ALFRED macht einen guten Job, auf den ist immer Verlass!“, erklärte ML Michael Müller.

PREISGEKRÖNTE PRODUKTNEUHEIT

Das Highlight des Messeauftritts bildete die Präsentation des neuen All-in-One-Produkts „ALFRED“, das State-of-the-Art Solartechnologie mit höchst ansprechendem Design kombiniert. Dass der Name „im Ohr“ bleibt, ist natürlich kein Zufall: Er wurde zu Ehren des Nobelpreis-Erfinders Alfred Nobel gewählt und lieferte eines der großen Gesprächsthemen am Stand. „Unsere Idee ist es, fortan auch weitere Produkte nach ausgezeichneten Nobelpreisträgern und Nobelpreisträgerinnen zu benennen, um die sonst so technischen und komplizierten Geräte nahbarer und emotionaler zu machen. Wir wollen unsere Geräte als verlässliche Partner in die privaten Haushalte

Technisch betrachtet handelt es sich bei ALFRED um eine All-in-One-Lösung bestehend aus Wechselrichter (10 kW), Batteriespeicher (10 oder 15 kWh) sowie einer sog. Switch Box. Einerseits reduziert diese durch die Vorkonfiguration die Installationszeit deutlich und schließt gleichzeitig viele potenzielle Fehler aus, andererseits ermöglicht sie den Notstrombetrieb sowie die Unterscheidung von „Normal Load“ und „Critical Load“ – was in der Praxis bedeutet, dass im Störfall des Speichers kritische Verbraucher unterbrechungsfrei wieder in den Netzbetrieb gehen. Dass ALFRED dabei auch optisch überzeugt, beweist die Auszeichnung mit dem Red Dot Award 2024 für herausragendes Product Design. Und selbst der Preis kann sich sehen lassen: Die Variante mit 10 kWh Speicher liegt bei 6.500 Euro (UVP ohne MWSt), die 15 kWh-Ausführung bei 8.000 Euro (UVP ohne MWSt). ■

MOBILE LADELÖSUNG VON NECHARGE

Immer und überall

Auf der Intersolar stellte NECharge den NECharge PRO als Alternative zu fix installierten Ladestationen vor. Bei der mobilen Ladelösung handelt es sich um ein cleveres Ladekabel, bei dem sich die gesamte erforderliche Technik gleich direkt im Kabel befindet. Somit können Unternehmen sowohl bei der Anschaffung als auch bei Montage, Wartung und sonstigen laufenden Kosten sparen, denn der Ladevorgang erfolgt bequem an jeder beliebigen Steckdose (dreiphasig mit 11 kW; per Adapter auch einphasig an Haushaltssteckdosen). Die Steuerung des Ladevorgangs

erfolgt über die NECharge-App oder über den Touch-Sensor am Gehäuse. Außerdem sind in der App sämtliche Ladevorgänge gespeichert und lassen sich mit wenigen Klicks exportieren und steuerkonform abrechnen. „Das ist eine einfache Lösung, die funktioniert und eine enorme Ersparnis gegenüber klassischen Wallboxen bringt“, erklärte Christian Kranz, GF des Grazer Herstellers (Bildmitte). Der NECharge PRO kostet 999 Euro (UVP ohne MWSt) und ist Made in Austria. ■



REEV AM WEG ZUM E-MOBILITY-ÖKOSYSTEM

Konsequenter Ausbau

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: reev | INFO: www.reev.com

Die Devise von reev ist denkbar einfach: Allen Nutzern von E-Fahrzeugen im öffentlichen und halböffentlichen Bereich die sprichwörtliche Reise so einfach wie möglich zu machen. Dafür liefert das Münchner Softwareunternehmen die passenden Lösungen – und wie anhand der auf der Intersolar präsentierten Neuheiten deutlich wurde, entsteht hier gerade ein umfassendes Ökosystem, das alle Touchpoints abdeckt.

Beim Messeauftritt in München bot reev einen Überblick, wie und wo die reev Software mit der Hardware ineinandergreift und welche Möglichkeiten bzw. Vereinfachungen dies für den Betreiber von Ladeinfrastruktur bringt. Etwa beim Laden von Firmenautos zuhause, wo reev für die automatisierte Datenübermittlung an und die Kostenerstattung vom Dienstgeber sorgt – unabhängig von der verwendeten Wallbox und mit Berücksichtigung dynamischer Stromtarife. Zudem wurde das reev Partnerportal – die Lösung zur einfachen Inbetriebnahme – erweitert und bietet Installateuren nun die Möglichkeit, nach der Inbetriebnahme Service und Support anzubieten.

DER NÄCHSTE SCHRITT

Als diesjähriges Highlight wurde pünktlich zur Intersolar das cloudbasierte Energiemanagementsystem (EMS) reev Balancer gelauncht. Das wahlweise statische oder dynamische EMS verteilt die verfügbare Leistung bedarfsgenau auf die einzelnen Ladepunkte und stellt eine ebenso

innovative wie kosteneffiziente Lösung für intelligentes Lastmanagement dar. Darüber hinaus ermöglicht der reev Balancer die Priorisierung einzelner Ladepunkte, sodass an ausgewählten Ladepunkten die volle Leistung abgerufen werden kann. Zur Übersicht über die Auslastung der Ladeinfrastruktur und die Lastverteilung bietet der reev Balancer umfangreiches Echtzeit-Monitoring, das vollständig in das reev Dashboard integriert ist. Die Software kann neben statischem auch dynamisches Lastmanagement abbilden und so die Effizienz des Gesamtsystems weiter erhöhen: Durch die konstante Messung der Gebäudelast wird sichergestellt, dass die am Netzanschlusspunkt verfügbare Leistung effizient genutzt wird und möglichst viel davon für die Ladeinfrastruktur zur Verfügung steht. Die dafür notwendige Hardware, das reev Balancer Gateway, wurde inhouse entwickelt und überträgt die Messwerte in die Cloud. Beim Vertrieb des Balancer Gateways kooperiert reev mit dem Großhändler Sonepar. Die Abrechnung erfolgt – wie auch bei den anderen Softwarelösungen des Unternehmens – über ein monatliches Lizenzsystem.



Bei einem Pressegespräch auf der Intersolar stellte Moritz Bohland den anwesenden Journalisten den neuen reev Balancer vor.

AUFBRUCHSTIMMUNG

Der reev Balancer ist bereits zum Start mit einer Vielzahl gängiger Hardwarehersteller wie ABL, Mennekes und KEBA kompatibel und die Liste wächst schnell weiter. Dies sei eine große Stärke der Lösung, betonte Moritz Bohland, Head of Business Operations, und ergänzte: „Bisher sind ausschließlich AC-Ladestationen umfasst, in wenigen Wochen werden auch DC-Ladestationen integrierbar sein. Wir gehen davon aus, dass die Integration beider Systeme ein sehr großer Usecase wird.“

Dank der Cloud-Basis ist der reev Balancer nicht nur stets aktuell und flexibel skalierbar, sondern ermöglicht es auch, Ladestationen direkt zu steuern. „Das ist der Einstieg in Smart Charging, z.B. was die Ladeoptimierung hinsichtlich ESG-Reports oder dynamischer Strompreise betrifft.“ Was die Marktentwicklung in Deutschland und Österreich

angeht, ortete Bohland „aktuell eine Delle, die sich aber erholen wird.“ Bedenklich sei jedoch, dass alte Einwände gegen die E-Mobilität, die eigentlich schon vom Tisch waren, nun wieder hervorgekramt würden.



Links: reev-CEO Eduard Schlutius stellte in München die weitreichenden Einsatzszenarien der reev Softwarelösungen vor.

Rechts: Das Highlight des Messeauftritts war der neue reev Balancer, der nahtlos in das reev Dashboard integriert wurde.



DER COMPLEO ETOWER 200 ZUM ANGREIFEN

Gut unterwegs

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

Compleo bot auf der Intersolar zahlreiche Einblicke in aktuelle Ladetechnologietrends, allen voran AFIR-konforme Lösungen wie die All-in-One-Ladestationen DUO und SOLO. Das Messehighlight bildete der High Power Charger (HPC) eTower 200, der in der finalen Version präsentiert und mittlerweile auch bereits ausgeliefert wurde.

ßen von 45 cm Tiefe und 203 cm Höhe sowie Front-Access auch an schwer zugänglichen Orten bzw. direkt an Wänden platziert werden – wobei die Montage mit Kran oder Stapler möglich ist. Zu den USPs zählen weiters die sieben Leistungsmodule, die in 29-kW-Schritten modular und

dynamisch zugewiesen werden können und auch bei Ausfall eines Moduls für vollständige Redundanz sorgen. Dazu kommen die intuitive Benutzerführung inklusive eichrechtskonformem Payment-Terminal sowie der barrierefreie Zugang.

Mittlerweile wurde in Österreich der erste eTower 200 in Betrieb genommen – Anfang Juli bei der Emoxxo GmbH in Riegersburg. Realisiert wurde die Variante mit langem Kabel (6m) und Kabelmanagement System. Dort ergänzt der HP-Charger die beiden bereits am Standort befindlichen DUO outdoor SAMAC-Ladesäulen. Gemeinsam mit

der ehemaligen Compleo Software Schwester, nun Vaylens, wurden mit der Backend Lösung inkl. eMarketplace umfassende Möglichkeiten zur Kommerzialisierung geschaffen (drunter Roaming, Ad-hoc Payment – auch per integriertem Paymentterminal – sowie barrierefreies Laden).

AUS 5 MACH 6

Daneben stellte Compleo auch die verbesserte Variante der Ladestation DUO vor, die nun – wie auch bisher schon die Wallbox SOLO – mit einem automatisch rückstellbarem FI ausgestattet ist, was die Zahl der Serviceeinsätze für Techniker deutlich reduziert. Außerdem ist die SOLO premiumline (mit AFIR-konformer Abrechnung) zurück im Portfolio, sodass aus den sogenannten Big 5 (die Anzahl der Produktfamilien) jetzt die Big 6 geworden sind. Dabei ermöglichen alle Geräte statisches Lastmanagement (ohne zusätzliche Hardware, einfach per LAN oder WLAN). ■



Compleo Österreich-GF Marcus Fehringler mit dem eTower 200 im auffälligen Design der Deutschen Telekom.

Es lag nicht nur, aber auch an der gewählten Ausführung (im Design der Deutschen Telekom), dass der eTower 200 von Compleo die Blicke der Intersolar-Besucher auf sich zog. „Wir präsentieren hier die finale Version“, erläuterte Compleo Österreich-GF Marcus Fehringler, der an dieser Stelle nochmals die zahlreichen Vorzüge der eigenentwickelten Schnellladelösung ins Spiel brachte: Der eTower 200 ist der leistungsfähigste seiner Klasse und kann mit seinen kompakten Ma-

METZ BRINGT PV FÜR JEDERMANN

Balkonien im Visier

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: Metz
INFO: www.metz-pv.de

Als praktische und kostengünstige Option zum Einstieg in die PV-Stromerzeugung erfreuen sich Balkonkraftwerke nach wie vor großer Beliebtheit. Mit den steckerfertigen Solaranlagen Mgreen PMG0850A01 und coocaa PCC0810A01 hat Metz nun zwei entsprechende Lösungen vorgestellt. Bestehend aus zwei bifazialen Glas-Glas-Modulen (insgesamt 850 Wp) und einem 800

Watt Mikrowechselrichter nebst aller notwendigen Kabel und einem Montagesystem, bietet Metz mit dem Mgreen Balkonkraftwerk eine hochwertige und vollständig durch die DGS (Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie) zertifizierte Komplettlösung zum attraktiven Preis (UVP 699 Euro). Bei der Vermarktung setzt Metz auf seine enge Partnerschaft zum Fachhandel und vertreibt die Komplettlösung exklusiv über den qualifizierten Fachhandel. „Im derzeit dynamischen Wachstum steckerfertiger Balkonkraftwerke sehen wir ein enormes Potenzial für unsere Fachhandelspartner. Mit unserem Mgreen Premium-Balkonkraftwerk stehen wir unseren Partnern auch im Solarbereich mit bekannten Tugenden zur Seite“, betonte



Metz-GF Norbert Kotzbauer. Mit dem coocaa-Balkonkraftwerk bringt Metz auch ein Modell mit Glas-Folien-Modulen, das ebenfalls max. 800 Watt Leistung bringt und um 399 Euro (UVP) angeboten wird. ■

JUICE ZEIGT BIDIREKTIONALE LADELÖSUNG

Für alle Szenarien

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.juice.world

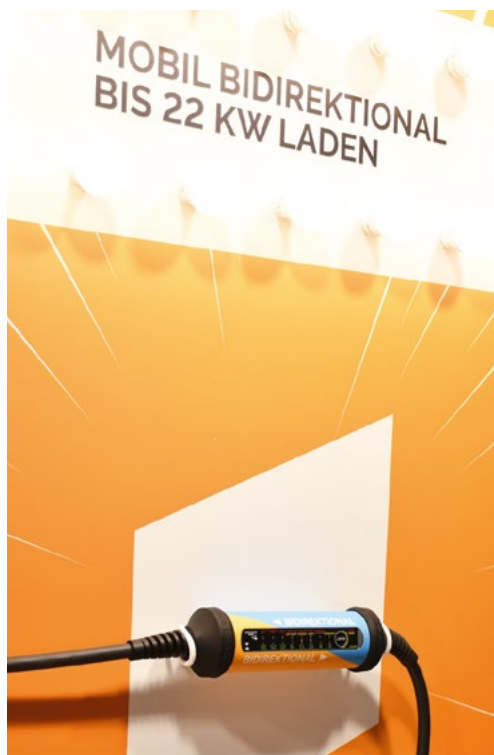
Eine Leitmesse wie die Intersolar bzw. in diesem Fall genauer die Power2Drive Europe 2024 bietet sich natürlich auch für die Vorstellung von Weltneuheiten an. Dementsprechend präsentierte das auf Ladelösungen spezialisierte Unternehmen Juice Europe seine erste bidirektionale AC-Ladestation in München vor großem Publikum. Das System soll sich durch besonders große Flexibilität auszeichnen.

Bidirektionale DC-Ladestationen sind heutzutage teuer. Die bisher auf dem Markt verfügbaren AC-Lösungen sind oft umständlich und erfordern in der Regel Zusatzgeräte wie Dongles oder Adapter. Insbesondere das Angebot für Vehicle-to-Grid-Lösungen (V2G) ist derzeit eher begrenzt.

Auf der Basis seines Juice Boosters hat das Unternehmen nun eine erschwingliche Lösung entwickelt, die alle Szenarien abdecken soll, wie auch CCO Daniela Märkl von Juice Europe erklärte: „Bidirektionales Laden wird in Zukunft der Standard sein. Wie bisher möchten wir den Nutzern auch weiterhin eine Lösung bieten, die alle Ladesituationen abdeckt. Der bidirektionale Juice Booster ermöglicht dann nicht nur das Laden des Fahrzeugs, sondern auch den Fahrzeugakku als Energiequelle zu nutzen. Dann kann man mit dem Fahrzeug zum Beispiel beim Campen eine Kaffeemaschine betreiben (V2L), ein anderes Fahrzeug laden (V2V), das eigene Heim mit Strom versorgen (V2H) oder die Energie zurück ins Netz speisen (V2G).“

FEHLENDE NORMEN

Nebst Stecker-Adaptoren können bei der vorgestellten bidirektionalen Variante ebenfalls Steckdosen-Adapter angeschlossen werden. Der Prototyp erreicht laut Angaben von Juice eine Ladeleistung von bis zu 22kW. Für die weitere Entwicklung sucht Juice Europe allerdings noch Partner unter den Herstellern, den EVUs und in der Fahrzeugindustrie, um das Thema bidirektionales Laden weiter voranzutreiben. Denn derzeit fehlen noch die notwendigen Normen. Erste Entwicklungspartnerschaften mit OEMs und EVUs wurden laut Juice allerdings bereits etabliert. Diese sollen sicherstellen, dass die bidirektionale AC-Lösung von allen Fahrzeugmodellen



Der Prototyp für die bidirektionale Ladelösung erinnert von der Form her an den bereits verfügbaren Juice Booster 3 air – ist aber ungefähr zwei mal so groß und deutlich leistungsfähiger.

unabhängig von der Marke erkannt und interpretiert werden könne. Wegen der ausstehenden Normierung steht die Markteinführung des Systems aber noch nicht fest.

FLOTTENLÖSUNG

Daneben hat Juice nochmals seine Juice EV Fleet Solution für seinen Juice Booster 3 air vorgestellt. Die bereits im Handel verfügbare Juice Booster 3 air wird damit um eine zuverlässige Zähler- und Abrechnungslösung erweitert. Das erleichtert die Abrechnung, wenn Mitarbeiter ihre elektrischen Dienstfahrzeuge an der Heimsteckdose laden. ■

AIT IN MÜNCHEN

Networking

Einer der Aussteller aus Österreich auf der ThesmarterEEurope2024 war das Austrian Institute of Technology, besser bekannt als AIT. Das heimische Forschungsunternehmen nutzte die Messe in München, um seine Rolle als Dienstleister und Auftragsentwickler herauszustreichen. Gleichzeitig stellte das Event für das AIT eine wichtige Kommunikationsplattform da, um sich in der Branche weiter zu vernetzen.



„Entwicklungs- und Prüfaufträge rund um das Thema Photovoltaik und Batteriespeicher sind für uns ein wichtiger Bereich. Wir bieten überall unser Know-how an, wo Ideen für besondere Projekte gefragt, bzw. Standard-Lösungen nicht zielführend sind“, erklärte dazu Christoph Mayr (Bild), Business Manager, Photovoltaic Systems & Battery Energy Storage, Center for Energy des AIT. „Die Messe hier in München ist in dieser Hinsicht für uns eine wichtige Networking-Plattform. Das AIT ist im Bereich der Energieforschung, Prüfdienstleistungen und Technologieentwicklung international führend und auch bekannt. Hier auf der Intersolar hat man die Möglichkeit, die Menschen in der Branche auch persönlich zu treffen.“

Dementsprechend zeigte das AIT auf der Messe einen Überblick über seine Schwerpunkte. So präsentierte das Forschungsunternehmen aus dem Bereich Technologieentwicklung einen im Haus entwickelten Smart Grid Wechselrichter. Im Bereich der Prüfdienstleistungen betonte das AIT auf der Messe u.a. seine Expertise beim Überprüfen und Validieren von PV-Modulen sowie der Überprüfung der Leistungsfähigkeit von Energiespeichern in Großanlagen. ■

go-e Charger PRO

MID | Calibration Law | V2X



NEUE LADELÖSUNG AUF DER INTERSOLAR

go-e goes PRO

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: W. Schalko | INFO: www.go-e.com

Einer aktuellen Studie von UScale zufolge ist nicht nur die E-Mobilität in der Mitte der Gesellschaft angekommen, sondern auch go-e, Marktführer im Bereich Home Charging in Deutschland und Österreich. Gute Nachrichten also für das Kärntner Unternehmen, das auf der Intersolar seine erste Business-Lösung präsentierte.

ML Ronald Kroke präsentierte das Messehighlight go-e Charger PRO, mit dem der Hersteller nun auch im Business-Bereich reüssieren will.

Abrechnung der Transaktionskosten und im nächsten Step auch mess- und eichrechtskonformes Laden nach deutschem MessEG möglich ist. Die neue Ladestation ist gemäß ISO 15118 V2X ready, d.h. hardwareseitig für bidirektionales Laden vorbereitet, sowie Plug&Charge ready und verfügt über LAN, WLAN und Mobilfunkanbindung. Die Steuerung ist per App oder Backendsystem möglich. Der OCPP-Standard und offene API-Schnittstellen ermöglichen eine Integration in nahezu jede Drittanbietersoftware. „Im privaten Bereich konnten wir uns zur Nummer 1 entwickeln. Genauso werden nun auch professionelle Anwender die Vorteile des neuen Modells mit rechtskonformer Stromabrechnung kennenlernen“, erklärte go-e GF Susanne Palli. Und ML Ronald Kroke ergänzte: „Wir haben eine enorm gute Resonanz auf unseren Charger PRO erhalten, der ab September in der MID-konformen Variante (UVP unter 1.100 Euro) und zu Jahresende in der eichrechtskonformen Ausführung (UVP unter 1.200 Euro) verfügbar sein wird.“ ■

In Deutschland, dem größten Automarkt Europas, wird mittlerweile jedes siebte E-Auto zu Hause mit einer go-e Wallbox aufgeladen. Bezogen auf die Neuzulassungszahlen liegt der Marktanteil in Österreich sogar noch höher. Dementsprechend selbstbewusst konnte der Ladelösungsspezialist heuer in München auftreten – und hatte eine ganze Reihe interessanter Neuheiten im Gepäck. Zunächst einige neue Varianten des go-e Controllers: den Controller MAX für bis 5000 Ampere; den Controller RELAY, mit dem auch Verbraucher wie z.B. Wärmepumpen ansprechbar sind und eine Priorisierung möglich ist; den Controller ULTRALIGHT, der anders als die anderen Ausführungen nicht im Schaltschrank montiert wird, sondern via USB und WLAN eingebunden wird, und über ein stylisches Display zur Visualisierung des

Energiemanagements verfügt. Weiters wurde für Installateure ein neues Backend-System zum Einrichten der Wallboxen gezeigt, das durch die gleichzeitige Installation mehrerer Wallboxen viel Zeit spart und überdies Remote Control ermöglicht.

NEUES TERRAIN

Das Highlight des Messeauftritts bildete jedoch der neue go-e Charger PRO, der für den gewerblichen Einsatz ausgelegt ist. Die Wallbox bietet alle bewährten Features wie z. B. Autorisierung des Ladevorgangs mittels RFID, Lastmanagement, PV-Überschussladen oder das Laden mit dynamischen Stromtarifen. Zusätzlich ist ein MID-konformer Energiezähler an Bord, mit dem die korrekte

LONGI LAUNCHT NEUE MODULE

Starkes Trio

Im Rahmen der Intersolar hat LONGi einmal mehr einen neuen Weltrekord für die Effizienz einer Silizium-Perowskit-Tandemzelle von 30,1% auf einem kommerziellen M6-Wafer



verkündet – nur wenige Tage nach einem neuen Bestwert von 34,6% auf einem 1 cm² großen PVSK-Prototypen. Beeindrucken konnte der Hersteller aber auch mit der praktischen Anwendung dieser Entwicklungen in Form neuer Hochleistungs-PV-Module.

Als Blickfang erwies sich das neue Rückkontakt-Modul Hi-MO X6 Artist Ultra Black (Foto li.), das durch einen tiefen Schwarztönen besticht, der durch eine spezielle Glasoberflächenstruktur und einen Zellselektionsprozess mittels automatischer optischer Inspektion (AOI) während des Herstellungsprozesses erreicht wird. Das Modul erzeugt bis zu 435 Watt bei einem Wirkungsgrad von 22,3%. Eine weitere Neuheit bildete das Modul „Guardian Anti-Dust“ aus der Hi-MO X6 Max Rückkontaktserie: Dieses hat einen



abgesenkten Rahmen an einer kurzen Seite des Moduls, sodass Schmutz oder Schnee leichter abrutschen können. Die dritte Neuheit stellte die Hi-MO X6 Max Serie mit der eigens entwickelten Rückkontakttechnologie HPBC dar. ■

KATHREIN BAUT LADELÖSUNGS-PORTFOLIO AUS

Weiter im Vormarsch

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

Nach dem Launch der eMobility-Sparte im Vorjahr beschritt Kathrein den eingeschlagenen Weg konsequent weiter und präsentierte auf der Intersolar die Früchte dieser Arbeit – mit optisch und technisch ausgereiften Ladesäulen, die auch den Anforderungen im öffentlichen und halböffentlichen Bereich gerecht werden.

Nach dem erfolgreichen Einstieg in das Feld der E-Mobilität mit Wallboxen für private und gewerbliche Anwendungen im Vorjahr war die Einführung einer eichrechtskonformen Ladelösung der logische nächste Schritt. Dementsprechend wurden nun beim Messeauftritt in München verschiedene Ladesäulen-Modelle vorgestellt, die alle aktuellen Normen und Anforderungen für das Laden im halböffentlichen und öffentlichen Raum erfüllen. „Die Produkte zeichnen sich durch ihr anspruchsvolles Design und ihre einfache Bedienung aus“, merkte Kathrein Österreich-GF Matthias Zwifl an. Auf den Markt sollen die neuen Lösungen im Q4 kommen.

VARIANTENREICH

Das vorgestellte Ladesäulen-Portfolio besticht durch ein innovatives modulares Baukastensystem auf Basis der bewährten Kathrein „Made in Germany“ Ladetechnologie. So verfügt die Ladesäule KCS über zwei Ladepunkte mit je 22kW Ladeleistung an den Ladedosen, wobei für jeden Ladepunkt ein Display für die AFIR-konforme Darstellung integriert ist. Die eichrechtskonformen Ladepunkte sind durch jeweils abgeschlossene Teilsysteme realisiert, was auch einen einfachen und schnellen Tausch der Systeme ohne Spezialkenntnisse ermöglicht. Mit der ebenfalls neuen



Kathrein Österreich-GF Matthias Zwifl (li.) und Produktmanager Helmut Mühlbauer mit der neuen Pay & Charge Säule KPC.

Paymentssäule KPS können komplette Ladeparks gesteuert und der Bezahlvorgang abgewickelt werden. Für kontaktloses Zahlen stehen ein Display und ein Tastenfeld bereit. Beides vereint bietet die hoch integrierte Pay and Charge-Säule KPC – sogar mit bis zu vier Ladepunkten und in dieser Konfiguration auch eine Einstiegslösung für einen Ladepark. ■

SOLARWATT SETZT STANDARD

In einer neuen Liga

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTO: Solarwatt
INFO: www.solarwatt.de

Solarwatt erreicht bei seiner jüngsten Generation an Solarmodulen mit der hocheffizienten TOPCon-Zelltechnologie eine herausragende Leistung von bis zu 450 Wp – und damit eine neue Klasse am Markt.



Für Gregor Kuschmann, Director PM Panels bei Solarwatt, markieren die Module ein neues Level der Innovationskraft des Unternehmens: „Es ist Teil unserer Unternehmenskultur, uns nicht mit dem zufrieden zu geben, was wir bereits haben – wir streben immer nach den besten Produkten und Lösungen für unsere Kundinnen und Kunden. Deshalb macht es mich auch so stolz, dass es uns gelungen ist, mit dieser Leistungsklasse unserer TOPCon-Solarmodule einen neuen Maßstab in Sachen Effizienz und Haltbarkeit zu setzen.“

Die Solarwatt-Glas-Glas-Module sind als bifaziale Halbzellenmodule der Variante Solarwatt Panel vision M 5.0 in den Ausfertigungen style, black und pure (je bis zu 450 Wp) erhältlich. Sie verfügen über einen 35mm-Aluminiumrahmen und punkten mit außergewöhnlicher Robustheit gegenüber Witterungseinflüssen und mechanischen Belastungen. Auch die TOPCon-Module in der Glas-Folie-Ausführung sind als Solarwatt

Gregor Kuschmann zeigt sich stolz, dass Solarwatt mit seiner jüngsten Module-Generation neue Maßstäbe setzen konnte.

