

Fünf Graupapageien in einem britischen Safaripark wurden mit ihren täuschend echt nachgemachten menschlichen Flüchen und Beleidigungen zum öffentlichen Ärgernis. 'mi' hat wieder der Branche aufs Maul geschaut: ■ Alcon-Umfrage zur Zukunft des Kontaktlinsengeschäftes ■ Brillenmann zeigt Entgegenkommen ■ Essilor-Glas verlangsamt Myopie-Fortschreiten bei Kindern ■ CooperVision-Herbstkampagne hebt akquisitorisches Potenzial. Doch zunächst, sehr verehrte Dame, sehr geehrter Herr, kein Grund für Unmutsäußerungen – im Gegenteil:

Jury hat abgestimmt: „And the FAIRPLAY-Award goes to ...“

Bevor die Sektkorken knallen und wir zu einer wirklich tollen Nachricht kommen, sollte ein jeder sich gedanklich in den März und April dieses Jahres versetzen, sich erinnern an Verunsicherung, Existenzängste, ein geschlossenes Ladenlokal und kaum Umsatz in der Kasse – Ende nicht absehbar. Nahezu alle Geschäftspartner gehen während dieser schweren Monate auf Tauchstation und versuchen, für ihre eigene Scholle zu retten, was gerettet werden muss. Solidarität ist selten, zählbarer Beistand noch seltener. Und doch gibt es einige wenige Unternehmen, die nicht mit Abwesenheit und abgeschalteten Telefonen glänzen. Unternehmen, die neben der eigenen Krisenbewältigung einen Blick für ihre Kunden – oder Mitglieder – haben und unter großen Anstrengungen darauf achten, dass auch denen geholfen wird.

Stellen Sie sich bitte vor, dass es in dieser für Sie und Ihren Betrieb sehr schweren Zeit ein Unternehmen gibt, welches



- eine unkonventionelle Ausschüttung einer (sogar höheren) Warenrückvergütung als im Vorjahr realisiert
- umfangreiche Informationen und Links im Intranet (von Steuertipps über Kurzarbeit bis hin zu

Hinweisen zu Corona-Soforthilfeprogrammen) bereitstellt

- für Sie persönlich ansprechbar ist und Hilfe im Detail erbringt
- Ihnen einen Partner vermittelt, der Ihnen hilft, entsprechende Anträge für KfW-Unternehmenskredite zu stellen, und
- Ihnen ein Liquiditäts-Berechnungstool bereitstellt, mit dem Sie verschiedene Szenarien durchspielen, um den tatsächlichen Liquiditätsbedarf zu ermitteln und frühzeitig handeln und gegenlenken zu können,
- dessen hauseigene Werbeagentur kostenfrei dafür sorgt, dass Ihre Website aktuelle Öffnungsinformationen bereitstellt und Sie mit ganz unterschiedlichen Werbungen und einer Videokampagne („Ein Auge füreinander“) unterstützt, und der Sie
- rechtzeitig auf die Öffnung der Geschäfte im April, insbesondere durch Bereitstellung von Schutzmasken, Desinfektionsmitteln und Schutzwänden, vorbereitet.

Hätten Sie sich da nicht gut aufgehoben gefühlt, bei einem Partner, der tatsächlich Fairplay spielt?

In der 'markt intern'-Ausgabe O 25/20 fragten wir Sie, wer sich Ihrer Meinung nach in der Krise bemerkenswert engagiert hat („Ihr Top-FAIRPLAY-Partner gesucht“). Begründete Hinweise wurden redaktionsintern weiter recherchiert und Ihre Vorschläge an die Jury eingereicht. Geprüft wurde die branchenübergreifende Auswahl durch eine mehrköpfige Jury, unter anderem bestehend aus: ■ **Dr. Claudia Ossola-Haring**, Professorin der **SRH Hochschule Heidelberg** ■ **Horst Garbrecht**, Vorstandsvorsitzender von **Metabo** sowie Europa-Chef der **Koki Holdings** ■ **Marc Eisinger**, Gründer und Geschäftsführer des **Charity-Shopping-Portals 'Kauft-Lokal'** und ■ **Lorenz Huck**, Vertreter der Geschäftsführung des 'markt intern'-Tochterunternehmens **mi+ consulting**.

