



Das Insider-Magazin für Jagd, Messer, Schießsport und Security

Taktisch und sicher – was der zivile Markt hergibt

Firmen und Personen

Neue Gesichter, neue
Geschäfte und offene Türen

Sortiment

Neue Vertretungen, neue
Produkte und Altbewährtes



nur
€ 975,-

NZ6 2-12x50 inception

mit Parallaxeverstellung.

Vorbereitet für

Nachtsicht- & Wärmebildgeräte.



NEU

GERMANIA TREFFERKÖNIG

Für das traditionelle Vogelschießen der Schützenfeste haben wir den Vertrieb der bekannten

Germania Trefferkönig Patronen

Kal. 16/70, mit Spezial-Bleigeschoss 19 g, übernommen.

Verpackungseinheit:
25 / 500 Stk.



Die Patronen sind nach den aktuellsten Schießstandrichtlinien hergestellt.
Auftreffenergie E_0 (J) kleiner als 1.200 Joule.

ALLJAGD GmbH Lippstadt
Tel.: 02941-974070

Händleranfragen an: info@alljagd.de



Mit Sicherheit in den September



Claudia Jahn,
Chefredakteurin

Mit dem Schwerpunkt Security / Tactical starten wir auch in diesem Jahr in den Herbst. Wobei, dieser Sommer hat sich in weitem Teilen ja schon so angefühlt.

Wir schauen in der September-Ausgabe auf neue Produkte aus dem taktischen Bereich, wir überlegen, ob es ein Comeback für Taser für Privatpersonen geben könnte und wir schauen uns die Kriminalstatistik 2022 an.

Auch jenseits des Schwerpunktes gibt es Neues. Fürs Sortiment zum Beispiel haben wir ab Seite 30 jede Menge Inspiration für Ihr Portfolio zusammengetragen. Berichtenswertes aus den Unternehmen liefern uns unter anderem Carl Walther, Swarovski und AKAH.

Terminlich startet jetzt mit den Herbstmessen, wie der Jagd und Angeln in Leipzig und den Internationalen Jagd- und Schützentagen in Grünau, die Messesaison und bringt hoffentlich Leben ins Geschäft. Persönliche Kontakte bringen die Veranstaltungen auf jeden Fall.

Dass sie gern besucht werden, hat das Geartester Festival Mitte August gezeigt. „Testen. Erleben. Feiern.“ hieß es auf dem Plakat und das wurde auch so umgesetzt.

Für einen Lacher sorgte vor ein paar Tagen unser Bundeskanzler Olaf Scholz, indem er den Vogel mit einer Laserpistole am Olympiastützpunkt in Potsdam abschoss, weil er mit wenig Eleganz das Sportgerät – sagen wir – sehr extravagant hielt. Man kann ja nicht alles können, aber wenn man von Pressefotografen umringt ist, kann das schon sehr peinlich werden – mit großer Reichweite.

Ihnen wünsche ich, dass Ihr September-Geschäft gelingt.

Ihre Claudia Jahn

DIANA®

OKTOBERFESTGEWEHR

- Repetiergewehr
- Authentisches Spannen
- 120-Schuss Rundkugel-Magazin
- Gezogener Lauf
- Designed in Black Forest
- Holzschaft
- Ca. 4,6 Joule
- Inkl. Metall-Ziel



UVP € 179,-

G-S-G
PREMIUM BRANDS



Mit Displays den POS attraktiver gestalten - ab Seite 21



Von der Schießscheibe bis zum leuchtenden Messer - ab Seite 30



Taktisch und sicher- neue Produkte für den zivilen Markt - ab Seite 24

INHALT

	EDITORIAL	SEITE 3
	KURZNACHRICHTEN	SEITE 5
	FIRMEN & PERSONEN	SEITE 6
	TERMINE	SEITE 15
	HANDWERK	SEITE 18
	WIRTSCHAFT	SEITE 21
	SCHWERPUNKT SECURITY	SEITE 24
	SORTIMENT	SEITE 30
	LIEFERANTEN-LEXIKON	SEITE 39
	DEKO-TIPP	SEITE 47

IMPRESSUM



WM-Intern -
Das Insider-Magazin für
Jagd, Messer, Schießsport
und Security



JAHR MEDIA GmbH & Co. KG
Jürgen-Töpfer-Straße 48
22763 Hamburg
040-389 06-0
www.jahr-media.de

WM-Intern ist offizielles Mitteilungsblatt des Bundesinnungsverbandes für das Büchsenmacher-Handwerk und der Innung des Büchsenmacherhandwerks für Mitteldeutschland.



Außerdem schreibt WM-Intern die Geschichte von „Der Büchsenmacher“ fort, der hier im 119. Jahrgang erscheint und die älteste Zeitschrift für Büchsenmacher, Waffen, Jagd und Outdoor ist.

Ebenfalls in WM-Intern erscheint im 127. Jahrgang „Messer & Schere“, die Fachzeitschrift für den Bereich Schneidwaren/Bestecke.

Chefredaktion

Claudia Jahn (cj) · claudia.jahn@wm-intern.de · Telefon: 02204-979 93 76

Mitarbeiter der Redaktion

Miriam von Chamier (mvc), Christoph Daim (cd), Daniel Guthannß (dg), Patrice Leon Göbel (pg), Adrian Hopp (ah), Prof. Dr. Stephan Humer (sh), Adina Riesenberg-Lietz (ali), Ingo Rottenberger (ir), Martin Schmelzer (ms)

Anzeigenleitung

Rainer Propp · rainer.propp@jahr-media.de · Telefon: 040-38906-285

Anzeigen:

Jan-Hendrik Röhrs · jan-hendrik.roehrs@jahr-media.de · Telefon: 040-38906-161
Wilfried Harms · wilfried.harms@jahr-media.de · Telefon: 040-38906-273

ISSN 2196-9477 · Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 44 vom 11.2023
www.wm-intern.de/marketing

Jahresabonnement:

Deutschland: 56,65 € / Österreich: 67,10 € / Schweiz: 82,24 CHF (jeweils zzgl. MwSt)

Druckerei

Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25, 34253 Lohfelden

Vertrieb

DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH
Postfach 57 04 02 · 22773 Hamburg
www.dpv.de

Leserservice
040/38906-880
abo@wm-intern.de

Viele offene Ausbildungsplätze im Einzelhandel

Insgesamt 13 Prozent aller betrieblichen Ausbildungsplätze entfallen laut aktueller Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (BA) auf die Berufe Kaufleute im Einzelhandel sowie Verkäuferinnen und Verkäufer. Handelsunternehmen bieten demnach für das Ausbildungsjahr 2023/2024 rund 34.300 Stellen für eine Ausbildung zum Kaufmann oder zur Kauffrau im Einzelhandel an sowie 29.700 Stellen für die Ausbildung zum Verkäufer oder zur Verkäuferin. Gleichzeitig meldet die BA aber für die Kaufleute im Einzelhandel noch 19.530 unbesetzte Stellen, für die Ausbildung zum Verkäufer oder zur Verkäuferin sogar 20.200 unbesetzte Stellen. Laut Handelsverband Deutschland (HDE) ist eine Bewerbung auf einen Ausbildungsplatz daher noch bis in den Herbst hinein möglich. www.einzelhandel.de

#AusbildungSTARTEN - Exzellenzinitiative des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks

Die Exzellenz in der beruflichen Bildung sichtbar zu machen und dadurch noch mehr junge Menschen dafür zu begeistern, eine Ausbildung mit der

Aussicht auf eine Karriere im Handwerk zu starten, ist einer der zentralen Themenschwerpunkte im diesjährigen „Sommer der Berufsausbildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH). Denn: „Für alle Zukunftsaufgaben – beim Klimaschutz, bei der Energie- und Mobilitätswende, bei der energieeffizienten Sanierung und dem Neubau von Gebäuden, beim analogen und digitalen Infrastrukturausbau, für SmartHome und E-Health – werden qualifizierte Handwerkerinnen und Handwerker gebraucht“, darauf weist Jörg Dittrich, Präsident des ZDH, hin.

www.zdh.de

PayPal beliebteste Zahlungsart im Onlinehandel

Laut EHI-Studie „Online-Payment 2023“ bezahlt die deutsche Kundschaft beim Online-Shopping am liebsten mit PayPal. Der Online-Bezahldienst hat den Kauf auf Rechnung – die hierzulande seit Jahren führende Zahlungsart – im Jahr 2022 bei den Umsatzanteilen im E-Commerce erstmalig überholt. Insgesamt beträgt der geschätzte E-Commerce-

Nettoumsatz für das Jahr 2022 85 Mrd. Euro. Damit ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr (86 Mrd. Euro) unter anderem aufgrund wieder geöffneter Geschäfte leicht rückläufig.

www.ehi.org

Pro-Kopf-Verschuldung 2022 gestiegen

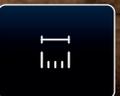
Der Öffentliche Gesamthaushalt (Bund, Länder, Gemeinden und Gemeindeverbände sowie Sozialversicherung einschließlich aller Extrahaushalte) war laut Statistische Bundesamt (Destatis) beim nicht-öffentlichen Bereich zum Jahresende 2022 mit 2.368,0 Milliarden Euro verschuldet. Das entspricht einer Pro-Kopf-Verschuldung in Deutschland von 28.164 Euro. Das waren 244 Euro mehr als Ende 2021. Zum nicht-öffentlichen Bereich gehören Kreditinstitute und der sonstige inländische und ausländische Bereich, z.B. private Unternehmen im In- und Ausland. Gegenüber 2021 stieg die öffentliche Verschuldung 2022 um 2,0 Prozent oder 47,1 Milliarden Euro und damit auf den höchsten am Ende eines Jahres in der Schuldenstatistik gemessenen nationalen Schuldenstand.

www.destatis.de

PARD
HUNT SMART



FT32-LRF
Wärmebildvorsatz der Spitzenklasse mit **Lasert-Entfernungsmesser**

			
extrem handlich und leicht 450g inkl. Akku	hochauflösender Sensor 12µm, ≤25mK	ultrascharfes Bild dank Image Enhancement	Laser-Entfernungsmesser 1000m

Fritzmann
Jagdzubehör, Schützen- und Outdoorbedarf seit 1904

www.fritzmann.org

DIE KOMPLETTE WAFFENPFLEGE AUS EINER HAND



BALLISTOL
ES WIRKT.