Panel classic 3.0 Modell in pure und black (je bis zu 450 Wp) mit einem 35mm-Aluminiumrahmen versehen. Für die Glas-Glas-Module gewährt Solarwatt eine Produkt- und Leistungsgarantie von 30 Jahren, bei den Glas-Folie-Modulen beläuft sich die Produktgarantie auf 20 Jahre und die Leistungsgarantie auf 25 Jahre.

Neben der Leistungsstärke zeichnen sich die neuen PV-Module auch durch ihre niedrigen CO₂-Werte aus. Dank modernster Technologien und Produktionsverfahren in nach vom TÜV Süd bestätigten Zero-Carbon-Fabriken beträgt der CO₂-Fußabdruck je TOPCon-Solarmodul weniger als 220 kg CO₂äq – und damit nur rund ein Drittel im Vergleich zu den sonst am Markt erhältlichen Standard-Modulen. ■





Unternehmenssprecher Detlef Kloke mit einem Zero-Arc Stecker. Der Gleichstrom-Verbinder kann auch unter Last – und ohne Lichtbogen – gezogen werden.

D .h. nicht, dass Phoenix Contact überhaupt keine Produkte auf der Messe in München zeigte. So hatte das Blomberger Familienunternehmen seine Zero-Arc Steckverbindungen als eines der Highlights mit dabei. Der Gleichstrom-Steckverbinder mit ArcZero-Technologie schützt die Bedienenden vor Lichtbögen. Dies macht die Handhabung bei Installation und Wartung leicht: So kann im Wartungsfall ein Gerätetausch einfach unter Last erfolgen. Dazu verfügt der Stecker über einen Zusatzkontakt und eine elektronische Unterdrückung, welche den Stromkreis beim Abstecken

automatisch unterbricht. Andere vorgestellte Lösungen betrafen vor allem den industriellen Bereich wie der Raptor-Switch für den Betrieb kritischer Infrastruktur.

Aber das Blomberger Familienunternehmen propagierte in München auf der smarter E Europe vor allem einen ganzheitlichen Ansatz, wie auch Unternehmenssprecher Detlef Kloke betonte: „Überall wo Strom fließt, sind wir dabei. Was wir hier allerdings zeigen, ist unsere Wandlung vom reinen Produkthersteller zum Lösungsanbieter. Denn die Energiewende ist auch eine Energieeffizienzwende, welche über die unterschiedlichen Silos hinausgreift.“ Dazu hat Phoenix Contact die Vision der All Electric Society entwickelt, welche am Unternehmenssitz im Blomberg zumindest im Kleinen schon umgesetzt wurde. Der All Electric Society Park (Bild unten) wurde vergangenen Herbst eröffnet, um zu zeigen, dass der Umstieg mit bereits heute verfügbaren Technologien möglich ist. ■

PHOENIX CONTACT

All Electric Society

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach

INFO: www.phoenixcontact.com

Phoenix Contact präsentierte sich auf der Smarter E nicht nur als Spezialist für Steckverbindungen, sondern auch als Lösungsanbieter mit einer klaren Vision für die Energiewende.



ANKER SOLIX PRÄSENTIERT SPEICHERLÖSUNG FÜR BIS ZU 180 KWH

Nicht nur für den Technikraum

TEXT: Dominik Schebach

FOTO: Dominik Schebach

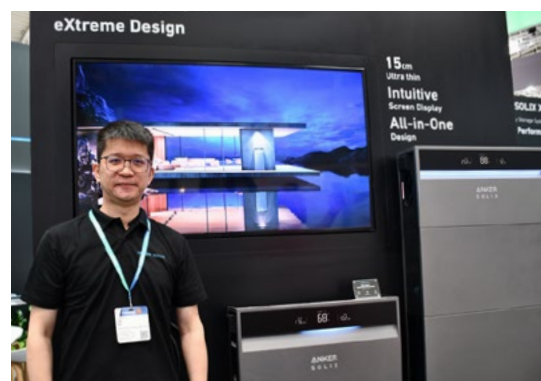
INFO: www.anker.com/eu-de/anker-solix

Anker SOLIX ist die Solarspeicher-Division des chinesischen Unternehmens Anker Innovation. Auf der Intersolar in München präsentierte der Betrieb eine Speicherlösung für den Heim- und KMU-Bereich, die sich durch ein hohes Maß an Ästhetik und Design, Leistungsfähigkeit, Sicherheit und Robustheit sowie Flexibilität und Bedienkomfort auszeichnet.

W ir haben den X1 als ein Consumer-Produkt konzipiert, das offen verbaut wird. Dazu ist der X1 ca. 40 % schlanker als anderer Speicherlösungen und verfügt über ein Design-Gehäuse“, erklärte Symons Xie, HES Central Product Commercialisation Team Head, Anker SOLIX. Ein Stack besteht aus einem Steuermodul mit Wechselrichter und bis zu sechs Speichermodulen. Der Output reicht dabei von 3kW/5kWh mit einem Speichermodul bis zu 12 kW/30kWh mit sechs Modulen. Es lassen sich laut Xie bis zu sechs Stacks zu einem Energiespeicher mit 180kWh kombinieren, womit sich das System nicht nur für Heimanwender, sondern auch für KMU anbietet. Die Lösung ist mit allen gängigen PV-Panels kompatibel.

Über die Anker App können die Benutzer alle wichtigen Informationen, wie den aktuellen Speicherstand und die Netzeinspeisung, überwachen und anpassen. Die individuell für Systemintegratoren verfügbare Anker SOLIX Professional App bietet ein eigenes O&M-Portal, das sich an das Service-Netzwerk des jeweiligen Installationsunternehmens anschließen

lässt. Dank der modularen Bauweise lässt sich ein Stack von zwei geübten Fachkräften innerhalb von 20 Minuten installieren. X1 ist aber nicht nur leicht zu installieren, die Lösung ist auch robust: So ist der X1 beständig gegen Salzkorrosion, nach IP65 zertifiziert und widersteht Temperaturen von -25°C bis +55°C. Die Lösung soll im Juli in Deutschland auf den Markt kommen. Vertriebspartner für Österreich werden laut Xie noch gesucht. ■



Symons Xie, HES Central Product Commercialisation Team Head, Anker SOLIX, mit dem X1. Das Speichersystem wurde mit Blick auf den Endkundenmarkt entwickelt und ist modular ausbaubar.

SCHLETTER GROUP SETZT AUF AGRI-PV

Zweites Standbein

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach

INFO: www.schletter-group.com

Seinen Auftritt auf der Intersolar hat die Schletter Group unter das Thema Sustainability gestellt. Dazu hat der Spezialist für Solarmontagesysteme in München auch zwei neue digitale Tools präsentiert, um den PV-Ausbau weiter zu beschleunigen.

Ein Kalkulator für Dachflächenanlagen und ein digitales Tool für den Wachstumsmarkt Agri-PV bildeten die Highlights der Schletter Group auf der Intersolar. „Derzeit stagniert der Markt. Aber wir sehen trotzdem ein langfristiges Wachstumspotenzial, getrieben durch die sinkenden Kosten der PV-Stromerzeugung – gerade im Bereich der Agri-PV. So bauen wir gerade in Österreich eine der größten Agri-PV-Anlagen Europas“, erklärte Schletter-CEO Florian Roos. „Hier sehen wir wachsende Nachfrage, weil die Landwirte für ihre Betriebe ein zusätzliches Standbein suchen – und da bietet sich Agri-PV an.“ Der Agri-PV-Checker hilft bei der Erstellung von Machbarkeitsanalysen bei Agri-PV-Projekten. Anwender können damit jede beliebige

Fläche auf einer digitalen Karte markieren. Das Tool erstellt eine individuelle Analyse, die alle relevanten Faktoren miteinbezieht, etwa die geografische Lage, Sonneneinstrahlung oder lokale Regulierungen. Ergänzt wird die Machbarkeitsanalyse durch eine detaillierte Kosten-Kalkulation, die laufende Kosten, Einnahmen aus Stromverkauf und Finanzierung berücksichtigt.

FEEDBACK

Die Beta-Versionen wurden auf dem Messestand gezeigt und Schletter nutzte auch den Auftritt, um unmittelbares Kundenfeedback

Schletter-CEO Florian Roos sieht gerade im Bereich der Agri-PV-Anlagen ein wichtiges Wachstumssegment für die PV-Branche. Für die Machbarkeitsanalyse hat Schletter in München den „Agri-PV-Checker“ präsentiert.

einzuholen. „Die neue Version unseres Planungstools ist wesentlich einfacher, intuitiver und setzt neue Maßstäbe bei der Bedienungs-freundlichkeit“, so Roos. „Unser Messeauftritt ist für uns der perfekte Anlass, um vor dem Go-Live nochmal die Stimmen und Anregungen unserer Kundinnen und Kunden zu berücksichtigen und einzuarbeiten.“ ■

SOLINTEG

Nach oben abrunden

TEXT: Dominik Schebach

FOTO: D. Schebach

INFO: de.solinteg.com

Der chinesische Hersteller Solinteg ist zwar schon auf dem europäischen Markt aktiv, nun will das Unternehmen in der DACH-Region seine Präsenz weiter ausbauen. Wie auf der Intersolar zu erfahren war, hat sich der Hersteller für den Marktaufbau Frank Mutter an Bord geholt. Gleichzeitig rundet Solinteg sein Sortiment an Integ M-Hybridwechselrichtern nach oben hin ab.

Für den neuen Director of Business Development DACH Region und Benelux, Frank Mutter, stellt das Modell

MHT-25/30/36/40/50K-100 den logischen Abschluss der eigenen Integ M-Produktpalette nach oben hin dar: „Damit können wir unseren Kunden ein breites Sortiment von einphasigen Wechselrichtern im Bereich von 3 bis 8kW bis zu unserem dreiphasigen Spitzenmodell mit 25 bis 50 kW für Anwendungen im Gewerbe oder der Industrie anbieten.“

WICHTIGE USPS

Als zusätzliche USPs führt Mutter die schnelle Installation der Integ M-Hybridwechselrichter, die Kompatibilität mit einer Vielzahl von Speichersystemen sowie die leichte Erweiterbarkeit der Systeme an. Zudem stehe für die leichte Steuerung und Verwaltung der Systeme ein eigenes Cloud-System zur Verfügung. Gemeinsam mit Kannich Solar betreibt Solinteg ein Testlabor in Tschechien, wo das Unternehmen auch Schulungen anbieten will.

Neben den eigenen Hybridwechselrichtern führt Solinteg auch Speicherlösungen und



Frank Mutter soll für Solinteg als Director of Business Development DACH Region und Benelux den Markt hierzulande aufbauen.

Ladestationen in seinem Sortiment. Daneben bietet das Unternehmen auch Energielösungen für Privatanwender und Gewerbetunden. In Österreich verfolgt Solinteg laut Mutter auf Basis seiner breiten Produktpalette eine langfristige Strategie. Für den Vertrieb in Österreich verhandelt der Hersteller laut Mutter derzeit mit österreichischen Distributoren. ■



FENECON

Innovation für Groß und Klein

TEXT: W. Schalko | FOTO: Fenecon
INFO: www.fenecon.de

Eine positive Bilanz der Messteilnahme an der The Smarter E Europe konnte FENECON ziehen. Der Spezialist für Stromspeicher und smarte Energiemanagementsysteme präsentierte sich in München mit einem völlig neu gestalteten Messestand und stellte die thematischen Schwerpunkte täglich bei einer Reihe von Kurzvorträgen vor.

Gezeigt wurde das gesamte Spektrum an innovativen Stromspeichern, inklusive der Made-in-Germany Speicher FENECON Industrial für Solarparks und Industrie. Wie GF Franz-Josef Feilmeier betonte, sei es „wichtig, am Markt möglichst breit aufgestellt zu sein. Gerade deshalb liegen wir angesichts des einschlägigen Bedarfs mit unseren großen und kleinen Industriespeichern für diverse Anforderungen voll im Trend.“ FENECON stellte zudem seine neuen Stromspeicher für Privathaushalte und kommerzielle Anwender vor. Mit drei Hybridwechselrichtern (6, 10 und 15 kW) und größerer Batterie (2,8 kWh) bietet die neue Version des beliebten Heimspeichers FENECON Home 10 ab Ende 2024 eine noch breitere Anwendungsvielfalt für Ein- und Mehrfamilienhäuser. Eine weitere Innovation stellt das Gewerbespeichersystem FENECON Commercial dar, die – basierend auf der Batterie-technologie der Home-Serie – als stapelbare Batterietürme á 42 kWh konzipiert und damit je nach Bedarf skalierbar sind. Der Auslieferungsstart ist für Ende Q3 geplant. ■

SERVICE-OFFENSIVE VON SONEPAR

Eines für alles

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Kolarik fotografie, Sonepar | INFO: www.sonepar.at/services

Unter dem Motto „So vielfältig wie Ihr Arbeitsalltag“ bietet Elektrogroßhändler Sonepar seinen Kunden seit Kurzem umfangreiche Zusatzservices an. Die Palette reicht vom Drohnenverleih über Augmented Reality bis hin zum Bildungsangebot des Sonepar Campus – kurzum: alles, was man braucht, um Zeit und Kosten zu sparen.

Das erweiterte Serviceangebot von Sonepar wurde beim E-Players in Linz vorgestellt und ist in den Kategorien „Information und Messung“, „Organisation und Planung“, „Bestellung und Logistik“ sowie „Installation und Umsetzung“ neu strukturiert. „Unsere Zusatzservices werden ständig optimiert und angepasst, um unseren Kunden genau den Mehrwert zu bieten, den wir wollen: Zeit und Kosten zu sparen. Mit den Jahren sind diese Leistungen immer umfangreicher und vielfältiger geworden. Umso wichtiger ist es natürlich, schnell zu finden, was man sucht. Die neue Struktur ermöglicht genau das“, fasst der für Einkauf und Vertrieb verantwortliche Geschäftsführer Thomas Schaffer die Service-Offensive zusammen.

BREITES SPEKTRUM

In der Kategorie Information und Messung etwa findet sich ein Service, um Industriebetriebe, Fußballfelder oder die Höhe von Lichtmasten mittels modernster Drohnentechnik exakt zu vermessen. Weiters werden Spezialanwendungen wie die thermografische Kontrolle von Anlagen angeboten und sämtliche Informationen zu Normen und bauseitigen Vorgaben stellt Sonepar Elektroprofis exklusiv und übersichtlich mit dem E-Helfer zur Verfügung. Der Sonepar Campus wiederum bietet eine breite Auswahl an zertifizierten Schulungen, Weiterbildungen und Seminaren.

Bei der Organisation und Planung von Projekten und Bauvorhaben unterstützt Sonepar seine Kunden ebenfalls – z.B. im Bereich Photovoltaik oder bei der individuellen und



Beim E-Players in Linz stellte das Sonepar-Team rund die GF Uwe Klingsbigl (3.v.r.) und Thomas Schaffer (2.v.li.) das neue Serviceangebot vor.

normgerechten Konzeption von größeren Lichtanlagen, für die österreichweit ein eigenes Planungsteam zur Verfügung steht. „Welche Lichtlösung wie aussieht und funktioniert, lässt sich beispielsweise in unserer Lichtstraße in Sattledt im Vorfeld besichtigen. Durch diese Unterstützung werden Fehler vermieden und das spart wiederum Zeit und Geld“, erklärt Schaffer, der in diesem Zusammenhang auf das breite Servicespektrum im Bereich Bestellung und Logistik verweist: „Ein besonderes Highlight ist die Zustellung mit dem Kran, um große Artikel wie Kabeltrommeln oder Schienen problemlos zu entladen.“

Zudem begleitet Sonepar seine Kunden mit umfangreichen Services bei der Installation und Umsetzung. Auf dem neuesten Stand der Technik arbeitet die Augmented Reality (AR) Anwendung Sonepar Siresca, über die sich Installationspläne direkt an Ort und Stelle in die Baustelle projizieren lassen. Das vermeidet Positionierungs-, Mess- und Umrechnungsfehler und erlaubt das Anzeichnen von Bohrlöchern und Schalungsschonern sowie das Einmessen von Übergangsdübeln in Echtzeit. ■

SONNENKRAFT PAKETWEISE IN MÜNCHEN

Unübersehbar

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

Auf der PV-Leitmesse durfte auch Sonnenkraft nicht fehlen. Der selbstbewusste Auftritt der Kärntner fiel auch durch das eigens geschnürte Messepaket auf.

Das Kärntner Unternehmen präsentierte sich in München als Lösungs- und Systemanbieter für Partner in der Industrie und im Gewerbe. Und weil man als Österreicher in Deutschland ein wenig frecher auftreten muss, hat Sonnenkraft dafür auch ein Ösi-Paket zusammengestellt. An dem unübersehbarem Messeangebot musste jeder Besucher vorbei, welcher die Halle A3 betrat. Das Paket bestand aus den eigenen POWER MAXIM PV-Modulen, Hybridwechselrichter sowie Speicherbatterie und gab es ab 6.990 Euro für eine Anlage mit 6kWp. Das Solarstrom-Set mit 12kWp kam auf 10.990 Euro. Das Messeangebot galt ausschließlich im Messezeitraum der Intersolar München.

SYSTEMPARTNER

Gezeigt wurde auch das neue Sonnenkraft Power-Modul Doppelglas in „Terracotta-rot“ aus österreichischer Produktion, welches sich besonders für denkmalgeschützte Gebäude anbietet. Ebenso gezeigt wurde das neue Speichersystem Sonnenkraft Batterie, das für optimierten Eigenverbrauch, Notstrombetrieb und höchste Zuverlässigkeit ausgelegt ist. In Kombination mit dem Hybrid Pro Wechselrichter können Großprojekte mit bis zu 300kW Wechselrichterleistung und 580kWh Batteriespeicher realisiert werden. Zudem hatte Sonnenkraft viele Produkthighlights in Kooperation mit seinen langjährigen Partnerunternehmen aus den Bereichen Systemdach, Energiefassade, Indach-PV, Plug & Play und intelligentes Energiemanagement mit dabei. „Wir sind hier als Partner für die Industrie und Systempartner



Als österreichisches Unternehmen muss man auf einer deutschen Messe auch entsprechend auf sich aufmerksam machen. Plaktiv machte das Sonnenkraft mit seinem Ösi-Paket. Das Messeangebot galt nur auf der Intersolar vom 19. bis 21. Juni 2024.

für unsere Kunden. Gerade im jetzigen Marktumfeld sind starke Partnerschaften besonders wichtig. Da geht es um Lösungen, welche den Partnern das Leben erleichtern und einen Mehrwert bieten“, erklärte Sonnenkraft CEO Wolfgang Seidler auf der Messe. „Dazu bieten wir Gesamtlösungen – wie z.B. den gesamten Carport mit PV-Modulen und Holzbau aus einer Hand.“

„Wir sind hier als Partner für die Industrie und Systempartner für unsere Kunden. Gerade im jetzigen Marktumfeld sind starke Partnerschaften besonders wichtig. Da geht es um Lösungen, welche den Partnern das Leben erleichtern und einen Mehrwert bieten“, erklärte Sonnenkraft CEO Wolfgang Seidler auf der Messe. „Dazu bieten wir Gesamtlösungen – wie z.B. den gesamten Carport mit PV-Modulen und Holzbau aus einer Hand.“ Diese Partnerschaft wurde auf der Intersolar ebenfalls sehr plaktiv dargestellt. Der Stand der Kärntner war von einem massiven hölzernen Carport überdacht – erstellt vom Holzbau-Partner von Sonnenkraft, der Firma Hasslacher, die ebenfalls auf der Messe präsent war. ■

AEROCOMPACT STELLT MONTAGESYSTEM FÜR FASSADEN VOR

Neuer Bereich

Aerocompact erschließt sich ein neues Segment. Die Vorarlberger haben dazu auf der Intersolar erstmals ein PV-Montagesystem für Fassaden vorgestellt. Das neue System CompactWall TS/TL basiert auch dem bereits bekannten CompactMetal-System, welches für Dächer vorgesehen ist, und verfügt über einen integrierten Potenzialausgleich. Die PV-Module können sowohl im „Landscape“ als auch „Portrait“-Modus installiert werden. „Wir sehen für das System vor allem im gewerblichen Bereich großes Potenzial. Dementsprechend haben wir die Befestigungssysteme für Trapezblech und Beton entwickelt. Im nächsten Schritt sollen auch Befestigungssysteme für Ziegel und Holz folgen. Das alles zu einem sehr akzeptablen Preis“, wie Klaus Mathis, Head of Global Marketing (Bild) gegenüber E&W erklärte. Erhältlich sind die neuen Fassadenhalterungen für PV-Module von Aerocompact seit der Messe.



Auf der Messe wurde daneben auch die jüngste Erweiterung für das schienenbasierte Montagesystems SN 2 präsentiert, das nun auch die Montage von Modulen im Hochformat ermöglicht. Der Portrait-Modus sei dabei eine kosteneffektive Lösung, um große Module mit Langseiten-Klemmung als Ost-Westaufständerung zu installieren. Damit könne vor allem auch die Fläche auf Flachdächern besser ausgenutzt werden. ■



OEMAG

Dienstleister der Energiewende

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: ETECH Molln | INFO: www.oem-ag.at

Seit ihrer Gründung vor 18 Jahren hat die OeMAG maßgeblich dazu beigetragen, den Ausbau erneuerbarer Energien in Österreich voranzutreiben und die Energiewende zu unterstützen. Als zentrale Abwicklungsstelle sorgt sie dafür, dass die staatlichen Förderungen auch bei den Erzeugern ankommen.

Im Jahr 2006 wurde in Österreich ein neues Ökostromförderregime geschaffen. Die dafür notwendige Abwicklungsstelle wurde vom zuständigen Ministerium ausgeschrieben. Mit 25. September 2006 erhielt der OeMAG als Bestbieter die Konzession für den bundesweiten Betrieb einer Ökostromabwicklungsstelle. Die OeMAG ist ein unabhängiges Gemeinschaftsunternehmen, und wurde als Aktiengesellschaft gegründet. Wie auf der Website des Unternehmens ersichtlich ist, sind an der Gesellschaft u.a. die APG, die TINETZ-Tiroler Netze GmbH und die Vorarlberger Energienetze GmbH beteiligt.

„Wir verstehen uns als starker Partner der Energiewirtschaft. Von Anfang an haben wir den Ausbau erneuerbarer Energien in Österreich begleitet und die Energiewende unterstützt“, erklärt deswegen Vorstandsmitglied Horst Brandlmaier zum Selbstverständnis der OeMAG. „Durch eine intelligente Nutzung erneuerbarer Energiequellen und die effiziente Nutzung des daraus gewonnenen Stroms lassen sich zwei Ziele gleichzeitig verfolgen: Wir werden weniger abhängig von fossilen Brennstoffen und treiben die Dekarbonisierung unseres Energiesystems voran. Darüber hinaus sehen wir in erneuerbaren Energien eine Chance, die regionale Wirtschaft im Bereich grüner Technologien zu stärken und so zusätzliche Wertschöpfung zu generieren.“ Seit ihrer Gründung spielt die Gesellschaft damit eine zentrale Rolle in der Abwicklung von Förderungen für erneuerbare Energien und hat damit dazu beigetragen, den Ausbau alternativer Energiequellen in Österreich Schritt für Schritt voranzutreiben. Neben der PV unterstützt die OeMAG auch den Ausbau der Wasserkraft, Windkraft sowie erneuerbare Gase und Biomasse.

ZWEIGETEILT

Bei den Aufgaben der OeMAG lassen sich damit zwei Bereiche unterscheiden. Als Ökostrom-Abwicklungsstelle verantwortet das Unternehmen die Ökostrom-Tarifförderung gemäß dem Ökostromgesetz. Daneben ist die OeMAG als EAG-Abwicklungsstelle tätig. Auch dafür hat sich die Gesellschaft nach der Verabschiedung des Erneuerbaren Ausbau Gesetzes bei der europaweiten Ausschreibung 2021/22 durchgesetzt. Seither ist das Unternehmen für die Abwicklung von Investitionszuschüssen und Marktprämien zuständig. Angesichts der Anforderungen der Energiewende hat die Bundesregierung dazu allein für heuer Fördermittel in Höhe von 150 Millionen Euro zur Verfügung gestellt. Davon entfallen allein 135 Millionen Euro auf Investitionszuschüsse für PV-Anlagen.

„Als zentrale Abwicklungsstelle stellen wir sicher, dass die staatlichen Förderungen bei den Erzeugern erneuerbarer Energien ankommen. Durch unsere transparente Verwaltung profitieren die Erzeuger von einer zuverlässigen Auszahlung der Fördermittel. Dies bietet ihnen finanzielle Planungssicherheit und ermöglicht langfristige Investitionen in nachhaltige Energieprojekte“, erklärt Vorstandsmitglied Gerhard Röthlin. „So können sich die Erzeuger auf ihr Kerngeschäft - die Produktion sauberer Energie - konzentrieren. Unser Engagement trägt dazu bei, das Wachstum und die Innovation im Sektor der erneuerbaren Energien zu beschleunigen und stärkt ihre Position in einem sich wandelnden Energiemarkt.“

SICHERER HAFEN

Daneben gilt die OeMAG als sicherer Hafen, wenn es um die Vermarktung der Überschussenergie aus Ökostromanlagen geht. D.h., das Unternehmen lehnt niemanden ab, der seinen Strom zu Marktpreisen verkaufen will. Seit 1. Jänner 2024 wird der zu vergütende Marktpreis auf Basis einer Gesetzesnovelle monatlich und im Nachhinein berechnet. Der neue Preis richtet sich nach dem bisher bekannten Marktpreis nach § 41 Abs 1 ÖSG. Er kann nicht höher sein als der an der Strombörse erzielte Vermarktungspreis (Day-Ahead Auktion). Als Preisuntergrenze wurden 60% des bisherigen Marktpreises gesetzlich festgelegt. So werden Preisschwankungen am Strommarkt nur in einem gesetzlich definierten Preisband an die Anlagenbetreiber weitergegeben. ■

SMA

Preisträger und Komplettanbieter

Der deutsche Hersteller SMA nutzte seinen Auftritt auf der smarter E Europe, um sich als Komplettanbieter zu präsentieren. Den Kunden will das Unternehmen angefangen vom Wechselrichter, über die Ladestation für das E-Auto bis zum dazugehörigen Energiemanagement sowie die Wärmepumpe für die Sektorkupplung alles aus einer Hand anbieten. Dabei beschränkte sich SMA mit seinen vorgestellten Lösungen nicht nur auf den Heimbereich, sondern zeigte auch gewerbliche Anwendungen und Lösungen für Großanlagen ab 2 MW. Apropos Großanlagen: Mit seiner Kraftwerkslösung Sunny Central FLEX gewann SMA zum Auftakt der Messe den The smarter E Award 2024. Das modular zusammenstellbare und maximal flexible System ermöglicht es, Netzanschlüsse für große Solaranlagen, Batterien oder Elektrolyseure zu realisieren.



