

## Gemeinsames Gespräch mit dem Weltfunk- und Telering-Geschäftsführer, dem Telering-Vertriebsleiter und dem Telering-Aufsichtsratsvorsitzenden: „Wir stellen eine Aufbruchstimmung fest!“

Für den schon vor längerer Zeit avisierten Termin, der aufgrund der bekannten aktuellen Geschehnisse rund um die Mainzer Kooperation verständlicherweise gar nicht so einfach war, im Kalender zu fixieren, begibt sich Ihr Chefredakteur ins beschauliche Trulben. Hier befindet sich das Geschäft von **Michael Wafzig**. Und damit Sie sich alle ein bisschen besser vorstellen können, in welchem Umfeld sich der **Telering-Aufsichtsratsvorsitzende** hier bewegt, und Sie später seine Aussagen im gemeinsamen Austausch an der einen oder anderen Stelle noch besser einordnen können, ein kurzer Blick auf **Wikipedia**. Was sollte man über Trulben wissen?

„Trulben (im örtlichen Dialekt Trulwe) ist eine Ortsgemeinde im Landkreis Südwestpfalz in Rheinland-Pfalz. Sie gehört der Verbandsgemeinde Pirmasens-Land an. Der Ort liegt in einem weiten felsgesäumten Talkessel südöstlich von Kröppen im Zweibrücker Hügelland, das im östlichen Teil der Gemarkung in den Pfälzerwald übergeht und ist zentraler Ort der Hackmesserseite. Östlich Richtung Pirmasens liegt der Ortsteil Hochstellerhof auf 430 m ü. NHN. Nachbargemeinden sind – im Uhrzeigersinn – Vinningen, Obersimten, Lemberg, Eppenbrunn, Hilst und Kröppen.“

Dieses gelesen überrascht es wahrscheinlich nicht, dass uns unser Navi am Ziel angelangt in eine Wohnstraße führt, in der nicht jeder direkt ein Elektro-Fachgeschäft vermuten dürfte. Willkommen bei **Technik-Profi Michael Wafzig**, der sich auf seiner Homepage u. a. wie folgt vorstellt:

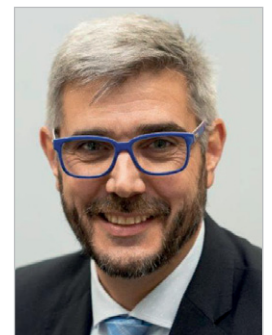
„Hallo, ich bin Michael von 'TECHNIKPROFI – Michael Wafzig in Trulben'. Sicher kennen Sie das: Das Fernsehgerät steht da und keiner weiß, wie es richtig eingerichtet wird, oder der Einbaubackofen bleibt kalt und heute gibt es keine Pizza mehr. In solchen Fällen sind wir Ihre Problemlöser. Wir verkaufen nicht nur die Geräte aus Unterhaltungselektronik, Haustechnik, EDV und Sicherheitssystemen, sondern warten und reparieren bei Bedarf die Komponenten in unserer Meisterwerkstatt. Bei uns zählt nicht Masse, sondern der persönliche Kontakt. Melden Sie sich bei Ihrem nächsten Elektronikalheur und testen Sie uns.“

Und in der Tat, auch bei uns ist der Eindruck gleich positiv. Der persönliche Kontakt wird direkt spürbar. Das aber natür-

lich auch, weil **Weltfunk-** und **Telering-Geschäftsführer Udo Knauf** und **Telering-Vertriebsleiter Tuncer Köken** ebenfalls bereits vor Ort sind. Und so steigen wir direkt ein und fragen Wafzig, wie er denn die vergangenen Monate selbst so wahrgenommen hat. Zu Jahresbeginn seien die Vorstellungen doch sicherlich noch andere gewesen. Er bestätigt:

„Im Januar dachten wir noch, alles sei im grünen Bereich und alles läuft normal und ruhig: ■ Wir haben unsere Ideen und Vorstellungen. ■ Die Zentrale arbeitet auf ihre Ziele hin. Doch dann kam die erste Meldung, die uns natürlich zunächst einmal erschrocken hat. Dabei blieb es bekanntlich nicht, kurze Zeit später, nach dem Aus von Brömmelhaupt, wurde auch noch das Ausscheiden der Sonepar bekannt. Grundsätzlich kann ich aber sagen:

Wir wurden von der Zentrale sofort umfangreich über die Entwicklungen informiert und auch im Anschluss permanent auf dem Laufenden gehalten. Udo Knauf hat sich hier bis heute immer wieder als hervorragender 'Hiob' dieser Bot-



Michael Wafzig | © Telering

schaften bestätigt. Gemeinsam wurde konzeptionell überlegt, wie es weitergeht. Machen wir unser Ding, wie wir es vorhaben oder kommt es zu irgendwelchen Veränderungen? Einige Punkte mussten neu überlegt werden, wie zum Beispiel die zentrale Veranstaltung der JHV. Hier haben wir schnell gemerkt, dass die zeitliche Platzierung unter diesen Vorzeichen nicht unbedingt die richtige ist. Und so haben wir schnell Alternativen gefunden und unseren Mitgliedern schon jetzt entsprechende Gesprächsangebote unterbreitet.“

Wir haken direkt bei Tuncer Köken nach. Gibt es erste Erkenntnisse, über die bereits berichtet werden kann? Wie ist grundsätzlich die Stimmung unter den Telering-Fachhändlern?

„Die durch unsere Großhandelshäuser durchgeführte Deutschland-Tour, die bereits angelaufen ist, kommt super an. Die Teilnehmer sind wissbegierig und freuen sich über die Aufklärung. Denn in so einer Situation kommen immer mal wieder links und rechts irgendwelche Gerüchte und Fragen



auf. Was passiert mit der Telering? Wird es diese zukünftig überhaupt noch geben? Udo Knauf und ich sind ja bei jeder Veranstaltung mit dabei. Und das Feedback unserer Mitglieder ist wirklich so, dass sie das von uns aufgezeigte Update richtig und wichtig finden. Der Austausch ist dabei stets offen und ehrlich. Und es gelingt uns, glaub ich, schon zu vermitteln, dass man alles auch immer als Chance sehen sollte!

*Handel ist Wandel. Wir haben eine neue Herausforderung. Und wenn der Fachhändler im Anschluss sagt »Nach dieser Veranstaltung weiß ich genau, zu welchem Großhändler ich jetzt gehe oder welchen Stellenwert ich als Fachhändler überhaupt habe«, zeigt das doch sehr eindrucksvoll, dass wir weiterhin gemeinsam die Zukunft beschreiten wollen. Um die Gespräche möglichst lebendig und aktiv gestalten zu können, beschränkt sich der Teilnehmerkreis jeweils auf rund zehn Fachgeschäfte. Und dazu gehören dann natürlich ebenso betroffene Brömmelhaupt- und Sonepar-Kunden. Diese Gesprächsreihe läuft dann noch bis Mitte des nächsten Jahres. Und schon jetzt kann ich eindeutig von einer Aufbruch-Stimmung berichten!«*

Klasse, das hören wir doch gern! Auf der anderen Seite: Nicht nur diese Gesprächsreihe erfordert doch Zeit und Energie, die ursprünglich für andere Themen zur Verfügung stehen sollten. Und so fragen wir Wafzig, inwieweit durch die erwähnten Entwicklungen andere wichtige Themen, die vielleicht ursprünglich auf der Telering-Agenda standen, 'leiden'.

*„Ich bin davon überzeugt, dass die aktuellen Geschehnisse schon die eine oder andere Kapazität binden. Allein die gerade erwähnten Termine und Gespräche nehmen ja bereits viel Zeit in Anspruch. Trotzdem bin ich davon überzeugt, dass ebenso wichtige strategische Themen wie unsere Plattform 'Mein Technik-Profi' und dergleichen unabhängig davon weiterlaufen. Denn die agierenden Akteure sind bei den anderen Punkten nicht unbedingt so eingebunden. Und es ist ja auch eine Chance, wie gerade bereits erwähnt: Durch die erhöhte Kommunikation mit unseren Fachhandelspartnern haben wir gleichzeitig die Möglichkeit, unsere neuen Konzepte noch besser und detaillierter vorzustellen. Und das kann dabei helfen, die Bindung weiter zu stärken und sogar auch noch weitere Mitglieder für unsere Kooperation zu gewinnen!«*