- Waffenöle
- Filzreiniger
- Kaltentfetter
- Carbon-Putzstöcke
- Schalldämpfer-Reiniger
- Schnellbrünnierung
- Adapter und viel mehr
- Laufreiniger
- Schaftpfleger
- Waffenfett

www.ballistol.de | [f/ballistol](https://www.facebook.com/ballistol)

BALLISTOL – Die Marke für Mensch. Tier. Technik.

UNIVERSAL-ÖL | STICHFREI | KÖRPERPFLEGE | TIERPFLEGE | WAFFENPFLEGE | ABWEHRSPRAY

FIRMEN+PERSONEN

Hinter den Kulissen von Carl Walther

DAS ULMER UNTERNEHMEN CARL WALTHER öffnete kürzlich seine Türen für einen Tag der offenen Tür. Die 1.000 Tickets waren lange im Voraus ausgebucht, da die Besucher die Chance hatten, einen seltenen Einblick beim Premium-Waffenhersteller zu werfen.

Besucher wurden am Eingang von einem James-Bond-Doppelgänger empfangen und konnten vor einem Aston Martin posieren, bevor sie das Firmengebäude betraten. Werksführungen zeigten die hochmoderne Fertigung und das spezielle Waffen-Know-how, das für die hochpräzisen Produkte von Carl Walther nötig ist.

Die Walther Meister Manufaktur präsentierte individuell veredelte Einzelstücke, die Kunden-Träume wahr werden lassen. Im

Walther Kompetenzzentrum „T9F“ erhielten Sportschützen kompetente Beratung für ihre maßgeschneiderten Waffen.

Das gesamte Portfolio der Walther Sport- und Behördenwaffen konnte betrachtet und ausprobiert werden. Im firmeneigenen Walther Museum bewunderten die Besucher wertvolle Exponate aus der Geschichte des Unternehmens.

Im Schießkanal sorgten Polizeiwaffen aus der Ulmer Waffenschmiede für großen Andrang. Unter fachkundiger Anleitung konnten die neuesten Produkte, wie die PDP F-Series, getestet werden.

Die Veranstaltung wurde durch umfangreiche Bewirtungsangebote und ein Zelt, in dem Walther Luftgewehre und Luftpistolen

ausprobiert werden konnten, abgerundet. Ein begeisterter Besucher sagte: „Der Tag der offenen Tür bei Walther war ein gelungenes Firmenevent, das keine Wünsche offen ließ und hoffentlich bald wiederholt wird.“

www.carl-walther.de

cj



Swarovski Optik eröffnet erstes Geschäft



AM 27. JUNI 2023 HAT SWAROVSKI OPTIK seinen weltweit ersten Laden eröffnet – auf dem Gelände der Swarovski Kristallwelten in Wattens. Ein bedeutender Schritt in der Wachstumsstrategie des Tiroler Familienunternehmens, der den direkten Austausch mit Naturliebhabern aus aller Welt fördert.

Stefan Hämmerle, Vorstand Marketing & Vertrieb, betont: „Nachhaltiges Wachstum im Outdoor-Bereich ist unser strategisches Ziel. Über den neuen Store, Online-Shop, Messen und unsere Mobile Experience wollen wir verstärkt Endkundenkontakte herstellen.“

Der neue Store präsentiert das gesamte Sortiment an Ferngläsern, Teleskopen, Zubehör und die Bekleidungslinie. Stefan

Hämmerle unterstreicht: „Hier können Interessierte nicht nur die neueste Fernoptik ausprobieren, sondern auch unsere Marke hautnah erleben.“

Das Ladenkonzept betont die Verbundenheit zur Natur. Langlebige, natürliche Materialien wie Esche und die Rückwände aus Vollholzleisten schaffen Raamtiefe und Nähe zur Natur. Steine aus der Umgebung und ein Wurzelstock bringen die Natur in den Innenraum. Die Glasfassade verbindet Innen und Außen, ein Lounge-Bereich ermöglicht Entspannung.

Der Standort in den Swarovski Kristallwelten in Wattens zieht ein internationales Publikum an und spricht eine breitere Zielgruppe an. Stefan Hämmerle sagt: „Wir

möchten Menschen für hochwertige Fernoptik begeistern und ihnen näherbringen, wie intensiv wir die Natur damit erleben können.“

www.swarovskioptik.com

cj



Verstärkung im Vertrieb: Tobias Thalhofer bei Carl Walther

DIE CARL WALTHER erweitert das Verkaufsteam um einen erfahrenen Fachmann. Tobias Thalhofer (31) hat am 1. Juli 2023 die Position des Verantwortlichen für den Geschäftsbereich Vertrieb Competition angetreten. Mit umfassender Vertriebsexpertise aus anspruchsvollen Aufgaben in der Messtechnik-Branche ergänzt er das Team und bringt frischen Wind in das Unternehmen. Tobias Thalhofer verfügt über eine langjährige berufliche Laufbahn, die ihm ein fundiertes Verständnis für Vertriebsstrategien und Kundenbeziehungen verleiht. Seine bisherige Tätigkeit in der Messtechnik-Industrie ermöglicht es ihm, wertvolle Einbli-



Tobias Thalhofer ist seit Juli für den Bereich Vertrieb Competition bei Carl Walther zuständig.

cke in komplexe Marktstrukturen zu bieten und diese erfolgreich zu navigieren.

Neben seiner fachlichen Expertise zeichnet sich Tobias Thalhofer durch sein ausgeprägtes Engagement im Bereich des Schießsports aus. Seit über acht Jahren fungiert er als Vorsitzender eines angesehenen Schützenvereins. Schon seit seiner Jugend ist er Luftgewehrschütze.

Tobias Thalhofer freut sich darauf, seine Fähigkeiten in einem innovativen Umfeld einzubringen und spannende Herausforderungen bei Carl Walther anzunehmen.

www.carl-walther.de

cj

Neu im AKAH-Vertrieb

GEORG GEISMAR HAT AM 1. JUNI 2023 die Nachfolge von Peter Pophal als Gebietsrepräsentant Süddeutschland für AKAH angetreten. „Aufgrund seiner hohen Sachkenntnis und seines angenehmen und zugleich professionellen Auftretens, sind wir von AKAH sehr glücklich ihn nun zu den unseren zählen zu können“, heißt es aus dem Unternehmen.

Georg-Thomas Geismar wohnt in Illertissen bei Ulm, er ist verheiratet und Vater von zwei Jungen. Seit Jahren ist er passionierter

Jäger und Sportschütze. Während der letzten fünf Jahre war Georg Geismar für die MSZU Müller Schießzentrum Ulm GmbH tätig, zuletzt als Verkaufsleiter, zertifizierter Schießausbilder (Verteidigungsschießen) sowie Leiter und Prüfer der Waffensachkundeausbildung.

www.akah.de

cj

Georg Geismar ist jetzt für AKAH in Süddeutschland unterwegs.