VOESTALPINE IFIX

Klick it

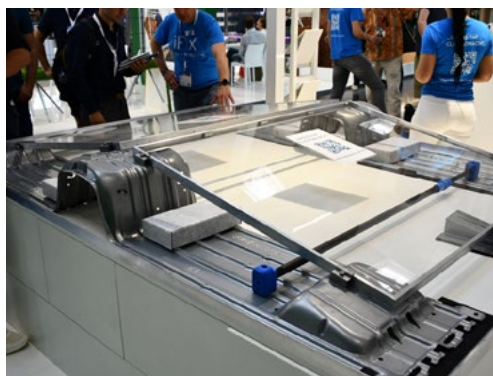
Die Voestalpine Tochter Automotive Components aus Schwäbisch Gmünd fiel auf der smarter E durch ihre Unterkonstruktion für PV-Anlagen auf Flachdächern auf. iFIX beruhte – wie kann es bei diesem Namen anders sein – auf geprägten Edelstahlblechen. Diese sind montagefertig und verfügen bereits über alle notwendigen Befestigungspunkte. Damit müssen die Träger nur auf das Flachdach gelegt, die Verbindungen zwischen den Trägern eingeklickt sowie der Ballast aufgelegt werden. Danach lassen sich bereits die PV-Module montieren. Gleichzeitig



Für das Eigenheim ist dagegen die neue Ladestation, der SMA eCharger gedacht. Die Wallbox für PV-optimiertes Laden soll die Energiewende auf die Straße bringen. Dank der automatischen Phasenumschaltung wird das E-Auto laut SMA im Vergleich zu Standard-Wallboxen doppelt so schnell geladen. Ein entsprechendes Heimnetzwerk – inklusive der neuen eCharger Wallbox konnte auf dem Messestand von SMA in Augenschein genommen werden.

Die neue SMA Commercial Solar Solution besteht aus dem neuen PV-Wechselrichter Sunny Tripower 125 und dem neuen Energiemanager SMA Data Manager M und liefert mehr Leistung für höhere Solarerträge. Die Lösung ist ideal geeignet für gewerbliche Aufdach- sowie Freiflächenanlagen – und lässt sich dank SMA Speedwire im Sunny Tripower 125 in neue und bestehende Energiesysteme integrieren. Für Insellösungen hat SMA daneben seinen Batterie-Wechselrichter Sunny Island X vorgestellt.

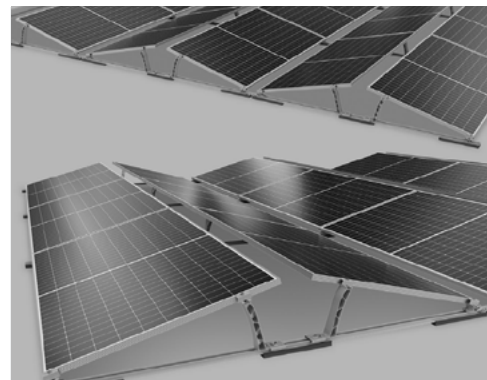
verringert das Bauteildesign den Platzbedarf bei der Lagerung oder beim Transport.



K2 SYSTEMS

Vormontiert

K2 Systems feiert dieses Jahr sein 20-jähriges Jubiläum. Entsprechend stark fiel auch der Auftritt des Unternehmens in München auf. Der Spezialist für Aufdachsysteme präsentierte auf der Intersolar



allerdings auch einige interessante Neuerungen. So zeigte das deutsche Unternehmen sein neues Aufständersystem K2 D-Dome 6.15 Express. Das System folgt den bekannten K2 Baukastenprinzip, ist allerdings zu 80% vormontiert und jetzt auch mit 15° Modulneigung erhältlich. Damit müssen die Monteure beim Aufstellen nicht sofort zum Schraubergreifen und sparen sich damit viel Zeit. Gleichzeitig bietet das System die bekannten Vorteile einer Ost-West-Ausrichtung wie eine optimale Ausnutzung der Dachfläche und eine niedrige Ballastierung dank der aerodynamisch günstigsten Form.

Neu ist auch die Partnerschaft mit Ankerhersteller Otto Lehmann. Dessen Aufdachmodulhalter ist mit dem K2 Single-Rail sowie dem K2 SolidRail kompatibel. Interessant wird die Kooperation, weil die Komponenten nun auch im Planungstool K2 Base des Herstellers integriert wurde. Dieses Planungstool für Flach- und Schrägdächer wurde dieses Jahr um neue Systeme erweitert und unterstützt die Errichter von Solaranlagen bei der Erstellung der notwendigen Pläne und Statikberechnungen.





ENERGY3000 AUF DER INTERSOLAR

Stimmungsmacher in München

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Energy3000 solar, W. Schalko | INFO: www.energy3000.com

Flagge zeigen war bei Energy3000 auf der Intersolar angesagt: Wie im Vorfeld der Messe angekündigt, präsentierte sich das PV-Systemhaus erstmals mit zwei Ständen in München. Da wie dort verzeichnete das Team rund um GF Christian Bairhuber regen Besucherzuspruch und als Tüpfelchen auf dem „I“ wurde eine zukunftsweisende Partnerschaft besiegelt.

Energy3000 solar zählt national wie international zu den etablierten Unternehmen der PV-Branche und genau diese „Kraft der Marke“ (© GF Christian Bairhuber) war es, die man mit dem heurigen Messeauftritt besonders deutlich unterstrich. Am bewährten Standplatz

in Halle A4 sorgte Energy3000 für Wohlfühlatmosphäre und typisch österreichisches Flair und schuf damit einen ansprechenden Rahmen, um die Neuheiten bei den Produkten sowie die hauseigenen digitalen Services in Szene zu setzen. „Wir sind traditionell und innovativ gleichermaßen“, brachte Bairhuber die Message auf den Punkt. „Dazu kommt der persönliche Kontakt sowie die Digitalisierung, die dafür eine Unterstützung darstellt. Wir wollen den persönlichen Einsatz weiter verankern und mit digitalen Möglichkeiten den Trends der Zeit Rechnung tragen, indem wir z.B. durch die Automatisierung von Standardprozessen auch außerhalb der Geschäftszeiten vollen Service bieten.“

„Wir orten steigendes Interesse an Speichieranlagen, um den eigenen Strom 24/7 an 365 Tagen nutzen zu können.“

CHRISTIAN BAIRHUBER

Das Messteam von Energy3000 sorgte für gute Stimmung und die individuelle Betreuung der vielen internationalen Besucher.

HERAUSFORDERNDES UMFELD

Angesprochen auf das Marktumfeld im PV-Bereich hielt Bairhuber fest, dass viele Kunden in vielen Ländern durch die aktuellen Entwicklungen verunsichert seien – z.B. durch reduzierte Förderungen, sinkende Strompreise und gleichzeitig steigende Finanzierungskosten. Dementsprechend habe man den Markt weiterhin sehr genau im Auge und lege den Fokus auf die Mitarbeiter und die Kundenbeziehungen. In



Dem Willkommensgruß von GF Christian Bairhuber (Mitte) folgten zahlreiche Messebesucher zum „Hauptstand“ in Halle A4 (links). Projekt-Experte Heinz Schulbot am zweiten Messestand in Halle B2 Einblicke in (Groß-)Speicherlösungen von Huawei, SMA und Sigenergy.

dieser Hinsicht ließ Energy3000 auch mit einer bemerkenswerten Ankündigung aufhorchen: Im Rahmen der Intersolar wurde eine strategische Partnerschaft mit ElectronicPartner bekannt gegeben, mit der Energiewende in den heimischen Fachbetrieben noch weiter in die Breite getragen werden soll (Details siehe Kasten rechts).

„Auf der anderen Seite orten wir steigendes Interesse bei großen und kleinen Speicherlösungen, um den eigenproduzierten Strom möglichst 24/7 und an 365 Tagen im Jahr nutzen zu können“, hielt Bairhuber fest. „Dem Rechnung tragend haben wir heuer einen zweiten Messestand in Halle B2, wo wir diese Vision in Richtung gewerblicher und industrieller Speicher mit Lösungen von Huawei, SMA und Sigenergy präsentieren. Das ist in Zukunft nicht nur ein wichtiges Thema für die Wirtschaftlichkeit von PV-Anlagen, sondern auch für die Netzdienlichkeit, indem man in den vielerorts voll ausgelasteten Netzen die Spitzen glättet.“ Speicher seien somit der entscheidende Teil der Lösung, um der Netzproblematik beizukommen – bei Strom ebenso wie bei Wärme und Kälte.

NEUHEITENSCHAU

Natürlich durften auch die aktuellen Produkte und Neuheiten der Top-Lieferanten von Energy3000 nicht fehlen. Zu den Highlights zählten etwa die Hi-MO X6 Ultra Black Premium-Doppelglas-Rückkontaktmodule von LONGi, die durch ihren tiefen Schwarztön bestechen, sowie die leistungsstarken Vertex S+ Module von Trinasolar. Daneben wurden die neuen Hybrid-Wechselrichter von Fronius gezeigt, Speicherlösungen für unterschiedlichste Einsatzszenarien sowie das passende Montagematerial von den bewährten Partnern iFix Süd, SL Rack und Aerocompact. ■



Die 5-in-1 Speicherlösung SigenStor war eines der Highlights des Messeauftritts von Energy3000.

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT MIT ELECTRONICPARTNER

Grün und grün gesellt sich gern – im konkreten Fall die größte heimische Fachhandelskooperation ElectronicPartner und Energy3000 solar als führendes Photovoltaik-Systemhaus in Österreich. Auf der Intersolar wurde eine strategische Partnerschaft vereinbart, die den hiesigen Erneuerbaren-Ausbau weiter voranbringen soll.

Die Leitmesse in München bot die passende Kulisse für Energy3000 solar und ElectronicPartner, um eine strategische Partnerschaft bekannt zu geben. Wie die beiden Unternehmen betonten, steht den Mitgliedern der Kooperation seit Juni das gesamte Sortiment des Photovoltaik-Komplettanbieters zur Verfügung. Darüber hinaus werden die Fachhändler nicht nur über den flächendeckenden Außendienst von Energy3000 betreut, sondern haben auch die Möglichkeit, das Schulungsangebot mit themen- und herstellerspezifischen Workshops, Webinaren, etc. zu nutzen. Natürlich erhalten die ElectronicPartner-Mitglieder im Zuge der Partnerschaft auch Zugriff auf den Energy3000 Webshop sowie die zahlreichen digitalen Tools, wie etwa das professionelle Planungstool PV Creator (kurz: PVC) oder das Endkundenplanungstool PVC Home, das die Fachhändler auf ihren eigenen Websites implementieren können.

„Aufgrund der turbulenten Marktentwicklung hatten wir in den letzten Jahren alle Hände voll zu tun, um die Solarteure zu bedienen. Inzwischen haben wir die Strukturen und Kapazitäten geschaffen, um uns auch in der gewohnten Qualität um die übrigen Fachhändler und Elektroinstallateure zu kümmern. Wir freuen uns, dass wir einen entsprechenden Vertrag mit ElectronicPartner abgeschlossen haben und dieses Vorhaben nun in die Tat umsetzen können“, erklärte Energy3000-Geschäftsführer Christian Bairhuber. Um die optimale Betreuung von ElectronicPartner auch zentralseitig zu gewährleisten, hat Christian Frkat die neu geschaffene Position des Key Accounts für Fachhandels-Kooperationen übernommen.

ElectronicPartner-Geschäftsführer Michael Hofer zeigte sich begeistert: „Wenn man sich ansieht, wie Energy3000 und die Familie Bairhuber an eine solche Zusammenarbeit herangehen, wie sie zum österreichischen Elektrofachhandel stehen und welche Unternehmenskultur da gelebt wird, dann ist das alles schon sehr beeindruckend und überzeugend. Auch deshalb, weil es sich bei Energy3000 ebenso wie bei ElectronicPartner um ein inhabergeführtes Unternehmen handelt und hier viele Parallelen erkennbar sind. Unsere Philosophien passen sehr gut zusammen und dementsprechend freuen wir uns schon unheimlich auf die Zusammenarbeit.“ Wie Hofer anmerkte, sei die strategische Partnerschaft mit Energy3000 ein zentraler Bestandteil bei der Umsetzung des sog. „Wendepunkt“-Konzepts. Dieses hatte die Verbundgruppe im heurigen Frühjahr präsentiert, um in den Markt für erneuerbare Energien einzusteigen und den Mitgliedern dieses zukunftssträchtige Feld zugänglich zu machen.

Auf den diesjährigen Elektrofachhandeltagen in Linz (wo beide Unternehmen als Aussteller vertreten sind) soll das Wendepunkt-Konzept im Detail vorgestellt werden. „Und das ist erst der Anfang“, gaben sich Hofer und Bairhuber fest vom Erfolg der Zusammenarbeit überzeugt.



Christian Frkat hat die neu geschaffene Position des Key Accounts für Fachhandels-Kooperationen übernommen und koordiniert den reibungslosen Ablauf der Zusammenarbeit.

Auf der Intersolar in München fixierten Energy3000-GF Christian Bairhuber (3.v.re.) und ElectronicPartner-GF Michael Hofer (4.v.re.) die strategische Partnerschaft der beiden Unternehmen.





ABUS FEIERT BESONDERES JUBILÄUM

100 und kein bisschen leise

TEXT: Julia Jamy | FOTO: ABUS, J.Jamy | INFO: www.abus.com

ABUS feiert heuer sein 100-jähriges Bestehen. Zu diesem Anlass lud der Spezialist für Sicherheitsprodukte Anfang Juni alle Mitarbeiter zur großen Feier in die Jahrhunderthalle in Bochum ein. Auch hierzulande nutzte man dieses besondere Jubiläum und so trafen sich die österreichischen Handelspartner zu einem exklusiven Tag der offenen Tür in der Firmenzentrale in Wiener Neudorf.

am Punkt

ABUS
feiert heuer sein 100-jähriges Firmenjubiläum.

DER HERSTELLER
lud alle Mitarbeiter zur großen Feier nach Bochum ein.

IN DER FIRMIENZENTRALE
in Wiener Neustadt wurde ebenfalls beim Tag der offenen Tür groß gefeiert.

Es ist ein Ereignis, das es so nur einmal in der Firmengeschichte gibt. Entsprechend groß war die Vorfreude bei ABUS, als von 6. bis 8. Juni die Feier zum 100-jährigen Jubiläum stattfand. Passend war auch der Name der gewählten Location: die Jahrhunderthalle Bochum. Rund 2300 Mitarbeiter aus 25 Nationen nahmen an der Feier teil. Es war das erste Mal, dass Mitarbeiter der gesamten ABUS Gruppe in dieser Größenordnung zusammenkamen und eine einmalige Gelegenheit, sich fernab von Videokonferenzen auszutauschen und kennenzulernen. Bevor aber das große Jubiläumsfest startete, wurden den nationalen und internationalen Gästen Rundgänge an den Standorten in Wetter und in Rehe angeboten.

DANKBARKEIT

Dann hieß es aber endlich: Bühne frei! Ein eigens komponierter ABUS-Song, live gesungen von einem Kinderchor, bei dem auch die Inhaberkinder der sechsten Generation mitmachten, erinnerte die Gäste an die

Für das ABUS Österreich-Team ist das 100-jährige Firmenjubiläum nicht nur ein Grund, auf Vergangenes zurückzublicken, sondern auch mit großer Zuversicht an einer erfolgreichen Zukunft zu arbeiten.

„Seit nunmehr 100 Jahren ist ABUS auf dem Markt, hat Höhen und auch Tiefen durchlebt. Wir wollen mit großer Zuversicht und Freude das Unternehmen in die Zukunft führen.“

CHRISTIAN BREMICKER

wichtigsten Meilensteine von ABUS und begeisterte das Publikum.

Christian Bremicker, Vorsitzender der Geschäftsführung, richtete sich mit einer herzlichen Ansprache an die Kollegen aus aller Welt. Im Mit-

telpunkt dabei stand vor allem die Dankbarkeit, die ein zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur bei ABUS ist, und vielfach im Arbeitsalltag Ausdruck findet. „Wir sind sehr dankbar für den Weg, den wir bei ABUS beschreiten konnten – Gott und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gegenüber, die sich in den vielen Jahrzehnten für ABUS mit Leidenschaft und Begeisterung engagiert haben. Seit nunmehr 100 Jahren ist ABUS auf dem Markt, hat Höhen und auch Tiefen durchlebt – mit großer Zuversicht und Freude wollen wir auch in derzeit vierter und fünfter Generation als Inhaberkinder das Unternehmen in die Zukunft führen.“



Auf die Besucher wartete bei der Jubiläumsfeier ein abwechslungsreiches Programm.



Bevor das große Fest aber losging, wurden den Gästen Rundgänge an den Standorten in Wetter und Rehe angeboten.

Auf die Besucher der Hundertjahrfeier wartete außerdem ein abwechslungsreiches Programm. So gab es neben inspirierenden und kurzweiligen Redebeiträgen von ABUS-Verantwortlichen auch Show-Acts, wie zum Beispiel ein ABUS-Musical, eine Tombola bis hin zur Premiere eines Jubiläumsfilms. Die Mitarbeiter übergaben zudem der Inhabersfamilie einen großen Bildband, dessen Inhalt alle Standorte und Abteilungen kreativ und individuell gestaltet haben.

MOTIVATIONSSCHUB

Als Höhepunkt wurde dann das Gründer-Ehepaar August und Emma Bremicker aus Bronze originalgetreu in Echtgröße überreicht, die inzwischen einen schönen Platz auf dem Firmencampus bekommen haben. Für alle Anwesenden war die Jubiläumsfeier laut Hersteller nicht nur ein absolut

unvergessliches Ereignis, sondern auch ein Motivationsschub, mit Engagement und Zuversicht und im Vertrauen auf Gottes Hilfe die Zukunft zu gestalten.

JUBILÄUM IN ÖSTERREICH

Auch hierzulande nutzte man dieses besondere Jubiläum und so lud ABUS Österreich am 12. und 13. Juni die österreichischen Handelspartner zu einem exklusiven Tag der offenen Tür in die Firmenzentrale in Wiener Neudorf ein. Im Rahmen dieses Events hatten die Fachhandelspartner die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und alle ABUS-Mitarbeiter persönlich kennenzulernen. Zudem präsentierte der Hersteller den neugierigen Besuchern seinen neuen Türschlossantrieb. Mit dem LOXERIS One brauchen Nutzer nur noch einen Fingerzeig in der App, um die Eingangstür zu

öffnen und zu verriegeln. Mit der ABUS One App kann entweder dauerhafter oder zeitlich begrenzter Zugang mit Familie, Freunden, Mitarbeitern, Gästen oder Dienstleistern geteilt werden. Durch das Ereignisprotokoll behalten Nutzer zudem den Überblick darüber, wer die Tür nutzt und wann. Alternativ kann die Tür auch mit der separat erhältlichen Zahlencodetastatur, dem Fingerscanner oder der Fernbedienung geöffnet werden.

Neben interessanten Gesprächen in ungezwungener Atmosphäre, Produktneuvorstellungen, Führungen durch die Niederlassung, Schulungen und Lagerabverkauf sollte aber natürlich auch der Spaß nicht zu kurz kommen: Tischtennis, Zylinderbauchchallenge, Riesenwuzzler und eine Trial Show von einem von ABUS gesponserten Athleten sorgten für ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm. Alles in allem also ein rundum gelungenes Event. ■



Auch hierzulande wurde groß gefeiert. GF Roland Huber präsentierte den neugierigen Besuchern beim Tag der offenen Tür in der Firmenzentrale in Wiener Neudorf die neuesten Produkte, wie z.B. den neuen Türschlossantrieb LOXERIS One.

Alles in Bewegung



Die Zeiten sind nach wie vor nicht rosig. Besser gesagt, die Zeiten sind herausfordernd. Das Blöde daran ist, dass noch kein Aufschwung in Sicht ist. Die Optimisten in der Branche gehen davon aus, dass er sich im Herbst zeigen wird, aber nur zeigen, so richtig kommen soll er dann erst im kommenden Jahr. Die gute Nachricht ist: Die Talsohle soll erreicht sein, davon gehen die meisten zumindest aus, und das heißt: schlimmer wird's nimmer.

Was auf den ersten Blick wie Stillstand scheint, ist bei genauerer Betrachtung zum Glück nicht ganz so. Es tut sich einiges in der Branche. Händler bauen um, vergrößern sich zum Teil (flächenmäßig sowie in puncto Sortiment) und rüsten sich so für die Zukunft. Auch die Kooperationen versuchen für ihre Händler die Basis für eine erfolgreiche Zukunft zu schaffen – es werden Sitzungen, Tagungen, Seminare u.v.m. veranstaltet, neue Themenfelder besprochen, Synergien und neue Partnerschaften geknüpft.

Auch die Herstellerseite ist in Bewegung. So scheint Bosch mit der Übernahme von Whirlpool zu liebäugeln (das ist zwar noch nicht bestätigt, hält sich aber hartnäckig als Gerücht). Jura ging mit einem neuen Geschäftsmodell an den Start. Hisense Gorenje ist in ein größeres, moderneres Büro übersiedelt - inklusive neuem Schauraum, in dem Kunden und Partner die Geräte künftig hautnah erleben können. Sprudlerprofi Sodapop möchte im heimischen EFH stärker Fuß fassen und Electrolux bereitet sich mit der Marke AEG auf den größten Küchenlaunch der Markengeschichte vor.

Bewegung ist auch im Bereich Entwicklung. So forscht Miele in einer belgischen Forschungseinrichtung an künftigen Technologien und Lösungen in den Bereichen Küche und Robotik. Und ein österreichisches Forscherteam ist damit beschäftigt, aus Pilzen – genauer gesagt aus Pilzmyzelium – einen vielseitig verwendbaren Werkstoff zu entwickeln, aus dem dann u.a. Möbel erzeugt werden sollen. Darüber hinaus gibt es neue Gesichter in der Branche, die hoffentlich auch frischen Wind, neue Ansichten und Perspektiven – sprich: Bewegung - in die jeweiligen Unternehmen bringen. Und dann stehen noch die großen Herbstmessen bevor – ob IFA, EFHT oder die area30, die zwar (wie die IFA) ein deutsches Event ist, aber immer mehr österreichische Händler und Industrievertreter anlockt. Diese Veranstaltungen bringen meines Gefühls nach immer Bewegung in unsere Branche - weil man sich wieder treffen, austauschen, Neues entdecken sowie einen Blick über den Tellerrand werfen kann.

Es tut sich also eine ganze Menge und das ist eine gute Nachricht, die man jetzt nur noch an die Kunden weitergeben muss, und dann (vielleicht) setzt der Aufschwung möglicherweise wirklich schon bald ein. Ich bin optimistisch, denn laut GfK-Kaufkraftstudie 2024 liegt der Kaufkraftzugewinn - auch wenn man es kaum glauben kann - hierzulande in diesem Jahr bei +6,7% (!). Damit haben die Österreicher trotz Inflation scheinbar mehr Geld als im Vorjahr für Konsumausgaben zur Verfügung. Jetzt muss man sie nur noch motivieren, dieses auch im EFH auszugeben.

Electrolux / AEG

Enthüllungen

Das 2023 vorgestellte Induktionskochfeld „AEG SaphirMatt“, mit kratzresistentem Glas, gab schon einen ersten Vorgeschmack - nun wird AEG auf der IFA den größten Produktlaunch im Küchenbereich in der Unternehmensgeschichte präsentieren. Die neue Küchenlinie – übrigens „die beste, die es je von AEG gab“, wie das Unternehmen sagt - soll dabei „die modernste Technologie, markantes Design und höchste Funktionalität vereinen“. Auf der IFA wird AEG zudem mit einem neuen Markenauftritt glänzen, bzw. mit einem neuen ‚Look and Feel‘, das durch vielfältige visuelle Elemente unterstrichen wird und von der Design-Philosophie von Peter Behrens (dem Begründer des modernen Industriedesigns und Wegbereiter des Bauhaus-Stils) inspiriert ist. ■



Bosch & Whirlpool

Megadeal?



Deutschen Medienberichten zufolge scheint Bosch mit seiner Hausgerätochter BSH ein Kaufangebot für den US-Konzern Whirlpool abgeben zu wollen. Mehrere mit den Plänen vertraute Personen hätten bestätigt, dass Bosch bereits Interesse bekundet und Gespräche mit Beratern aufgenommen habe, schreibt u.a. die Stuttgarter Zeitung.

Whirlpool durchlebte zuletzt turbulente Zeiten und hat größere Veränderungen hinter sich. So brachte das Unternehmen erst kürzlich sein Europageschäft (u.a. mit der Marke Bauknecht) in ein Gemeinschaftsunternehmen mit dem türkischen Wettbewerber Arcelik ein. Seitens Bosch und Whirlpool hat es übrigens keine Bestätigung der Übernahmegerüchte. ■

Nespresso

Spitzenwechsel

Nespresso Österreich hat eine neue Geschäftsführerin. Claudia Memminger übernahm die Funktion mit 1. Juni 2024 von Daniel Schneider, der in die Schweiz zurückkehrt. Die gebürtige Deutsche war zuletzt Marketing Director bei Nespresso Deutschland und davor in diversen internationalen Führungspositionen tätig, u.a. 13 Jahre bei Red Bull. ■



Einblick

48 „Wir machen Technik nicht der Technik willen. Wir machen die Dinge, damit sie den Menschen Freude bereiten.“

CASO DESIGN

O'zapft is I



Echte Bierfans wissen den Geschmack von frisch gezapftem Bier zu schätzen und viele möchten ihr Glas auch zuhause nicht

aus Flaschen oder Dosen füllen. Mit dem BeerMaster (Artikel-Nr. 582) von CASO Design ist das auch nicht mehr nötig. Die kompakte Bierzapfanlage ist für alle gängigen 5-Liter-Bierfässer geeignet und sorgt dafür, dass das Bier optimal gekühlt ist. Neun Temperaturen von 4°C bis 12°C sind wählbar, sodass das Bier individuell nach Wunsch temperiert werden kann. On top garantiert der Hersteller bis zu zehn Tage qualitätserhaltende Kühlung. ■

UVP: 199,99 EURO

HISENSE

O'zapft is II

Auch Hisense präsentiert mit dem Modell HBD5A eine Bierzapfanlage für den frisch gezapften Genuss zuhause. Das Gerät sorgt für die automatische Kühlung des Fasses, wobei sich die Trinktemperatur stufenlos von 3°C bis 12°C einstellen lässt. Auf dem LED-Display an der Front wird die aktuelle Temperatur angezeigt. Mit weniger als 40 dB(A) arbeitet das thermoelektrische Kühlsystem sehr leise.

Die Hisense Bierzapfablage HBD5A ist für alle handelsüblichen 5-Liter Fässer ausgelegt. Wahlweise lässt sie sich CO₂-frei betreiben, was z.B. dunkles Bier länger frisch halten soll. Für helle Bier-

sorten ist ein CO₂-System im Lieferumfang enthalten. Das soll den Kauf zusätzlicher Gasflaschen sparen. ■

UVP: 249 EURO



SMEG

Kombi-Tisch-Dampfbackofen im 50's Style

Smeg präsentiert seinen neuen Kombi-Tisch-Dampfbackofen im 50's Style, der sich ideal für all diejenigen eignet, die wenig Platz haben und trotzdem professionell kochen wollen. Das Gerät vereint vielfältige Garmethoden und Automatikprogramme auf kleinstem Raum – ob Grillen, Garen mit Ober-, Unterhitze oder Umluft sowie Heißluftfrittieren, Warmhalten oder Auftauen und auch Optionen zum Garen mit Dampf stehen zur Verfügung. Die Dampfintensität ist dabei zwischen 20% bis 70% frei wählbar. Der 0,8 Liter fassende Wassertank reicht für 90 Minuten reines Dampfgaren und lässt sich bei Bedarf auch während des laufenden Garvorgangs nachfüllen.