Ein Wettbewerb soll FAIRPLAY explizit nicht sein, sondern am Ende eine Anerkennung für besondere Leistungen in besonderen Zeiten: Mit dem **FAIRPLAY-Award 2020!** Aus den eingereichten Vorschlägen werden folgende Unternehmen mit dem Ehren-Award geehrt: ■ Die Uhren- und Schmuck-Großhandlung **Rudolf Flume Technik GmbH/Essen** ■ Hörgerätehersteller **GN Hearing GmbH/Münster** ■ Die **Süddeutsche Motoristenvereinigung SÜMO e.V./Neu-Ulm** ■ Bademodenanbieter **Adolf Riedl GmbH & Co. KG/Bayreuth** ■ Der Küchenfachhändler **Weber Küchen/Gifhorn** in Kooperation mit ■ Küchenproduzent **Ballerina Küchen/Rödinghausen**.

Und – jetzt zu den eingangs erwähnten Sektkorken – aus unserer Branche ist das herausragende Engagement der **IGA OPTIC/Datteln** gewürdigt und als auszeichnungswert erachtet worden. Herzlichen Glückwunsch an



die **IGA OPTIC** zum FAIRPLAY-Award, dessen begleitende Urkunde selbstverständlich vom Schirmherrn der Aktion, **Dr. Wolfgang Thierse, Präsident des Deutschen Bundestages a.D.**, unterzeichnet ist. Diese schöne Nachricht überbrachte Ihre 'mi'-Redaktion am 24. September 2020 persönlich in Datteln. Das IGA-Team rund um Geschäftsführer



Wolfgang Thierse
© Deutscher Bundestag



Carsten Schünemann zeigte sich erfreut. Carsten Schünemann gegenüber 'mi':

„Es ist für uns eine große Überraschung, den FAIRPLAY-Award gewonnen und überreicht bekommen zu haben. Die Jury bringt uns mit der Verleihung dieses Awards eine riesige Wertschätzung unserer Arbeit entgegen. Es war zu Beginn des Lockdowns Ende März für die Gremien der IGA OPTIC sofort klar: Wir müssen mit dem gesamten Team für unsere Mitglieder da sein. An Kurzarbeit war für IGA OPTIC zu diesem Zeitpunkt nicht zu denken. Alle Gremien und Mitarbeiter haben sofort auf Krisenmodus umgeschaltet. Wir waren für die Mitglieder zu 100 % da, auch wenn sie mit ihren Sorgen und Ängsten manchmal einfach nur sprechen und sich austauschen wollten. Auch war es an der einen oder anderen Stelle wichtig aufzurütteln. Denn nicht jeder hatte sofort erkannt, dass eine solche Krise, bei der alles auf Null zurückgefahren wird, sehr schnell wirtschaftlichen Totalschaden anrichten kann. All die Themen

- wie Verhandlungen mit dem Vermieter
- Steuerstundungen
- Ermittlung der Liquidität für einen möglichen Zeitraum von z. B. sechs Monaten
- Anträge von Unternehmerkrediten
- Soforthilfemaßnahmen
- veränderte Öffnungszeiten
- Anmeldung zur Kurzarbeit
- Hygieneartikel usw. gehörten bei uns zum Gesamtpaket. Alle Internetseiten und Social-Media-Auftritte mussten an die veränderten Bedingungen und geänderten Notfall-Öffnungszeiten angepasst werden. Das hat unser Team mit Bravour in rasanter Geschwindigkeit umgesetzt. Die Abteilung Einkauf/Vertrieb hat umgeschaltet und Masken statt Linsen, Desinfektionsmittel statt Brillenfassungen, Spuck- und Niesschutzwände statt Brillenzubehör auf dem Weltmarkt aufgespürt und an die Mitglieder geliefert. Wir danken an dieser Stelle den besten Mitgliedern ever,



Ehrung in Datteln – Trotz COVID-19-Abstand mit viel Herzlichkeit | © IGA OPTIC

die es überhaupt erst möglich gemacht haben, dass wir diesen FAIRPLAY-Award gewinnen konnten. Ohne Mitglieder, für die wir da sein dürfen, gäbe es uns IGA OPTIC-Team nicht!!! Wir sagen Danke!!! Bitte richten Sie unseren Dank auch an den Schirmherrn Wolfgang Thierse und die gesamte Jury. Wir fühlen uns sehr geehrt!“

