

Ausgabe Nr. UE 39/15 | Düsseldorf, 25. September 2015 | 44. Jahrgang | ISSN 1431-3413

Mit 4,4 Promille stoppte die Polizei diese Woche in Sachsen einen Autofahrer. Ob der Mann einen VW fuhr, manipulierten Diesel getankt oder einfach nur einen Winterkorn in sich hatte, wurde nicht überliefert. Ganz nüchtern leiten wir damit zu diesen Themen: ■ TP Vision zeigt aufsteigende Form ■ Sonos vermarktet mal wieder ohne den Fachhandel ■ EP: auf Roadshow. – Doch zuvor, sehr geehrte Damen und Herren, können wir folgende Aussage nur unterstreichen:

## EURONICS-Vorstandssprecher Benedict Kober:

### „IFA – Beste Messe der Welt!“

Zufrieden blickt Vorstandssprecher **Benedict Kober** während unseres IFA-Gesprächs auf den EURONICS-Messestand in Berlin. Das liegt unter anderem daran, dass neben vielen EURONICS-Mitgliedern vor allem ein junges Publikum und viele 'Smart Home-Begeisterte' den Messeauftritt von Europas größter Verbundgruppe besuchen. Gerade junge Leute zeigen enormes Interesse, wenn es um das vernetzte Zuhause oder Bestleistungen bei Bild und Ton geht: Wireless Audio von **JBL** oder Multirooming von **Yamaha** wecken reges Interesse, genauso wie „das beste Fernsehbild“ am EURONICS-exklusiven OLED-TV von **LG**, der auch gleich am Messe-Samstag einen der EURONICS Trend Awards 2015 abräumte. Diejenigen EURONICS-Fachhändler, die abermals zahlreich den Weg nach Berlin gefunden haben und die sich gerade nicht am Stand ihrer Kooperation vom Messestress erholen oder sich mit Kollegen austauschen, findet man in den gefüllten Händlerbereichen der Industrie.



Benedict Kober  
© EURONICS

„Bei wirklich jedem Besuch der Industriestände treffe ich zahlreiche positiv gestimmte EURONICS-Mitglieder. Und auch wenn die letzte Umsatzzahl noch nicht vorliegt, so hat man doch das Gefühl, dass auch umfangreich geordert wird“, so Kober mit einem Lächeln im Gesicht. „Damit stellt die IFA einmal mehr unter Beweis, dass sie DER Impulsgeber für das Saisongeschäft ist. Hätte die IFA nicht schon ihren

Namen bekommen, könnte man sie ohne weiteres auch mit 'Immer Fantastische Attraktionen' übersetzen.“

Dass sich auch die Ditzinger jedes Jahr etwas Neues einfallen lassen, konnten Besucher des Messestandes unter anderem beim Crowdsurfing erleben, wo virtuelle EURONICS-Berater ihrem Kunden den ultimativen Support geben, indem sie sie auf Händen tragen.

Besonderes Highlight für EURONICS-Mitglieder und solche, die es noch werden wollen, bietet in diesem Jahr die Sonderpräsentation 'Comfortainment' mit den Partnern **Spectral**, **Samsung** und **Leolux**. Berichten zufolge haben weitere Händler spontan auf der Messe ihre Unterschrift für das in der Branche beispielhafte Konzept geleistet.

Nicht minder attraktiv, so äußert sich Kober weiter gegenüber Ihrer 'mi'-Redaktion, wirken die Auftritte der großen Unterhaltungselektronikkonzerne, „die alle wesentlichen Trends abdecken und viele positive Anregungen für das Saisongeschäft parat halten“. Und einen Auftritt betont er dann noch ganz besonders:



„Große Freude hat uns auch der Messeauftritt von Metz im Zusammenspiel mit Skyworth bereitet – denn noch vor einem Jahr war ja nicht unbedingt absehbar, wie sich die weitere Zukunft der für unseren Fachhandel so wichtigen Marke gestalten wird. Für den Bereich TV erwarten uns insbesondere für 2016 zahlreiche Innovationen: schick, leistungsstark, mit perfektem Bild in perfektem Design! Damit die Fußball-EM nicht nur zu einem sportlichen, sondern auch zu einem visuellen Highlight wird. Selbstverständlich gehört hierzu auch die passende Soundlösung, die in großer Zahl auf der diesjährigen IFA präsentiert wurde. Multiroom-Lösungen und Wireless Audio für den smarten Musikgenuss unterwegs gab es an unterschiedlichsten Ständen zu sehen.“