Zusätzlich bietet der Multifunktionsbackofen mit dem 30 Liter fassenden Garraum 30 integrierte Automatikprogramme, die sich über das Chef-Menü ansteuern lassen: für Fleisch und Geflügel, Fisch beziehungsweise Meeresfrüchte sowie Gemüse oder Beilagen. Auch Programme für Desserts, Kuchen, Brot, Gebäck und Pizza stehen zur Verfügung.



Höchst bedienerfreundlich macht den Smeg Ofen der integrierte Smeg Assistent. Über den QR-Code in der Verblendung des Wassertanks lassen sich detaillierte Anleitungen aufrufen.

Ganz Smeg-like gibt es das Gerät mit seiner runden Linienführung und den verchromten Bedienelementen in vielen coolen Farben. Neben zeitlosem Schwarz und Weiß stehen natürliches Creme, kräftiges Rot, Pastellblau oder Pastellgrün zur Wahl. ■

UVP: 899 EURO



ROMMELSBACHER

BBQ 2025 für drinnen & draußen

Rommelsbacher stellt den elektrischen Tischgrill BBQ 2025 mit zwei hochwertigen Wendegrillplatten aus massivem Alu-Druckguss vor. Ob Steaks, Gemüse auf der glatten Tepfanyaki-Fläche, Spiegeleier oder Pancakes – dank der separat regelbaren Grillbereiche, die eine präzise Einstellung der Temperatur bis zu 230°C erlauben, lässt sich das Grillgut auf beiden Seiten optimal zubereiten. Die nach innen geneigten Grillplatten sorgen dafür, dass überschüssiges Fett in die integrierte und herausnehmbare Auffangschale läuft.

Das anschließende Saubermachen ist laut Rommelsbacher einfach, ein feuchtes Tuch genüge, wobei die Grillplatten auch spülmaschinengeeignet seien. Der BBQ 2025 ist mit einem Ein-/Ausschalter, Kontrolllampen, einem abnehmbaren Spritz-/Windschutz sowie einem Überhitzungsschutz ausgestattet. Das extra-lange XXL-Kabel soll weiteren Komfort bieten. Die Zeitschrift „Haus & Garten Test“

hat sich von dem BBQ 2025 bereits überzeugen lassen und bewertete diesen Elektrogrill mit dem Ergebnis 1,3 (sehr gut). ■

UVP: 139,99 EURO





LIVING TOMORROW MIT MIELE

Ein Blick in die Zukunft

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: S. Bruckbauer, Living Tomorrow | INFO: <https://livingtomorrow.com>

Einen Blick in die Zukunft werfen zu können, wäre toll. Im Living Tomorrow Innovation Campus nahe Brüssel ist das möglich. Es handelt sich um einen tausende Quadratmeter großen Technologie-Spielplatz, wo Unternehmen Produkte, Lösungen und Erlebnisse der nächsten Generation ausprobieren, erforschen und testen können, und das zum Teil mit Hilfe der Konsumenten, die den Campus besuchen und dabei futuristische Erfahrungen machen können. Auch Miele ist Teil von Living Tomorrow und forscht dort an künftigen Technologien und Lösungen. E&W war zu einem Lokalaugenschein eingeladen.

row“. 1995 eröffnete das erste „Haus der Zukunft“, das im März 1995 u.a. von Bill Gates eröffnet wurde. Zu Beginn wurde versprochen, dass alle fünf Jahre ein neuer Komplex gebaut werden würde, was auch tatsächlich der Fall war und ist. So ging auch 2019 ein neues Projekt an den Start, das eine Vision für das Leben im Jahr 2030 liefern soll: Der Innovationscampus Living Tomorrow, der

eine Kombination aus einem Living Lab für die gemeinsame Entwicklung neuer Ideen, einer Demonstrationszone, dem Voco Hotel, einem Veranstaltungszentrum und einem Restaurant ist.

TECHNOLOGIE-SPIELPLATZ

Der Living Tomorrow Campus ist in Europa einzigartig. Er versteht sich als experimentelles Innovationszentrum und wurde im Vorjahr eröffnet. Mehr als 80 Unternehmen forschen dort an Technologien für die Zukunft, zeigen ihre Visionen rund um die Themen Wohnen, Mobilität sowie Arbeiten und eines dieser Unternehmen ist Miele. Miele Chef-Designer Andreas Enslin bezeichnet den Ort im belgischen Vilvoorde nahe Brüssel als „riesengroßen Technologie-Spielplatz“. Man findet dort keine Serienprodukte, es wird von den verschiedensten beteiligten Unternehmen hingegen alles Mögliche ausprobiert und was funktioniert, wird weiter erforscht und angewandt. Von einer neuartigen Fassade, kompletter Vernetzung sowie einem speziellen Wasseraufbereitungssystem (das Gebäude versorgt sich selbst mit Wasser) bis hin zu einem Drohnenlandeplatz auf dem Dach, der in Zukunft dazu dienen soll, Gäste vom Flughafen abzuholen.

Miele arbeitet im Living Tomorrow Campus an den Themen Kochen und Serviceroboter. Als Teil des Restaurants „Vapor“ des belgischen Spitzenkochs Marc Clement (das Teil des Living Tomorrow Campus ist) installierte Miele das sogenannte „Food Lab“, in dem digitale Hightech und Künstliche Intelligenz mit aktuellen Küchengeräten von Miele verbunden werden. Assistenzsysteme leiten beim Kochen an und werden multimodal per Sprache, mit Gesten, über ein Tablet oder eine



Oben: Miele Design-Chef Andreas Enslin gab Einblicke in das Konzept von Living Tomorrow.

Rechts: Auch Miele Österreich GF Sandra Kolleth war mit auf der Reise nach Belgien und hatte sichtlich großen Spaß mit all den neuen Technologien, die im Voco Hotel (im Living Tomorrow Campus) Anwendung finden.



Angetrieben von Fragen wie „Wie verändert Technologie unser Leben? Wie werden wir morgen leben und arbeiten?“ startete Frank Belien im Jahr 1990 das Projekt „Living Tomorrow“.



Testen & probieren: Miele lud eine kleine Gruppe von Fachredakteuren nach Belgien ein, um den Living Tomorrow Campus zu besichtigen und im Miele Food Lab mit Hilfe von KI zu kochen.



Oben: Kochen wie in der Zukunft im Miele Food Lab.
Rechts: Miele bespielt im Living Tomorrow Campus die Themen Kochen und (Service-)Robotik. Im Bild der Miele „Zimmer-Boy“, der die Koffer auf die Zimmer bringt.



Touchoberfläche auf der Arbeitsplatte bedient. Das Abwiegen von Zutaten geschieht beispielsweise über eine Waage im Kochfeld.

„Wir machen Technik nicht der Technik willen. Wir machen die Dinge, damit sie den Menschen Freude bereiten.“

ANDREAS ENSLIN, MIELE CHEF-DESIGNER

SMARTE KÜCHENASSISTENTEN

Die Assistenzsysteme im Food Lab heißen „Nutrition Assistant“ und „Cooking Companion“. Beide sind Prototypen, die über die Miele Cloud gesteuert werden und mit Funktionen ausgestattet sind, von denen einige schon in wenigen Jahren serienreif sein könnten. In Miele Vision ist der Nutrition Assistant der Planer im Küchenszenario, der die Familienmitglieder, ihre Lieblingsrezepte, aber auch Unverträglichkeiten für bestimmte Lebensmittel oder Diäten kennt. Der Nutrition Assistant erstellt Wochen Speisepläne und berücksichtigt, welche Familienmitglieder jeweils an den Mahlzeiten teilnehmen wollen. Auf Wunsch wertet er zudem die Vital- und Aktivitätsdaten des Nutzers aus, die dieser z.B. über ein Wearable bereitstellt, und kreiert daraus einen individuellen Wochenspeiseplan.

Bilder unten: So könnte die Zukunft des Zimmerservice aussehen: Service-Roboter (in dem Fall von Miele) bringen sowohl das Gepäck, als auch Speisen und Getränke zu den Gästen in die Hotelzimmer. Kommuniziert wird via App.

Der Übergang vom Speiseplan zum digitalen Küchenchef, dem Cooking Companion, ist nahtlos – und im Food Lab live erlebbar. Liegen die Zutaten bereit, kann es losgehen. Bei aufwendigen Rezepten können sich mehrere Personen die Aufgaben teilen, etwa nach Hauptgang und Vorspeise. Als lernendes System kennt der Cooking Companion die Fähigkeiten der Köche im Haushalt und passt sich kontinuierlich an deren individuelles Arbeitstempo an. Dieses Zeitmanagement ist ein wesentliches Feature des Systems, denn alle Beteiligten haben so die gemeinsame Servierzeit aller Komponenten eines Menüs jederzeit im Blick. So gibt der Cooking Companion Hinweise, wann welche Zutaten in den Backofen und in den Dampfbackofen gegeben oder die Pfanne auf dem Kochfeld vorgeheizt werden sollen. Einstellungen wie Betriebsarten, Temperaturen und Zeiten steuert das System im Hintergrund. „Mit so einem intelligenten System kann in Zukunft jeder in seiner Küche gute, gesunde Speisen zubereiten – unabhängig von Alter oder Vorwissen“, sagt Andreas Enslin. „Künstliche Intelligenz balanciert alles aus. Sie passt auf, dass nichts anbrennt oder überkocht und steuert den Kochprozess so, dass ein Menü zur gewünschten Zeit fertig wird.“

EIN PERFEKTES TESTGELÄNDE

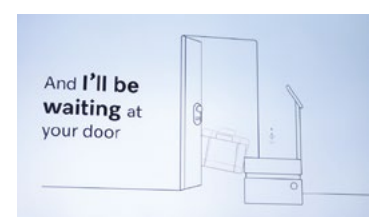
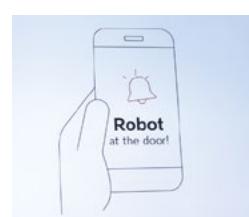
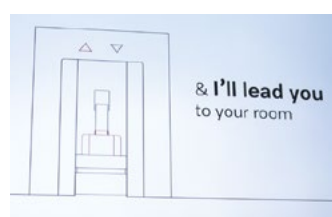
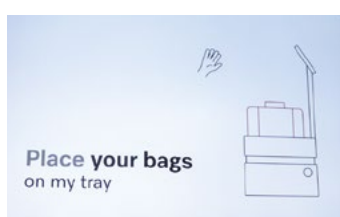
Die Miele Entwicklungen sind nicht nur etwas für tech-affine Menschen, sondern auch für Menschen mit (mental) Einschränkungen. Enslin berichtete von einem berührenden Moment: „Unser Team traf sich mit drei Frauen, die noch nie ohne Aufsicht kochen konnten. Mit Hilfe unseres

Systems bereiteten die drei Damen alleine ein Burgermenü für die Gruppe zu und sie waren so unendlich stolz, weil sie das allererste Mal selbstständig gekocht haben. Das war ein ungemein schöner Moment.“ Der Miele Chef-Designer erklärte weiter: „Bei uns steht der Nutzer und nicht die Technik im Vordergrund. Die Technik soll den Menschen zur Verfügung stehen, wenn diese Hilfe brauchen, die Technik soll ihre Nutzer aber nicht belästigen. Unsere Leitlinie hier lautet: Was keinen Spaß macht, nehmen wir weg. Die schönen Dinge lassen wir beim Nutzer. Das klingt einfach, ist technisch und in der Umsetzung allerdings höchst anspruchsvoll.“

„Ein guter Platz, um die Zukunft greif- und erlebbar zu machen.“

SANDRA KOLLETH

Auch Miele Österreich GF Sandra Kolleth zeigte sich begeistert: „In der Miele Future-Kitchen finden sich Funktionen in Prototypen, von denen einige schon in wenigen Jahren serienreif sein könnten. Beim Live Kochen mit KI kann man gleich testen, welche Funktionen unterschiedlichen Zielgruppen einen echten Zusatznutzen bringen. Im Mittelpunkt steht dabei immer der Mensch und nicht die Technologie, diese ist ein Ermöglicher und nicht Selbstzweck. So ein Ort bietet ein perfektes Testgelände für die späteren Herausforderungen im richtigen Einsatz. In Brüssel hat der Miele Room Service Roboter z.B. selbstständig Aufzug fahren gelernt. Ein guter Platz, um die Zukunft greif- und erlebbar zu machen.“ ■



ZUSÄTZLICHE UMSATZCHANCEN MIT DEM JURA POCKET PILOT

Kurs auf neue Märkte

TEXT: Dominik Schebach | FOTOS: D.Schebach, Jura | INFO:at.jura.com

Vergangenes Jahr hat Jura seinen Pocket Pilot 2.0 vorgestellt. Das bargeldlose Bezahlsystem eröffnet gerade auch für den Handel neue Möglichkeiten, weil der Händler anstatt eines Geräts den Kunden nun eine Kaffee-Lösung anbieten kann und damit einen laufenden Umsatz generiert. E&W sprach mit Ingo Bender vom Jura Store Klagenfurt sowie mit Jura Österreich-GF Andreas Hechenblaikner über diesen vielversprechenden Ansatz für den Handel.

am Punkt

LÖSUNG STATT GERÄT

Pocket Pilot 2.0 ist vor allem dort interessant, wo die Kunden die Erstinvestition in einen Jura Vollautomaten nicht tätigen wollen.

KUNDENBINDUNG

Neben dem laufenden Umsatz stellt der Jura Pocket Pilot 2.0 auch die Kundenbindung sicher, da der Händler die Nutzer laufend mit der Marke Jura konfrontieren kann.

Den QR-Code am Jura Vollautomaten einscannen, Getränk auswählen, über das Jura-Konto bezahlen, Kaffee genießen. Das ist das Versprechen des Jura Pocket Pilot 2.0 für den Benutzer. Die kostenlose, webbasierte Software erlaubt neue Möglichkeiten bezüglich bargeldlosen Bezahls sowie der Abrechnung und Verwaltung von Kaffeespezialitäten – und kommt dabei ohne externe Zusatzgeräte wie Münzprüfer oder Kartenleser aus. Stattdessen genügt ein Smartphone mit QR-Reader und das besagte Jura-Konto. Für den Handel bedeutet dies, dass er seinem Kunden nicht mehr das Gerät, sondern eine Kaffeelösung verkauft.

Damit eröffnen sich neue Möglichkeiten gerade in Schulen, Büros, Ämtern, Agenturen oder Gesundheitseinrichtungen, wie auch Ingo Bender erklärte. Der Inhaber des Jura Stores in Klagenfurt baut derzeit mit dem Jura Pocket Pilot ein weiteres Standbein für sein Geschäft auf und schilderte E&W bei einem Besuch in der Kärntner Landeshauptstadt einen typischen Anwendungsfall für die Jura Bezahlösung: „Ich hatte schon vorher immer wieder Kunden, die nach einem Bezahlsystem für ihre Kaffeelösung gesucht haben. Aber dazu mussten sie immer ein Zusatzgerät wie

Für Jura Österreich GF Andreas Hechenblaikner (li.) und Ingo Bender, Inhaber des Jura Stores in Klagenfurt, eröffnet der Pocket Pilot 2.0 neue Umsatzmöglichkeiten für den Fachhandel.

einen Münzzähler anschaffen – kurz, den meisten Kunden war das einfach zu kompliziert. Bei meinem ersten Pocket Pilot-Kunden hat mich eine Lehrerin der naheliegenden Mittelschule angesprochen. Sie selbst hatte bereits eine Jura bei mir gekauft, und suchte nun gemeinsam mit ihren Kollegen nach einer Lösung für ihr Konferenzzimmer. Im Endeffekt wollten die Lehrer nur guten Kaffee in der Arbeit. Aber in so einer Situation bekommt man nicht alle Mitarbeiter unter einen Hut. Die einen wollen bei ihrer Filtervariante bleiben, die anderen wollen nicht bei der Anschaffung einer Maschine mitzahlen usw. Da ist der Jura Pocket Pilot das perfekte System, weil ich damit in so einem Umfeld trotzdem einen Professional Jura Vollautomaten platzieren kann.“

ERSTE PROJEKTE

Dazu hat Bender selbst eine Jura X10 mit Pocket Pilot in der Schule aufgestellt. Den Kunden liefert Bender zudem nicht nur den

Kaffee, sondern auch die Verbrauchsartikel wie Wasserfilter sowie die Milch. Anstatt eine Maschine für das Lehrerzimmer zu kaufen, beziehen die Lehrer nun nur den Kaffee und bezahlen pro Getränk.

Für die teilnehmenden Lehrer hat Bender zum Start im Jura Dashboard, über das er die Maschine verwaltet, ein Jura-Konto eingerichtet. Dieser Vorgang war beim ersten Mal noch mit ein wenig Aufwand verbunden, danach gehe die Anmeldung allerdings leicht von der Hand. Bei der Verrechnung hat sich der Inhaber der Jura Stores in Klagenfurt für den Prepaid-Modus des Pocket Pilots entschieden, sodass die Mitarbeiter ihr Konto vorab aufladen und dann nach Belieben ihren Kaffee genießen können. Aber der Pocket Pilot ist in dieser Hinsicht höchst flexibel und erlaubt auch Post Paid-Bezüge oder die Einrichtung unterschiedlicher Nutzergruppen (siehe Kasten).

Im laufenden Betrieb führt Bender ca. alle zwei Wochen eine Grundreinigung und Wartung des Vollautomaten durch. Wichtig sei allerdings, dass man zusätzlich eine Person vor Ort an Bord hole, die sich täglich um die Maschine kümmert. Dieser Person könne man einige Vorteile wie z.B. Zusatzbezüge einräumen. Die Verwaltung der Maschine passiert dagegen über das Jura Dashboard im Geschäft. Damit sieht Bender immer, wie viel Kaffee verbraucht wird und welche Getränke bezogen werden. Außerdem kann er zentral die Preise einpflegen oder festlegen, welche Kaffeegetränke angeboten werden.

LAUFENDER UMSATZ

Für Bender bedeutet das Geschäft mit dem Pocket Pilot 2.0, dass er zwar nicht die Maschine verkauft, dafür aber einen laufenden Zusatzumsatz aus dem Verkauf des Kaffees hat. Ein Umsatz, der sich nach der Erfahrung von Bender nach einigen Monaten Betrieb bereits sehr gut kalkulieren lässt.

„Ich muss natürlich meinen Aufwand und den Materialeinsatz in den Preis pro Tasse einkalkulieren. Dafür ist das Modell für die Kunden eine sehr faire Lösung und sehr transparent. Wer einen Kaffee trinkt, der zahlt für die Tasse. Da gibt es keine Überraschungen“, so Bender. „Gleichzeitig ist das aber auch eine Werbung für mich. Wenn ich einen Vollautomaten verkaufe, sehe ich den Kunden vielleicht einmal im Quartal beim Kauf der Filter. Mit der Pocket Pilot-Lösung bleibe ich

beim Kunden präsent und ich konfrontiere die Nutzer vor Ort ständig mit der Marke Jura. So habe ich nach der Installation der Pocket Pilot-Lösung bereits einige Maschinen an Lehrer dieser Schule verkauft, die auch zu Hause einen guten Kaffee genießen wollen.“

NEUER MARKT

Für Jura Österreich-GF Andreas Hechenblaikner stellt der Pocket Pilot eine vielversprechende Erweiterung für den Handel dar: „Mit der Pocket Pilot-Lösung geht es nicht mehr um das reine Gerät. Stattdessen kann ich ein Service anbieten und erschließe damit neue Geschäftsmöglichkeiten im Profi-Bereich, die man bisher nicht erreicht hat. Das kann man schön mit der Bedarfsanalyse erheben. So kommt im öffentlichen Bereich der Arbeitgeber kaum für einen Vollautomaten für seine Mitarbeiter auf – geschweige denn den Kaffee. Das müssen sich die Mitarbeiter auf dem Polizeiposten, im Amt, in der Schule oder der Schwesterstation in der Regel selbst organisieren. Oft will allerdings niemand die anfänglichen Anschaffungskosten tragen und keiner will die Verantwortung für das Gerät übernehmen. Diesen Kunden kann man nun sagen: Kauft euch keine Maschine, sondern besorgt euch eine Lösung. Es gibt keine Finanzierung sowie keine Verwaltung.



Dank des Pocket Pilots 2.0 muss der Nutzer mit seinem Smartphone nur den QR-Code an dem Vollautomaten abschnappen, um sein Kaffeegetränk zu kommen.

Damit nimmt man für diese Kunden die Probleme raus.“

Zwar müsse man sich als Händler in diesem Fall davon trennen, dass man immer ein Gerät verkaufe. Dafür könne der Händler hier auch sein Service anbieten und laufend Zusatzprodukte verkaufen. Und hier wird es mit dem Ertrag so richtig interessant, wie auch Hechenblaikner betont: „Die Branche hat diesen Vertriebsweg noch nicht so richtig für sich entdeckt, weil bisher die technischen Möglichkeiten auch in dieser Form nicht zur Verfügung standen. Aber mit dem Pocket Pilot von Jura ist die Basis da. Das ist ein sehr transparentes Modell, das auch für die Kunden leicht verständlich ist.“ ■

POCKET PILOT 2.0

Der Pocket Pilot 2.0 ist eine kostenlose webbasierte Bezahlösung, die auch keine App-Installation voraussetzt. Benötigt wird nur der Payment Connect. Der Bluetooth-Dongle wird ab Werk in den Jura Vollautomaten eingesetzt und stellt die Verbindung zum Smartphone her. Nach dem Erstellen eines JURA-Pocket-Pilot-Accounts steht zudem eine umfassende Geräteverwaltung zur Verfügung. Die zeitgemäße Art der Bezahlung funktioniert kontaktlos übers Smartphone.

Nach dem Scannen des QR-Codes auf dem Vollautomaten-Display öffnet sich Pocket Pilot 2.0 und verbindet sich mit dem Gerät. Nun kann das Getränk ausgewählt und der Betrag übers Bezahlfenster mit der bevorzugten Bezahlmethode (z.B. Apple Pay) beglichen werden. Nach erfolgreicher

Transaktion wird die gewünschte Kaffeespezialität automatisch zubereitet. Der Händler wiederum kontrolliert seine Jura Vollautomaten im Jura Dashboard. Dieses kann er seinen Bedürfnissen anpassen. Zudem liefert der Pocket Pilot 2.0 relevante Statistiken und erlaubt die Anpassung des Tassenpreises sowie die Userverwaltung. Für den Einsatz stehen fünf unterschiedliche Modi zur Auswahl: Ein offener Modus (wenn z.B. der Dienstgeber für den Kaffee aufkommt), ein Payment Modus (Offen für alle, aber mit Bezahlen per Smartphone), ein Prepaid-Modus (bezahlt wird über ein vorab aufgeladenes Jura Konto), Autorisierter Zugriff (Postpaid-Variante mit periodischer Abrechnung) sowie ein Multi-Modus, womit sich unterschiedliche Varianten kombinieren lassen.

SODAPOP WASSERSPRUDLER

Eine echte Alternative

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: SODAPOP | INFO: www.sodapop.com



Wassersprudler sind die praktische und nachhaltige Alternative zu Mineralwasser in Flaschen aus dem Geschäft, und ein Experte in Sachen Wassersprudler ist Sodapop. 2017 als Start-up in Österreich gegründet, präsentiert sich das seit Frühjahr 2020 zur KRÜGER GROUP in Bergisch Gladbach gehörende Unternehmen heute als kompetenter Handelspartner im Bereich Wasserzubereitung, wie der SODAPOP Austria GmbH Geschäftsführer Kurt Dojaczek erzählt.

Das Leitungswasser in Österreich hat zwar grundsätzlich eine gute Qualität und wird auch gerne getrunken, allerdings bevorzugen viele Leute lieber Wasser mit Kohlensäure gegenüber der stillen Variante. Eine Lösung (bei der man sich noch dazu das Schleppen von Flaschen und eine Menge Plastikmüll spart) ist ein Wassersprudler wie z.B. von der Marke Sodapop, wobei es von Sodapop natürlich nicht nur die Sprudler, sondern auch CO₂-Zylinder, Flaschen, Wasserfilter (Stichwort: Mineralisierung mittels Magnesium) und Sirupe zum Aromatisieren gibt. Für alle Produkte verspricht Sodapop eine hervorragende Produkt- und Sprudelqualität, ein exzellentes Preis-Leistungsverhältnis, ein modernes Design, einfache Handhabung sowie eine hohe Produktsicherheit.

DAS SORTIMENT

Aktuell umfasst das Sodapop-Sortiment die drei Modelle Logan, Joy Eco und Cooper, die sich durch ihre Ausstattung unterscheiden. Cooper ist das preisattraktive Modell, bei dem kein Zylinder mitgeliefert wird. Joy Eco ist das nachhaltige Modell aus recyklatem ABS Material und bei Logan handelt es sich um das Top-Produkt. Im Lieferumfang sind drei Flaschen (zwei verschiedene große Glas- und eine PET-Flasche) sowie ein CO₂-Zylinder enthalten. Das Handling ist laut Dojaczek sehr convenient, denn Flaschen und Zylinder seien „ganz besonders einfach“ einzusetzen. Apropos Zylinder: Anfang 2024 erweiterte Sodapop sein Zylinder-Portfolio mit dem „Easy Fix“ Zylinder für Sprudler mit Schnellverschluss, der den bereits etablierten Universalzylinder mit Schraubverschluss ergänzt. Mit beiden Zylindern können bis zu 60 Liter Wasser aufgesprudelt werden.

Neben Sprudlern, Zylindern und Flaschen gibt es von Sodapop auch zahlreiche Sirupe. Neben Softdrink-Klassikern wie afri cola, Bluna Orange oder diversen Keli Sirupen,

2024 wurde der „Easy Fix“ Zylinder für Sprudler mit Schnellverschluss gelauncht. Neben Softdrink-Klassikern findet sich in der Sodapop Bar Edition u.a. auch die Sirupsorte Ginger Ale.



Kurt Dojaczek war viele Jahre in der GSM/IT Distribution sowie im Zentraleinkauf bei Media Saturn tätig. Nach der Übernahme von Sodapop durch die KRÜGER GROUP wurde er GF der SODAPOP Austria GmbH.



finden sich in der Sodapop Bar Edition ebenso Bitter Lemon, Ginger Ale und Tonic Water – „auch perfekt zum Mixen von Cocktails“, wie Dojaczek weiß.

VERTRIEB & ZIELE

Aktuell wird Sodapop in Österreich bei Spar und MediaMarkt (stationär sowie online) verkauft. Zudem ist man Zentrallieferant von RED ZAC. Vertriebsteam gibt es hierzulande noch keines, allerdings wird mit dem Distributor Zeitfracht zusammengearbeitet. Das Key Account Management verantwortet Geschäftsführer Kurt Dojaczek hierzulande selbst in Personalunion.