Dem ist nahezu nichts hinzuzufügen. Auch wir gratulieren der IGA OPTIC zu dieser Ehrung und schließen uns der Meinung der Jury an, dass die Dattelner tolle Arbeit während der Krise geleistet haben. Für Sie gilt jedoch, dass Ihre Vorschläge zu einer Nominierung für einen FAIRPLAY-Award nach wie vor noch Gehör finden. Die FAIRPLAY-Jury wird im November ein zweites Mal darüber entscheiden, ob es weitere Unternehmen gibt, die sich in besonderer Weise um ihre Geschäftspartner verdient gemacht haben. Aus diesem Grund

werden wir die in der nächsten Woche startenden Leistungsspiegel 'Brillenglas 2020' und 'Fassungen 2020' (beide als Beilage zur Ausgabe O 41/20 und online ab 7.10.20) mit einer Zusatzfrage zur Corona-Krisen-Präsenz/-Bewältigung und -Unterstützung versehen. Dort haben Sie also nicht nur die Gelegenheit, Ihre Partner beim Brillenglas und bei den Fassungen in gewohnter Weise mit Schulnoten zur generellen Performance zu benoten, sondern einmalig auch zum COVID-19-Management. Wir sind gespannt, ob sich da noch ein Kandidat für den FAIRPLAY-Award empfehlen wird!

Auch wir heben jetzt – im übertragenen Sinn – unsere Sektgläser und stoßen mit dem IGA-Team auf die Würdigung und Ehrung der besonderen Arbeit an! Herzlichen Glückwunsch!

Alcon-Umfrage zur Zukunft des Kontaktlinsengeschäftes

■ 90 % der Kontaktlinsenträger gehen davon aus, zu ihrem gewohnten Tragerhythmus zurückzukehren, wobei 70 % davon planen, dies innerhalb der nächsten zwei bis drei Monate oder früher zu tun

■ 90 % betrachten Kontaktlinsen als eine Verbesserung ihrer Lebensqualität

■ Fast 80 % der Befragten haben ihre Kontaktlinsenhigiengewohnheiten verbessert. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer vom Marktforschungsunternehmen **Market-Vision/CH-Zürich** im Juni 2020 durchgeführten Umfrage unter 1.511 volljährigen Kontaktlinsenträgern aus Deutschland, Frankreich, Italien, Australien und Südkorea. Auftraggeber **Alcon/Großostheim** ging es dabei um Erkenntnisse über die Auswirkungen von COVID-19 auf die Nutzung und

den Umgang mit Kontaktlinsen sowie die Erwartungen der Verbraucher.

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist: ■ 94 % der Kontaktlinsenträger sind ihrer aktuellen Marke treu geblieben. Das klingt danach, als wären die Produktpreferenzen der Nutzer festgefahren. Das täuscht jedoch, denn 'sind geblieben' heißt nicht 'bleiben für immer und ewig'. Fakt ist nämlich auch: ■ 75 % der Kontaktlinsenträger sind offen dafür, über ein Upgrade zu sprechen. ■ Mehr als 70 % der Träger würden sogar mehr für eine innovative Linse ausgeben. Darin sieht Alcon eine gute Gelegenheit für Kontaktlinsenspezialisten, ihre Kunden über neue Technologien aufzuklären sowie ihnen als Ratgeber für alle Fragen rund ums Auge – auch im