Unterm Strich also fast schon die perfekte Messe, wenn man Kober in diesen 60 Minuten so zuhört. Entsprechend positiv fällt denn auch sein Abschluss-Statement aus: „Insgesamt war die IFA für uns ein voller Erfolg und hat genau die richtigen Impulse und Anreize geschaffen, um jetzt gezielt in Richtung Jahresendgeschäft in die Endverbraucherkommunikation einzusteigen. Diese Einschätzung teilen im Übrigen auch unsere Kollegen aus mittlerweile 35 Ländern, die gemeinsam mit Deutschland als größtem Mitglied die EURONICS International hier in Berlin vertreten haben.“ Das ist doch eine gute Nachricht!

Ihr direkter Draht zur Redaktion Unterhaltungselektronik:

■ Telefon: 0211 6698-123 ■ Fax: 0211 6698-175 ■ E-Mail: ue@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de



## TP Vision: „Wir entwickeln uns wieder zu einem starken Partner des Fachhandels!“

Keine Frage, die verantwortlichen Industrie-Manager in unserer Branche – speziell im TV-Bereich – sind derzeit alles andere als zu beneiden. Die allgemeine Entwicklung lässt schließlich momentan wohl in den seltensten Fällen wirkliche

**TPVISION**

Luftsprünge zu. Und geht man die einzelnen Unternehmen mal gedanklich so durch, dürf-

te es eine Position geben, die dabei bereits seit Monaten unter besonderer Beobachtung stehen dürfte, sorgten doch insbesondere Qualitätsprobleme immer wieder für großes Ärgernis. Die Rede ist, Sie können es sich vorstellen, von **TP Vision / Philips TV** und dem führenden Kopf, **Henrik Köhler**.

Und Letztgenannter hat schon bei Amtsübernahme ganz bestimmt nicht nur uns gegenüber erklärt, er werde sich die Situation bis zur **IFA 2015** anschauen, um dann zu entscheiden, ob und wie es für ihn weiter geht. Umso gespannter waren wir natürlich, als wir uns mit Köhler auf der IFA trafen, wie denn nun sein persönliches Zwischenfazit lautet. Wir wollen an dieser Stelle die Spannung nicht zu sehr in die Höhe treiben und die positive Nachricht gleich vorweg schicken: Es sieht gut aus! Köhler sieht deutliche Zeichen für eine positive Tendenz:

„Die Basis, die wir mit den Maßnahmen der letzten acht Monate gelegt haben, ist gut. Das Feedback, welches wir hier von unseren Handelspartnern erhalten, ist so erfreulich, dass ich sagen kann: Wir können und sollten diesen Weg weiter beschreiten! Und ich möchte dabei gerne mithelfen! Die Unterstützung, die wir von unserem Management erhalten, ist enorm. Auch sie schauen sehr offen, wie die Reaktionen hier sind und was noch an Verbesserungen vorgenommen werden kann. Das Wichtigste für mich ist jedoch die Reaktion unserer Handelspartner. Natürlich gibt es einige, die noch ein bisschen zurückhaltend sind. Aber wir haben bereits wieder viele, die sagen: 'Das sieht alles sehr gut aus, wir machen wieder mit! Wir geben Euch die Aufträge hier auf der IFA! Wir wollen dabei sein!'“

Wir haben seit Januar unseren Marktanteil um 30 % gesteigert. Das ist schon mal ein deutliches Signal, und da werden wir natürlich weiter drauf aufsetzen. Womit wir allerdings noch nicht zufrieden sind, ist die Entwicklung speziell im kooperierten Fachhandel. Hier sind wir zu weit entfernt von dem, was wir uns vorgenommen haben. Daran arbeiten wir intensiv, auch zusammen mit den Kooperationszentralen. Vertrauen zu zerstören, geht relativ schnell. Vertrauen wieder aufzubauen, dauert dagegen lange. Dass das ein hartes Stück Arbeit ist, ist mir klar. Aber wir bleiben dran und jeder, der mit uns zusammenarbeiten will, ist herzlich willkommen.“

Es ist ja auch nicht so, als ob noch nichts erreicht worden sei. Im Gegenteil: Die Aktion mit der Zufriedenheitsgarantie im Mai/Juni, über die auch 'markt intern' berichtete, löste ein „gewaltiges Feedback“ aus. Köhler spricht im Vergleich zu

den Monaten März/April von einer Verdreifachung der Verkaufszahlen. „Und von den Geräten, die wir verkauft haben, kamen nur 2 % Retouren zurück! Das ist wirklich 'Best in Class'!“ Daneben wurden die Arbeitsprozesse komplett neu aufgesetzt. Ein Dienstleister sorgt seit Februar für einen eigenständigen Qualitätscheck. Dieser beinhaltet einen klar definierten Testdurchlauf, bevor die Geräte freigegeben werden.