Dojaczek ist der Meinung, dass Elektrofachhändler auch das Segment der Wassersprudler bedienen sollten, denn „gerade im Hinblick auf die Einführung des Einwegflaschenpfands in Österreich ab 2025 wird das Thema Wassersprudler wieder eine Renaissance erleben – und da gilt es, im Handel mit den richtigen Angeboten am Start zu sein.“ Sodapop sei dabei – mit gutem Preis-Leistungsverhältnis, der Expertise von KRÜGER GROUP und Zeitfracht im Hintergrund sowie mit dem Customer Service Team in Bergisch Gladbach – „die einzige Alternative im Markt zu Sodastream, die beide Zylindersysteme anbietet und patentrechtlich sauber befüllen kann“, so der GF.

Angesprochen auf seine Ziele meint Dojaczek: „Wir haben uns klar zum Ziel genommen, dass wir Sodapop zur Nummer 2 am österreichischen Markt entwickeln wollen und speziell mit dem Modell Logan haben wir ein wirklich schmackes Teil am Start, das sich sehen lassen kann!“ ■

Gemeinsam. Wegweisend. Visionär.

Die Groupe SEB und WMF mit Weichenstellungen für die DACH-Region.



GRUPE SEB & WMF BÜNDELN IHRE KRÄFTE

Gemeinsam stark

TEXT: S. Bruckbauer | FOTO: Groupe SEB + WMF

es mithilfe einer „visionären Vermarktung“ außerdem schaffen möchte, die SEB-Grillwelt langfristig am Outdoor-BBQ-Markt zu positionieren, wobei Tefal als Marke für das Indoor-Grillen verteidigt und WMF als Outdoor Premium Grillmarke aufgebaut werden soll.

Consumer GmbH ist es, speziell in den Bereichen Kochgeschirr und SDA in den nächsten drei Jahren weitere Marktanteile zu gewinnen und „den Vorsprung an der Spitze des Wettbewerbs auszubauen.“

Die Groupe SEB und WMF bündeln ihre Kräfte in der neu gegründeten „Groupe SEB WMF Consumer GmbH“. Mit ihrer Vertriebs- und Vermarktungsstrategie möchte die neue Organisation das Beste aus beiden Welten vereinen und dabei dem Anspruch, „gemeinsam, wegweisend, visionär“ zu agieren, folgen. „Die gemeinsame Vermarktung komplementärer Sortimente entfaltet am POS sowie in der Kundenberatung gewinnbringende Synergien – so z.B. im Bereich von Kaffeefullautomaten und Cookware“, erklärt das Unternehmen, das

Und auch bei der strategischen Neustrukturierung des Vertriebs will die Groupe SEB Consumer GmbH der neuen Maxime folgen. „Neue, professionelle Kompetenzzentren unterstützen die Vertriebsteams über Marken und Kategorien hinweg mit Fachwissen. Digitalisierungsmaßnahmen und eine neue Struktur stärken den Außendienst und erlauben eine weitaus intensivere Kundenbetreuung“, beschreibt die Organisation, die sich mit dieser Priorisierung vom Wettbewerb abgrenzen möchte.

Übergeordnetes Ziel der Groupe SEB WMF

EIN ERSTER VORGESCHMACK

Emmanuel Serot Almeras (Bild Mitte) ist als General Manager Consumer DACH für die neue Geschäftseinheit verantwortlich. Er sagt: „Mit der neuen Organisationsstruktur bieten wir Handelspartnern und Kunden noch bessere Produktlösungen und Beratung sowie Service aus einer Hand.“ Den Marken soll das in der DACH-Region „eine enorme Schlagkraft“ verleihen. Erste Marktanteilsgewinne in den Schlüsselkategorien Kaffee, Heißluftfritteusen, Töpfe und Pfannen liefern laut dem GM bereits einen ersten Vorgeschmack. ■




Suchen Sie noch selbst Mitarbeiter? Bei uns macht das unser RED HUNTER SERVICE.



Ein RED ZAC Händler müsste man sein. Als solcher wird man bei Mitarbeiter-Rekrutierung, Mitarbeiterbindung oder Employer Branding mit perfekten Tools unterstützt und kann die hauseigene RED ZAC Akademie für Aus- und Weiterbildung junger Talente nützen. Wenn auch Sie die vielen Vorteile einer RED ZAC Partnerschaft nutzen wollen und Teil der RED ZAC-Familie, Österreichs größter Elektronik-Händlergemeinschaft werden wollen: **Euronics Vorstand Brendan Lenane berät Sie gerne persönlich. Rufen Sie einfach an oder schicken Sie ein E-Mail: Tel. +43 2236 471400, E-Mail office@redzac.at. Oder wie wir immer sagen: Red mit uns. Red Zac.**

**JETZT PARTNER-
HÄNDLER WERDEN!**

+43 2236 47140 0



(v.li.) Andreas Kuzmits (GF Hisense Gorenje Austria), Horst Gager (Top-Winzer) und Katrin Gögele-Celeda (Geschäftsführerin der Immobilien Österreich) erhoben das Glas anlässlich der Eröffnung des neuen Hisense Gorenje Austria Büros in Wien.

Das Gebäude, in dem sich die neue Gorenje Niederlassung befindet, gehört übrigens der Immobilien. Die Geschäftsführerin der Immobilien Österreich, Katrin Gögele-Celeda, war ebenfalls unter den Gästen und sie gab Einblicke in das innovative „myhive“-Konzept, das u.a. am Wienerberg verwirklicht wurde. Wie Gögele-Celeda erklärte, ist das „myhive“ Wienerberg kein gewöhnlicher Bürostandort – „der Arbeitsalltag wurde völlig neu gedacht und die Wünsche von Unternehmen und ihrer Angestellten in die Entwicklung miteinbezogen. Wo man sich wohlfühlt, arbeitet man schließlich einfach lieber“, so die Immobilien Österreich GF.

GORENJE HISENSE AUSTRIA IST ÜBERSIEDELT

Ein wichtiger Schritt

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: S. Bruckbauer | INFO: www.gorenje.at, www.hisense.at

Unter dem Motto „Bring your Family and Friends“ lud Hisense Gorenje Austria am 25. Juni 2024 zur Eröffnung des neuen österreichischen Unternehmensstandortes. Dieser befindet sich – wie das alte Büro – zwar auch im myhive-Komplex am Wienerberg, präsentiert sich jedoch weitaus größer, moderner, auch „standesgemäßer“, wie Andreas Kuzmits sagt, und mit einem repräsentativen Showroom. Der Hisense Gorenje Austria Geschäftsführer nutzte das neue Ambiente auch gleich, um Neuigkeiten aus dem Bereich Logistik zu verkünden.

Größer, moderner, heller – einfach schöner präsentiert sich das neue Office von Hisense Gorenje Austria im „myhive“-Komplex am Wienerberg in 1100 Wien, und zahl-

reiche Leute folgten der Einladung des Hisense Gorenje Austria Teams rund um GF Andreas Kuzmits, die Eröffnung des neuen Standortes gemeinsam zu feiern.

MEILENSTEIN

Man sah dem Team von Hisense Gorenje Austria die Freude an, als es die vielen Gäste am Nachmittag des 25. Juni im neuen Office begrüßen durfte. Mit Stolz wurden die neuen Räumlichkeiten im zweiten Stock des myhive-Towers präsentiert – und vor allem der neue Showroom, für den im alten Büro kein Platz war und der von GF Andreas Kuzmits als „bedeutender Meilenstein“ bezeichnet wird. In diesem großzügigen Teil des neuen Büros sollen Besucher künftig die Innovationen der Marken Hisense und Gorenje besichtigen und „hautnah erleben“ können. „Nun können wir einen noch besseren Service anbieten“, freut sich Kuzmits.

VERKOSTUNG

Damit die Gäste nicht auf dem Trockenen sitzen, wurde der bekannte Winzer Horst Gager eingeladen. In Form einer Verkostung brachte er den Weininteressierten den Geschmack und die Vielfalt seiner edlen Tropfen näher und plauderte dabei auch ein bisschen aus dem Nähkästchen. Und apropos Verkostung: Damit die Gäste auch etwas im Magen haben, wurde der brandneue Pizzaofen von Gorenje, der GO66E PIZZA350C, angeworfen und im Zuge dessen von einem Koch auch gleich vorgeführt.

„Der Tag war ein voller Erfolg und er markiert den Beginn einer aufregenden neuen Ära für Hisense Gorenje Austria.“

ANDREAS KUZMITS

Gorenje verspricht mit diesem Einbauback- bzw. Pizza-Ofen ja „die perfekte Pizza wie beim Italiener in nur 3,5 Minuten“ – dies dank PizzaPlus-Funktion. Das Modell wurde entwickelt, um die maximale Hitze auf der oberen Ebene zu konzentrieren. Ist die PizzaPlus-Funktion aktiviert, erzeugen die beiden oberen Heizspiralen in Kombination mit dem vorgeheizten, speziellen Pizzablech (im Lieferumfang) laut Hersteller bis zu 350°C. Diese Wärmeverteilung soll dafür sorgen, dass der Pizzateig in weniger als vier Minuten optimal aufgeht und knusprig wird – und das tut er, wie sich die Gäste überzeugen konnten.



Zahlreiche Gäste aus der Branche und natürlich auch das Team von Fiege Austria folgten der Einladung zur „Office-Warming“-Party.

Michael Jahn (GF Fiege Austria) und Andreas Kuzmits besiegelten die neue Zusammenarbeit nochmals mit Handschlag.

Doch nicht nur der Pizza-Ofen, auch die neuesten Kühlschränke, wie der Multidoor-Kühlschrank RQ760N4IFE oder der Side-by-Side RS818N4TIE, wurden vorgestellt. „Diese sind nicht nur technisch auf dem neuesten Stand, sondern auch in einer Vielzahl von Designs erhältlich, die sich nahtlos in jede Küchenumgebung einfügen“, erklärte Head of Product & Marketing Management bei Hisense Gorenje Austria, Robert Merl, bei einer Führung durch den Showroom.

BEGINN EINER NEUEN ÄRA

Die Stimmung auf dem Event war sehr gut. Partner aus Handel und Distribution nutzen die Gelegenheit, sich auszutauschen und zu vernetzen. Und auch für Unterhaltung wurde gesorgt. So gab es ein spezielles Programm für die jüngsten Gäste (das Motto hieß ja „Bring your Family & Friends“), das u.a. PlayStation-Spiele und eine Rätselralley beinhaltete. Für viele war das Unterhaltungs-Highlight des Abends jedoch das Public Viewing des EM-Fußballspiels Österreich gegen die Niederlande. In einer eigens eingerichteten Fan-Zone und mit Fan-Paketen ausgestattet wurde gemeinsam mitgefiebert und schließlich der 3:2 Sieg Österreichs gefeiert.



Andreas Kuzmits & Robert Merl (Head of Product & Marketing Management, Hisense Gorenje).

NEUER PARTNER

Andreas Kuzmits nutzte die „Office Warming-Party“ auch als Gelegenheit, seinen Gästen eine neue Partnerschaft vorzustellen. Künftig wird nämlich mit der Fiege-Gruppe zusammengearbeitet, die die Logistik für Hisense Gorenje Austria übernimmt. „Gemeinsam mit dem Team von Fiege werden wir die hohen Ansprüche an Service und Qualität erfüllen“, meinte Andreas Kuzmits. Michael Jahn, Geschäftsführer bei Fiege Austria, freute sich, einen weiteren namhaften Kunden gewonnen zu haben. Er sagte: „Der Name Hisense Gorenje steht nicht nur in Österreich für Innovation und Nachhaltigkeit. Das sind Werte, die auch bei Fiege eine zentrale Rolle spielen.“

Andreas Kuzmits zeigt sich sehr zufrieden mit der Veranstaltung und er spricht allen Gästen und Partnern ein herzliches Dankeschön für ihre Teilnahme und Unterstützung aus. „Die Begeisterung und das positive Feedback der Partner waren überwältigend. Der Tag war ein voller Erfolg und er markiert den Beginn einer aufregenden neuen Ära für Hisense Gorenje Austria. Wir sind nun bestens für das künftige Wachstum aufgestellt.“



Horst Gager präsentierte seine hervorragenden Rotweine und während die Erwachsenen verkosteten und plauderten, fanden die jüngsten Gäste Spaß an Playstation-Spielen und einer Rätselralley.



Das neue Office mit Showroom von Hisense Gorenje Austria präsentiert sich größer, offener & moderner.

PANASONIC

Mehr als heiße Luft

Von Panasonic gibt es die zwei neuen Heißluftfritteusen Air Fryer NF-CC600 (6L) und NF-CC500 (5L). Damit können Speisen mit wenig oder ganz ohne Öl zubereitet werden. Die Geräte sind mit 360° Highspeed Umluft ausgestattet. Zwei Heizelemente (oben/unten) sowie ein kraftvoller Ventilator sollen die Heißluftfritteusen schnell auf Temperatur bringen und die Hitze besonders gleichmäßig verteilen. Das soll nicht nur Zeit beim Kochen sparen, sondern auch wiederholtes Wenden und Schütteln unnötig machen.

Das Besondere an den Panasonic Heißluftfritteusen ist die Dampfzugabe. Aus einem integrierten Wassertank wird bei zahlreichen Programmen automatisch Dampf in den Air Fryer eingeleitet, wodurch die Speisen außen knusprig und innen schön saftig gelingen sollen.

Gleichzeitig schützt der sanfte Dampf das Gargut vor dem Austrocknen. Durch das integrierte Sichtfenster können die Fortschritte im Inneren der Air Fryer beobachtet werden.

NABO KMI 8000

„Die Revolution in der Küche“

Mit dem neuen KMI 8000 Koch- & Abluftsystem von Nabo, einem Induktions-Kochfeld mit kombinierter DownAir-Abzugshaube, verschwinden Küchendämpfe und -gerüche direkt dort, wo sie entstehen, wie der Hersteller verspricht.

Das Modell KMI 8000 verfügt über ein LED Display mit Touch-Bedienung und Slider. Es bietet neun Leistungsstufen inklusive Booster-Funktion und einen 8-Stunden Timer mit automatischer Abschaltfunktion. Zur Ausstattung zählen ebenso die automatische Topferkennung, ein Auffangbehälter für überlaufende Flüssigkeiten, eine Kindersicherung, eine automatische Sicherheitsabschaltung sowie eine Restwärmeanzeige.

Nabo bezeichnet das KMI 8000 als sein „neuestes und innovativstes Produkt“ und erklärt:



„Mit dieser bahnbrechenden Kombination aus Induktions-Kochfeld und DownAir-Abzugshaube setzen wir neue Maßstäbe in der Küchentechnologie.“ Das Gerät ist ab sofort verfügbar. ■

UVP: 1.099,99 EURO



EINFACHE HANDHABUNG

Die Bedienung erfolgt über ein LED-Touchpanel. Hier werden die Funktionen Start/Stop, Zeit & Temperatur und Dampfzugabe gesteuert. Die voreingestellten Menüs – von Fisch, Fleisch und Gemüse bis hin zu Desserts – werden in Form von elf farbigen und leicht verständlichen Symbolen dargestellt, wobei die Auto-Menüs auch leicht an den persönlichen Geschmack angepasst werden können. Insgesamt ist die Garzeit zwischen 1 Minute und 60 Minuten einstellbar. Der Temperaturbereich reicht von 80°C bis 200°C. Beide Panasonic Air Fryer bieten 1450 Watt Leistung. ■

UVP NF-CC600: 179 EURO

UVP NF-CC500: 159 EURO

GRAEF

Kaffeegenuss vom Feinsten

Neu von GRAEF gibt es die On-demand-Kaffeemühle CM1116, deren Scheibenmahlwerk (50 mm) aus gehärtetem Stahl nicht nur für gleichmäßig feines Mahlgut sorgt, sondern auch das Aroma des hochwertigen Kaffees schon. Dabei bleibt die Kaffeemühle bei der hohen Mahlleistung von 1 bis 1,5 Gramm Kaffeemehl pro Sekunde mit nur 60 Dezibel recht leise.



Das integrierte Touchdisplay mit Timerfunktion ermöglicht präzise, zehntelsekundengenaue Einstellungen für eine oder zwei Tassen und sorgt – wie GRAEF verspricht – für exzellente Wiederholgenauigkeit bei jedem Mahlvorgang. Die stufenlose Mahlgradeinstellung ermöglicht zudem eine exakte Feinabstimmung des Mahlgrades. Außerdem verhindert das praktische ACE-System eine statische Aufladung des Kaffeemehls und die Bildung von Klümpchen, sodass nach dem Tampen im Siebträger eine gleich-

mäßige Espresso-Extraktion gewährleistet ist.



Das Modell CM1116 wiegt 5kg und präsenti-

ert sich in einem hochwertigen Vollmetallgehäuse in Eisglimmergrau. Der 220 Gramm fassende Kaffeebohnenbehälter in Wankelform ist mit einem Schiebeverschluss ausgestattet und kann zur Mahlwerksreinigung einfach abgenommen werden. Wie GRAEF verspricht, gestalten sich die anschließende Reinigung „besonders leicht“. ■

UVP: 499,99 EURO

Bremsklötze bei der Digitalisierung



Es gibt sie noch. Wie eine Studie des deutschen Digitalverbandes BITKOM von Mitte Juni zeigt, wird in drei Viertel der deutschen Unternehmen noch gefaxt. Das ist jedenfalls das Ergebnis einer Studie, für die 604 deutsche Unternehmen befragt wurden. In einem Viertel der Betriebe wird nach eigenen Angaben sogar noch häufig bzw. sehr häufig gefaxt. Die Zahlen gehen demnach Jahr für Jahr nur leicht zurück. Die Gründe, warum die Unternehmen noch immer am Fax festhalten, sind vielfältig. 56 Prozent der Unternehmen, die noch faxen, geben an, dies sei in der Kommunikation mit Behörden unumgänglich. 43 Prozent faxen, weil es aus ihrer Sicht sicherer als der Postweg sei und 35 Prozent halten daran fest, weil sie gut funktionierende und etablierte Faxprozesse haben. Jeweils 27 Prozent faxen aus Gewohnheit beziehungsweise weil sie in der Regel einen Zustellungsnachweis benötigen.

Jetzt kann man über diese Kommunikationsgewohnheiten schmunzeln. Andererseits sind die Voraussetzungen in der Bundesrepublik etwas andere als in Österreich. So ist z.B. das „digitale Amt“ in Österreich etwas weiter verbreitet als in Deutschland, der Druck in Richtung Digitalisierung hier zu Lande ein wenig höher. Aber auf diesem Lorbeerkrantz sollte man sich nicht ausruhen. Ein Blick auf den Desi-Index zeigt, dass sich Österreich in vielen Bereichen nur im EU-Durchschnitt bewegt, wenn es um den Einsatz von digitalen Tools geht. Trotzdem schreitet auch hier zu Lande die Digitalisierung voran, wie die jüngste Erhebung der Statistik Austria gezeigt hat. Langsam, aber doch. Damit komme ich nochmals zurück zu den Zahlen aus Deutschland. Wenn die Hälfte der Unternehmen angibt, dass Faxe für die Behördenkommunikation unerlässlich seien, wenn vier von zehn Faxe als sicherer einstufen als den Postweg und wenn etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen etablierte Faxprozesse vorschieben, dann deutet das für mich eher auf Beharrungsvermögen in den Betrieben hin, als auf ernsthafte Argumente. (Insofern sind die 27%, welche aus Gewohnheit faxen, zumindest ehrlich.) Ein Grund mag sein, dass die Menschen sich nicht (mehr) umstellen wollen. In diesem Fall hängt das Fortschreiten der Digitalisierung von der Pensionierungsrate in den Betrieben ab.

Der andere Grund ist allerdings, dass viele Anwendungen einfach schlecht sind. Die Abfolge der notwendigen Arbeitsschritte ist für viele nicht intuitiv. Der Online-Slang ist nicht einheitlich. Bezeichnungen von Menüpunkten ändern sich mit Versionssprüngen usw. usf. Wer seine älteren Verwandten bei diversen Online-Anmeldungsprozessen unterstützt hat, weiß davon ein Lied zu singen. Dass in diesem Fall viele User auf diesen Frust mit Totalverweigerung reagieren, anstatt sich nach einem Kaffee und mit viel Ruhe nochmals hinzusetzen und das Problem zu lösen, ist verständlich. Und natürlich verstärken sich diese beiden Bremsklötze der Digitalisierung gegenseitig. Wer einfach nicht will, kann immer auf schlampig programmierte Anwendungen als Grund seiner Inaktivität verweisen. Wenn man aber aus der Erfahrung heraus so oder so von der App torpediert wird, wieso soll man dann seine knappe Zeit und Energie dafür aufwenden?

Magenta: 5G Advanced für 10 Gbit/s

Highspeed-Rekord

5G wurde erfolgreich ausgerollt. Doch die technische Entwicklung bleibt nicht stehen. Deswegen hat am 24. Juni Magenta zu einem Rekordversuch geladen. Im Rahmen eines Praxistests erreichte der Betreiber eine Downloadgeschwindigkeit von 10 Gbit/s. Erreicht wurde die hohe Übertragungsrate durch den Einsatz von 5G Advanced, einer Weiterentwicklung des 5G-Standards. Bei der Präsentation des neuen Highspeed-Rekords waren neben Magenta CEO Rodrigo Diehl und CTIO Volker Libowsky auch Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke vor Ort. „5G-Advanced ist die nächste Zwischengeneration auf dem Weg zu 6G, sie nutzt das 26 GHz Band. Kombiniert man dieses mit Frequenzen aus dem 3,6 GHz Band, so erreicht man eine nie dagewesene Bandbreite für die Übertragung riesiger Daten. Mögliche Anwendungsgebiete für unsere Kundinnen und Kunden sind komplexe Campuslösungen in der Industrie, aber auch die Bereiche Virtual Reality oder 3D-Holografie“, erklärte Volker Libowsky, CTIO Magenta Telekom.



Bei der Präsentation des Highspeed-Rekords waren Magenta CEO Rodrigo Diehl und CTIO Volker Libowsky sowie Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke vor Ort.



Eine Downloadgeschwindigkeit von 10 Gbit/s erlaubt u.a. die Übertragung eines einstündigen 4K-Films in knapp sechs Sekunden. Als Trägertechnologie dient 5G-Advanced. Die hohe Übertragungsleistung wird durch eine Aggregation von bis zu fünf Frequenzbändern erreicht. Zwei davon im Bereich 3,6 GHz, eines im noch höheren Millimeter Bereich. Allerdings wird für diese hohen Übertragungsraten eine Sichtverbindung zwischen Sender und Empfänger benötigt. Bis die entsprechende Technologie allgemein verfügbar wird, dürfte es noch etwas dauern. Derzeit fehlen in Europa noch die Endgeräte. Wie Libowsky erklärte, eigne sich die Technologie vor allem für die Abdeckung von Gebieten mit hoher Kundenfrequenz wie Stadien sowie Einkaufszentren oder für die Erschließung von Gebieten mit Breitband, in welchen der Glasfaserausbau nicht möglich ist.

Einblick

- 60 „Die Mitarbeiter verstehen den Vorteil des Systems in der Regel sofort.“
- 62 „Wir leben im Jetzt und merken oft gar nicht, wenn neue Dinge alltäglich werden.“

MAGENTA GOLD PARTNER-MEETING IN STEGERSBACH

Weiter wachsen

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

Am 12. und 13. Juni traf sich Magenta mit seinen Gold und Premium Silber Partnern im Falkensteiner Resort Stegersbach. Rund 50 Geschäftsführer aus dem Telekom-Fachhandel waren gekommen, um mit dem Vertriebsteam des Betreibers über die Herausforderungen für die Branche und die Chancen zu mehr gemeinsamen Wachstum zu diskutieren. Bei der Diskussion um die heißen Themen beteiligten sich dann auch Magenta CEO Rodrigo Diehl und CCO Branko Stanchev.

Der Telekom-Handel steht allgemein unter Druck. Die Gold Partner und die Silber Premium Partner von Magenta geben sich dennoch optimistisch. Und dies trotz all der Herausforderungen wie Teuerung und Personalengpässe. Das könnte natürlich auch mit der guten Performance von Magenta im Fachhandel zusammenhängen. So konnten mehr als drei Viertel der anwesenden Partner im Vergleich zum Vorjahr die Anzahl ihrer Transaktionen deutlich steigern. Treiber für das gemeinsame Wachstum macht Handels-VL Dietmar Hametner in der Konvergenz der verschiedenen Produktwelten aus Glasfaser und Mobilfunk aus: „Der Fachhandel hat mit seiner Regiona-

lität und dem Zugang zu Communitys eine ganz besondere Stärke. Wir bieten mit unseren Konvergenzprodukten großartige Verkaufsmöglichkeiten und unterstützen die Sales-Aktivitäten. Diese Kombination garantiert gemeinsames Wachstum.“

Dazu bietet der Betreiber auch die notwendige Unterstützung, wie Hametner betont. So legt Magenta weiterhin einen starken Fokus auf die Regionalität und gemeinsame Vertriebs- sowie Werbeaktivitäten in Abstimmung mit seinen Regional Sales Managern. Ab Herbst gibt es zudem regionale Sales Flow-Schulungen mit Schwerpunkt Bedarfsermittlung. Damit sollen die Partner und ihre Mitarbeiter in allen Phasen des Kundengesprächs unterstützt werden – von der richtigen Fragestellung in der Bedarfserhebung, über hilfreiche Verhaltenstipps für die unterschiedlichen Phasen im Verkaufsgespräch bis hin zu zielführenden Formulierungen im Verkaufsgespräch.

HIGHLIGHT

Ein besonderes Highlight war der Besuch von CEO Rodrigo Diehl und CCO Branko Stanchev bei der Händlertagung. Gemeinsam gaben sie ein Update zu den Strategien von Magenta und welche Rolle der Fachhandel dabei spielt. Besonders spannend wurde es in der offenen Diskussion. Dabei kamen auch heiße Themen

Rund 50 Gold und Silber Premium Partner von Magenta trafen sich im Juni mit der Geschäftsführung sowie dem Magenta-Vertriebsteam.

zur Sprache, wo der Betreiber nach Einschätzung der FH-Partner noch besser unterstützen kann. Mit Erfolg: Zwei dieser „Hot Topics“ aus der Diskussion konnten bereits am zweiten Tag der Veranstaltung gelöst werden. Für fünf weitere Diskussionspunkte soll es innerhalb der kommenden 90 Tage ein Status Update sowie Feedback an die Fachhändler geben.

„Die Anwesenheit unserer Geschäftsführung wurde von den Partnern als große Wertschätzung gesehen. Ganz speziell die offene Diskussion & Definition der fünf Hot Topics mit unserem CEO Rodrigo Diehl und der persönliche Austausch beim Abendessen mit Branko Stanchev“, erklärte dann auch Hametner.

DER GANZE HAUSHALT IM VISIER

Einen ganzheitlichen Blick auf den Endkunden stellte dann Clemens Kruse, SVP Consumer Marketing, bei seiner Diskussion mit den Gold und Silber Premium Partnern in den Mittelpunkt. Denn Magenta will die Haushalte der Österreicher „erobern“. Großes Potenzial sieht der Betreiber da vor allem bei Kunden, die noch nicht alle Magenta Produkte nutzen. In dem

Diskussionsformat dreht sich dann auch alles um die Frage, welche Werkzeuge, Produkte und Sales- sowie Marketing-Aktivitäten der Handel benötigt, um die Durchdringung des Endkundenmarktes weiter voranzutreiben.