Security Essen: Neuer Messebeirat und neues Segment

DER MESSEBEIRAT DER SECURITY ESSEN hat einen neuen Vorsitzenden: Axel Schmidt, Vorstandsmitglied des BHE Bundesverband Sicherheitstechnik e.V., wurde bei der letzten Beiratssitzung zur Leitmesse für zivile Sicherheit als Branchenexperte bestätigt. Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, zeigt sich erfreut über die Wahl: „Wir freuen uns sehr, mit Axel Schmidt einen erfahrenen Experten der Sicherheitswirtschaft und einen langjährigen Unterstützer der Security Essen gewonnen zu haben.“

Axel Schmidt, der neue Beiratvorsitzende, äußerte seine Begeisterung: „Der BHE und auch Salto Systems sind seit vielen Jahren auf der Security Essen vertreten, die Messe ist eine äußerst wichtige Branchenplattform. Daher freue ich mich, nun noch stärker involviert zu sein und vor allem die digitale Ausrichtung der Fachmesse zu fördern.“ Als stellvertretender Vorsitzender des Security Essen Messebeirates wird ein Vertreter aus den Reihen des Bun-



Der Messebeirat der Messe Essen und dessen neuer Vorsitzender Axel Schmidt.

desverbandes der Sicherheitswirtschaft (BDSW) benannt. Zusätzlich zur Ernennung des neuen Beiratvorsitzenden haben die Mitglieder des Gremiums die Schwerpunkte für die nächste Messeausgabe festgelegt. Die Security Essen, die vom 17. bis 20. September 2024 in der Messe Essen stattfinden wird, wird folgende bekannte Ausstellungsbereiche umfassen:

- Zutritt, Mechatronik, Mechanik und Systeme
- Brand, Einbruch und Systeme
- Dienstleistungen
- Perimeter
- Video
- Digital Networking Security

Als Neuzugang kommt 2024 der Themenbereich „Bevölkerungsschutz und zivile Verteidigung“ hinzu. www.security-essen.de cj

Sherpa- und Artillect-Vertriebsteam wächst

GEORG DORFER VERSTÄRKT DAS VERTRIEBS-TEAM von Sherpa Adventure Gear und Artillect als selbstständiger Agent für die Österreich-Vertretung. Mit sportlichem Hintergrund und großer Begeisterung als Sportwissenschaftler, PGA Dipl. Golfprofessional und Betreiber eines

Hochseilgartens engagiert er sich zudem als Jäger und Unternehmer. Seine vielseitige berufliche Erfahrung umfasst bereits die Vertretung von Le Chateau und Schöffel Country. Georg Dorfer wird sich mit persönlichem Einsatz, Überzeugungskraft und Marktkenntnis dar-

aufkonzentrieren, den österreichischen Sport- und Outdoorhandel für Sherpa und Artillect zu gewinnen. Er operiert von Stegersbach aus und Europa-Chef Wolfgang Jahn erwartet ein signifikantes Wachstum der Marken in Österreich durch diese Zusammenarbeit.



Georg Dorfer, der Neuzugang im Vertriebsteam.

Die Entscheidung für Georg Dorfer basiert auf seiner überzeugenden Persönlichkeit, seinem kaufmännischen Wissen und seiner Marktkenntnis. Die Zusammenarbeit soll die Präsenz von Sherpa Adventure Gear und Artillect in Österreich stärken und das Wachstum vorantreiben, indem sie hochwertige Produkte einem anspruchsvollen und kenntnisreichen Kundenkreis zugänglich macht.

www.bradshawtaylor.com

cj

33 Jahre Askari

ASKARI WIRD 33 JAHRE ALT! Was im Jahre 1990 mit einem Sortiment von 2.000 Angelsport-Artikeln begann, entwickelte sich im Laufe der Zeit zu einem Komplettanbieter mit rund 40.000 Artikeln für Angler, Jäger und Naturfreunde. Beliebte und bewährte Eigenmarken werden durch eine große Markenvielfalt ergänzt. Neben einer breiten Bekleidungs- und Schuh-Auswahl sind Schneidwaren, Optik, Pflege, Lockjagdartikel, Reviereinrichtungen und Produkte zur Bergung und Verwertung im Sortiment vertreten. Abgerundet wird das Programm durch Geschenkartikel, Jagdliteratur, Hundeausrüstung und Trophäenpräparation. Endverbraucher konnten am Jubiläums-Gewinnspiel teilnehmen und Preise im Gesamtwert von über € 10.000 gewinnen. Außerdem ist ganz frisch der neue Jagd-Katalog erschienen, online einzusehen unter



www.jagd.de/katalog oder kostenlos als Printversion zu bestellen. www.jagd.de

ali

Zeiss stärkt Jagdsegment durch Secacam-Übernahme

ZEISS HAT DIE ÜBERNAHME VENTRADE GMBH! bekanntgegeben. Damit erweitert Zeiss sein Portfolio im Jagdsegment durch die Wildkameras der Marke Secacam.

Die Expertise von Secacam im Wildkamera-Markt werden durch Zeiss' Stärken in Bildgebung,ameratechnik und Softwareinnovationen ergänzt. Digitale Wildkameras bieten Einblicke



DRÜCKJAGD-SPEZIALISTEN

Bei der Drückjagd entscheiden Sehfeld und Leuchtpunkt über eine schnelle und sichere Zielerfassung. Einzigartig in ihrer Klasse sind hier unsere SPECTRA™ 1-6x24i und 1-8x24i mit bis zu 42 m Sehfeld und dem hellen, feinen Faserabsehen G4i Fiber, Made in Germany. Alle unsere Produkte sind das Ergebnis jahrzehntelanger Markterfahrung, verbunden mit deutscher Ingenieurskunst. Wir wissen, worauf es wirklich ankommt.

Erfahren Sie mehr über unsere Produkte:
info@gp-optics.com
WWW.GP-OPTICS.COM



Designed & Engineered in Germany



ins Jagdrevier und unterstützen die Jagdplanung. Sebastian Kneißle, Head of Sales Central Europe bei Zeiss Consumer Products, betont die innovative Partnerschaft: „Secacams Erfahrung in Konnektivität und Sendefähigkeit kombinieren wir mit unserer Optik-Experti-

se.“ Die gemeinsame Ressourcennutzung verspricht hochwertige Wildkameran als Ergänzung zu den bestehenden Jagdprodukten von Zeiss. VenTrade bleibt in Köln.

Kalinka Mense, Geschäftsführerin von VenTrade, freut sich über die Zusammenar-

beit: „Gemeinsam bauen wir unsere Expansion im europäischen und globalen Markt aus.“

Finanzielle Details bleiben vertraulich. Zeiss festigt mit Secacam seine Position im Jagdmarkt, um Jägern innovative Ausrüstung zu bieten. www.zeiss.com *cj*

KOSMOS: Qualität, Kompetenz und Leidenschaft vereint in einem neuem Siegel

DER KOSMOS-VERLAG führt in seinen Ratgebern ein neues Qualitätssiegel ein, das Leserinnen und Leser auf den ersten Blick erkennen lässt, dass sie mit einem Kosmos-Buch ein Versprechen für Qualität und Kompetenz in den Händen halten.

Seit über 200 Jahren steht Kosmos für Qualität und Tradition, in mehreren Bereichen des Erwachsenenbuch-Segments ist der Verlag unangefochtener Marktführer. Nun möchte Kosmos bei der Wahl eines Ratgebers auch den Endkundinnen und -kunden mit dem prominent positionierten Markenversprechen noch mehr Orientierungshilfe geben. „Im Heimtier-, Natur-, Pferd-, Jagd- und Astronomie-Buchbereich führt Kosmos unangefochten die Spitze der Verlage an. Dieses Ergebnis zeigt, dass Leserinnen und Leser der Marke Kosmos vertrauen, und das schon sehr lang, über mehrere Generationen hinweg. Das ist definitiv



Verpflichtung und Ansporn zugleich, für das ganze Ratgeber-Team, aber auch für unsere Autorinnen und Autoren. Mit dem Kosmos-Versprechen geben wir der Leserschaft nun ein Siegel an die Hand, das unsere Werte wie Qualität, Kompetenz und Leidenschaft kommuniziert und an dem sie uns messen kann“, erklärt Birgitta Barlet, Verlagsleiterin Buch im Kos-

mos-Verlag.

„Mit dem Kosmos-Qualitätssiegel haben wir eine Visualisierung dessen vorgenommen, was schon immer da war – Wissensvermittlung mit Leidenschaft bei stetiger Qualität und anhaltender Kompetenz“, veranschaulicht Bettina Schultes, Marketingleitung im Kosmos-Verlag. „Partnerinnen und Partner sowie die gesamte Leserschaft können sich darauf verlassen – es ist ein Versprechen rund um die Marke Kosmos-Ratgeber.“

www.kosmos.de

ah



Firmennachfolger und Arbeitnehmer

ÜBERNIMMT MAN EIN UNTERNEHMEN, stellt sich auch die Frage, ob man verpflichtet ist, die bestehenden Arbeitsverhältnisse übernehmen muss. Geregelt ist dieser Fall im § 613a des Bürgerlichen Gesetzbuches. Demnach tritt der neue Inhaber in alle Rechte und Pflichten des ehemaligen Inhabers ein. So behalten alle Verträge mit Mitarbeitenden ihre Gültigkeit.

Wird der Betrieb übergeben, ist es auch nicht nötig, Arbeitsverträge anzupassen oder zu ändern.

Die Mitarbeitenden müssen jedoch über das Datum des Firmenübergangs schriftlich informiert werden. In dieser Information müssen ebenfalls die Gründe für den Übergang und die rechtlichen, sozialen und wirtschaftlichen Folgen enthalten sein. Auch Vorhaben, die die Belegschaft betreffen, müssen kommuniziert werden. Das bedeutet, dass beispielsweise über vom neuen Inhaber vorgesehene betriebsbedingte Kündigungen informiert wird. Für einen schriftlichen Widerspruch haben die Beschäftigten einen Monat

Zeit – und zwar vom Zeitpunkt des Betriebsüberganges.

Wenn Widerspruch eingelegt wird, bleibt das Arbeitsverhältnis mit dem alten Inhaber bestehen, was in den meisten Fällen dann aber eine betriebsbedingte Kündigung nach sich zieht, da er in der Regel keine Beschäftigungsmöglichkeiten für den widersprechenden Mitarbeiter hat.