Seit Udo Knauf für die Weltfunk und Telering verantwortlich zeichnet, haben sich bereits viele Dinge verändert. Nicht wenige weitere Vorhaben sind ebenfalls bereits bekannt bzw. stehen noch vor der Umsetzung. Angesichts der Menge dieser Veränderungen: Fühlt sich der eine oder andere Telering-Fachhändler nach Ansicht des Aufsichtsratsvorsitzenden vielleicht manchmal etwas von der Geschwindigkeit überfordert?

*„Eine Überforderung konnte ich bei meinen Kolleginnen und Kollegen noch nicht feststellen. Viele der Ideen wurden für den*

*Fachhandel ja recht schmerzfrei und arbeitsarm umgesetzt. Das heißt, wir selbst haben wenig zu leisten. Es sind vielleicht ein paar Grunddaten zu liefern oder Ähnliches. Aber um den Rest kümmert sich die Zentrale. Also, dass deshalb jemand überfordert ist oder überfahren wirkt, war bisher nicht mein Eindruck.“*

Jetzt hat man doch mit der Visitenkarte als Aufsichtsratsvorsitzender eigentlich eine Vorbildfunktion. Mal Hand aufs Herz: Wie sieht es denn diesbezüglich in Trulben aus?

*„Ich für mich muss sagen, dass wir gerade die Öffentlichkeits-Themen wie CI in der alten Version nicht wirklich gelebt haben, weil es für uns eigentlich nie richtig passte. Wir waren dann aber sehr froh, ein Konzept vorzufinden, mit dem wir uns identifizieren können. Es ist von der Idee gut, von der Außendarstellung ist es ebenfalls in Ordnung. Und so haben wir dann jetzt erstmalig auch richtig Flagge gezeigt, im wahrsten Sinne des Wortes. Wir gehen mit dem 'Technik-Profi' offensiv um, und es wird von unseren Kunden entsprechend positiv wahrgenommen. Der Wiedererkennungswert in der Kürze der Zeit ist wirklich gut! In der Pfalz ist es ja auch so: Wenn ich nicht schimpfe, ist das Lob genug! Und wenn dann tatsächlich mal eine positive Rückmeldung kommt, ist das schon bemerkenswert!«*

Das klingt doch schon mal nach einer positiven Entwicklung! Aber sieht sich Wafzig selbst denn schon bei 100 Prozent angelangt? Und Achtung, denken Sie im Folgenden bitte an den Wikipedia-Eintrag zurück:

*„In meinem Laden steckt also deutlich mehr Telering als früher. Und von den Angeboten aus der Zentrale wird jetzt regelmäßig auch etwas genutzt. Aber das war auch in der Vergangenheit ein Fehler von uns und ist nicht der Telering anzulasten. Digital Signage ist zum Beispiel noch so ein Thema, bei dem es bei uns noch fehlt. Wir sitzen in Trulben, haben zwei bis drei Besucher am Tag, die wir persönlich kennen. Und da sage ich: Das ist eine konzeptionelle Geschichte, die bei mir im Laden wenig wirksam wäre. Und nur, damit ich die Anzeige (auch in meiner Funktion als AR-Vorsitzender) selbst bei mir habe, konnte mich das bisher nicht überzeugen. Was wir allerdings im Hinterkopf haben, ist mit diesem Produkt vielleicht ein bisschen 'wandern' zu gehen, in auswärtigen Örtlichkeiten aufzuschlagen und dort mit anderen Geschäftspartnern zu nutzen. Ich bin ehrlich: Wir sind zwar nicht von 0 auf 100 gestartet, aber das Thema Telering hat in der Vergangenheit ein wenig bei uns geschlafen.“*

Beziehen wir an dieser Stelle den Mainzer Geschäftsführer mit ein. Kann er die Argumentation in Bezug auf das Thema Digital Signage nachvollziehen? Knauf antwortet selbstkritisch, hat aber sehr gute Lösungswege parat:

*„Wie bei jedem Projekt gibt es auch beim Thema Digital Signage gewisse Learnings. Wir haben das Thema anfangs*

vielleicht ein wenig zu groß aufgezogen, weil wir einfach die Optimal-Lösung als Schaufenster-Werbung haben wollten. Das fängt mit der Hardware an, die extrem gut, aber deswegen auch extrem teuer war. Und wir haben es jetzt dahingehend vereinfacht, dass der Fachhändler die Ausgabe-Medien nutzen kann, die er möchte.