Anschließend lieferten Area Sales Manager B2C, Glasfaser, Andreas Stammann sowie Market Manager Broadband Kerstin Ista, einen Überblick über die Entwicklung des Glasfaser-Bereichs. Da ging es allerdings nicht nur um den Stand der aktuellen Projekte, sondern auch um Fragen, wie man gemeinsam mit den Magenta Partnern die Vermarktung der Glasfaser-Produkte in den Regionen verbessern könnte.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Für viel Gesprächsstoff in den Pausen sorgten aber auch zwei Gastredner bei der Veranstaltung. So sprach Keynote Speaker Robert Seeger über das Thema künstliche Intelligenz sowie welche Chancen und Risiken sich damit ergeben. Joachim Ortner, Gründer und Geschäftsführer von Vortura solutions hielt wiederum einen Vortrag zu einem für den Handel besonders heißen Thema. Unter dem Titel „Die smarte Zukunft der Personalsuche“ gab er Einblicke in die Lage am Arbeitsmarkt und zu den Herausforderungen im Personalbereich. Zudem stellte er einige Best Practice Beispiele aus dem Personalbereich vor.

Den Business-Blickwinkel beim Magenta Treffen mit den Gold und Silber Premium Partnern deckte derweil das VSE Team, vertreten durch Senior Manager Renate Burke und Channel Manager Hüseyin Ciftci, ab. Ebenfalls in Stegersbach vor Ort waren die Topsellers Partner Samsung und Xiaomi. So hielten Samsung KAM Christoph Seedorf und Xiaomi KAM Michael Saler kurze Vorträge vor den Partnern und nutzten die Veranstaltung zum Netzwerken.

Angesichts der erfolgreichen Veranstaltung gab sich dann auch Michael Noichl, SVP Consumer Sales, höchst zufrieden: „Die Veranstaltung in Stegersbach hat wieder einmal bestätigt, wie wichtig gute Gespräche und echter Austausch sind, um gemeinsam innovative Wege zum Wachstum zu finden. Ich bin begeistert von den inspirierenden Dialogen und vom spürbaren Magenta Spirit bei unseren Top-Partnern.“ ■



Magenta CEO Rodrigo Diehl gab den Partnern bei dem Treffen ein Update zur Strategie des Betreibers.

Unser Reparaturkostenschutz:

So stark wie nie!

WERTGARANTIE Komplettschutz – Qualität und Leistung ohne Kompromisse.



Einfach anrufen unter +49 511 71280-111

Partner werden und profitieren:

- Starke Kundenbindung
- Höhere Erträge
- Mehr Nachhaltigkeit

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



 **WERTGARANTIE**[®]
Einfach. Gut. Geschützt.



AGFEO: PROFESSIONELLE KOMMUNIKATION FÜR JEDEN KUNDEN

Dashboard als Verkaufsargument

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: D. Schebach | INFO: www.agfeo.de

Mit dem AGFEO Dashboard können Nutzer deutlich mehr aus ihrer Nebenstellenanlage herausholen. Gerhard Wegl, Geschäftsführer von CTW Austria, bietet deswegen die Kommunikationslösung konsequent jedem seiner Kunden an. Einer von ihnen ist Josef Floh. Für den Wirt des Gasthauses „Der Floh“ in Langenlebarndorf ist das AGFEO-Dashboard seit Jahren eine unverzichtbare Stütze in der Kommunikation mit seinen Stammgästen.

am Punkt

PROFESSIONELLES TELEFONIEREN

AGFEO unterstützt mit dem Dashboard die Nutzer seiner Nebenstellenanlagen bei der effizienten Kommunikation mit ihren Kunden.

KUNDENBINDUNG

Kommunikationslösung macht den Nutzen einer PBX für den Kunden greifbarer und erhöht damit die Bereitschaft zu weiteren Investitionen.

Bei professioneller Telefonie denkt nicht jeder sofort an ein Gasthaus. Aber bei näherer Betrachtung wird schnell klar, dass heute kein Unternehmen mit Kundenkontakt um eine strukturierte Kommunikationslösung herumkommt. „Ich versuche seit Jahren meine Gäste mit kleinen Serviceleistungen und Aufmerksamkeit zu begeistern. Wenn ich jeden Gast beim Telefonieren persönlich ansprechen kann und z.B. seinen Lieblingstisch weiß, oder wann er zuletzt bei mir war, dann sind wir gleich auf einer anderen Ebene“, erklärt dann auch Josef Floh, Wirt und Inhaber des Gasthauses „Der Floh“, in Langenlebarndorf, gegenüber E&W bei einem Lokalausgang. „Wir leben davon, dass unsere Gäste immer wieder gerne zu uns kommen. Wenn ich die Anrufer abholen kann, fühlen sich auch Gäste, die nicht so oft kommen, bei mir gut aufgehoben.“

Wie der Niederösterreicher betonte, nutzt er deswegen seit der Installation der ersten AGFEO-Anlage im Unternehmen vor 15 Jahren auch immer die dazugehörige Kommunikationssoftware. Der Umstieg von TK-Suite auf das AGFEO Dashboard beim letzten

Josef Floh, Gastwirt in Langenlebarndorf, und Gerhard Wegl, Inhaber von CTW Austria, setzen beide auf das AGFEO Dashboard: Der eine als unverzichtbare Hilfe bei der Kommunikation mit seinen Gästen, der andere als wichtiges Verkaufsargument und Instrument zur Kundenbindung.

Upgrade der Nebenstellenanlage war damit vorgezeichnet.

MEHR NUTZEN

Vorausgesetzt die Gäste geben ihre Zustimmung, erfasst der Niederösterreicher so die für ihn wichtigsten Informationen wie die Telefonnummer, den letzten Besuch, den Lieblingstisch oder ob der Gast lieber im Garten speist, im AGFEO Dashboard seiner Nebenstellenanlage. Sobald ein Stammgast anruft, haben Josef Floh und seine Mitarbeiter diese Informationen sofort auf dem Schirm und können auf die Wünsche der Gäste besser eingehen. Besonders wichtig für den Wirt ist der Umstand, dass alle Mitarbeiter am Empfang oder im Büro über denselben Wissensstand

verfügen, wenn sie z.B. eine Tischreservierung von einem Stammgast entgegennehmen.

Den Kundennutzen durch den Einsatz des Dashboards betont auch Gerhard Wegl, Inhaber von CTW Austria, welcher die Nebenstellenanlage in der Gastwirtschaft installiert hat und nun auch laufend betreut: „Wenn man das Dashboard verwendet, wird mit einem Schlag die gesamte Kommunikation, die Kalendereinträge oder Notizen zu einem Kunden sichtbar. Zusätzlich lassen sich auch Berechtigungen an die einzelnen Mitarbeiter vergeben und die Mitarbeiter können auch aus dem AGFEO-Dashboard externe Daten aufrufen, wenn sie diese im Gespräch mit dem Kunden benötigen.“

EFFIZIENTERES ARBEITEN

Der AGFEO Diamant-Partner bietet daher in jedem Verkaufsgespräch auch das Dashboard an und mit wenigen Ausnahmen wird die Software auch von den Kunden implementiert. Dabei wird das AGFEO Dashboard von einem Zusatzprodukt zu einem Ver-

„Die Mitarbeiter verstehen den Vorteil des Systems in der Regel sofort und wer einmal das Dashboard in der Unternehmenskommunikation verwendet hat, der will die Vorteile der Lösung auch nicht mehr missen.“

GERHARD WEGL

kaufsargument, da die Software viele Funktionen für die externe wie interne Kommunikation bietet, die der Kunde z.B. in der Mobilkommunikation nicht hat. Nach der Beobachtung von Wegl kommt dabei der Wunsch nach der Kommunikationslösung oft von den Anwendern in den Betrieben – spricht dem Sekretariat: „Die Mitarbeiter verstehen den Vorteil des Systems in der Regel sofort und wer einmal das Dashboard in der Unternehmenskommunikation verwendet hat, der will die Vorteile der Lösung auch nicht mehr missen, weil die Lösung die Arbeit erleichtert. Und wenn die Mitarbeiter effizienter arbeiten, dann profitiert davon auch das Unternehmen. Dabei ist es egal, ob es sich um einen kleinen Handwerksbetrieb, einen Kindergarten oder wie hier um ein Gasthaus handelt.“

Das geht laut Wegl so weit, dass einzelne Firmenkunden das Dashboard mit seinen Funktionen über eine HyperVoice-Installation für ihre Kommunikation nutzen, obwohl sie eigentlich sonst nur mobil telefonieren. Dass AGFEO die notwendigen Apps für eine Einbindung der Mobiltelefone in das Dashboard kostenlos zur Verfügung stellt, ist da natürlich von Vorteil.

SICHTBAR MACHEN

Der Einsatz des Dashboards beim User hat zudem einen wichtigen Nebeneffekt für den Inhaber von CTW Austria: Die Software bringt nicht nur einen willkommenen Zusatzertrag, sie erhöht auch die Kundenbindung. Sobald das Bewusstsein um den Nutzen einer Nebenstellenanlage gegeben ist, sind die Kunden auch bereit, weiterhin regelmäßig in ihre Kommunikationslösungen zu investieren. Dabei sei es unerheblich, ob der jeweilige Kunde ein physisches ES-System oder eine virtuelle HyperVoice Soft PBX verwendet.

„Viele Benutzer sehen gar nicht, was eine Nebenstellenanlage als Kommunikationstool für sie bringt. Denn meistens ist die Nebenstellenanlage – abgesehen von ein paar Tischapparaten und DECT-Endgeräten – für den Kunden unsichtbar. Mit dem Dashboard wächst beim Kunden auch das Bewusstsein für den Wert einer richtigen Kommunikationslösung“, so Wegl.



Professioneller Telefonieren mit Hilfe des AGFEO Dashboards hilft nicht nur im Kundenkontakt, sondern erleichtert auch die interne Kommunikation. Das Ergebnis ist ein effizienteres Arbeiten im Unternehmen.

INTEGRATION

Dieses Bewusstsein ist beim „Floh“ eindeutig gegeben. Schließlich nutzen alle Mitarbeiter die Funktionen des Dashboards bei ihrer täglichen Arbeit intensiv. Die Gastwirtschaft in Langenlebar ist damit für Christian Wallisch, AGFEO Vertriebsleiter für Deutschland Südost und Österreich, ein gutes Beispiel, wie ein Unternehmen mit Hilfe der Kommunikationslösung mehr Nutzen aus seiner Nebenstellenanlage ziehen kann: „In der professionellen Telefonie bietet das Dashboard dem Nutzer entscheidende Vorteile. Damit sieht er nicht nur die Nummer oder den damit verknüpften Namen auf seinem Schirm, der Nutzer hat sofort die gesamte Kunden-Historie vor sich. Die Kommunikation wird strukturierter. Das Dashboard ist damit ein Teil des System-Gedankens von AGFEO und es gibt kaum einen anderen Hersteller, der so eine vollständige Integration der Dashboard-Funktionen in die Nebenstellenanlage bietet, wie AGFEO.“

AGFEO DASHBOARD

Das AGFEO Dashboard ist das PC-Cockpit für die Nebenstellenanlagen von AGFEO, von den ES-Systemen bis zur HyperVoice. Die Lösung erlaubt nicht nur die Steuerung der Systemfunktionen der AGFEO-Nebenstellenanlage vom PC aus per Mausclick, die Software bietet auch eine Vielzahl von Funktionen zur Unterstützung der Nutzer. Neben der

systemübergreifenden Kalenderfunktion und dem Wählen per Mausclick direkt aus dem zentralen Adressverzeichnis, erlaubt das Dashboard z.B. die Einbindung von Türsprechanlagen oder externen Videokameras sowie die Integration des AGFEO SmartHomeServers. AGFEO bietet für sein Dashboard eine kostenlose 60 Tage-Testversion an.



RTR-GF TELEKOM UND POST KLAUS STEINMAURER

„Ein großer Fan des Nudging“

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

Im März wurde Klaus Steinmaurer als RTR-GF für den Fachbereich Telekommunikation und Post für die Funktionsperiode bis 2029 wiederbestellt. Dabei wurde sein Tätigkeitsbereich um das Thema KI – ausgenommen den Medienbereich – erweitert. Mit E&W sprach er über den Nutzen der Regulierung und neue Herausforderungen wie das Recht auf Reparatur, die notwendige Regulierung von Künstlicher Intelligenz sowie eine Einladung an den Handel.

.....

zur Person

DR. KLAUS M. STEINMAURER, MBA

Im März ist Klaus Steinmaurer von Finanzminister Magnus Brunner für die Funktionsperiode bis 2029 erneut als RTR-Geschäftsführer für den Bereich Telekommunikation und Post bestellt worden. Der Jurist übt diese Funktion bereits seit 1. Juli 2019 aus. Davor war Steinmaurer ab 1996 für max.mobil, dann T-Mobile bzw. Magenta als Leiter des Bereichs Recht und Regulierung tätig. Von 2016 bis 2018 war er als Vice President International Regulatory Affairs Europe bei der Deutschen Telekom in Bonn tätig.

Regulierung wird immer wieder als eine abstrakte Materie wahrgenommen. Dabei berührt sie alle Bereiche des Marktes. Die Kernkompetenz liegt für die RTR dabei sicher im Bereich der Netze und Telekom-Infrastruktur. Die habe man weitgehend im Griff, aber neue Herausforderungen warten.

E&W: Herr Steinmaurer, als wir uns 2020 unterhalten haben, begann gerade der 5G-Roll-out und Sie haben die Digitalisierung zu einem zentralen Thema ihrer ersten Funktionsperiode erklärt. Wo stehen wir heute in Sachen Digitalisierung?

Steinmaurer: In den vergangenen Jahren ist viel passiert. Nicht zuletzt hat uns eine Pandemie zweieinhalb Jahre in Anspruch genommen. Gleichzeitig hatte die EU-Kommission die digitale Dekade ausgerufen. Da sind wir jetzt mitten drinnen. Dabei geht es immer auch um Infrastruktur. Sie ist der Treiber und ermöglicht alles, was wir unter Digitalisierung verstehen und uns wünschen. Daher ist es weiterhin die zentrale Aufgabe der RTR Telekom und Post, sicherzustellen, dass alle Menschen in diesem Land zu einem guten Preis Zugang zu einer leistungsfähigen Infrastruktur haben. In meiner ersten Funktionsperiode standen deswegen die Versteigerung der

Nach Ansicht von RTR-GF Klaus Steinmaurer muss Regulierung möglichst übergreifend gedacht werden, um die Veränderung in der Telekom auch adäquat abzudecken.

5G-Frequenzen und Ausbau der Netze im Mittelpunkt. Da gab es innovative Ansätze: So haben wir in der Frequenzauktion für mehr 5G-Flächenabdeckung in unterversorgten Gemeinden den Betreibern Geld zurückgegeben, womit wir einen

sehr guten Effekt erzielt haben. Jetzt geht es darum, nachzuprüfen, wo wir stehen und falls notwendig nachzujustieren.

Zur Versorgung gehört aber auch die feste Infrastruktur, denn wir müssen Infrastruktur konvergent denken – 5G und Glasfaser spielen zusammen. Das sieht man auch in der Praxis: Alle drei großen Infrastrukturbetreiber sind heute vertikal integriert und haben – manche mehr, manche weniger – sowohl Mobilfunk als auch Glasfaser im Angebot. In diese Richtung wird es auch weiter gehen, und das spiegelt auch den europäischen Kontext wider.

Beim jüngsten MWC forderten die großen europäischen Mobilfunk-Konzerne eine drastische Reduktion der regulatorischen Einschränkungen, die Möglichkeit zur weiteren Konsolidierung (sprich, das Aufkaufen kleinerer Anbieter) sowie einen wirklichen europäischen Telekom-Markt. Wie stellt sich die Wettbewerbssituation aus der Sicht der RTR da?

Ich bin schon länger in der Branche und die Aussage, dass die Betreiber durch zu viel Regulierung in ihrem Ausbau und ihren Investitionsmöglichkeiten gehemmt werden, gibt es seit den 90er-Jahren. Sieht man sich die Situation in Österreich an, so war der österreichische Markt immer im internationalen Konzernumfeld eingebettet und es gab immer viel Wettbewerb. Für die Kunden ist das von Vorteil. Die Frage ist immer: Was wollen wir erreichen? Wollen wir, dass es europaweit nur noch diese drei/vier großen Anbieter gibt, und die anderen verschwinden? Welche Auswirkung hätte das auf die unterschiedlichen regionalen Märkte? Eine Konsolidierung ist meiner Einschätzung nach nicht im Sinne der Menschen in den jeweiligen Ländern und wird auch sonst nicht wirklich viel verändern, außer dass der Infrastruktur-Wettbewerb nachlässt. Andererseits haben wir bereits einen europäischen Telekom-Markt für die Endkunden: Die können roamen und haben europaweit dieselben Preise.

Woran wir sicherlich arbeiten müssen, ist der Datenbereich (deutet auf das Flipchart hinter ihm). Die sind derzeit das zentrale Thema und hier haben wir den Vorteil, dass wir das im Rahmen der EU tun können. Österreich ist in den Gremien der EU sehr gut vertreten und wird dort gehört. So sitze z.B. ich selbst in einem Beratungsgremium für die EU-Kommission. Prinzipiell benötigen wir auch im Datenbereich Wettbewerb, damit hier ein erfolgreiches Ökosystem entstehen kann. Und hier spielt ein weiteres Thema herein: Sicherheit. All diese Tools, Prozesse und Anwendungen, über die wir reden, können nur auf einer sicheren Infrastruktur funktionieren, sonst ziehen die Endkunden nicht mit. Damit kommen wir auch wieder zum Thema KI, weswegen die Verschneidung der Telekom-Regulierung mit der KI-Regulierung durchaus sinnvoll ist.

Stichwort KI: Dieses Feld haben Sie nun dazu bekommen. Welche Herausforderungen sehen Sie im Bereich der KI für die kommenden Jahre und wie kann man als Regulator eines kleinen Landes hier gestalterisch eingreifen?

Mit dem AI Act der EU haben wir die Aufgaben geteilt: Generative KI wie ChatGPT, welche vor allem in der Content-Erstellung verwendet wird, fällt unter den Bereich der Medienregulierung. Das ist ein wichtiger Bereich, weil hier Risiken und Gefahren für die Demokratie und Meinungsfreiheit bestehen. In einem Superwahljahr wie heuer ist das ein wichtiger Aspekt – und deswegen auch im Fokus der politischen Wahrnehmung. Das wird von der KommAustria mit Unterstützung des RTR-Fachbereichs Medien wahrgenommen.

Und dann gibt es den ganzen Rest: Das betrifft alles von Health bis zur kritischen Infrastruktur usw. – da dreht sich viel um Machine Learning. Grundsätzlich zielt der AI Act dabei auf Themenbereichen ab, bei denen es um Risiken für Gesundheit, Leib und Leben geht. Da reden wir nicht nur über Large Language Modells (LLM) sowie die Infrastruktur, auf denen AI-Anwendungen aufsetzen, sondern auch über Anwendungen wie z.B. über den Operationsroboter da Vinci in Graz. Da stehen für uns als Regulierer die Rahmenbedingungen für den richtigen Einsatz von AI und die Risikoabwägung im Mittelpunkt. Noch sind viele große Unternehmen, wie zum Beispiel Banken, mit dem Einsatz von KI zurückhaltend, weil ihnen die Rechtssicherheit fehlt. „Goldplating“, also eine Überregulierung ist auch keine Lösung, wenn wir etwas weiterbringen wollen. Als RTR sind wir hier behörden- und

bereichsübergreifend sowie gemeinsam mit der Datenschutz- und der Wettbewerbsbehörde tätig. Da sind wir gewissermaßen ein Vermittler zwischen den verschiedenen Polen. Aber wenn wir wollen, dass Österreich in den neuen Themenbereichen rund um KI zukünftig mitreden kann, dann dürfen wir nicht in Silos denken, sondern müssen uns auch um deren Regulierung in diesem Gesamtkontext kümmern und Orientierung geben. Deswegen wird dies für die kommenden fünf Jahre eines der zentralen Themen in der Regulierung, um hier im Bereich der KI die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen, sodass ein Markt mit Geschäftsmodellen entstehen kann. Da sind wir auch ein Marktentwickler – das liegt auch in unserer DNA als Telekom-Regulierer.

Viele Menschen haben allerdings auch Sorge wegen der schnellen Veränderung und beobachten viele der Entwicklungen mit Unbehagen. Müssen wir uns Sorgen machen, dass die Sci-Fi wahr wird?

Jetzt muss ich fast eine persönliche Aussage machen: Wir leben im JETZT und merken oft nicht, wenn neue Dinge alltäglich werden. Denn die Neuheiten kommen schleichend und werden laufend umgesetzt. Smartphones z.B. haben sich äußerlich über die Jahre kaum verändert. Aber im Inneren stecken viele Neuheiten und diese werden schnell selbstverständlich. Mobilfunk sowie Social Media haben so unsere Art der Kommunikation verändert. Nicht immer positiv, aber dieser Entwicklung konnte man sich kaum verschließen. Künstliche Intelligenz ist der nächste Bereich: Nach den Durchbrüchen der vergangenen Jahre wird sie sich in unserem Leben einnisten – zum Guten wie zum Schlechten.

Und da kommt jetzt die gesellschaftspolitische Aussage. – Das wird natürlich auch das Verhalten der Menschen schleichend verändern. Wir sehen allerdings nur das tägliche Geschehen und nehmen die großen Veränderungen kaum wahr. Deswegen müssen wir aufpassen. Die Geschichte wiederholt sich zwar nicht, Fehler sehr wohl.

Dazu zwei grundsätzliche Aussagen: Technologie ist aus meiner Sicht grundsätzlich neutral. Sie kann von sich aus weder gerecht noch ungerecht sein. Zweitens gehen wir bei der Umsetzung immer von unserem liberalen Rechtsstaat aus. Die Wirkung von Technologie kann sich aber auch ins Gegenteil wenden. Deswegen müssen wir bei neuen Technologien wie KI auch abwägen, wie viel Freiheit wir für Sicherheit hergeben, und wie wollen wir ▶



uns als Gesellschaft ausrichten? Und da kommt wieder die Regulierung ins Spiel. Indem wir ein Auge auf der Entwicklung haben, können wir zumindest in unserem Kompetenzbereich die richtigen Anreize für die Entwicklung der Technologie setzen, sodass diese nicht missbraucht werden kann.

Nicht nur die Art, wie wir kommunizieren, hat sich in den vergangenen Jahrzehnten radikal verändert. Auch der Telekom-Markt hat sich rasend schnell entwickelt. Was erwarten Sie sich – aus Sicht der RTR – für die kommenden Jahre vom Markt?

Dieses hohe Tempo der Veränderung hat mit der Digitalisierung und der Liberalisierung der Telekom-Märkte begonnen. Damit wurde Mobilfunk ein Massenmarkt. Als ich in den 90ern in der Branche angefangen habe, war das noch recht einfach. Da mussten wir nur Masten bauen, Verträge mit Händlern abschließen und SIM-Karten verteilen, weil der Bedarf so groß war. Diese Phase ist vorbei. Heute reizen große Onliner wie Amazon die Vertriebs-Technologien einschließlich KI vollkommen aus, womit sie große Vorteile erzielen. Damit ist klar, dass wir uns verändern müssen. Es braucht neue Geschäftsmodelle für den Handel, gerade im Bereich Service und Reparatur. Ich glaube, da kann sich gerade der stationäre Handel mit seiner engen Kundenbeziehung in Zukunft wieder eigene Nischen schaffen, wenn z.B. die Warendistribution online erfolgt, während der Handel für den Service verantwortlich ist und dafür auch bezahlt wird.

Darüber wird man nachdenken müssen und auch das ist – aus meiner Sicht – ein Teil der Regulierung. Denn Regulierung ist nicht nur eine Behörde, die gegen ein Großunternehmen bei einer Verfehlung eine Strafe verhängt. Vielmehr gibt die Regulierung – unterhalb der Ebene der Gesetze und Verordnungen – Anstöße, damit sich der Markt in die gewünschte Richtung entwickelt. Der Handel ist in diesem Ökosystem ein bedeutender Player, von dem auch wichtige Inputs kommen, gerade auch im Bereich der KI. Das ist auch eine Einladung, uns bei der Entwicklung der Rahmenbedingungen zu unterstützen. Denn Regulierung ist nichts Abstraktes, sondern sehr konkret, wenn es um das Legen der Leitplanken bei der Telekommunikation, der notwendigen Infrastruktur, der Digitalisierung, der Verwendung der Daten oder KI geht. Da geht es auch darum, das Land für die Zukunft zu rüsten.

Der Handel steht aber auch mit neuen Entwicklungen wie dem Recht auf Reparatur vor zusätzlichen Herausforderungen ...

Wenn wir z.B. die Abfallproblematik angehen und Elektroschrott vermeiden wollen, dann muss die Gerätereparatur wieder cool werden. Das braucht einen Sinneswandel und die entsprechende Infrastruktur dahinter. Denn bisher ging es um Masse. Wenn ich aber Geräte öfter repariere und länger nutze, dann sinkt natürlich auch der Bedarf. Das Anreizsystem des Handels ist allerdings entgegengesetzt gelagert: Der will

Ein großer Teil der Regulierung spielt sich heute im Spannungsfeld von Infrastruktur, Anwendungen, Künstlicher Intelligenz und Security ab, wobei der Verfügbarkeit der notwendigen Daten eine zentrale Rolle zukommt, wie Steinmaurer zeigt.

möglichst viel verkaufen und viele Verträge abschließen.

Aus Sicht der Regulierung muss man die Möglichkeiten überlegen, damit eine längere Nutzung möglich ist. Das bedeutet nicht nur, dass Service wieder cool wird, sondern auch dass die Hersteller, App-Entwickler Netzbetreiber auch die notwendige Software länger zur Verfügung stellen, damit Oldtimer unter den Smartphones auch länger im Einsatz bleiben können. Für die dazugehörigen Geschäftsmodelle müssen Politik und Regulierung den Rahmen schaffen. Das gilt für die gesamte Wertschöpfungskette vom Hersteller der Geräte, über die Netzbetreiber, bis zu den App-Entwicklern und natürlich darf man den Handel nicht vergessen. Passiert das nicht, werden nur hehre Ziele in die Welt gesetzt, und die Menschen werden die Umsetzung verweigern.

Im Zuge des 5G-Roll-outs wurde auch über eine Neuordnung des Verhältnisses zwischen Netzbetreibern und MVNOs diskutiert. Inwieweit musste hier die RTR als Regulator eingreifen?