Alcon

Hinblick auf Besonderheiten während der Pandemie – zur Verfügung zu stehen. Denn: ■ Die befragten Kontaktlinsenträger gaben an, dass sie ihrem Kontaktlinsenspezialisten voll und ganz vertrauen, wenn es um das Thema Auge geht. Sie sind offen für die Bestellung von Kontaktlinsen über ihren Augenoptiker sowie für hilfreiche Informationen und Tipps über eine Geschäfts-Website, E-Mail, virtuelle Newsletter, Apps oder Textnachrichten. Das Interesse ist besonders groß bei jüngeren bis mittleren Altersgruppen. **Antoine Delgrange**, Vice President **Alcon Vision Care International Marketing Group**, schlussfolgert: „Wenn die Augenoptiker ihren Betrieb wiederaufnehmen, können sie gerade mit Kontaktlinsen die Loyalität und das Vertrauen bei ihren bestehenden Kunden festigen, neue Kontaktlinsenträger gewinnen und so ihr Kontaktlinsengeschäft stabilisieren. Während der gesamten Dauer von COVID-19 standen wir in engem Kon-

takt mit den Augenspezialisten und ihren Teams. Wir alle bei Alcon sehen unsere Aufgabe darin, unsere Kunden zu unterstützen, sich schnell von der Pandemie zu erholen.“

'mi'-Fazit: ■ Deutschland dürfte trotz der zuletzt steigenden Infektionszahlen bei der Rückkehr zur Normalität bereits weiter sein als etwa das zuletzt wieder arg von Corona gebeutelte Frankreich: ■ Daher gilt es, die Empfehlungen bzgl. einer intensiveren Information der Kontaktlinsenträger möglichst zeitnah umzusetzen ■ Fragen Sie dazu auch in Großostheim nach aktuellen Unterstützungsangeboten ■ Achtung: **Ihre deutschen Alcon-Ansprechpartner firmieren ab dem 1. Oktober 2020 nicht mehr unter Alcon Pharma GmbH, sondern unter dem neuem Unternehmensnamen Alcon Deutschland GmbH** ■ 'Raider heißt jetzt Twix, sonst ändert sich nix': Ihre Ansprechpartner bleiben unverändert.

Branchen-News: multifokal, asphärisch, entspiegelt

Brillenmann zeigt Entgegenkommen „Die Firma Brillenmann belieferte bereits meine Vorgängerin und nun mich seit 2012. Leider ist die Qualität der Fassungen jedes Jahr schlechter geworden und wir haben seit ca. drei Jahren bald jede Woche mindestens eine Reklamation. Ich habe den Vertrag mit der Firma Brillenmann nicht verlängert und nach weiteren Reklamationen alle Fassungen zur Gutschrift eingesandt – bisher ohne Gutschrift“, schildert **Christiane Kolb**, Inhaberin **Kolb Optik/Amberg**, ihre Erfahrungen mit dem Anbieter der Marken +choc-, K16, onda, PASS, Sim-Sala-Bim, Xclusiv und XXL, **Brillenmann/Renningen**. Geschäftsführer **Ana Teixeira** signalisierte uns auf unsere Nachfrage: „Ich werde mir den Vorgang vorlegen und intern prüfen lassen.“ Kurz darauf erhielten wir die Rückmeldung aus Amberg: „Gerade eben hatte ich einen Anruf vom Chef der Firma Brillenmann. Ich bekomme eine Teilgutschrift und bin damit sehr zufrieden. Vielen Dank für Ihre Intervention, ohne die es nie zu einem Ergebnis gekommen wäre.“ Im Nachgang erfahren wir aus Renningen, dass die Ursache für die zuletzt mitunter schleppende Reklamationsabwicklung keine steigende Zahl der Gewährleistungsfälle ist, sondern Komplikationen beim Beschaffen von Ersatzteilen – etwa der Federscharniere von einem Zulieferer aus Österreich.

Essilor-Glas verlangsamt Myopie-Fortschreiten bei Kindern 'Stellest' heißt **Essilors/F-Charenton-le-Pont** neue Generation von Brillenglaslösungen mit H.A.L.T. (Highly Aspherical Lenslet Target)-Technologie im Kampf gegen Kurzsichtigkeit. Eine noch nicht abgeschlossene klinische Studie zeigt nach einem Jahr, dass sich das Fortschreiten der Myopie im Vergleich zu Kindern, die Einstärkengläser tragen, im Durchschnitt um mehr als 60 % verlangsamt hat. Bei 28 % der Kinder, die 'Stellest'-Gläser tragen, wurde eine Verlängerung des Augapfels verhindert, während bei allen Kindern, die Einstärkengläser tragen, eine Verlängerung des Augapfels auftrat. 100 % der Kinder, die Gläser von 'Stellest' trugen, sahen klar, gewöhnten sich innerhalb einer Woche an ihre neuen Gläser und waren mit ihrer Sehqualität genauso zufrieden



Kollegenmeinung der Woche

Zu O 38/20: ic! Berlin drängt stärker in Matt-Filialen

„Sehr geehrter Herr Schenk, erstmal vielen Dank für die sachliche Berichterstattung.

