

# Die neue Sony Deutschland Spitze erwartet auf der IFA den Fachhandel

## Die Premium Partnerschaft

Seit dem 1. April dieses Jahres hat Sony Deutschland eine neue Spitze. Zu diesem Termin übernahm John Anderson die Position des Country Head, und der langjährige Vertriebsdirektor Thilo Röhrig erweiterte als Commercial Director Consumer Audio Video (CAV) seinen Verantwortungsbereich um das Marketing. Auf der IFA wollen beide Manager dem Fachhandel nicht nur spannende Neuheiten in den Bereichen Digital Imaging, Home Entertainment, Personal Audio und Mobile vorstellen, sondern auch über eine noch intensivere Zusammenarbeit bei der Vermarktung von margentragenden Premium-Produkten sprechen.

Während Thilo Röhrig in der deutschen Consumer Electronics Branche seit Jahren gut bekannt ist, ist der neue Country Head von Sony Deutschland, John Anderson, ein



Mit Modellen wie dem OLED TV A9 (oben) und den LCD-Fernseher XG95 (rechts) bietet Sony dem Fachhandel die Möglichkeit, in beiden TV-Segmenten Premium-Produkte zu verkaufen.



neues Gesicht für den deutschen Fachhandel. Er arbeitet bereits seit knapp drei Jahrzehnten in Führungspositionen für Sony. Als Geschäftsführer von Sony Österreich sammel-

te er bereits Erfahrungen im deutschsprachigen Raum. Zu seinen weiteren Tätigkeiten gehörten die Position des Vice President Customer Service Europe, Vice President Home Enter-



*John Anderson,  
Country Head  
Sony Deutschland:  
„Wir wollen die  
Partnerschaften mit  
dem Fachhandel  
und den  
Kooperations-  
zentralen  
strategisch  
ausbauen und für  
beide Seiten  
neue Win-Win-  
Situationen  
erzeugen.“*

tainment & Sound und zuletzt die Funktion als Country Head von Sony Großbritannien und Irland. Die neue Spitze von Sony Deutschland hat ihre Positionen in einer herausfordernden Zeit angetreten, denn der TV-Markt ist bekanntlich nicht gerade von Wachstum geprägt. Marktveränderungen wie die Zentralisierung des Handels, Wirtschaftskrisen und die wachsende Marktmacht von globalen Online-Unternehmen wie Amazon machen das Leben für alle Beteiligten nicht einfacher. Zusätzlich integriert Sony Deutschland in diesem Jahr die Mobile Sparte des Unternehmens, die zuvor in Düsseldorf ein Eigenleben führte. PoS-MAIL hat mit John Anderson und Thilo Röhrig über ihre Pläne für die Weiterentwicklung des Deutschland-Geschäfts und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel gesprochen.

**PoS-MAIL:** Herr Anderson, Sie sind von Ihrer Position als Country Head von Sony in Großbritannien & Irland nach Deutschland gekommen. Fühlen Sie sich in Ihrer neuen Heimat wohl?

**John Anderson:** Ich fühle mich in Deutschland sehr wohl, weil ich auf der sehr positiven Entwicklung der letzten Jahre aufbauen kann. Beson-

ders beeindruckt bin ich von dem guten und soliden Verhältnis zum Fachhandel. In diesem Segment haben wir in den vergangenen zwei Jahren unseren Marktanteil verdoppelt. Das sind gute Voraussetzungen, um diese Partnerschaften strategisch auszubauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen zu erzeugen.

**PoS-MAIL:** Worauf führen Sie die positive Entwicklung der letzten Jahre zurück?

**John Anderson:** Die Tatsache, dass wir trotz der harten Bedingungen, die in den letzten Jahren das TV-Segment kennzeichneten,

stetig Kunden gewinnen, ist eine Bestätigung für die Produkt-Strategie von Sony und die Aktivitäten meines Kollegen Thilo Röhrig beim Vertrieb über den Fachhandel. Sony hat sich in den letzten Jahren zu Recht auf das Premium-Segment konzentriert. Aktuell bieten wir dem Fachhandel mit der Sony Bravia XG95 Serie, dem ZG9 und dem AG9 aus der Master Serie ein erstklassiges Premium-TV Sortiment an, das sowohl in der OLED- als auch in der LCD-Klasse Spitzenprodukte enthält. Das ist die Voraussetzung dafür, dass unsere Handelspartner mit Sony den höchstmöglichen Tagesumsatz pro Kunde generieren können, wie sich in aktuellen GfK-Analysen zeigt.

**PoS-MAIL:** Wie helfen Sie Ihren Handelspartnern bei der Vermarktung dieses anspruchsvollen Produktes?

**Thilo Röhrig:** Mit unserem 50-köpfigen Außendienst haben wir eine der größten Mannschaften der Branche und sind in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen. Dazu gehören auch Schulungsmaßnahmen und die Entwicklung individueller PoS-Lösungen. Im Premium-TV Segment bieten wir dem Fachhandel zudem besonders attrak-



*Thilo Röhrig,  
Commercial Director  
Consumer Audio  
Video (CAV):  
„Gerade in diesen  
Zeiten braucht  
der Fachhandel  
zuverlässige  
Lieferanten von  
margenstarken  
Premium-Produkten.“*

tive Start-Konditionen und gewährleisten einen 100-prozentigen Lagerwert-Ausgleich, unabhängig vom Bezugsdatum.