Wir haben durch die drei Infrastrukturen einen sehr starken Wettbewerb der Betreiber. Zu dem Ökosystem gehören auch die starken MVNOs. Diese sprechen hier bestimmte Kundengruppen speziell an und adressieren deren Bedürfnisse. Damit gibt es in Österreich tolle Leistungen zu wirklich guten Preisen – im Mobilfunk, aber auch im Festnetzbereich. Dass die MVNOs auch nach dem 5G-Roll-out ihre Rolle spielen und ein Teil des Ökosystems sind, dazu hat auch die Regulierung ihren Teil beigetragen und unterstützt, dass eine HoT oder Spusu heute auch 5G anbieten können. Unser erstes Ziel als Regulierer ist in so einem Fall immer, dass sich die Marktteilnehmer selbst einigen und eine gemeinsame Lösung schaffen. Wenn das nicht passiert, dann müssen wir eingreifen. Da geschieht viel Arbeit im Hintergrund. Es geht uns nicht so sehr darum, Gesetze zu vollziehen und Strafbescheide auszustellen, vielmehr wollen wir im rechtlichen Rahmen Anleitung geben, das Richtige zu tun. Da bin ich ein großer Fan des Nudging. ■

STATISTIK AUSTRIA: IKT IM HAUSHALT

Digitalisierung schreitet voran

TEXT: Dominik Schebach | FOTO: Statistik Austria, Magenta

INFO: www.elektro.at, www.statistik.at

Alljährlich erhebt die Statistik Austria die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in Österreichs Haushalten. Die Untersuchung erfolgt im Rahmen einer europaweiten harmonisierten Erhebung. Bei der nun vorgestellten Untersuchung für das Jahr 2023 wurden zusätzlich die E-Skills bzw. die Medienkompetenz der Nutzer abgefragt.



Geht es um den IKT-Einsatz im Haushalt, dann ist das Fazit recht eindeutig: Die Digitalisierung schreitet voran. Und falls es eine Bestätigung gebraucht hat, hier ist sie: Die Österreicher bis 44 Jahre sind de facto zu 100% im Netz – und viele von ihnen täglich. Der Anteil der Menschen, die das Internet täglich nutzen, beträgt in den jüngeren Altersgruppen bis zu 97%. Das ist die wenig überraschende Erkenntnis der jüngsten Untersuchung der Statistik Austria zum Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in Haushalten. Gleichzeitig verfügten 95% der untersuchten österreichischen Haushalte über einen Internetzugang in irgendeiner Form. Das ist ein Prozent mehr als im Jahr davor. Für die freiwillige Erhebung konnten die Daten von rund 4400 Haushalten sowie 5700 hochgerechnet werden.

Die 5% der Österreicher, welche das Internet nicht nutzen, sehen darin keinen erkennbaren

Nutzen (69%) bzw. haben andere, welche für sie aktiv werden, sollte etwas aus dem Netz benötigt werden (61%). Auch ein Desinteresse bzw. eine Ablehnung des Internet sei laut Statistik Austria bei dieser Gruppe zu beobachten (60%).

EINBRUCH MIT 75

Zudem zeigte sich, dass die Nutzung mit zunehmendem Alter abnimmt. Allerdings sind immer noch 80% der über 60-jährigen Österreicher im Netz. Wobei Männer das Internet häufiger nutzen als Frauen. Bei den erstmals befragten 75 bis 84-jährigen geht die Nutzung dann allerdings stark zurück: Nur 54% der Befragten in dieser Altersklasse sind selbst im Internet aktiv.

Geht es um den Zweck der Internetnutzung, dann dominierte vor allem das Versenden und Empfangen von Sofortnachrichten (88%),

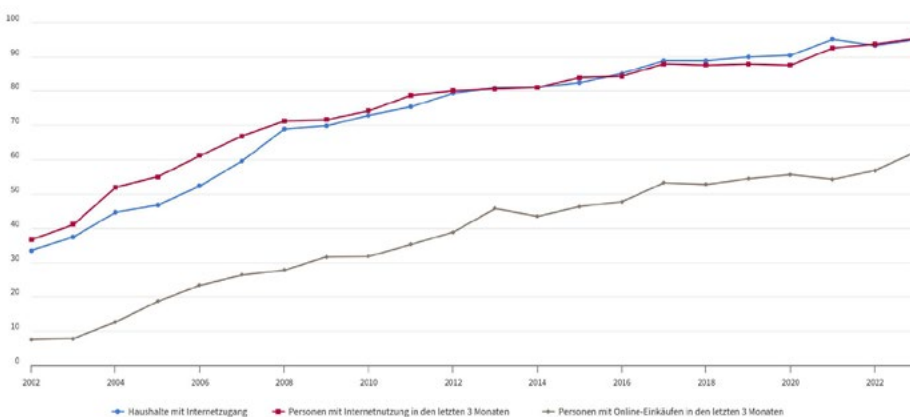
E-Mails (86%), Online-Banking (77%) sowie die Online-Suche von Informationen zu Waren oder Dienstleistungen (76%). Weiters nutzten 70% Internettelefonie und 63% soziale Netzwerke. – Gleichzeitig zeigt auch diese Untersuchung, dass die Österreicher immer stärker dem Online-Shopping zugeneigt sind: Gaben für die Untersuchung im Jahr 2022 56,8% der Befragten an, in den vorangegangenen Monaten einen Online-Einkauf getätigt zu haben, so waren es bei der Untersuchung 2023 schon 62,4%

FAKE NEWS UND HATE SPEECH

Vor dem Hintergrund, dass ein Großteil der österreichischen Bevölkerung online nach Informationen zu Waren und Dienstleistung suchen, zu Gesundheitsthemen recherchieren (64%) oder Medien online konsumieren (62%), rückt auch die Medienkompetenz der österreichischen Bevölkerung in den Fokus. Hier gaben vier von zehn der Befragten an, im Internet auf Inhalte gestoßen zu sein, die sie als Falschmeldungen oder -informationen einschätzten. Wurden Falschinformationen wahrgenommen, wurden diese von zwei Drittel der betroffenen Personen überprüft.

Hate Speech im Internet haben drei von zehn Personen in Österreich bisher wahrgenommen. Beleidigende, drohende oder diskriminierende Online-Kommentare und Postings werden vor allem von Social Media-Nutzern wahrgenommen. Wer keine sozialen Dienste im Netz nutzt, begegnet solchen Auswüchsen der Online-Welt deutlich seltener (20%).

Ausgewählte Ergebnisse im Zeitverlauf 2002 bis 2023 – in Prozent (Grafik)



Der Fortschritt der Digitalisierung: 95% der Haushalte haben heute Internetzugang, 95% der Personen nutzen das Netz, und zwei Drittel der Österreicher tätigen Online-Einkäufe.

Eine Win-Win-Situation?



Nun war es also endlich so weit: Der 21. Juni 2024 markiert für die heimische Hörfunklandschaft einen historischen Tag. Bei strahlendem Sonnenschein wurde den anwesenden Besuchern im DC-Tower im 22. Wiener Gemeindebezirk eine nie dagewesene Sender- und Programmviefalt vorgestellt. So sind auf einen Schlag insgesamt 30 neue Radioprogramme über die DAB+ Plattform „on air“ gegangen. Beim Event herrschte regelrechte Aufbruchstimmung und das auch zu Recht. Denn es ist die größte Sendererweiterung an privaten Radiosendern seit dem Beginn des privaten Rundfunks im Jahr 1998.

Immer wieder prognostizierten Fachleute bereits den Untergang des Radios. Dass das Medium Radio aber alles andere als tot ist, zeigt der aktuelle Radiotest. Über sechs Millionen Menschen schalten das Radio jeden Tag ein. Täglich werden rund 202 Minuten Radio gehört. Damit ist das Radio weiterhin ein beliebter Tagesbegleiter. Übrigens feiert der Rundfunk hierzulande heuer sein 100-jähriges Jubiläum. Genauer gesagt begann die Geschichte des Hörfunks in Österreich in den 1920er-Jahren mit dem fast zwei Jahre bestehenden privaten Versuchssender Radio Hekaphon. Ab dem 2. Halbjahr 1924 prägte dann die Radio-Verkehrs-AG anfänglich mit Radio Wien und weiteren neuen Sendern hierzulande die Hörfunkgeschichte.

Auch DAB+ feiert heuer ein besonderes Jubiläum. Das Digitalradio in Österreich begeht seinen fünften Geburtstag. Bereits über eine Million Menschen in Österreich hören mehrmals im Monat Radio über DAB+. Auch die Bekanntheit hat seit dem Beginn des Digitalradios in Österreich ständig zugenommen. Etwa die Hälfte der Österreicher kennt DAB+ und ein Drittel der Haushalte verfügt über ein DAB+-fähiges Radio. Daher wundert es mich umso mehr, dass der ORF weiterhin an der UKW-Technik festhält. Vor rund einem Jahr sollte eine Popularbeschwerde den ORF zum Sendestart auf DAB+ bewegen – getan hat sich seitdem leider immer noch nichts.

Ich kann verstehen, dass es aus Sicht des Gebührenzahlers in der Tat äußerst ärgerlich ist, dass der ORF hier hinterherhinkt. Schließlich darf man für seine entrichteten Gebühren auch das volle Leistungsspektrum erwarten. Aber immer nur zu jammern und laut „Staatsfunk“ zu rufen, bringt halt auch nichts. Der Handel hat es bis zu einem gewissen Grad selbst in der Hand, mit wenig Aufwand und geringen Kosten das Geschäft anzukurbeln. Dass es an geeigneten Empfangsgeräten nicht mangelt, beweist ein Blick zu den Herstellern. Und auch sonst bietet DAB+ einige Vorteile für die Händler, wie zum Beispiel eine höhere Marge gegenüber UKW-only-Geräten, einen höheren durchschnittlichen Verkaufspreis, die Erschließung neuer Zielgruppen sowie eine Auffrischung des Sortiments, um nur ein paar zu nennen. Zudem kaufen zufriedene Kunden, die DAB+ bereits im Auto empfangen, vielleicht auch für zu Hause ein Gerät. Also eine Win-Win-Situation für alle.

.....

Grundig



Näher am Handel

Um näher an den Fachhandel heranzurücken und sich gleichzeitig als nachhaltige Marke zu profilieren,

stellt Grundig sein neues Fachhandelskonzept vor. Dieses wurde von Beko Austria für ausgewählte Partner entwickelt und umfasst die Produktbereiche TV, Haushaltskleingeräte und Audio. Vor allem die erweiterte Garantie, die Grundig exklusiv für den Fachhandel anbietet, soll für die Partner ein attraktives Plus darstellen. Das Grundig Fachhandelskonzept geht mit ElectronicPartner an den Start und wird in den kommenden Monaten weiter ausgerollt. ■

.....

gfu

25 Jahre WiFi

Vor 25 Jahren, genauer gesagt am 20. Juni 1999, wurde die Organisation zur Standardisierung und Zertifizierung von Produkten für die drahtlose Datenübertragung, die Wireless Ethernet Compatibility Alliance (WECA), gegründet. Nach nur zehn Jahren waren bereits mehr als eine Milliarde WiFi-Endgeräte zertifiziert. Im Jahr 2011 gab es eine Million WiFi-Hotspots, 2013 waren es fünf Millionen. 20 Jahre nach der Gründung der WiFi Alliance waren 30 Milliarden Endgeräte zertifiziert. WiFi ist laut WiFi Alliance die am häufigsten verwendete drahtlose Kommunikationstechnologie mit 3,8 Milliarden ausgelieferten Geräten pro Jahr und 19,5 Milliarden genutzten Geräten. ■



.....

WISI

Sachbearbeiter gesucht

WISI ist Systemanbieter für SAT-Empfangs- und Verteiltechnik, Kabel-TV-Technik und IPTV-Lösungen. Vom Firmensitz in Wien, werden die österreichischen Partner seit mehr als 30 Jahren von einem motivierten und eingespielten Team beliefert und betreut. Nun sucht das Unternehmen einen Sachbearbeiter im Verkauf Innendienst (m/w/d). Geboten werden u.a. ein gutes, kollegiales Betriebsklima, ein spannendes Tätigkeitsfeld, Teamspirit und attraktive Sozialleistungen. Interessierte können ihre Bewerbung an info@wisi.at schicken. ■



LG ELECTRONICS FEIERT MIT TONI POLSTER

OLÉ OLÉ OLED

TEXT: Julia Jamy | FOTO: LG Electronics | INFO: www.lg.com/at

Die Fußball-Europameisterschaft ist in vollem Gange. Auch LG ist im Fußball-Fieber und holt sich Torschützenlegende Toni Polster als Jubiläums-Testimonial für die neue 4er-Serie der OLED evo Modelle.



LG feiert mit den diesjährigen, neuen TV-Modellen 11-jähriges OLED-Jubiläum und auch Torschützenlegende Toni Polster feiert mit.

Nicht nur LG feiert heuer ein besonderes Jubiläum, sondern auch Toni Polster. Dieser begeht ebenfalls in diesem Jahr mit seinem 60er einen ganz besonderen Geburtstag. Polster ist in Österreich eine lebende Legende. Mit den meisten ÖFB-Toren in der Fußballgeschichte des Landes, ist sein Erfolg auch lange nach der aktiven Fußballerkarriere ungebrochen. Genau dasselbe gilt auch für LG Electronics' OLED-Technologie. 2013 wurde der erste OLED-TV auf den Markt gebracht und zunächst noch skeptisch beäugt. Heuer ist der OLED-Erfolg von LG elf Jahre alt und das muss natürlich ordentlich gefeiert werden. Mit Toni Polster sichert sich LG einen der besten heimischen Fußballer der Gegenwartsgeschichte als Markenbotschafter. „Ich durfte die neuesten Modelle schon vorab sehen und kann nur sagen, schlanker, hochwertiger und leistungsstärker kann ich mir TVs kaum vorstellen. Es wird in Kürze auch eine Cashback-Aktion geben. Mehr dazu in Kürze!“, so Polster und er fügt hinzu: „Fußball schauen macht so nicht nur im Stadion Spaß, sondern auch daheim vor dem eigenen, neuen Fernseher.“

AUSSERGEWÖHNLICHE QUALITÄT

Auch bei LG Electronics freut man sich über die Werbepartnerschaft: „Unsere OLED-Technologie steht für über ein Jahrzehnt für

außergewöhnliche Qualität. Genauso wie Toni Polster als ehemalige und noch gegenwärtige Gallionsfigur des heimischen Fußballs für kontinuierliche Qualität in dem steht, was er über Jahrzehnte geleistet hat“, freut sich Philipp Breitenecker, Marketingverantwortlicher und Sprecher von LG Österreich.

NEUE MODELLE

Und welche Geräte kommen nun? LG präsentiert die neuen Modelle M4 OLED evo und G4 OLED evo, die beide mit dem neuen KI-Prozessor Alpha-11 ausgestattet sind. Dieser soll für eine um 70 Prozent verbesserte Grafikleistung und eine um 30 Prozent höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit im Vergleich zu seinem Vorgänger sorgen. Den Evo M4 gibt es in den Größen 65 Zoll bis 97 Zoll. Den G4 bietet LG in den Größen 55 Zoll bis 83 Zoll. Auch Gamer kommen auf ihre Kosten: LG hat seine OLED-Fernseher mit 114 Hz bei einer Auflösung von 4K ausgestattet. Eine fürs Spielen gedachte Funktion ist der sogenannte Game Optimizer, mit dem Nutzer zwischen Display-Voreinstellungen für verschiedene Genres wie Sportspiele oder Shooter wechseln können. Zudem stellt LG den C4 OLED evo und den Z3 8K OLED evo, die beide durch ihre Bildqualität mit hoher Schärfe und gute Tonqualität bestechen sollen. ■

AVM PRÄSENTIERT NEUES MESH SET

Noch mehr Power

TEXT: Julia Jamy
FOTO: AVM
INFO: www.avm.de

AVM präsentiert das neue FRITZ! Mesh Set. Damit sollen sich selbst große Wohnflächen mit leistungsstarkem Wi-Fi 6 abdecken lassen. So sorgen die beiden Triband-Produkte FRITZ!Box 4060 und FRITZ!Repeater 3000 AX im Zusammenspiel dafür, dass WLAN-Geräte wie Laptops, Tablets, Smartphones, Spielkonsolen und Smart-TVs bestmöglich mit WLAN versorgt werden.

Gerade in großen Wohngebungen oder auch dort, wo Hindernisse wie dicke Wände zu überwinden sind, soll das Mesh Set seine Stärken ausspielen. Im Zusammenspiel bauen die FRITZ!Box 4060 und der Triband-Repeater 3000 AX ein großflächiges Mesh-WLAN-Netz auf. Ausgestattet mit Wi-Fi 6, drei Funkeinheiten sowie der einzigartigen Mesh-WLAN-Technologie von AVM sind mit der FRITZ!Box 4060 WLAN-Datenraten von bis zu 6 Gbit/s möglich. Der FRITZ!Repeater 3000 AX verfügt ebenfalls über drei Funkmodule. Eines der beiden 5-GHz-Bänder dient dabei ausschließlich zur drahtlosen Kommunikation mit der FRITZ!Box. Die zwei weiteren Funkmodule sind somit frei für die Verbindung zu den Endgeräten. Über den FRITZ!Repeater ist durch dieses Setup laut Hersteller eine Datenrate von bis zu 4.200 Mbit/s möglich.

Das FRITZ! Mesh Set ist ab sofort für 429 Euro (UVP) im Handel erhältlich. ■



BEWEGTBILDSTUDIE 2024

Fernsehen hält sich

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: leisure communications/Christian Jobst, GfK

INFO: www.screenforce.at, www.rtr.at

Die aktuelle Bewegtbildstudie von RTR Medien und Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) zeigt eine Fortsetzung der bisherigen Trends: Die tägliche Nutzungsdauer sinkt, liegt mit 223 Minuten täglich aber weiterhin über Vor-Pandemie-Niveau. In der Gesamtbevölkerung haben die Broadcaster-Angebote – allen voran das klassische lineare Fernsehen – immer noch die Nase vorn, während in der jungen Zielgruppe die Video-Angebote von YouTube, Netflix & Co. dominieren.

Mit der „Bewegtbildstudie 2024“ legten RTR Medien und die AGTT bereits zum neunten Mal ihre jährliche Analyse

der Bewegtbildnutzung in Österreich vor. Demnach nutzen 99% der heimischen Gesamtbevölkerung (14+) mehrmals wöchentlich Bewegtbildangebote, knapp drei Viertel sogar täglich. „Die Bewegtbildnutzung zeigt zum dritten Mal in Folge ein sehr konsistentes Bild. Die Nutzung von Broadcaster-Inhalten ist mit 77% auf sehr hohem Niveau stabil. Leichte Rückgänge in der Nutzung von linearem Live-TV werden durch den zeitversetzten Konsum von Broadcaster-Inhalten kompensiert. Einige Video- und Streamingportale verzeichnen in ihrem stark fragmentierten und kompetitiven Markt leichte Rückgänge oder Stagnation. Es zeichnet sich das Bild einer Ko-Existenz von TV-Inhalten und Online-Alternativen ab, in der beide Seiten ihren Platz gefunden haben könnten“, hielt Wolfgang Struber, Geschäftsführer der RTR Medien, fest.

Daran anknüpfend ergänzte Thomas Gruber (ProSiebenSat.1

AGTT-Obmann Thomas Gruber unterstrich die Ambitionen der Sendergruppen, den Zusehern zukunftsgerichtete Streaming-Erlebnisse zu bieten.

RTR Pressesprecher Andreas Kunigk hob bei der Präsentation der Bewegtbildstudie die weiterhin hohe Nutzung von Broadcaster-Angeboten in der Gesamtbevölkerung hervor.

PULS 4), Obmann der AGTT: „Die intensive Nutzung der hochwertigen Broadcaster-Inhalte in allen Altersgruppen unterstreicht die Relevanz der etablierten und vertrauenswürdigen Medienmarke sowohl für die Menschen als auch die werbetreibende Wirtschaft. Innerhalb des letz-

ten Jahres haben alle Sendergruppen mit JOYN, ORF ON, ServusTV On und RTL+ die größten digitalen Transformationsprojekte am österreichischen Fernsehmarkt gestartet, die ein zukunftsweisendes Streaming-Erlebnis bieten.“

SMARTPHONE SCHLÄGT TV

Betrachtet man zunächst die Endgerätenutzung, so liegt das TV-Gerät mit 87% (2023: 86%) weiterhin ziemlich stabil, wobei sich die Entwicklung hin zu „connected“ TVs weiter fortsetzt: Mittlerweile sind 62% der Fernseher mit dem Internet verbunden. (Vor fünf Jahren lag dieser Wert noch deutlich unter 50%). Demgegenüber ist die Smartphone-Nutzung



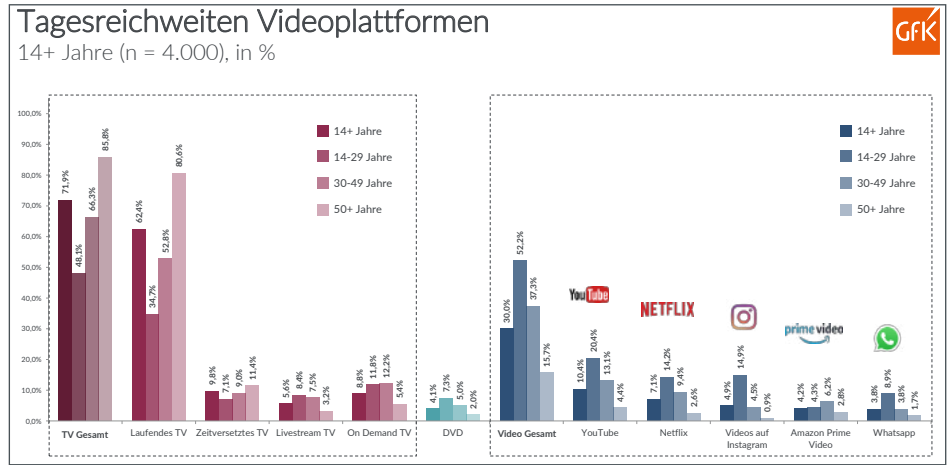
neuerlich gestiegen und liegt nun bei 94% (2023: 92%) und wenig überraschend legt auch die Nutzung von Streaming Media Playern bzw. Sticks kontinuierlich zu – auf aktuell 26%. Indes ist der Einsatz von Digitalreceivern in den letzten fünf Jahren von 23% auf 16% gesunken.

Bei der Verteilung der Bewegtbildnutzung liegt bei Broadcaster-Angeboten in der Gesamtbevölkerung ebenfalls das TV-Gerät in Front (Lineares TV: 99%, zeitversetztes TV: 81%, Livestream und On Demand TV je ca. zwei Drittel), während Video-Angebote eher ausgewogen über die diversen Devices konsumiert werden (TV-Gerät: 36%, Smartphone: 24%, Laptop: 16%, Stand-PC: 15% und Tablet 7%). Auch hier zeigt sich aber in der jungen Zielgruppe 14-29 Jahre eine klare Tendenz zur Smartphone- bzw. Mobilgerätenutzung: Zeitversetztes TV wird vergleichsweise wesentlich häufiger am Smartphone (26%) und PC/Laptop (32%) konsumiert als am großen Schirm (35%), ebenso Livestream TV mit 12% Nutzung via Smartphone und 38% via PC/Laptop gegenüber 39% am klassischen TV-Gerät. Auch der Konsum von alternativen Video-Angeboten erfolgt vorwiegend via Smartphone (36%) und PC/Laptop (34%) versus 23% am TV-Gerät.

STABILES NUTZungsverhalten

Der Erhebung zufolge werden fast acht von zehn Bewegtbildminuten (77%) im Schnitt pro Tag und Kopf mit Inhalten der TV-Veranstalter verbracht. 67% der Bewegtbildnutzung entfallen auf Live-TV der Broadcaster (64% klassisch und 3% via Live-Stream), während die zeitversetzte Nutzung im Vergleich zum Vorjahr auf ca. 10% leicht zulegen konnte. Die Online-Video-Angebote (von Netflix, YouTube, Prime Video über Disney+, DAZN bis hin zu Videos in Social Media oder illegalen Plattformen) erreichen gemeinsam gut 21% und damit geringfügig mehr wie im Vorjahr. Netflix rangiert in dieser Wertung mit 4,5% der Nutzungszeit in der Gesamtbevölkerung knapp vor YouTube (4,4%) sowie Amazon Prime Video (2%).

Getragen wird diese aus Sicht der Broadcaster durchaus zufriedenstellende Entwicklung von der Zielgruppe 50+: In dieser liegt nicht nur der Anteil der konsumierten Broadcaster-Angebote mit 91,4% deutlich über dem Schnitt der Gesamtbevölkerung, sondern mit 262 Minuten täglich auch die durchschnittliche Nutzungsdauer. Die Nutzung von alternativen Video-Angeboten wächst zwar auch in dieser



Kategorie sukzessive, liegt mit knapp 8% aber deutlich unter dem gesamten Durchschnitt.

Generell erreicht der Konsum von Broadcaster-Inhalten zwischen 17 Uhr und Mitternacht seinen absoluten Höhepunkt. Ab 18 Uhr steigt die Reichweite exponentiell an und erreicht mit 47% zwischen 20:45 und 21:00 Uhr ihren Höchstwert. Erst in den späten Abendstunden flacht die Nutzungskurve wieder ab. Die Nutzung von Online-Videodiensten folgt einem ähnlichen Muster, hat aber keinen so ausgeprägten Peak am Abend.

DIE JUGEND STREAMT

In der jungen Zielgruppe (14-29 Jahre) zeichnet sich – wie schon in den vergangenen Jahren – ein völlig anderes Bild: Hier dominieren alternative Video-Angebote die Nutzung. Während Netflix, YouTube & Co. fast 54% Marktanteil erzielen, kommen die Broadcaster-Angebote auf lediglich ca. 43% und das klassische lineare Live-Fernsehen

Broadcaster-Angebote vs. alternative Videoplattformen: In der Gesamtbevölkerung rangiert klassisches Fernsehen nach wie vor deutlich an der Spitze, in der jungen Zielgruppe (14-29 Jahre) hat sich das Bild aber bereits gedreht.

auf gerade einmal knapp 28%. Ebenfalls auffällig: Die Nutzungsdauer von Bewegtbildinhalten liegt in der jungen Zielgruppe mit 184 Minuten täglich deutlich unter dem Schnitt der Gesamtbevölkerung.

Ebenfalls bemerkenswert: In der Gesamtbevölkerung ist die meistgenutzte Mediathek jene des ORF mit knapp 30% wöchentlicher Nutzung (dahinter folge ZDF und ARD mit 12% bzw 11%). Das meistgenutzte Videoportal ist YouTube mit 59% wöchentlicher Nutzung, gefolgt von Netflix (32%) und Prime Video (29%). Das meistgenutzte TV Aggregator-Angebot bildet JOYN mit 11% wöchentlicher Nutzung. Zum Vergleich: Auf dem führenden Social Media-Kanal WhatsApp nutzen 82% der User wöchentlich Bewegtbildinhalte – 69% sogar täglich.

ADVANCED TV STUDIE 2024

Alljährlich erhebt Goldbach die Bekanntheit und Nutzung von Connected TV in der DACH-Region. Laut der aktuellen 7. Ausgabe der Studie haben 66% der Befragten mindestens ein internetfähiges TV-Gerät zuhause (bei Familien 74%) und 91% aller internetfähigen TV-Geräte sind auch connected. In puncto Hardware hat Samsung bei Smart TV weiterhin die Nase vorn und ist mit 59% Marktführer, während die Apple TV Box die meistgenutzte Streaming Box ist (30% Marktanteil bei den 16-29-Jährigen) und der Amazon Fire TV Stick der meistgenutzte Streaming-Stick (zu dem 72% der

User greifen). Die Sony Playstation rangiert bei den Spielkonsolen mit 77% Marktanteil klar auf Rang 1. Die Goldbach-Studie hat zudem gezeigt, dass rund 25% der User täglich Connected TV nutzen und rund 50% wöchentlich, wobei die wichtigsten Nutzungsmotive das größere Inhaltsangebot sowie die höhere Flexibilität darstellen. Im Schnitt verwenden App-Nutzer drei kostenlose und 2,5 kostenpflichtige Apps (für die im Schnitt 36 Euro ausgegeben werden) – zwei Drittel der User würden allerdings Werbung akzeptieren, wenn kostenpflichtige Inhalte dadurch kostenlos zur Verfügung stünden.