Märkte verändern sich und Kundenerwartungen verändern sich, deshalb ist es erforderlich, ständig die Stellschraubchen nachjustieren und sich den immer neuen Gegebenheiten anzupassen. Wichtig ist es dabei natürlich, nicht seine Identität zu verlieren. Erfolg wird nur der haben, der eine eigene Identität hat. Dabei ist es wichtig, diese Identität nicht auf die Produkte zu reduzieren oder zumindest dies stark in den Vordergrund zu rücken. Identität zeichnet sich im Besonderen durch die weichen Faktoren aus, weniger durch die Produkte. Auch wir sind ein Befürworter eines selektiven Vertriebes, auch für Lieferanten gilt, man kann nicht 'everybody's darling' sein. Aber es macht durchaus Sinn, bestimmte Produkte in unterschiedlichen Konzepten anzubieten. Wir sehen diesen Wettbewerb eher positiv. (...)"

Michael Matt, Geschäftsleitung Optik Matt GmbH & Co KG/Regensburg

(Anm. d. Red.: Trotz langem Schatten: Stephan Schenk ist nunmehr seit fünf Jahren nicht mehr im 'mi'-Chefsessel, aber auch hier in bester Erinnerung!)

wie die Kinder, die Einstärkengläser trugen. Diese vielversprechenden Zwischenergebnisse wurden erstmals auf dem virtuellen Kongress Worldwide Connect 2020 der **World Society of Paediatric Ophthalmology and Strabismus** (WSPOS)/IRL-Dublin vorgestellt. 'mi' hofft im Interesse der jungen Zielgruppe, dass sich die Zwischenergebnisse im weiteren Studienverlauf bestätigen. Bemerkenswert ist nebenbei, dass für die neue Technologie mit H.A.L.T. eine Abkürzung gewählt wurde, deren Wirkung ausgerechnet in der deutschen Sprache quasi selbsterklärend ist.

Kassensysteme: Streit um TSE ist vorbei! Der Zoff zwischen Bund und Ländern zur Nichtbeanstandungsregelung für technisch zertifizierte Sicherheitseinrichtungen (TSE) ist vom Tisch. Anlass war ein Schreiben des **Bundesfinanzministeriums** (BMF) vom 11. September 2020, in dem es heißt,

„die im BMF-Schreiben vom 6. November 2019 genannte Frist erlaubt eine Nichtbeanstandung längstens bis zum 30. September 2020. Das BMF-Schreiben tritt nicht am 30. September 2020 außer Kraft, sondern ist weiterhin gültig und damit zu beachten.“ Explizit wird darauf hingewiesen, von dieser Weisung abweichende (Länder-)Erlasse bedürften der Abstimmung zwischen dem BMF und den obersten Finanzbehörden der Länder. Das wollten die 'markt intern'-Kollegen vom 'steuertip' so nicht stehen lassen und wendeten sich an die Finanzministerien der Bundesländer. Erfreulicherweise fielen deren Antworten positiv aus: Nach Ansicht der Länder wurde die Nichtbeanstandungsregelung durch ihre individuellen Ländererlasse gar nicht verlängert. Vielmehr habe man **Billigkeitsmaßnahmen** erlassen. Da es sich um zwei unterschiedliche Verwaltungsakte handelt, könne das BMF-Schreiben die Länder also gar nicht einschränken. Kurzum: Das Fehlen einer TSE wird im entsprechenden Bundesland, sofern alle Voraussetzungen erfüllt sind (u. a. verbindliche Bestellung bis spätestens Ende September), gebilligt. **Die Antworten der elf Bundesländer** finden Sie unter <https://t1p.de/mi-steuertip-registrierkassen>.