„Deshalb haben wir auch die neue Range, die ja eigentlich schon im Mai kommen sollte, auf den August verschoben, weil die Ware noch nicht so weit war, dass ich auch mit gutem Gewissen sagen konnte, wir geben sie frei. Und das ist natürlich der

richtige und wichtige Schritt. Die Ware, die jetzt im Markt ist, funktioniert. Es gibt keine Probleme mehr. Wir haben eine tolle Qualität der Produkte. Was wir ausliefern, ist top! Der Inhalt, den wir drauf haben – auch mit Android – ist wirklich exzellent und das Feedback, das wir erhalten, richtig motivierend. Und aus diesem Grund kann ich auch mit dem Brustton der Überzeugung sagen: Die Testaktion Kundenzufriedenheit 1.0 war im Juni, Kundenzufriedenheit 2.0 folgt jetzt Mitte September bis Ende Oktober. Die nächste Welle unserer Zufriedenheitsgarantie ist ein deutliches Signal, dass wir jetzt schon davon überzeugt sind, dass auch die neue Ware funktioniert. Ansonsten würden wir es nicht tun!“



Henrik Köhler | TP Vision

An dieser Stelle haken wir nach: Wir wollen zum einen von Köhler in Erfahrung bringen, wie denn sein Plan im Hinblick auf den kooperierten Fachhandel genau aussieht und zum anderen, welche Rolle die Produkte dabei spielen. Was bietet also TP Vision konkret, was der Wettbewerb vielleicht nicht so in der Pipeline hat?

„Wir arbeiten mit Hochdruck zunächst über die Kooperationszentralen, um diese in alle Aktivitäten mit einzubinden. Dabei haben wir natürlich insbesondere auch unsere Exklusivgeräte im Fokus. Es geht um konkrete Werbemaßnahmen, Flyerbeteiligung usw ... Hier versuchen wir, noch stärker hineinzukommen. Denn wenn das geschieht, folgt auch eine Dynamik. – Man freut sich, Philips TVs zu verkaufen, denn sie machen Spaß und sind einzigartig. Nur wir haben Ambilight, kein anderer. Und Fernsehen mit Ambilight ist eben eine ganz andere Dimension des TV-Erlebnisses. Wir wollen durch Leistung überzeugen, durch die Möglichkeit, mit unseren Produkten gute Umsätze zu generieren und zwar bei entsprechend guter Marge. Das ist die Argumentation: ■ Mit einer guten Marke – Philips – ■ mit der Qualität und den Ausstattungsmerkmalen unserer Produkte und ■ mit der Bekanntheit bei den Konsumenten! Wenn das nicht ausreicht, sind auch die Argumente am Ende. Denn eine Geschichte, mit der man sich vielleicht irgendwelche Anteile kauft, ist lediglich temporär und alles andere als nachhaltig!“

Köhler selbst ist davon überzeugt, dass das Produktportfolio keine Wünsche übrig lässt: „Für jedes Budget haben wir die Möglichkeit, ein TV-Gerät anzubieten.“ Die Produkte seien bestens ausgestattet, das Design toll und die Bildqualität exzellent. Mit Android L habe man das Beste, was man kriegen könne. „Von der Art der Darstellung, der Geschwindigkeit, der intuitiven Bedienung.“ Und: „Wir haben das Thema Sound, welches wir mit Lösungen stark nach vorne bringen.“ Die unumstrittene Alleinstellung aber besteht zweifelsohne bei Ambilight:

„Ambilight werden wir immer stärker nach vorne pushen und seit der IFA jetzt mit AmbiLux natürlich: AmbiLux ist das Non-plus-ultra für die Konsumenten, die sagen, 'ich will etwas ganz Besonderes'. Das ist noch einmal eine Steigerung des Ambilight-Genusses. Das bekannte Philips Ambilight basiert auf Reihen von LEDs, die auf der Rückseite des Fernsehers integriert sind und einen farbigen Lichtschein auf die Wand hinter dem TV werfen. Beim AmbiLux kommt nun die komplett neue Ambilight Projection-Technologie zum Einsatz. Sie sprengt die Grenzen und befreit die Bilder von ihrer Beschränkung durch die limitierte Bildschirmgröße. Neun kleine Pico-Projektoren auf der Rückseite des AmbiLux werden für eine überlappende und übergangsglättende Projektion präzise angesteuert. Die Projektion mit den Bewegungen, Konturen und Farben des Bildschirminhalts überzeugt durch hervorragende Klarheit und erstklassigen Kontrast und erschafft ein wirklich neuartiges und fesselndes Erlebnis, das die komplette Wand hinter dem Fernseher einbezieht.

Also, unsere Produkte sind absolut wettbewerbsfähig. Man kann gute Verkaufsargumente finden, die sich nicht nur auf

den Preis beschränken, sondern sich auch auf Inhalte, Qualität und Ausstattungsmerkmale beziehen. Und das ist genau das, was der Fachhandel von uns auch verlangt: Geräte zu haben, mit denen er sich differenzieren kann. Und mit unserer Ambilight-Lösung kann er sich so differenzieren wie kein anderer!“

Köhler geht davon aus, dass AmbiLux Ende des Jahres/Anfang nächsten Jahres verfügbar sein wird. „Aber wir werden sie vorher schon im Markt zeigen. An exponierten Stellen, an denen wir viel Frequenz haben und an denen viele Konsumenten vorbeikommen, um sich das anschauen zu können. Und dann werden wir das ganze Schritt für Schritt im Markt ausweiten.“ OLED ist dagegen kein Thema für TP Vision, auch nicht im nächsten Jahr. „Unser Flagship, das wir nächstes Jahr haben werden, ist der 9600er. Wenn man den mit einem OLED vergleicht, halten wir jedem Vergleich stand. Das ist der Anspruch, den wir selbst haben: Best in Class Picture-Quality mit bester Bewegungskontrolle, höchstem Kontrast, hervorragendem Farbspektrum, bester Helligkeit und natürlich klarem Sound. Neben AmbiLux ist der 9600 ein weiterer schöner Beweis dafür, wie viel Gas wir wieder geben und dass wir auch bei diesem Anspruch wieder mit einer Top-Bildqualität kommen. Das hatten wir in den letzten zwei Jahren in dieser Form auf jeden Fall nicht!“ Halten wir also zum Schluss fest: „Wir entwickeln uns wieder zu einem starken Partner des Fachhandels!“ Wenn Köhler dieses Versprechen einlöst, hat er auf jeden Fall einen wirklich guten Job gemacht! Drücken wir ihm weiter die Daumen ...

## News aus Wirtschaft und Branche – kurz eingeblendet

**Neu – TechniSat App:** TechniSat bietet nun auch eine App unter dem Namen InfoDesk an. Darunter bekommen Sie einen Überblick über Produkte und Funktionen. Die App richtet sich an den Fachmann wie an den Endkunden gleichermaßen. **Stephanie Schüler**, stv. Marketingleiterin TechniSat, erklärt:

**TechniSat**

„Bei TechniSat legt man Wert auf guten Service und Mehrwerte, die einen Zusatznutzen

bieten. Das gilt selbstverständlich auch für unsere interaktiven Medien. Als neuen besonderen Service setzen wir auf mobile Mehrwerte und haben jetzt eine neue App entwickelt, die sowohl für den Handel als auch für unsere Kunden der praktische Helfer im Alltag ist. Die neue InfoDesk-App gibt es ab Oktober kostenfrei für Android und sie beinhaltet unter anderem Bedienungsanleitungen der aktuellen TechniSat-Produkte. Ein Fachhändler, der diese Anwendung installiert hat, kann so schnell und flexibel auf Nachfragen reagieren. Ein besonderes Highlight sind die Produktvideos, die ebenfalls in der App verankert sind und die umfangreichen Funktionen einzelner Produkte erklären. Zudem findet der Nutzer virtuelle Kataloge. Über eine intuitiv bedienbare Oberfläche kann man zwischen den einzelnen Kategorien wählen. Übersichtliche Bild-Symbole machen alles schnell erkennbar, so dass man direkt die gewünschte Datei findet. Besonders praktisch: Bedienungsanleitungen und Kataloge, die einmal heruntergeladen wurden, stehen

anschließend permanent auch offline auf dem entsprechenden Android-Gerät zur Verfügung. Wir sind überzeugt, dass dies für den Handel eine gute Zusatz-Informationsquelle und Verkaufunterstützung im Weihnachtsgeschäft ist.“ Die TechniSat InfoDesk-App ist ab Oktober kostenfrei für Android-Geräte zum Download über AppStock oder Google play verfügbar.