30 NEUE DAB+-SENDER GEHEN „ON AIR“

Eine neue Ära

TEXT: Julia Jamy | FOTOS: Roman Zach-Kiesling, Julia Jamy | INFO: www.elektro.at, www.dabplus.at, www.ors.at

Am 21. Juni begann nicht nur offiziell der Sommer, sondern mit insgesamt 30 neuen Radioprogrammen – darunter bekannte Namen wie Radio Arabella oder Life Radio – auch eine neue Ära für die Digitalradiofamilie in Österreich. Heimische Radiofans dürfen sich ab sofort über ein stark erweitertes Angebot an Musik, Information und Unterhaltung freuen.

Vor rund fünf Jahren wurde das digitale Zeitalter des Hörfunks in Österreich eingeläutet. Am 28. Mai 2019 starteten nämlich neun Digitalradios hierzulande ihr Programm. Der Weg bis zur ersten Million DAB+ Hörer war

am Punkt

AM 28. MAI 2019

wurde das digitale Zeitalter des Hörfunks in Österreich eingeläutet.

FÜNF JAHRE SPÄTER

sind insgesamt 30 neue Radioprogramme über DAB+ „on air“ gegangen.

NICHT NUR FÜR DIE KUNDEN

sondern auch für die Händler soll DAB+ viele Vorteile bieten.

zwar schwierig, aber seither gibt es nur eine Richtung – und zwar vorwärts. Die Erfolgsgeschichte von DAB+ ist also noch lange nicht vorbei. Denn im Sommer des Vorjahres wurden die Lizenzen für die bundesweite und regionale digitale Hörfunkversorgung über DAB+ von der RTR ausgeschrieben. Anfang März 2024 hat die Kommunikationsbehörde Austria der ORS comm die Zulassung für den Betrieb einer weiteren bundesweiten terrestrischen Multiplex-Plattform für digitalen terrestrischen Hörfunk im Standard DAB+ (MUX III) erteilt. Zusätzlich zur bundesweiten Lizenz erhielt die ORS comm fünf weitere regionale Lizenzen für die regionale Verbreitung von weiteren 15 Hörfunkprogrammen über den neuen MUX II.

30 NEUE SENDER

Somit sind am 21. Juni insgesamt 30 neue Radioprogramme über die DAB+ Plattform „on air“ gegangen, 15 davon österreichweit, die anderen 15 Programme werden regional verbreitet. Dafür hat die ORS Group, die für die Verbreitung des digitalen Radioangebots zuständig ist, in den vergangenen Monaten die technische Reichweite des DAB+ Netzes ausgebaut und allein für das regionale Programmangebot fünf neue Versorgungsgebiete geschaffen. Die ORS betreibt seit 2019 einen bundesweiten DAB+ Multiplex, über den bisher 16 digitale Radioprogramme gesendet wurden. Österreichweit wird DAB+ über insgesamt 15 Standorte verbreitet. Mit

Drücken den Buzzer für ein neues, vielfältiges Programm bouquet (v.l.n.r.): Michael Wagenhofer (Geschäftsführer ORS Group), Wolfgang Struber (Geschäftsführer RTR-GmbH, Fachbereich Medien), Thomas Pöcheim (Geschäftsführer Verein Digitalradio Österreich), Norbert Grill (Technischer Geschäftsführer ORS Group), Roman Gerner (Obmann Verein Digitalradio Österreich) und Michael Ogris (Vorsitzender KommAustria).

dem neuen Standort am Hauser Kaibling sendet die ORS nun bundesweit 31 Radioprogramme mit einer Bevölkerungsreichweite von 84 Prozent.

VIELFALT

Regional war das bisherige DAB+ Angebot mit 15 Radioprogrammen auf den Großraum Wien beschränkt. Mit den fünf zusätzlichen regionalen DAB+ Versorgungsgebieten kommen nun weitere 15 Radioprogramme hinzu. Zusammen mit den bereits bestehenden nationalen und regionalen DAB+ Programmen erhöht sich das von der ORS servierte DAB+ Gesamtangebot auf 57 Radioprogramme. „Aus Sicht eines technischen Dienstleisters freuen wir uns, dass die 2019 zusätzlich zu UKW etablierte Versorgung mit DAB+ so gut angenommen wird. Österreichs Medienvielfalt basiert auf den leicht zugänglichen Services der ORS. Damit ermöglichen wir die demokratische



Thomas Pöcheim freut sich über den größten Start an Radiosendern seit dem Beginn des Privatradios in Österreich.



Die DAB+-Familie wächst in ganz Österreich. Die Digitalradios sollen vor allem durch ihren kristallklaren Klang bestechen.

und kulturelle Vielfalt der österreichischen Gesellschaft. Gerade in der heutigen Zeit, in der Demokratien immer wieder um ihre Stabilität kämpfen müssen, gibt dies unserer Arbeit einen ganz besonderen Sinn. Wir möchten uns daher auch ganz besonders bei der DAB+ Familie für die fruchtbare Zusammenarbeit bedanken“, sagt Michael Wagenhofer, Geschäftsführer der ORS Group.

PROGRAMMANGEBOT IM DETAIL

Österreichweit werden nun also 15 sehr unterschiedliche Radioprogramme verbreitet, die ein vielfältiges Publikum mit Information und bunter Unterhaltung versorgen sollen: „Beats Radio“ (Klassik Radio GmbH), „Flash 90s“ (LR Digital Audio GmbH), „HIT ANTENNE“ (Antenne Salzburg GmbH), „LoungeFM“ (Livetunes Network GmbH), „Nostalgie“ (NRJ Digital Radio GmbH), „Radio Arabella“ (Arabella Digital GmbH), „Radio Bollerwagen“ (Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG), „Radio GÖD“ (Gewerkschaft Öffentlicher Dienst), „Radio Rot Weiss Rot“ (KRONEHIT Radio BetriebsgmbH), „NACHRICHTEN.LIVE“ (nonstopnews.at gmbh), „Radio SOL“ (Planet SOL), „Radio VM1“ (Radio Event GmbH), „Super 80s“ (KRONEHIT Radio BetriebsgmbH), „Superfly“ (Superfly Radio GmbH) und „XXXLutz DAS RADIO“ (XXXL Digital Audio GmbH).

Das bestehende DAB+ Regionalangebot für den Großraum Wien wird um die Gebiete Niederösterreich und Nordburgenland, Steiermark, Kärnten und Südburgenland, Salzburg und Oberösterreich, Tirol und Vorarlberg erweitert: „Eurodance X-Press“

(KRONEHIT Radio BetriebsgmbH), „OÖNow“ (OÖN, Hippocrepis Beteiligungs GmbH), „Pirate Radio“ (KRONEHIT Radio BetriebsgmbH), „Antenne Kärnten“ (Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & CO KG), „Antenne Steiermark“ (Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & CO KG), „Radio Soundportal“ (Soundportal Graz GmbH), „Radio Grün Weiß“ (Radio Grün Weiß GmbH), „Rock FM“ (G&H Rock FM Medien GmbH), „Radio Val Canale“ (Johann Höber), „Life Radio“ (Life Radio GmbH & Co KG), „Radio U1“ (U1 Tirol Medien GmbH), „Life Radio Tirol“ (Regionalradio Tirol GmbH), „ANTENNE VORARLBERG“, „ANTENNE Partymix“ und „80er90er Megamix“ (ANTENNE VORARLBERG GmbH).

STEIGENDE HÖRERZAHLEN

Bereits über eine Million Menschen in Österreich hören mehrmals pro Monat Radio über DAB+. Der Verein Digitalradio Österreich führt den Erfolg auf die vielen Vorteile von Digitalradio zurück. So bietet DAB+ kristallklaren Klang, eine breite Sender- und Programmvielfalt, keine Notwendigkeit für Internetempfang und Datenverbrauch sowie kostenfreie Verfügbarkeit. Die Vielfalt der Radioprogramme auf DAB+ sei klar strukturiert und einfach auffindbar. Zusätzlich bieten DAB+ Geräte nützliche Zusatzfunktionen, die den Alltag bereichern sollen.

Auch für die Händler soll sich der Verkauf von Digitalradios lohnen. Höhere Margen gegenüber UKW-only-Geräten, ein höherer durchschnittlicher Verkaufspreis sowie die Erschließung neuer Zielgruppen sind nur einige der

Vorteile, die DAB+ zu bieten hat. Auch der Nationalrat hat die Wichtigkeit des Digitalradios mittlerweile erkannt und hat einen Initiativantrag beschlossen, der den Fonds jährlich um eine Million Euro anwachsen lässt. Diese zusätzlichen Mittel sind laut Verein Digitalradio Österreich für die DAB+ Sender von großer Bedeutung, insbesondere in den ersten Jahren, in denen die Refinanzierung oft schwierig ist. Die Anschubfinanzierung stelle sicher, dass der kostenfreie und niederschwellige Zugang zu einer größeren Programmvielfalt in ganz Österreich gesichert wird. „Die Erhöhung der Fördermittel ist ein klares Signal für die Bedeutung des digitalen Radios in Österreich. Mit der Erweiterung des Programmspektrums auf 58 Sender bieten wir den Hörerinnen und Hörern eine noch nie dagewesene Vielfalt. Die zusätzlichen Mittel des Digitalisierungsfonds sind entscheidend für den weiteren Ausbau und die Stabilität des DAB+ Angebots. Wir danken dem Nationalrat für diese wichtige Unterstützung“, sagt Roman Gerner, Vorsitzender des Vereins Digitalradio Österreich.

AUF DEM RICHTIGEN WEG

In dieselbe Kerbe schlägt auch Thomas Pöcheim, Geschäftsführer des Vereins Digitalradio Österreich, gegenüber E&W: „Es ist der größte Start an Radiosendern seit dem Beginn des Privatradios in Österreich 1998. Die Einführung der 30 neuen Sender bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Es ist alles dabei. Das Programm bouquet ist abgerundet und die Vorteile von DAB+ überwiegen deutlich. Das Digitalradio bietet einen niederschweligen Zugang und auch für die Händler hat DAB+ einiges zu bieten.“ ■



NEUE DIGITALRADIOS VON HAMA

Ohren auf!

TEXT: Julia Jamy | FOTO: Hama | INFO: www.hama.at

Nicht nur die heimische Radioland-schaft wird mit dem Start von 30 neuen DAB+ Programmen noch vielfältiger, sondern auch das Produk-tortiment von Hama. So bietet der Zubehörspezialist mittlerweile eine komplette Range an Digitalradios – sowohl stationär als auch für outdoor.

Radiofans dürfen sich ab sofort über ein noch breiteres Angebot an Musik, In-formation und Unterhaltung freuen. Auch Hama hat die Wichtigkeit von Digitalra-dios erkannt und präsentiert seine neuen Mo-delle, darunter den „DR1001BT“ (UVP: 99 Euro) und den „DR2002BT“ (UVP: 139 Euro). Die bei-den Radios sollen vor allem durch ihre einfache Bedienung und ihr extragroßes Display beste-

chen. Die Menüführung ist komplett in deut-scher Sprache gehalten. Zudem kommen der „DR1001BT“ und der „DR2002BT“ mit vier Di-rektwahltasten für Lieblingssender und Weck-funktion. Nutzer können sich wahlweise von Radiomusik oder vom Summer wecken lassen und selbst entscheiden, ob der Alarm nur ein-malig, täglich, an Werktagen, am Wochenende oder nur an speziellen Tagen aktiv sein soll.

Die beiden Modelle verfügen außerdem über große Tasten, die haptisches Feedback geben. Das heißt, man spürt es deutlich am Tasten-druck, wenn die Eingabe erkannt wird. Ein

großer Drehleger lässt die Nutzer das Radio intuitiv steuern und gestaltet die Sendersuche selbsterklärend. Auch die Beschriftung der Tasten ist in großen, deutlich lesbaren Buchsta-ben gehalten. Damit sollen die Radios wirklich jede Altersgruppe ansprechen und sind auch ideal für Pensionisten. Ausgestattet mit dem Bluetooth-Receiver (RX) können Nutzer zudem die Musik von Smartphone, Tablet, Notebook und PC unkompliziert auf die Digitalradios streamen. Die beiden Modelle sind sowohl in Schwarz als auch in Weiß erhältlich.

ALLROUNDER

Wer trotzdem nicht auf CDs verzichten möchte, kommt an dem „DIR 1570 CBT“ (UVP: 179 Euro) nicht vorbei. Der Allrounder kann aber nicht nur CDs abspielen, sondern unterstützt neben FM, DAB/DAB+ auch Internetradio und Blue-tooth-Streaming. Das Digitalradio kommt ebenfalls mit Weckfunktion und zwei Direkt-wahltasten für Lieblingssender. Zudem verfügt der „DIR 1570 CBT“ über einen USB-Anschluss Typ A zur Wiedergabe von externen Datenträ-gern, z.B. USB-Stick, MP3-Player sowie einen Drehregler für intuitive Bedienung.

PERFEKTER BEGLEITER FÜR UNTERWEGS

Last but not least präsentiert Hama den „DR200BT“ (UVP: 69 Euro). Das Digitalradio soll vor allem durch sein kompaktes Design bestechen. Der „DR200BT“ lässt sich gleich-zeitig als Bluetooth-Lautsprecher nutzen und ist somit auch für unterwegs geeignet. Vor allem jetzt im Sommer ist der „DR200BT“ der ideale Begleiter beim Entspannen am Pool, beim Picknick oder beim Camping. Die Bluetooth-5.0-Technologie ermöglicht eine schnellere und energieeffizientere Daten-übertragung, so dass Nutzer bis zu acht Stun-den kabellos Musik hören können. Und über die leistungsstarke USB-C-Schnittstelle ist das DAB+-Radio innerhalb von drei Stunden wieder vollgeladen. ■

Sorgen für rauschfreien Hörgenuss: der „DR1001BT“, der „DIR1570CBT“ und der „DR200BT“ (v.l.)



BENQ

Für spannende Spiele

BenQ hat mit den Modellen TK710 und TK710STI zwei neue Laser-Beamer vorgestellt. Die Beamer projizieren 4K-UHD Bilder großformatig an die Wand und sollen so das Anschauen von großen Sport-Events zum spannenden Ereignis machen. Um den Einsatzbereich der beiden Gaming-Beamer auch auf hellere Wohnräume zu erweitern, bietet die von BenQ entwickelte Laser-Lichtquelle bis zu 20.000 Stunden mit einer Helligkeit von 3.200 ANSI-Lumen und garantiert laut Hersteller ein hohes Kontrastverhältnis von 600.000:1. Dabei decken die beiden



HDR-Gaming-Beamer den Farbraum Rec. 709 zu 95 % ab und sollen so für lebendige Bilder auf bis zu 300 Zoll (762 cm) langen Bilddiagonalen sorgen. Der 4K-Beamer BenQ TK710 kostet 1.499 €, und der BenQ TK710STi ist für 1.799 € erhältlich. ■

TP-LINK

Schnelles und stabiles WLAN

Reicht ein einfaches Modem oder soll es doch lieber der vermeintlich potentere, aber auch teurere All-in-One-Router sein? Vor dieser Frage stehen viele Leute, wenn sie z.B. ihren Provider wechseln oder einen Tarif mit höherer Geschwindigkeit buchen wollen. TP-Link hat für beinahe jedes Szenario das passende Produkt im Portfolio. Um die Wohnung effektiv mit WLAN versorgen, präsentiert der Hersteller



den Mesh-fähigen Router Deco X50. Der Mesh-Router erstellt eine stabile erste WLAN-Umgebung, die idealerweise bis ins Herz des Wohnraumes reicht. Oder man bedient sich eines Powerline-Adapter-Sets, wie z.B. dem TP-Link TL-WPA8631P oder PGW2440, um die Distanz vom Modem ins Herz des Wohnraums per Stromleitung zu überbrücken. ■

TCL

Mehrfach ausgezeichnet

TCL wurde bei den diesjährigen Red Dot Awards für das außergewöhnliche Design von vier Produkten seiner Fernseh- und Soundbar-Serien ausgezeichnet. Der Hersteller will damit die Position als Vorreiter in Sachen Innovation und Design stärken.



„Unser Engagement, durch Innovation und Qualität Großartiges zu leisten, treibt uns an, die Grenzen von Technologie und Design immer weiter zu verschieben.

Diese Auszeichnungen bestätigen unser Engagement, qualitativ hochwertige und erschwingliche Produkte zu liefern, die das Leben unserer Kunden bereichern. Das hat uns die Position als zweitgrößte TV-Marke der Welt eingebracht“, kommentierte Stefan Streit, CMO von TCL Europe. Ausgezeichnet wurden der TCL 115 X955 Max, Der X955 Max, die TCL C65 Serie, die TCL P75 sowie die TCL S5 & S4 Serie Home Theatre Soundbar. ■

LOEWE

Erstklassige Performance

Loewe stellt seine neue TV-Serie „Loewe stellar“ vor. Die Hochleistungs-OLED-Display-Module sind nach eigenen Angaben vom Hersteller selbst konzipiert, konstruiert, gefertigt und damit maßgeschneidert auf die Loewe stellar Modelle. Auch beim Design will das Unternehmen mit Loewe stellar neue Wege gehen. So bietet das neue Designkonzept eine Display-Rückseite aus echtem Beton sowie einen Rahmen aus hochwertigem, gebürstetem Aluminium. Für Loewe stellar neu entwickelt wurde auch das TV-Chassis. Es bildet die Basis für neueste smarte TV-Technologien. Zudem soll das neue Betriebssystem Loewe os viele Anwendungen vom klassischen linearen TV-Genuss über Streaming bis hin zu mitreißenden und immersiven Gaming-Erlebnissen ermöglichen. Zur Auswahl stehen Display-Größen zwischen 42 und zukünftig bis zu 97 Zoll, den Start bilden die 42 und 55 Zoll-Varianten.



Zudem präsentiert Loewe die neue „Loewe inspire“-TV-Serie, die über Ultra HD-Auflösung und eine breite Palette von HDR-Formaten einschließlich Dolby Vision verfügt. Zudem wird jeder Loewe inspire Fernseher laut Hersteller ab Werk kalibriert. Die Loewe inspire dr-Modelle bieten einen elektronischen Programmführer (EPG), einen Dreifach-Tuner für DVB-T2/C/S2 HD inkl. 5V-Versorgung für Antennen, eine integrierte, 1 Terabyte Festplatte und native Smart-Streaming Apps für Video-on-Demand sowie HbbTV-Mediatheken. Die neue Serie ist in den Bildschirmgrößen von 48 bis 77 Zoll verfügbar. Damit auch die Händler die Geräte näher kennenlernen können, bietet Loewe am 16. Juli von 8:30 Uhr bis ca. 16:30 Uhr eine Verkaufsschulung in Tirol an. Ort der Schulung: Landgasthof BOGNER, Walburga Schindl Straße 21. ■



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



der Frage, wie er sich auf die neue Realität einstellen sollte. Und das bedeutete vor allem genaue Kenntnisse über Produkte, Kunden und Trends.

... über die Zukunft, nämlich jener der Branche.

Die Zukunft hat längst begonnen, schrieb die E&W damals. Die Redaktion ließ deswegen zahlreiche Vertreter aus dem Handel, den Kooperationen und der Industrie zu den Zukunftstrends Stellung nehmen. Die rückten Vertriebskanalpolitik, alternative Formen der Zusammenarbeit, neue Marktteilnehmer und Netzwerke ins Zentrum der Diskussion. Mit z.T. überraschenden Ergebnissen.

... über eine ungewöhnliche Gesprächsrunde.

E&W-Herausgeber Andreas Rockenbauer hatte eingeladen und fünf TK-Vertriebsleiter kamen. Fünf Stunden lang diskutierten Christian Sturm, Jörg Bauer, Gerhard Oberauer, Wolfgang Lesiak und Franz Schwalb-Schich in seltener Eintracht über die verrückte TK-Branche, Provisionen, und zusätzliche Ver-

... über Stadt, Land, Fleiß

- oder neue Fachhandelskonzepte für Ballungszentren und ländliche Gefilde. Dafür sprach das Redaktionsteam der



E&W mit Franz Votruba, von RED ZAC Votruba in Wien sowie Martina Ebner-Wagner von Elektro Ebner mit acht Standorten in den Mühlviertler Bezirken Perg und Freistadt. Votruba forcierte eine Nischenstrategie mit hochwertigen Audio- und Videoprodukten. Elektro Ebner dagegen bezeichnete den Handel eher als eine Serviceleistung für den Endkunden.

dienstmöglichkeiten. Was allerdings alle fünf Vertriebsleiter gleichermaßen verwunderte, war die Frage: Warum der Handel in der Telekommunikation so viel Geld liegen ließ?

... über die Notwendigkeit von Netzwerken.

Schließlich drängte sich bei einem Blick auf die Umsatz- und Outlet-Entwicklung in Europa - und Österreich war da keine Ausnahme - die Einsicht auf, dass nur starke Handels-Netzwerke mit ihren professionellen Konzepten eine Zukunftschance hatten. Dabei blickte die E&W-Redaktion auch über den Tellerrand und nahm z.B. auch den Lebensmittelhandel unter die Lupe, oder analysierte die Stärken der Großfläche wie ihr durchgehendes Marketing oder auch ihre Einkaufsmacht. E&W Herausgeber Helmut Rockenbauer regte damals an, die Kooperationen als Basis für solche starken Netzwerke bzw. Marketinggesellschaften mit unterschiedlichen Strategien und Handelsmarken zu nutzen.

... über das Chancenkonzept der Extraklasse

Nicht für Kleingeister schrieb die E&W damals über die Veranstaltung, welche von Horst Neuböck und Unternehmensberater Reiner Leitenberger berits zum dritten Mal veranstaltet wurde, und die Händler animieren sollte, mit Industrieunterstützung die ausgetretenen Pfade im WW-Verkauf zu verlassen. Dabei waren sich Reiner Leitenberger und Horst Neuböck einig: „Der Mensch liebt den Fortschritt und hasst die Veränderung.“

... über Strategien für das Multimedia-Zeitalter.

Denn große Umbrüche wie Heimnetzwerke standen vor der Tür und der Handel vor



Reiner Leitenberger (li) und Horst Neuböck (re) sind sich einig: „Der Mensch liebt den Fortschritt und hasst die Veränderung.“

TV-Streaming, das keine Wünsche offenlässt.

FIX.

Jetzt Fernsehen mit über 40 HD-Sendern zum neuen Highspeed-Internet sichern.



Internet
+ Drei TV

6 Monate
GRATIS*

DreiTV.

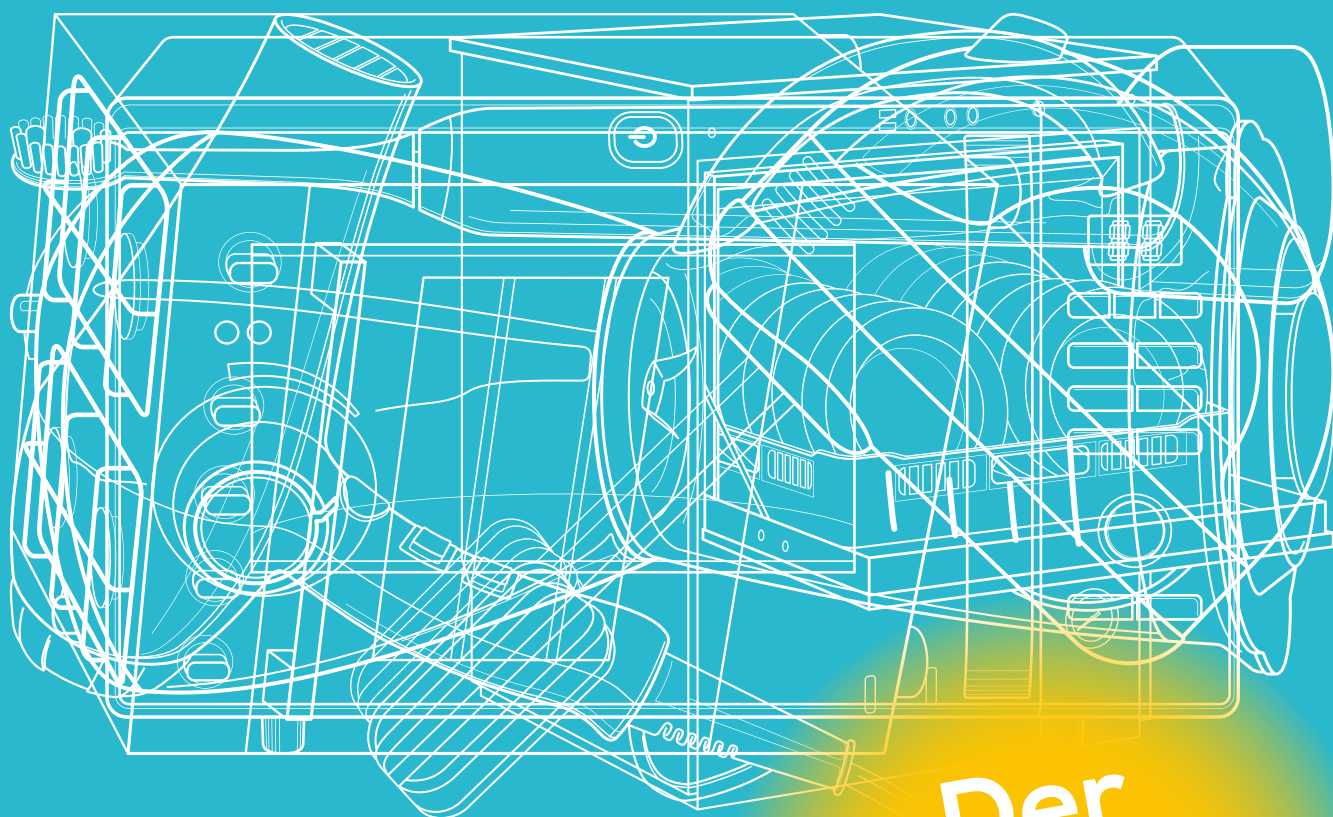


* Bei Neuanschaffung mit 24 Monaten Mindestvertragsdauer in ausgewählten Internet-Tarifen für zuhause. Aktivierungsentgelt einmalig 9,90 €. Optional dazu auch Drei TV Basic (5,90 € / Monat, monatlich kündbar) in den ersten 6 Monaten gratis.
Details: drei.at/internet



ELEKTRO Fachhandelstage

Der Branchentreffpunkt in Österreich.



Besuchen Sie Österreichs wichtigste Plattform für den Elektro- und Elektronikfachhandel und kommen Sie mit den Markt- und Branchenführern ins Gespräch!

**Der
Eintritt
ist frei!**

27.-28. September 2024
Design Center Linz

elektrofachhandelstage.at