Mitarbeitern wegen des Inhaberwechsels zu kündigen, ist nicht erlaubt. *cj*

UNSERE TOP-MARKEN



Nutzen Sie die Vorteile
unseres Online-Shops
rund um die Uhr.

Einzelhandel fordert bedarfsgerechten Ausbau der E-Ladeinfrastruktur

DER HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND (HDE) hat Bedenken geäußert, dass der Einzelhandel einseitig durch die geplante Änderung der EU-Gebäudeeffizienzrichtlinie belastet wird. Statt einer pauschalen Verpflichtung zum Aufbau von E-Ladesäulen fordert der Verband eine flexible und bedarfsgerechte Ausgestaltung der Vorschriften. Die Gegebenheiten im Einzelhandel und die Bedürfnisse der Kunden müssten Berücksichtigung finden. Der HDE ist der Ansicht, dass der Einzelhandel frei sein sollte, sich am Bedarf vor Ort zu orientieren, und dass ein marktgetriebener Ausbau der Ladeinfrastruktur notwendig sei. Die Anzahl der Ladestationen allein sei nicht aussagekräftig, die erzielte Ladeleistung sei von Bedeutung. Der Einzelhandel ist Vorreiter beim Ausbau der Ladeinfrastruktur und betreibt 15% aller öffentlich zugänglichen E-Ladepunkte in Deutschland. Derzeit warten mehrere Tausend Anträge auf Netzanschlüsse auf ihre Bearbeitung, was das Engagement des Einzelhandels bremst.

www.einzelhandel.de

cj



9.000 Geschäfte gehen verloren – Gründungsoffensive gefordert

DIE ANZAHL DER LADENGESCHÄFTE IN DEUTSCHLAND nimmt auch in diesem Jahr weiter ab, insbesondere im kleinbetrieblichen Non-food-Fachhandel, zu dem eben auch der Fachhandel unserer Branche gehört. Angesichts der rückläufigen Zahlen in den letzten Jahren schrillen bei allen Innenstädten und der Politik die Alarmglocken. Ohne einen florierenden Einzelhandel haben die Stadtzentren kaum Zukunftsperspektiven, betont Alexander von Preen, Präsident des Handelsverbands (HDE). Zwischen 2020 und 2022, den Jahren, die stark von den Auswirkungen der Coronapandemie geprägt waren, sank die Anzahl der Geschäfte jährlich um 11.000, deutlich stärker als in den Vorkrisenjahren 2015 bis 2019, in denen der jährliche Rückgang bei 5.000 Läden lag. Ursprünglich wurde für das vergangene Jahr sogar ein Rückgang von 16.000 Geschäften erwartet.

Dank Maßnahmen der Bundesregierung wie der Energie- und Gaspreisbremse konnte jedoch eine derart große Welle von Schließungen verhindert werden. Für das laufende Jahr prognostiziert der HDE einen Rückgang um rund 9.000 Geschäfte. Damit würden Ende 2023 bundesweit 311.000 Geschäfte ohne Kleinstbetriebe übrig bleiben. In diesem Jahr setzen vor allem gestiegene Kosten Unternehmen unter Druck, was zu Umsatz- und Gewinneinbußen führt. Zudem führt die hohe Inflation zu einem Verlust an Kaufkraft bei den Verbrauchern.

„Stirbt der Handel, stirbt die Stadt. Der Einzelhandel ist nicht nur für die Versorgung der Bevölkerung wichtig, sondern zeichnet sich auch durch sein vielfältiges soziales Engagement vor Ort aus und pflegt den kulturellen Raum der Innenstädte. Diese Leistungen stehen auf dem Spiel“, warnt von Preen.

Um den Einzelhandel als eine der tragenden Säulen der Innenstädte zu stärken, setzt sich der HDE nun für eine Gründungsoffensive ein. „Unkomplizierte und schnelle Genehmigungsverfahren für Umbauten und Umnutzungen müssen höchste Priorität haben. Neugründungen und Ansiedlungen benötigen optimale Bedingungen, beispielsweise flächendeckende Ansiedlungsmanagerinnen und -manager“, so der HDE-Präsident. Es sollte im Interesse aller Akteure in den Innenstädten liegen, die Lücken in den Stadtzentren so schnell wie möglich zu schließen, um weitere Kettenreaktionen mit zunehmendem Leerstand und einer Abwärtsspirale zu vermeiden. Zur Gründungsoffensive: <https://tinyurl.com/handelsoffensive>

cj

KI im Waffenfachhandel: In welche Richtung geht die Entwicklung?

SPÄTESTENS SEIT CHATGPT erlebt die „Künstliche Intelligenz“ in der Breite der Gesellschaft ein gewisses Revival. Lange Zeit ruhte das Thema bzw. war es ein Forschungsfeld für Experten bestimmter Disziplinen, aber weniger relevant für die allgemeine Öffentlichkeit. Dank ChatGPT und anderer Anbieter, z. B. Microsoft (Bing) und Google (Bard), schaut die Welt nun wieder etwas genauer hin: Was ist KI, was kann sie, wo liegen die Chancen und Risiken? Im Zusammenspiel mit Quantencomputing und anderen Trends wie Augmented Reality kann man nicht behaupten, dass Digitalisierung als Megathema an Fahrt verliert – im Gegenteil: wirklich jeder muss sich mit dieser Entwicklung auseinandersetzen.

Doch was bedeutet KI beispielsweise für den Waffenhandel? KI in Waffensystemen und anderem Equipment ist längst nichts Besonderes mehr: Die USA diskutieren bereits über KI-Strategien, wenngleich hier die Entwicklung natürlich vorrangig das Militär und den behördlichen Waffenfachhandel betreffen wird. Doch auch der zivile Waffenhandel wird von KI-Entwicklungen beeinflusst werden. In den USA wurde im vergangenen Jahr beispielsweise eine Methode vorgestellt, die Waffenhändlern als eine Art Frühwarnsystem dienen soll: Mithilfe bestimmter Risikofaktoren (Alter, Waffentyp, Anzahl der bereits erworbenen Waffen usw.) kann, so die Wissenschaftler, eine Prognose erstellt werden, ob der Käufer die Waffe zum Zwecke des Selbstmords erwirbt. Die technische Grundlage für diese Prognose ist Maschinelles Lernen, ein Teilbereich der KI, zudem auch einer, der meist recht unglamourös daherkommt. Des Weiteren dürfte ein solches System in Deutschland deutlich geringere Relevanz haben, weil die Hürden für den Schusswaffenerwerb hierzulande bekanntlich deutlich höher sind. (In den USA werden ungefähr die Hälfte aller Suizide mit Schusswaffen durchgeführt, in Deutschland hingegen, so das Statistische Bundesamt, ist die bevorzugte Methode „Erhängen, Strangulieren oder Ersticken.“)

Trotzdem ist dies ein gutes Beispiel für die Möglichkeiten von KI im Waffenfachhandel. Denn es zeigt zwei Dinge: Erstens handelt es sich bei vielen Ideen, die derzeit er-

forscht und ausprobiert werden, weniger um „Intelligenz“ (wie wir sie von Menschen kennen), sondern vielmehr um elaborierte Statistik und Mustererkennung. Das ist natürlich immer noch anspruchsvoll und spannend, aber zugleich auch immer noch nichts, was wir mit dem menschlichen Gehirn gleichsetzen sollten. Prognosen, Mustererkennungen, Wenn-dann-Analysen („Wenn Kunde X das Gewehr im Kaliber Y erwarb, dann interessieren ihn wahrscheinlich auch Produkte der Kategorie Z“) können Produktivität, Effektivität und Ertrag steigern, gar keine Frage. Man muss nicht Amazon sein, um von diesen Ideen zu profitieren – und viele Geschäfte tun dies bereits seit Jahren. Aber diese Möglichkeiten klären automatisch auch den Mythos von der die Menschen zeitnah ersetzenden KI. Mit diesen Lösungen ist so ein Szenario abwegig.

Zweitens ist so eine Analysesoftware auch im Geschäftsalltag wenig disruptiv – und das dürfte der Branche sicherlich gefallen. Denn kaum jemand dürfte beispielsweise einen Jagdschein erlangen, um nachher nicht der Natur, sondern der Digitalität und der Disruption besonders nahe zu sein. Waffen dürfen und sollen natürlich modern sein – aber im Sinne ihrer Leistungsdaten, beispielsweise bezogen auf ihre Haltbarkeit, aufgrund neuer Werkstoffe und Fertigungstechniken. Trotzdem gibt es verschiedene Traditionen, die Jagd, Sportschießen und anderem Waffengebrauch zugrunde liegen, und diese wird

wohl kaum jemand leichtfertig über Bord werfen wollen. Das gewachsene Mindset der verschiedenen Milieus ist zu respektieren, denn es geht gerade nicht um schnellstmögliche Disruption um jeden Preis, sondern um eine behutsame Weiterentwicklung. Ich denke da beispielsweise an biometrische Sicherungssysteme, die seit längerem einen schweren Stand haben – und das nicht ohne Grund.