**PoS-MAIL:** *Wollen Sie mit solchen Strategien und Produkten die Nachfrage von Loewe im oberen Marktsegment antreten?*

**Thilo Röhrig:** Die Insolvenz und Abwicklung von Loewe ist ein großer Verlust für die gesamte Branche. Trotz-dem ist es richtig, dass der Fachhandel gerade in diesen Zeiten zuverlässige Lieferanten von margenstarken Premium-Produkten braucht. Hier hat Sony viel zu bieten. Übrigens nicht nur bei den Fernsehgeräten, sondern auch im Audio-Segment, wo wir für unsere Kopfhörer WH-1000XM3 mit Geräusch-Minimierung soeben einen EISA Award gewonnen haben. Und natürlich möchte ich auch das Segment Digital Imaging nicht unerwähnt lassen, in dem wir nicht weniger als sechs EISA Awards eingesammelt haben. Besonders stolz sind wir auf die Auszeichnung in der Klasse „Foto Innovation“, denn als Kamerahersteller hat Sony eine viel kürzere Tradition als andere große Namen, und deshalb freuen wir uns, dass die bahnbrechende Innovation, die unser Echtzeit-Autofokus darstellt, von der EISA Jury anerkannt wurde.

**PoS-MAIL:** *Versprechen Sie sich von der Integration von Sony Mobile eine weitere Stärkung des Portfolios?*

**John Anderson:** Unbedingt, denn im Gegensatz zum Wettbewerb ist Sony jetzt in der Lage, den Kunden gemeinsam mit dem Fachhandel komplette Produktwelten anzubieten. Dazu gehört z. B. ein perfekt abgestimmtes Zubehör-Sortiment mit Bluetooth-Speakern oder Kopfhörern, die

für praktisch jeden Smartphone-Nutzer dazugehören.

**PoS-MAIL:** *Ist das nicht eine Herausforderung für Ihre Vertriebsmitarbeiter?*

**John Anderson:** Die Integration eines so wichtigen Geschäftsbereichs ist eine Herausforderung für alle Beteiligten. Deshalb konzentrieren wir uns im Moment darauf, alle Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit den neuen Produkten vertraut zu machen, damit sie in der Lage sind, das gesamte Sony-Portfolio zu vermarkten und

unsere Handelspartner dabei effizient zu betreuen.

**PoS-MAIL:** *Wo liegen die personellen Verantwortlichkeiten für Sony Mobile?*

**John Anderson:** Seit dem Frühjahr wurde das Vertriebs- und Marketing-Team von Sony Mobile in die Deutschland-Organisation von Sony Consumer Electronics eingegliedert. Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes verantwortet Thilo Röhrig auch den gesamten Mobile-Vertrieb. Innerhalb dieser neuen Strukturen ist



Die Alpha 6400 Systemkamera gewann ebenfalls einen EISA Award. Sie ist mit dem Echtzeit-AF mit Augenerkennung ausgestattet, den die EISA Jury separat als Foto Innovation 2019-2020 auszeichnete.

Die Triple-Kamera des mit einem innovativen 21.9 Display ausgestatteten Smartphone Flaggschiffs Xperia 1 enthält wichtige Technologien aus den Alpha-Systemkameras.





*Die Noise-Cancelling-Technologie des Kopfhörer WH-1000XM3 von Sony, der soeben einen EISA Award gewonnen hat, erzielt eine viermal höhere Signalverarbeitungsleistung als das Vorgängermodell.*

Jan Costa-Thiele als Sales Head Mobile Operators für die strategische Weiterentwicklung dieses Bereiches verantwortlich, um z. B. Vermark-

tungskonzepte für den neuen Mobilfunkstandard 5G in Sony Xperia Smartphones zu entwickeln. Darüber hinaus prüfen wir, ob der Bereich Mobile Operators in Zukunft als zusätzlicher Vertriebskanal für das CAV-Portfolio agieren könnte, um weitere Synergien zu schaffen.

**PoS-MAIL:** Welche Produkt-Highlights zeichnen das Sony Mobile Portfolio aus?

**Thilo Röhrig:** Wir haben in diesem Jahr mit dem Xperia 10 und Xperia 10 Plus zwei wichtige Produkte in der Supermittelklasse eingeführt und auch im Einsteiger-Segment mit dem Xperia L3 ein hervorragendes Produkt auf den Markt gebracht. Unser Flaggschiff ist natürlich das Xperia 1, das als erstes Smartphone mit einem

21:9 CinemaWide Format Display mit 6,5 Zoll großem 4K HDR OLED-Panel aufwartet. Mit seiner Triple-Kamera, die wichtige Technologien aus unseren erfolgreichen Alpha-Systemkameras enthält, deckt dieses Spitzenmodell mit drei 12-Megapixel-Modulen den gesamten Brennweitenbereich vom Super-Weitwinkel über Weitwinkel bis Tele ab. Das sind wegweisende Features, mit denen wir die Smartphone-Fotografie auf ein neues Niveau heben wollen. Eine solche Innovation passt perfekt zu unserem Premium-Portfolio, das wir gemeinsam mit dem Fachhandel weiter nach vorne bringen wollen.

**PoS-MAIL:** Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.