**Wofür braucht Sonos eigentlich noch den Fachhandel?**

Mal wieder sorgt Sonos mit ausschließlichen Direktverkaufstätigkeiten für mächtigen Ärger im Fachhandel. Alle Hintergründe dazu, die Antwort auf die 'markt intern'-Anfrage und Reaktionen aus dem Fachhandel lesen Sie in beiliegender **'HiFi spezial'**: Sollten Sie unbedingt beachten ...

**SONOS**

**Verlagsgruppe 'markt intern' verleiht 'Deutschen Mittelstandspreis':** Dass Bundesbankpräsident **Dr. Jens Weidmann** wegen seiner geradezu heroischen Standhaftigkeit gegen das langfristig so gefährliche EU-Geldruck-Fieber von der Verlagsgruppe 'markt intern' den **'Deutschen Mittelstandspreis'** erhält, darüber hatten wir schon berichtet (Mi 08/15), aber noch nicht den Termin genannt, nämlich am 1. Oktober. Als **'Kustos des mittelständischen Unternehmertums'** wird der Vorsitzende des Parlamentarischen Finanzmarktgremiums **Klaus-Peter Flosbach**, MdB CDU, geehrt (Laudator: Dipl.-Betriebsw.

**Frank Schäffler**, FDP), der heimische Sprecher der **Volksbank Düsseldorf Neuss**, **Rainer Mellis**, erhält den Preis 'Banker des Deutschen Mittelstandes' (Laudator: **Andreas Schmitz**, Aufsichtsratsvorsitzender **HSBC Trinkaus & Burkhardt AG**), der Ex-Chefredakteur von **Impulse**, **Euro** und **Wirtschaftswoche** sowie Vorstandsvorsitzende der **Ludwig-Erhard-Stiftung**, **Roland Tichy**, wird mit dem 'Medienpreis des Deutschen Mittelstandes' ausgezeichnet (Laudator: Dipl.-Vwt. **Klaus-Peter Willsch**, MdB CDU-EU-Geldruck-Kritiker),

und dem Geschäftsführenden Vorstand des **Bundesverbandes Finanzdienstleistung**, **Norman Wirth**, wird der 'Kooperationspreis des Deutschen Mittelstandes' überreicht. Ob **Jens Weidmann** aus Frankfurt anreisen kann, ist zwar nicht ganz sicher, hochinteressant dürfte aber die Laudatio auf ihn werden, die sein Vorgänger als DMP-Preisträger und **Bundesbank**-Vorstand, der Ex-Finanzsenator Berlins und Bestseller-Autor **Dr. Thilo Sarrazin** („Deutschland schafft sich ab“, „Europa braucht den Euro nicht“, „Der neue Tugendterror“) halten wird.

## Aktuelle Neuigkeiten unter dem Branchen-Oszilloskop

**Jürgen Müller/EP: Bodewitz** gibt seine IFA-Tops und -Flops bekannt: Welche Aussteller dabei auf welcher Seite stehen und wie seine eigene Kooperation abschneidet? Üben Sie sich noch ein wenig in Geduld, nächste Woche erfolgt die Auflösung!

**Hans-Joachim Kamp** bekräftigt noch einmal seinen Einsatz in Sachen Datenautobahn und Kartellrecht: So schreibt uns der **gfu**-Aufsichtsratsvorsitzende nach der letzten 'markt intern'-Berichterstattung: „Seien Sie versichert, dass ich alle angesprochenen Themen mit Nachdruck weiter verfolgen werde.“ Nicht anders kennen wir **Kamp** und nicht anders haben wir es auch von ihm erwartet!

**Wussten Sie eigentlich**, dass **Sony** derzeit im Vergleich zu seinen Wettbewerbern einen deutlich höheren TV-Durchschnittsbau erzielt? Mehr dazu in der kommenden Ausgabe.