Fazit: KI wird in verschiedenen Formen auch den Waffenfachhandel betreffen, und zwar auf allen Ebenen. Jedoch sollte man sich stets darüber im Klaren sein: „echte“ Intelligenz ist fern, es geht meist um Optimie-



Tradition spielt eine große Rolle im Waffenhandel, und das ist auch gut so.

rung, Effizienzsteigerung, bessere Statistik und Mustererkennung. Hier sollte man offen und ehrlich testen, was für jeden Einzelnen hilfreich und sinnvoll sein kann. Angst ist fehl am Platz. Und das traditionelle Milieu des Waffenfachhandels und -besitzes wird mit besonders wachem Auge auf mögliche Disruptionen schauen, was gut ist, denn nicht jede Entwicklung ist den Hype wert, der um sie gemacht wird. *sh*

Der Autor

STEPHAN G. HUMER ist Professor in der digitalen Sicherheitsforschung an der Hochschule Fresenius Berlin und sozio-technischer Waffensachverständiger, d. h. interessiert an allen Themen rund um Schusswaffen und Gesellschaft. Er ist Gründungsvorsitzender (2013-2021) des Netzwerks Terrorismusforschung e. V. und dortiger Koordinator der Spitzenforschung. Außerdem ist er als Gutachter für Politik, Behörden und Unternehmen tätig.



www.humer.de

Das Bundeslagebild Waffenkriminalität 2022

DAS BUNDESKRIMINALAMT (BKA) IN WIESBADEN berichtet einmal jährlich im Bundeslagebild Waffenkriminalität über die wesentlichen Entwicklungen und spezielle Schwerpunkte im Deliktsfeld der Waffenkriminalität.

Der Bericht umfasst dabei drei unterschiedliche Themenfelder: Die Verstöße gegen das Waffengesetz. Hierbei werden der Umgang mit Schusswaffen, ihnen gleichgestellter Gegenstände und anderer tragbarer Gegenstände wie z.B. verbotene Waffen betrachtet. Bei Verstößen gegen das Kriegswaffenkontrollgesetz (KrWaffKontrG) wird ebenfalls auf den verbotenen Umgang mit diesen Kriegswaffen abgestellt. Im dritten Themenfeld werden sonstige Straftaten unter der Verwendung von Schusswaffen beleuchtet. Die Waffenkriminalität ist eine Ausprägung der sogenannten „Kontrollkriminalität“, die häufig in Zusammenhang mit eigenen Aktivitäten der Strafverfolgungsbehörden steht. Dies geht mit einer sehr hohen Aufklärungsquote einher. Die statistische Basis der Auswertung ist die Polizeiliche Kriminalstatistik (PKS).

Die Zahl der Verstöße gegen das Waffenrecht ist im Jahr 2022, verglichen mit dem Vorjahr, um 6,4% auf 33.685 Fälle gestiegen. Sie liegt damit aber noch unter dem gleitenden 5-Jahres-Durchschnitt und den Fallzahlen des Jahres 2020. 90,4 % der Tatverdächtigen waren männlich, der Anteil der deutschen Staatsangehörigen betrug 72,4%. Die Aufklärungsquote betrug 92,5%.

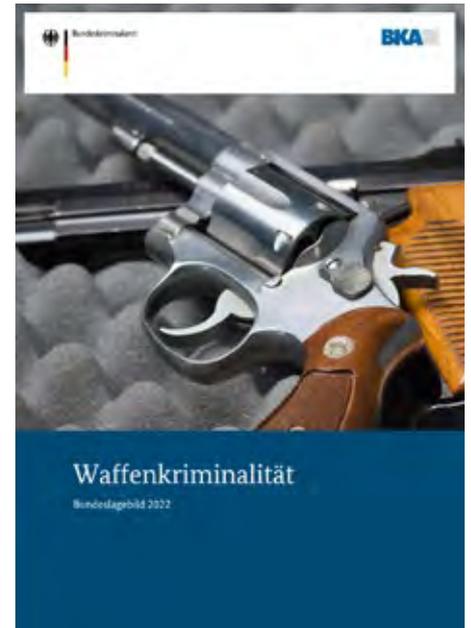
Im Bereich des KrWaffKontrG sank die Zahl der Verstöße um 14,4% auf 540 Fälle. Dieser Wert ist der niedrigste in den letzten 5 Jahren. Der Anteil der männlichen Verdächtigen lag bei 96,3%, die Aufklärungsquote betrug 78,0%. Die Verteilung der

Staatsangehörigkeiten wurde gemeinsam mit den Verstößen gegen das Waffenrecht ermittelt.

Im Deliktsbereich Sonstige Straftaten unter Verwendung einer Schusswaffe wird nochmals unterschieden, ob mit einer Schusswaffe gedroht oder mit ihr geschossen wurde. Eine statistische Erfassung erfolgt weder zu der Fragestellung, ob eine verwendete Schusswaffe erlaubnisfrei oder erlaubnispflichtig war, noch ob der Besitz der Schusswaffe legal oder illegal war. Die Gesamtzahl der Fälle stieg in 2022 um 7,3% auf 8.534. In 4.092 Fällen wurde mit einer Schusswaffe gedroht, am häufigsten bei Straftaten gegen die persönliche Freiheit (2.073 Fälle), bei Raubdelikten (1.441 Fälle) und bei Körperverletzung (364 Fälle). Bemerkenswert ist ein starker Anstieg der Fallzahlen bei den Raubdelikten.

In den Fällen wo geschossen wurde (4.442 Fälle), waren zu 41,2% strafrechtliche Nebengesetze, u.a. Verstöße gegen das Waffengesetz, und zu 30,0% sonstige Straftatbestände, überwiegend Sachbeschädigungen, zu verzeichnen. Mit abnehmenden prozentualen Anteilen folgen Körperverletzung, Straftaten gegen die persönliche Freiheit, Straftaten gegen das Leben (133 Fälle) und Raubdelikte.

Wie schon im vergangenen Jahr sieht das BKA spezielle Schwerpunkte bei den Themen illegaler Waffenhandel und illegale Um- und Rückbauten von erlaubnisfreien Waffen, illegaler Eigenbau (auch unter Zuhilfenahme von 3D-Druck Techniken), und des Zuflusses von Waffen aus (ehemaligen) europäischen Krisengebieten. Zum 1. Januar 2022 erfolgte in der Slowakischen Republik eine Gesetzesänderung, die den Verkauf von zu Flobertwaffen umgebauten erlaubnispflichtigen



Waffen an weitere Erwerbsvoraussetzungen knüpft. Dies wird perspektivisch dem Markt für illegale Umbauten eine wesentliche Ausgangsmenge entziehen.

Nach wie vor leidet die Analyse der Waffenkriminalität in Deutschland unter einer ungenügenden Datenbasis. Wesentliche statistische Merkmale, wie die Unterscheidung in erlaubnisfreie und erlaubnispflichtige Schusswaffen oder den legalen oder illegalen Besitz, wären mit einem minimalen Aufwand in die PKS integrierbar. Die Vermischung von Straftaten gegen das Waffengesetz und Straftaten mit Schusswaffen in einem Bundeslagebild erhöht die wahrgenommene Zahl der Fälle, aber auch die Gefahr einer unzureichenden Konzentration auf die wichtigen Fälle: die des illegalen Besitzes erlaubnispflichtiger Schusswaffen.

www.bka.de

ms

Fotos: Bundeskriminalamt, Bundeslagebild Waffenkriminalität 2022, Titelseite

Ein Eintrag im **Lieferanten-Lexikon** lohnt sich ...

Jan-Hendrik Röhrs 040-389 06-161, jan-hendrik.roehrs@jahr-media.de und

Wilfried Harms 040-389 06-273, wilfried.harms@jahr-media.de

beraten Sie gerne!

**ab Seite
39**

TERMINE

„Die Retter 2023“ in Wels

DIE RETTER MESSE WELS 2023 ist Österreichs führende Leitmesse für Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS). Vom 21. bis 23. September öffnet sie ihre Tore und präsentiert die neuesten Entwicklungen in Feuerwehr, Brand- und Katastrophenschutz, öffentlicher Sicherheit, Zivilschutz, Rettungswesen und Notfallmedizin.

Die Messe bietet eine Ausstellungsfläche von rund 26.000 m², inklusive eines Freigeländes, auf dem bis zu 150 Aussteller ihre Produkte und Lösungen vorstellen. Namhafte Marken wie Abus, Dräger, GfG Austria und Globe Flight/DJI sind mit dabei. Die führenden Fahrzeugausstatter Empl, Bronto Skylift,

Iveco Magirus Lohr und MAN Truck & Bus präsentieren ihre neuesten Fahrzeuge und Innovationen.

Ein Schwerpunktthema der Messe ist die Digitalisierung. Von künstlicher Intelligenz bis zur Robotik werden wegweisende Technologien vorgestellt, die die Einsatzkräfte unterstützen und die Sicherheit erhöhen. Die fortschreitende Bedeutung von Drohnen wird ebenfalls beleuchtet, mit einer speziellen Drone Flight Zone für praktische Vorführungen.

Die Retter Messe Wels bietet ein vielfältiges Rahmenprogramm mit Fachvorträgen, Präsentationen und Weiterbildungsveran-

staltungen auf Indoor- und Outdoor-Bühnen. Besondere Highlights sind der OÖ Landesfeuerwehrtag und der a.o. Österreichische Bundesfeuerwehrtag, die hochrangige Entscheidungsträger anziehen.