Auf der anderen Seite haben wir aber auch noch einmal den Content-Provider gewechselt und verfügen jetzt über einen Provider, bei dem man mit einfachsten Mitteln Inhalte reinspielen kann. Und auch mit unserem Daten-Dienstleister Prodanet ändern wir aktuell noch etwas. Also, da ist jetzt viel passiert bzw. passiert gerade noch etwas. Hier nehmen wir natürlich auch gerne die Punkte unserer Partner auf, warum es denn noch an der einen oder anderen Stelle klemmt. Und in einem ländlich strukturierten Raum hänge ich so ein Teil dann mal beispielsweise in meinem Verbraucher-Markt vor Ort auf und man spielt sich dort dann gegenseitig die Bälle zu. Das hilft und man hat somit eine Lösung, die von den Kosten und vom Aufwand sehr schlank ist. Und so nähern wir uns dann der Optimal-Lösung auch an.“

Udo Knauf macht aber in diesem Zusammenhang noch auf eine weitere Baustelle aufmerksam, an der die Mainzer eifrig arbeiten:

## News aus Wirtschaft und Branche – kurz eingeblendet

**MEDIMAX bekommt einen eigenen Vertriebsleiter** Und das zeigt doch, wohin die Reise mit dieser Vertriebs-schiene gehen soll! Das eindeutige wie auch erklärte Ziel von **ElectronicPartner** lautet diesbezüglich: „Wachstum“ bzw. „Expansion“! Ab dem 1. Januar 2024 in der Funktion als Vertriebsleiter verantwortlich dafür zeichnen soll **Sebastian Wildenberg**. Hierzu heißt es aus Düsseldorf: „Sebastian Wildenberg bringt umfassende Expertise durch seine langjährige Tätigkeit in verschiedenen Unternehmen



der Consumer-Electronics-Branche mit. Nach Stationen bei Grundig und Denon war er die vergangenen acht Jahre als National Key Account Manager in leitender Position für den Hersteller Samsung tätig.“ Für den Neuen keine Entscheidung, über die offensichtlich erst mehrere Nächte geschlafen werden musste, denn: „Ich kenne viele meiner künftigen Kolleginnen

„Bei den erwähnten Veranstaltungen stellen wir gerade fest, dass viele Informationen nicht in der Form bei den jeweiligen Empfängern ankommen, wie wir uns das vorstellen.

Einen Newsletter (allgemeine Newsletter-Flut) liest in der heutigen Kommunikationswelt kaum noch jemand oder er wird maximal noch inhaltlich überflogen. Dabei fällt halt vieles auch mal hinten runter, was nicht hinten runterfallen sollte. Wir müssen uns also in der Kommunikation ganz anders aufstellen. Wir werden in Zukunft viel mehr mit kurzen Filmen arbeiten, weil die Menschen eher mal bereit sind, sich einen 30-Sekunden-Spot anzuschauen, als vier Minuten einen Newsletter zu lesen. Da muss also vieles noch von uns optimiert werden. Das wissen wir und daran arbeiten wir!“

Soweit der erste Teil unserer Berichterstattung über das Gespräch in Trulben. Wir versprechen Ihnen: So offen und konstruktiv geht es weiter. Mit Wafzig unterhalten wir uns zum Beispiel noch darüber, warum er bei der **Sonepar** gekündigt hat und warum er die Telering grundsätzlich allen Fachhändlern, egal welcher Größe, empfehlen kann. Und mit Tuncer Köken blicken wir natürlich auch noch einmal etwas intensiver auf seine ersten guten zehn Monate zurück, in denen er als Vertriebsleiter der Telering verantwortlich zeichnet. Mehr dazu dann in Kürze!