**EP: geht auf Roadshow**: „Vom 22. September bis zum 8. Oktober haben die Fachhändler der Marke EP: bei insgesamt acht Terminen die Möglichkeit, sich in ihrer Region persönlich über den Status der Qualitätsoffensive zu informieren. Im Detail wird auch der neue Markenvertrag vorgestellt, um die künftigen Leistungen der Verbundgruppe, aber auch die Pflichten der EP:-Mar-

kenhändler, zu definieren. Im Anschluss an den offiziellen Teil bietet ein gemeinsames Abendessen die Möglichkeit für einen Austausch in entspannter Runde“, heißt es in einer offiziellen Mitteilung. Vor Ort dabei sind auch die **ElectronicPartner**-Vorstände sowie Vertreter des Aufsichtsrates und der Regionalbeiräte. Dann dürften Sie doch eigentlich auch nicht fehlen, oder?

**Konsumoptimismus der Verbraucher lässt nach**: Die **GfK** hat aktuell ihre Ergebnisse der Konsumklimastudie für Deutschland für September 2015 veröffentlicht. Darin heißt es u.a.: „Der Dämpfer der Verbraucherstimmung im August dieses Jahres war offensichtlich keine Eintagsfliege. Auch in diesem Monat müssen die drei Indikatoren Anschaffungsneigung, Einkommens- und Konjunkturerwartung Einbußen hinnehmen. Die Konjunkturerwartung verliert dabei am stärksten. Angesichts weltwirtschaftlicher Risiken, zahlreicher Krisenherde sowie des zuletzt stark angestiegenen und weitgehend unkontrollierten Zustroms an Flüchtlingen nehmen bei den Bürgern offenbar die Zweifel hinsichtlich der weiteren konjunkturellen Entwicklung zu.“ Sollten wir deshalb gleich pessimistisch werden? Natürlich nicht, denn „ein Niveau von über 50 Punkten zeigt, dass die Konsumfreude nach wie vor sehr ausgeprägt ist.“ Der **HDE** widerspricht dieser Einschätzung. Der Handel selbst geht von einer unverändert hohen Konsumneigung der Verbraucher aus.

Wir haben auf der IFA ja schon selbst gemerkt, dass der Kommunikationsbedarf bei **ElectronicPartner** aktuell sehr hoch ist! Ihre

Richter: „Angeklagter, was haben Sie vor vier Jahren, am 12. Mai, um 13:20 Uhr, gemacht?“ Angeklagter: „Ich erinnere mich ganz genau. Mit einem Auge blickte ich auf die Uhr und mit dem anderen auf den Kalender.“



*Lorenz Huck*  
RA Lorenz Huck  
– Chefredakteur –



*u. Kafka*  
RAin Ulrike Kafka  
– Redaktionsleiterin –

Impressum

markt intern Unterhaltungselektronik - Redaktion markt intern Verlag GmbH | Herausgeber: Olaf Weber | Leitender Redaktionsdirektor: Rechtsanwalt Lorenz Huck  
markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf, Telefon 0211 6698-0, Telefax 0211 6698-222, www.markt-intern.de | Geschäftsführer: Bwt. (VWA) André Dayer, Hans Dayer, Olaf Weber | Prokurist: Sandra Kinder, M.A. | Justiziar: Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold | HRD 11693 | Sitz: Düsseldorf | Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch | Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages | Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen

## markt intern

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft mit allen ihren Redaktionen für den langfristigen Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. - Im **markt intern** Verlag erscheinen zumal wöchentlich:

### Steuern & Mittelstand:

- GmbH Intern
- Ihr Steuerberater
- Immobilien Intern
- Mittelstand
- steuerberater Intern
- steuerlip
- umsatzsteuer Intern

### Auto & Technik:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Telekommunikation
- Unterhaltungselektronik

### Bauen & Wohnen:

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

### Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- Parfümerie/Kosmetik
- Schuh-Fachhandel
- Spielwaren/Modellbau/Basteln
- Sport-Fachhandel

### Mode & Lifestyle:

- Damenmode
- Dessous & Bodywear
- Herrenmode
- Uhren & Schmuck
- Wolle/Stoffe/Handarbeiten
- Young Fashion

### International:

- EXCLUSIV (Schweiz)
- Inside track (USA)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich: • Dank Intern • Finanztip • kapital-markt intern • versicherungstip