Mag. Erich Haudum, Projektleiter der Retter 2023, betont die Bedeutung der Messe für die Branche und lädt Unternehmen dazu ein, ihre Innovationen zu präsentieren. Die Retter Messe Wels ist ein Pflichttermin für Fachleute der Sicherheitsbranche und bietet eine ideale Plattform für Information und Networking.

www.rettermesse.at

cj



Jagd & Angeln wieder im agra Messepark Leipzig

DIE JAGD & ANGELN 2023 wird vom 6. bis 8. Oktober im agra Messepark Leipzig stattfinden. Sie deckt Themen wie Jagen, Angeln, Outdoor, Forst und Grillen ab. Im letzten Jahr musste die Veranstaltung kurzfristig rund um die Jagdresidenz Schloss Hubertusburg realisiert werden, da das gewohnte Gelände im agra Messepark vorübergehend nicht zur Verfügung stand. Diese improvisierte Veranstaltung erhielt sowohl von Besuchern als auch Ausstellern überwiegend positive Bewertungen.

Die agra Veranstaltungen GmbH arbeitet für die kommenden Jahre weiterhin an einem Eventkonzept rund um die Jagdresidenz Schloss Hubertusburg. Obwohl die Veranstaltung in Wermisdorf ein Erfolg war, bringt die

dauerhafte Durchführung auf dem denkmalgeschützten Gelände technische und rechtliche Herausforderungen mit sich. Es ist wichtig, ein langfristig tragbares Konzept zu entwickeln, das den Bedürfnissen der Aussteller, Besucher und den Voraussetzungen des Denkmalschutzes gerecht wird. Dafür müssen alle Beteiligten eng zusammenarbeiten, was Zeit erfordern. Da aber die Planungszeit für die Jagd & Angeln 2023 zu kurz war, um alle Anforderungen angemessen einzubeziehen, wird die Jagd & Angeln in diesem Jahr wieder an ihren gewohnten Standort im agra Messepark zurückkehren. Die Messe wird die beliebten Ausstellungs-



highlights und auch neue Attraktionen, die im letzten Jahr entwickelt wurden, präsentieren. Die Veranstaltung verspricht neue Höhepunkte und ein bewährtes Messeerlebnis auf dem bekannten Gelände des agra Messeparks.

www.jagd-und-angeln.de

cj

Erfolgreiche Jubiläumsveranstaltung der SicherheitsExpo

DIE SICHERHEITSEXPO MÜNCHEN Die SicherheitsExpo München feierte ihr 20-jähriges Jubiläum mit Fokus auf aktuelle Themen wie IT-Sicherheit und Zutrittskontrollen. Rund 2.500 Besucher kamen zu den 100 Ausstellern im MOC München, die innovative Lösungen zu IT-Sicherheit, Schutz kritischer Infrastrukturen, Schließsystemen, Drohnentechnik, Brandschutz und mehr präsentierten. Die neuen Geschäftsführer von NETCOMM, Henning und Thilo Könicke, zeigten sich erfreut über das große Besucherinteresse und die hohe Aktualität der Themen. Ein Cybercrime-Workshop in Zusammenarbeit mit BITKOM und dem LKA Bayern stieß auf Interesse, ebenso wie der Workshop des Instituts Rettungswesen zum Thema Technik und Sicherheit.

Die Aussteller waren sehr zufrieden und planen bereits ihre Teilnahme für 2024. Besucher aus Bayern, den angrenzenden Bundesländern sowie Österreich und der Schweiz zeigten großes Interesse an Lösungen für Zutrittskontrollen, Videoüberwachung, Brandschutz, IT-Security und Drohnen. Die SicherheitsExpo wurde von Bayerns Innenminister Joachim Herrmann eröffnet und erhielt Unterstützung von

Branchenverbänden wie BDSW, BVSU, BHE und interkey.

Die Messe blickt stolz auf 20 Jahre erfolgreiche Veranstaltungen zurück, die Unternehmen, Privatpersonen und den öffentlichen Sektor vor kriminellen Angriffen schützen. Vertreter aus Industrie, Banken, Kliniken, Transportunternehmen, Handel, Bahnhöfen, Flughäfen, Museen und Behörden nutzten die hochkarätigen Tagungsprogramme, um sich über zukunftsweisende Sicherheitstechniken auszutauschen.

Die Messe erhielt von der großen Mehrheit der Aussteller eine sehr positive Bewertung, wodurch eine erneute Beteiligung für 2024 bereits fest eingeplant ist.

Besucher aus Bayern und den angrenzenden Bundesländern sowie aus Österreich und der Schweiz zeigten großes Interesse an den Angeboten der SicherheitsExpo. Insbesondere Zutrittskontrollen, Videoüberwachung, Brandschutz, IT-Security und Drohnen standen im Fokus ihres Interesses.

Die nächste SicherheitsExpo findet am 26. und 27. Juni 2024 im MOC München statt und wird wieder von der NETCOMM GmbH veranstaltet.

www.sicherheitsexpo.de

cj



Das war das Geartester Festival

AUS DEM GEARTESTER COMMUNITY EVENT am Schießstand in Coesfeld Flamschen ist in diesem Jahr das Geartester Festival geworden. Und das mit Erfolg.

Unter dem Motto „Testen, erleben, feiern“ hat sich rund um die Schießstände eine kleine Outdoormesse entwickelt.

Das ganze Wochenende lang hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, Ausrüstungsgegenstände in allen nur erdenklichen Szenarien einzusetzen und auf Herz und Nieren zu testen. Dabei bot das Geartester Festival auch eine Vielzahl von Challenges mit Bezug zum realen Revieralltag. Angefangen vom schnellen Anlegen und treffen von Tontauben aus der Gänseliege, über den richtigen Einsatz der Kurzwaffe, bis hin zum Schuss mit Vorsatztechnik, war für jeden jagdlichen Schwerpunkt etwas dabei.

Und es wurde getestet, was das Zeug hielt. Das Kaliber 6,5 Creedmoor, für einige sicher noch ein Newcomer, kam zum Einsatz und begeisterte viele der Besucher mit seiner hohen Leistung bei geringem Rückstoß. Auch die 8,5x55 Blaser durfte zeigen, wofür sie gemacht ist. Darüber hinaus konnten bei Krieghoff und Blaser die klassischen Tontaubendisziplinen geschossen und Waffen getestet werden. Die Schießtrainer halfen mit zahlreichen Tipps und machten das Wochenende zum runden Erlebnis für alle Beteiligten.

Die Aussteller präsentierten in Pavillons ihre Produkte, fürs leibliche Wohl wurde mit Wildbratwurst und Wildburger gesorgt, auf der Bühne gab es interessante Vorträge und Abends war Party angesagt. Eine Übernachtung im Camp ersparte die lästige Fahrerei zu einer Unterkunft.

Organisator Jan Hüffmeier und sein Team, das einige Monate Zeit in die Planung und Umsetzung der Veranstaltung gesteckt haben, sind mit ihrem Festival sehr zufrieden. Auch wenn das Wetter ein bisschen wechselhaft war, kamen die Besucher und hatten sichtlich Freude.

Die Jagd & Hund hat das Geartester-Team supportet und Sponsoren wie Blaser, Carl Walther, Zeiss, Savage Arms, Hornady und Jagdwelt24 trugen zur Vielseitigkeit des Events maßgeblich bei.

Und wer's dieses Jahr verpasst hat, kommt einfach nächstes Jahr vom 23. bis 25 August nach Coesfeld zum Geartester Festival.

www.geartester-festival.de



Anzeigenschluss- termine WM-Intern

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
10/2023	06.09.2023	11.09.2023
11/2023	10.10.2023	13.10.2023
12/2023	08.11.2023	13.11.2023
01/2024	08.12.2023	13.12.2023
02/2024	10.01.2024	15.01.2024
03/2024	31.01.2024	07.02.2024
04/2024	12.03.2024	15.03.2024
05/2024	09.04.2024	12.04.2024

HANDWERK

Leistungswettbewerbe im Büchsenmacherhandwerk 2023

IN ZEITEN VON INDUSTRIELLER GROSSPRODUKTION, gerät echte Handwerkskunst immer mehr in den Hintergrund. Deswegen haben es sich Levke Johannsen (Reimer Johannsen GmbH) und Tristan Rothmann (PTW Korth GmbH) es sich zur Aufgabe gesetzt, dieses zu fördern. Zusammen mit dem Bundesinnungsverband im Büchsenmacherhandwerk haben die beiden, die ehemaligen Leistungswettbewerbe der Deutschen Büchsenmacher-Gilde nach Absprache wieder auf die Beine gestellt und durchgeführt. Levke Johannsen, Enkelin des Gildegründers Reimer Johannsen, betont: „Wir haben auch tatkräftige Unterstützung aus der Branche erhalten, ohne diese wäre eine Umsetzung nicht möglich gewesen, dafür bedanken wir uns recht herzlich bei allen, die zu diesem Erfolg beigetragen haben.“

Der Leistungswettbewerb wurde zwischen den Auszubildenden im Büchsenmacherhandwerk ab dem 2. Lehrjahr, der GS Ehingen, der HTBLVA Ferlach und dem SBBZ Suhl ausgetragen. Insgesamt 15 Teilnehmer, fünf je Schule, haben sich jeweils der Herausforderung gestellt. Eine Holz- und Metallarbeit einer Jury von Fachleuten vorzulegen. Die Jury bestand aus den Büch-

senmachermeistern Tristan Rothmann (Korth), Johannes Belz (Blaser), Kilian Kamphausen (Hausmann & Co) und Peter Beer (Waffen Beer). Die geforderte Metallarbeit bestand darin, einen Schwalbenschwanz händisch einzupassen – ohne Maschinen. Für die Holzarbeit sollte ein Wappenplättchen in ein Stück Holz eingepasst mit Oberflächenbearbeitung eingepasst werden. Das äußere Design war dabei frei gestaltbar. Die Rohteile für die Metallaufgabe wurde von der Firma Recknagel und die Holzkantel für die Holzarbeit von Ralf Katzenmeier zur Verfügung gestellt.