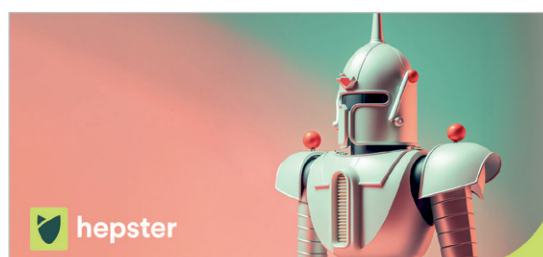
und Kollegen bei ElectronicPartner bereits seit Jahren, ebenso wie zahlreiche MEDIMAX-Franchisepartnerinnen und -partner. Die Zusammenarbeit habe ich immer sehr geschätzt und empfinde es nun als großartige Chance, mich in diesem dynamischen und sehr menschlichen Team weiterzuentwickeln. Auch die Möglichkeit, wieder mehr Zeit in meiner Heimat NRW verbringen zu können, ist ein schöner Pluspunkt.“ Wildenberg berichtet in seiner zukünftigen Funktion direkt an **Torsten Schimkowiak**, Leiter Vertrieb ElectronicPartner. Wir wünschen ihm und dem gesamten Team viel Erfolg und Glück bei der Umsetzung der oben genannten Ziele!



Sebastian Wildenberg  
© Medimax

## Short Message Service: Wichtiges in wenigen Zeichen

**Wie nachhaltig konsumieren Verbraucher wirklich?** Alle reden darüber, aber offensichtlich bedeutet derartige Reden immer noch nicht auch entsprechendes Handeln. Zumindest sieht das Ergebnis einer aktuellen **hepster**-Studie Widersprüche. Und so kommentiert **Hanna Bachmann**, Co-Gründerin und CRO von hepster, entsprechend: „Unsere Ergebnisse deuten darauf hin, dass das Bewusstsein für nachhaltigen Elektronikkon-



sum zwar gestiegen ist. Dennoch ist ein direkter Einfluss auf die reale Kaufentscheidung kaum zu erkennen. Ein fundamentaler Umbruch – von manchen vor allem von der Generation Z und Y erhofft – ist noch in weiter Ferne. Ein bisschen hoffnungsvoller sieht die Lage beim Kaufverhalten in puncto Fahrräder aus.“ Was wurde denn überhaupt konkret herausgefunden? „Trotz der postulierten Nachhaltigkeit möchten viele Konsumenten

stets das aktuellste Elektronikergebnis ihres Lieblingsherstellers in den Händen halten – und zwar das eigene Gerät. Das medial so gepushte Thema Shared Economy findet bei Elektronik kaum statt: So haben nur 11 Prozent der Befragten bereits ein solches Gerät gemietet oder geliehen. 64 Prozent interessiert das Ausleihen und Mieten gar nicht, 25 Prozent kennen solche Angebote nicht einmal. Immerhin kaufen über alle Gerätegruppen hinweg 44 Prozent der Befragten runderneuerte Waren (refurbished) – ein weiteres wichtiges Element der Kreislaufwirtschaft. Allerdings erwerben 56 Prozent ausschließlich Neugeräte. Jene, die generalüberholte Geräte erwerben, entschließen sich zu 40 Prozent für ein Smartphone, 30 Prozent für ein Tablet und 19 Prozent für einen Laptop. Ein entscheidender Aspekt in puncto Nachhaltigkeit ist die Frage, wie lange die Geräte genutzt beziehungsweise besessen werden. Bei Smartphones/Handys liegt der Schwerpunkt mit 53 Prozent deutlich zwischen einem und drei Jahren, nur noch weitere 17 Prozent nutzen sie zwischen drei und fünf Jahren. Insgesamt 70 Prozent kaufen sich also spätestens nach fünf Jahren ein neues Handy, mehr als die Hälfte bereits nach spätestens drei Jahren. Dennoch betont die Mehrheit der Konsumenten (60 Prozent), dass Nachhaltigkeit und Umweltschutz ihnen wichtig oder sehr wichtig sind.“ Sie beweisen es halt nur noch nicht immer mit entsprechenden Fakten!