CooperVision-Herbstkampagne hebt akquisITORISCHES Potenzial Rund um die torische Kontaktlinse dreht sich die Herbstkampagne von CooperVision/Eppertshausen. Sie startete am 14. September und läuft bis zum 30. Oktober 2020 (die Pressemitteilung zur Aktion erreichte Ihre 'mi'-Redaktion am 25. September 20). Mit Werbematerialien für den Point of Sale und Online-Vorlagen für eigene Social-Media-Aktivitäten begleitet CooperVision seine stationären Partner. Bis zum 16. Oktober profitiert der Kontaktlinsenkunde zudem von einer 'Cashback'-Aktion, mit der der Fachhandel seinen Endkunden einen besonderen Kaufanreiz bieten kann. Als Grund für diese Fokussierung auf torische Linsen führen die Hessen an, dass „sieben von zehn Drop-outs auf einen unkor-

gierten Astigmatismus von 0,75 dpt oder mehr auf einem Auge zurückzuführen sind bzw. auf das daraus resultierende schlechte Sehen und den Mangel an Komfort“. Jeder Dritte, der eine Sehkorrektur benötige, sei ein Kandidat für torische Kontaktlinsen. Dabei ist sich CooperVision etwaiger Vorbehalte der Angesprochenen gegenüber einer torischen Kontaktlinsenversorgung bewusst. Diese beruhen laut dem Hersteller meist auf Erfahrungen mit überholten Linsentechniken oder auf mangelnder Information, was die Qualitäten moderner torischer Designs in Bezug auf Anpasseseigenschaften, Stabilisierungszeiten, Trageverhalten und flexibles Handling betrifft. CooperVision verweist insofern auf die Optimised Toric Lens Geometry der eigenen Produkte. **Um die Anpassung noch einfacher zu machen, stellt CooperVision die OptiExpert App zur Verfügung.** Sie beinhaltet neben anderen Funktionen sowohl einen toric als auch einen multifocal Kalkulator. Sie berechnen einfach und effektiv die zu bestellende erste Kontaktlinse anhand der aktuellen Brillenrefraktion. Zusätzlich stehen auf der CooperVision Learning Academy verschiedene Trainings zu KL-Anpassung und -Ansprache zur Verfügung. Neu seit August ist auch ein Training speziell für torische Kontaktlinsen.



Die aktuelle 'Cashback'-Aktion
© CooperVision



zum von einer 'Cashback'-Aktion, mit der der Fachhandel seinen Endkunden einen besonderen Kaufanreiz bieten kann. Als Grund für diese Fokussierung auf torische Linsen führen die Hessen an, dass „sieben von zehn Drop-outs auf einen unkor-

Einen guten Start ins vierte Quartal!
Ihre



Marko Schucht
Dipl.-Wirtschaftsjur. Marko Schucht
– Chefredakteur –



Carsten Schmitt
Ass. jur. Carsten Schmitt
– Chefredakteur –

Suchen – Helfen – Finden
Suchecke: ■ Bügel für ältere Adidas-Fassung, a 991, F. 6074 oder andere Farben, Gr.: 49/16, gegebenenfalls auch komplette Fassung, Tel.: 030 7522043 ■ Opticunion, Mod. 61.180.03, metallnylon, silber mit grau-orangenem Bügeln, Tel.: 06131 331438 ■ Yabi Spirit, Kunststoff-Hohlschrauben für Mod. 9003, F. 915 oder egal, Gr.: 50/18, Tel.: 05221 54477 **Sonstiges:** ■ Welche Sonnenbrille trägt Fürstin Charlene von Monaco aktuell? Melde an die Redaktion, Tel.: 0211 6698-148.
Auch online unter www.markt-intern.de/optik

Der junge Mann zum Vater seiner Auserwählten: „Ich möchte Ihre Tochter heiraten!“ – „Waren Sie schon bei meiner Frau?“ – „Ja, aber ich hätte doch lieber Ihre Tochter gehabt!“

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. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

- Steuern & Mittelstand:**
- arbeitgeber intern
 - GmbH intern
 - Ihr Steuerberater
 - immobilien intern
 - Mittelstand
 - steuerberater intern
 - steuertip
 - umsatzsteuer intern

- Gesundheit & Freizeit:**
- Apotheke/Pharmazie
 - Augenoptik/Optometrie
 - 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