Zum Auftakt der Veranstaltung am 7. Juli besuchten die Teilnehmer die Firma



Die Gewinner des Leistungswettbewerbes 2023 (von links): 2. Platz: Julian Obentheuer (Rheinhausen Waffen / SBBZ Suhl), 1. Platz: Oskar Keck (Heinrich Schiller / GS Ehingen) und 3. Platz: Moritz Meyer-Stork (Heym AG / SBBZ Suhl).

Krieghoff Jagd & Sportwaffen. Dort erhielten die Auszubildenden einen Einblick hinter die Kulissen des Herstellers. Der eigentliche Wettbewerb fand dann am 8. Juli in den Werkstatträumen der Gewerblichen Schule Ehingen statt. Neben den Teilneh-



Die Teilnehmer, die sich dem Leistungswettbewerb im Büchsenmacherhandwerk 2023 gestellt haben:

vorne:
 Alisah Cuntz,
 Julian Obentheuer,
 Paul Kleinhenz
mittlere Reihe:
 Moritz Meyer-Stork,
 Joey Fischer,
 Oskar Keck,
 Niclas Schneider
hintere Reihe:
 Sebastian Adrian,
 Felix Rieke,
 Nikolas Berschin,
 Christoph Rupprechter,
 Jan Stumpf,
 Kristiaan van Breda,
 Julius Worm

mern und der Jury waren auch Karl Prommersberger, stellvertretend als Vorsitzender des Bundesinnungsverbandes im Büchsenmacher-Handwerk, und Dr. Moritz Fehrer, Geschäftsführer der Firma Recknagel anwesend.

Nach mehreren Stunden harter Arbeit unter den kritischen Augen der Jury wurden die Ergebnisse der Teilnehmer bewertet.

Es konnten drei mit Abstand hervorste- chende Gewinner gekürt werden. Der erste Platz ging an Oskar Keck (Heinrich Schiller / Ehingen), Platz zwei und drei gingen nach Suhl – an Julian Obentheuer (Rheinhes- sen Waffen) und Moritz Meyer-Stork (Heym AG). Die ersten drei Plätze haben jeweils einen Geldpreis, ein Graviertes Messer von der Innung und einen Sachpreis erhalten. Es

MEISTERWERKSTATT

Büchsenmacherhandwerk seit 1908



Wir führen an folgen- den Modellen Service- arbeiten durch:

MERKEL 

• alle Modelle

HAENEL 

• alle Modelle

Weitere Informationen unter
frankonia.de/werkstatt



Die Jury des diesjährigen Leistungswett- bewerbes im Büchsenmacher- handwerk bestand aus (hintere Reihe) Karl Prommersberger, Kilian Kamphausen, Peter Beer und Johannes Belz. Vorne: Tristan Rothmann und Levke Johannsen.



musst aber kein Teilnehmer mit leeren Händen nach Hause gehen, denn die deutsche Büchsenmachergilde hat auch für die übrigen Teilnehmer mit einem kleinen Preis in Form eines Werkzeuges gesponsert. Unterstützt wurde der Leistungsvergleich vom dem Bundesinnungsverband, der Deutschen Büchsenmacher Gilde, so wie der Alljagd, Recknagel, Krieghoff, Büchsenmacherrei Prommersberger / STP, Swarovski Optik, RWS, Brownells Deutschland, Arxma, Blaser und Gut Grambow Fieldsports. Die Organisatoren sind gespannt, wie es mit der Veranstaltung weitergeht und wünschen allen Teilnehmern weiterhin viel Erfolg und Freude im Beruf!

cj



Die Unterstützer

www.alljagd.de
www.arxma.eu
www.blaser.de
www.brownells-deutschland.de
www.gutgrambow-fieldsports.de
www.krieghoff.de
www.recknagel.de
www.rws-ammunition.com/de/
www.stpgun.de
www.swarovskioptik.com

Berufsfachschulen
www.gbs-ehingen.de
www.htl-ferlach.at
www.buechsenmacher-ausbildung-suhl.de

Fotos: Leyke Johannsen

FINDE DEIN ZIEL

CNC Drehen /
Fräsen (m/w/d)
gesucht



alles Weitere in Absprache
info@lothar-walther.de

LOTHAR WALTHER



WIRTSCHAFT

VerkaufsdDisplays – so setzen Sie Ihr Sortiment gekonnt in Szene

POINT OF SALE _ Es ist gewiss kein Geheimnis: Wer verkaufen will, der sollte optisch ansprechend präsentieren. Daher spielt die Produktplatzierung im Einzelhandel – neben guter Beratung – eine entscheidende Rolle, will man die Kunden zum Kauf animieren. Und so steht jeder Geschäftsinhaber vor der Aufgabe, sein Sortiment verkaufsfördernd in Szene zu setzen.

BETRETEN KUNDEN EIN GESCHÄFT, werden sie oft von der Fülle des Warenangebots geradezu erschlagen und müssen sich meist erst einmal zurechtfinden. Da hilft es natürlich, wenn beispielsweise die Jagd- und Outdoorbekleidung in den Regalen, auf Kleiderstangen und Drehständen ordentlich nach Farbe, Größe oder Hersteller sortiert ist. Wünschenswert ist es darüber hinaus aber auch, dass unter anderem die umfangreiche Auswahl an Küchen- oder Taschenmessern übersichtlich ausgestellt ist

und Hundezubehör wie Halsbänder oder Leinen nicht unachtsam in Schütten aufbewahrt, sondern hübsch aufgehängt werden. Hierfür gibt es dann die unterschiedlichsten Kundenstopper, Aufsteller sowie VerkaufsdDisplays, mit denen sich der Blick bzw. die Blickrichtung der Kunden entsprechend lenken lässt. Ob großes freistehendes Bodendisplay, kleines kompaktes Regaldisplay oder attraktives Thekendisplay als Eyecatcher – je nach Einsatzgebiet unterscheiden sie sich im Aufbau und in der

Gestaltung sowie in den Funktionen. Außerdem bietet die Wahl der Materialien und des Designs vielfältige Möglichkeiten zur gekonnten Inszenierung von Waren.

So lassen sich beispielsweise bei einem Bodendisplay, das frei im Raum steht, die Produkte wunderbar von allen Seiten begutachten. Allein durch seine Größe wird es die Aufmerksamkeit der Kunden erregen und kann somit einen Spontankauf auslösen. Ein Regal- oder Tischdisplay ist hingegen kleiner und platzsparender und wird vermutlich eher durch eine ausgefallene Form oder das Design die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Das Material eines VerkaufsdDisplays ist unter anderem abhängig von der darauf platzierten Ware. So muss es in jedem Fall stabil und standfest sein. Teilweise sollte es zudem mobil und flexibel einsetzbar sein. Aber auch die Lebensdauer spielt oft eine Rolle. Den Einzelhändlern bleibt also meist die Entscheidung zwischen Kunststoff, Karton bzw. Wellpappe, Glas, Metall oder Holz.

Ideal geeignet – auch im Sinne der Nachhaltigkeit – ist etwa der Naturstoff Holz, wie ihn



Die Holzdisplays (FSC zert. Multiplex Birke) von „Die Baubude“ werden im Steckverfahren zusammengesetzt. Durch Lasergravur, Digitalprint sowie aufgesetzte Buchstaben, Intarsien oder Ausfräsungen können sie individuell mit Logo, Grafiken oder Fotos gestaltet werden.

zum Beispiel „Die Baubude“ im Angebot hat. Der Hersteller von Verkaufsdisplays gestaltet und bedruckt diese individuell nach Kundenwünschen. Es gibt unter anderem praktische Stecksysteme, die sich flexibel umbauen und mit Zubehör ergänzen lassen.

www.diebaubude.de

Die Individualität ist sicherlich ein wichtiger Aspekt – gerade bei langlebigen Displays, die dauerhaft im Einsatz sind. Ein Branding mit Firmenlogo und ein Design im Unternehmensstil sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild und dadurch für einen hohen Wiedererkennungswert bei den Kunden. Es unterstreicht die Unternehmens-Identität (corporate identity).