**ENO lässt das Rentier los** Es ist schon wieder so weit, das Jahresende rast mit großer Geschwindigkeit auf uns zu. Und das heißt, Endspurt ist angesagt. Was das für die ENO-Fachhändler bedeutet, ist seit Jahren bekannt: „Jetzt den Rentierturbo einlegen, denn ENO sucht den Händler mit der größten Herde. Bei der mittlerweile traditionellen Aktion gibt es wieder sehr hochwertige Prämien. Für Händler heißt es jetzt Vollgas geben und den Schlitten so richtig in Schwung bringen. Im Aktionszeitraum vom 1. bis 30. November 2023 richtig guten Umsatz mit Webfleet und TomTom-Produkten generieren und auf diese Art und Weise



größten Herde. Bei der mittlerweile traditionellen Aktion gibt es wieder sehr hochwertige Prämien. Für

Händler heißt es jetzt Vollgas geben und den Schlitten so richtig in Schwung bringen. Im Aktionszeitraum vom 1. bis 30. November 2023 richtig guten Umsatz mit Webfleet und TomTom-Produkten generieren und auf diese Art und Weise

bei ENO die begehrten Rentiere sammeln. Pro 1.000 Euro Umsatz bei ENO für Produkte von Webfleet und TomTom kommt ein Rentier in die Weihnachtsherde. Mit den gesammelten Rentieren kann eine Prämie, die entweder den Arbeitsturbo oder den Spaßfaktor ankurbelt, geordert werden. Prämien sowie Teilnahmebedingungen gibt es unter [www.eno.de/rentier](http://www.eno.de/rentier).“ Wir wünschen viel Erfolg!

**13 neue HD-Sender über ASTRA-Satellit** 'Vielfalt+ Paket' heißt das scharfe Stück, unter dem ab dem 2. November 2023 die Welt des Satellitenfernsehens noch vielfältiger wird. „Denn dann starten insgesamt 16 weitere Sender. Darunter 13 neue HD-Sender [...] sowie drei Sender (SERIEN+, RED ADVENTURE, DELUXE LOUNGE) in SD-Qualität. Alle neuen Angebote [...] sind über den ASTRA-Flaggschiff-Satelliten 19,2° Ost empfangbar. Das neue Vielfalt+ Paket sowie die drei neuen SD-Sender sind das Ergebnis der Partnerschaft zwischen dem unabhängigen Medienunternehmen HIGH VIEW, SES Germany und HD PLUS.“ Ein gutes Ergebnis, wie wir finden!



## ICH KAUF GERN VOR ORT

„Gerne sind wir auch in diesem Jahr wieder bei der Markenkampagne von 'markt intern' dabei, da wir als Partner den stationären Fachhandel sehr schätzen und unterstützen. Die Kampagne ICH KAUF GERN VOR ORT stellt alle Pluspunkte in den Vordergrund, die der Fachhandel zu bieten hat. Angefangen von zentralen Lagen in den Innenstädten über die besondere Kundennähe und bis hin zur individuellen Beratung. Damit ist und bleibt der Fachhandel ein wichtiger Kontaktpunkt zum Kunden.“

**SONY**

John Anderson, Country Head, Sony Deutschland

[www.ICHKAUFGERNVORORT.de](http://www.ICHKAUFGERNVORORT.de)

Sehen wir uns dieses Wochenende in Hannover bei WERTGARANTIE? Ihr



*Lorenz Huck*

RA Lorenz Huck  
– Chefredakteur –

Opa lässt einen fahren und meint dann ganz trocken:  
„Oh, ein Telegramm aus Darmstadt. Die Würstchen werden bald geliefert!“

## markt intern und **iii**DIREKT – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de). – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

### Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

### Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

### Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Uhren & Schmuck

### Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

### International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

### Im **kapital-markt intern** Verlag

- erscheinen wöchentlich:
- Bank intern
  - finanztip
  - kapital-markt intern
  - versicherungstip