Wenn es allerdings kein individuelles Branding beim Display sein soll, der zur Verfügung stehende Platz eher begrenzt ist oder ausgefal-



lene Präsentationsmöglichkeiten gewünscht sind, hat unter anderem „Deco Woerner“ schöne Objekte für die Ladenausstattung und -gestaltung im Angebot. Für kleinere Accessoires kann beispielsweise eine Etagere praktisch sein, bei der – wie der Name schon sagt – mehrere Etagen in der Höhe zur Verfügung stehen. Nicht nur für Schmuck, sondern beispielsweise auch für Schlüsselanhänger oder andere Utensilien zum Aufhängen wie kleine Taschenlampen oder Taschenmesser eignet sich ein simpler Ast: ein Hingucker ist es allemal. Auch an



der Wand lassen sich bei Platzmangel Waren präsentieren. Durch die Konstruktion aus Metall können hieran Sortimentsartikel sogar zusätzlich noch hängend präsentiert werden.

www.decowoerner.com

Da eine verkaufsfördernde Platzierung der Waren für Einzelhändler unerlässlich ist, bieten viele Hersteller zu ihren Produkten allerdings auch gleich selbst die entsprechenden Displays an beziehungsweise liefern ihr Sortiment direkt in einem passenden Verkaufsdisplay. Sicherlich steckt bei den Unternehmen unter anderem der Wunsch dahinter, allein durch ihr Markenbranding den Kunden vom Kauf speziell ihrer Produkte zu überzeugen, sich also von der Konkurrenz auch optisch abzuheben.

Ein repräsentatives Beispiel hierfür ist Ballistol. Seit vielen Jahren und sehr erfolgreich stellt das Unternehmen hochwertige und attraktive Verkaufsdisplays für die Waffenpflege-Produkte zur Verfügung. Darunter etwa das Waffenpflege Regaldisplay, das beidseitig bestückbar ist: „Von diesem hochwertigen Metalldisplay erhoffen wir uns im Sinne der Nachhaltigkeit eine lange Lebensdauer“, so Lisa Wimmer vom Ballistol-Marketing-Team. „Es beinhaltet vier Einlegeböden inklusive Scannerschienen, wobei Zubehör auch ergänzt werden kann, wie etwa zusätzliche Böden sowie Einzel- oder Doppelhaken. Auch ein zusätz-

licher Flyer-Halter kann auf Wunsch mitbestellt und eingehängt werden. Die Rückwand besteht aus einem Drahtgitter. Beim Layout war uns wichtig, dass wir sowohl den Sportschützen-, als auch den Jagd-Bereich abbilden. Zu sehen ist der erfolgreiche Sportschütze und Ballistol-Markenbotschafter Roman Hauber sowie eine Jägerin. Unser Waffenpflege Regaldisplay ist unterfahrbar mit einem Stapler sowie Hubwagen“, erklärt Wimmer.

www.ballistol.de

Gerade für Messer ist die Präsentation in Verkaufsdisplays von großer Bedeutung, da sie bei der Vielzahl von Marken und Herstellern sowie auch durch die große Bandbreite an Modellen einerseits attraktiv andererseits aber vor allem sicher ausgestellt werden müssen. Gerber hat beispielsweise ganz aktuell das Folgende im Angebot: „Wir haben in 2023 ein Display mit kleinem Platzbedarf eingeführt“, erzählt Dirk Lösel, bei Fiskars als KAM Gerber DACH zuständig, auf Nachfrage. „Dieses Display besteht aus einer Lochrückwand (Höhe 150 oder 180 cm plus 15cm Topschild Gerber), einer abschließbaren Vitrine (27,5 cm tief, 45 cm breit, 90 cm hoch; 3 Regalböden für dann 4 Fächer) sowie einem ebenfalls abschließbarem Demoboard (21 cm tief; 45 cm breit; 15 cm hoch). Dabei ist es auch möglich, modular nur Teile zu ver-



wenden, je nach Geschäftstyp und Produktauswahl. Das Display wird im Rahmen einer passenden Bestückung kostenfrei an den Händler abgegeben.“

www.fiskarsgroup.com

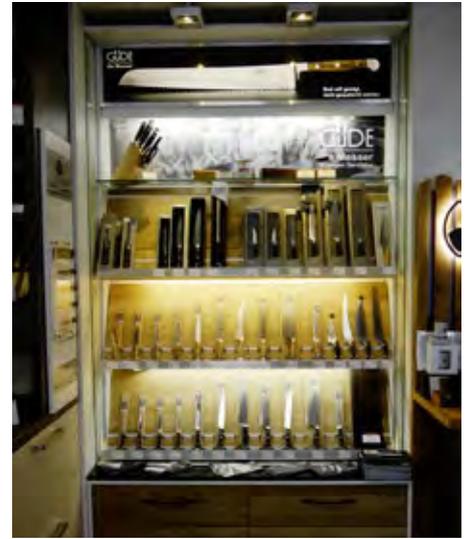
Auch der Messerhersteller GÜDE bietet den Händlern Displays an: „Mit diesem Display streben wir im Handel eine Sichtbarkeit als Premiummarke an. In 2024 werden wir auch nach den strukturellen Veränderungen in 2023 unsere Aktivitäten rund um den Ausbau von Vertriebspunkten intensivieren, wobei das Display eine größere Rolle spielen wird“, heißt es laut Unternehmen. Und weiter: „Die GÜDE Schrägplatte eignet sich für Händler, die die Marke GÜDE erstmalig oder



in geringerem Umfang zum Beispiel mit einer Messerserie (hier der Serie Alpha) listen. (Bild 9) Händler, die sich entscheiden, die Marke GÜDE in Breite und Tiefe zu präsentieren, bekommen von GÜDE hinreichende Unterstützung für eine individuelle Lösung vor Ort, wie das zweite Beispiel zeigt.“

www.guede-messer.com

mvc



Der Unterschied zwischen Influencern und Content Creatoren

SOZIALE MEDIEN sind für Unternehmen zu einem unverzichtbaren Instrument geworden, um ihre Zielgruppe zu erreichen und sich auf dem Markt zu positionieren. Dabei spielen Influencer und Content Creator eine große Rolle. Was verbirgt sich hinter diesen Begriffen? Und worin liegt der Unterschied?

Influencer bilden Meinung

Influencer sind Personen, die aufgrund ihrer Präsenz und ihres Einflusses in den sozialen Medien eine große Reichweite haben. Sie können Meinungen beeinflussen, Trends setzen und Produkte oder Dienstleistungen bewerben. Influencer sind auf verschiedenen Plattformen wie Instagram, YouTube, TikTok, Twitter und mehr aktiv. Der Fokus des Influencers liegt darauf, seine persönli-

che Marke und eine treue Anhängerschaft aufzubauen. Dies geschieht durch das Teilen von Inhalten, die seine Interessen, Lebensweise, Erfahrungen und Expertise widerspiegeln. Unternehmen können mit Influencern zusammenarbeiten, um ihre Produkte oder Dienstleistungen einer bereits vorhandenen Zielgruppe zu präsentieren. Die Glaubwürdigkeit und Authentizität des Influencers spielen hierbei eine zentrale Rolle.

Content Creator sind kreative Köpfe

Content Creator sind Personen, die kreativen und hochwertigen Inhalt produzieren und ihn in den sozialen Medien teilen. Dieser Inhalt kann verschiedene Formen haben, beispielsweise Fotos, Videos, Artikel, Podcasts und mehr. Der Schwerpunkt der Content Creator liegt weniger auf der persönlichen Präsentation der eigenen Person, sondern auf der Erschaffung ansprechender und relevanter Inhalte.

Content Creator können von Unternehmen engagiert werden, um hochwertige Inhalte zu produzieren, die in den sozialen Medien geteilt werden können. Dies kann dazu beitragen, die Sichtbarkeit der Marke zu steigern, Expertise zu demonstrieren

und eine tiefere Bindung zur Zielgruppe aufzubauen. Anders als Influencer sind Content Creator nicht zwingend auf eine große Anhängerschaft angewiesen, sondern auf die Qualität ihres Inhalts.

Der Unterschied

Der Hauptunterschied zwischen einem Influencer und einem Content Creator liegt also im eigenen Fokus. Beide können für Unternehmen wertvolle Partner sein, um deren Präsenz in den sozialen Medien zu stärken.

In der Praxis überschneiden sich diese Rollen oft. Ein Influencer kann auch ein exzellenter Content Creator sein, und viele Content Creator haben eine treue Anhängerschaft aufgebaut und sind dadurch auch zum Influencer geworden. Unternehmen sollten bei der Zusammenarbeit mit beiden Gruppen sorgfältig prüfen, ob ihre jeweiligen Schwerpunkte und Zielsetzungen mit den eigenen Marketingzielen übereinstimmen.

Insgesamt sind sowohl Influencer als auch Content Creator wertvolle Ressourcen, um eine starke Präsenz in den sozialen Medien aufzubauen. Indem Unternehmen ihre Unterschiede verstehen und gezielt in ihre Marketingstrategien einbinden, können sie die Reichweite erweitern, die Zielgruppe ansprechen und den Erfolg ihres Unternehmens steigern.

cj



SECURITY / TACTICAL

Interessante Neuheiten aus der Welt der taktischen Ausrüstung

FÜR DEN ZIVILEN MARKT _ Was sich im harten Einsatzgeschehen bewährt, kann im zivilen Leben kaum fehl am Platz sein. Dieser Regel folgen viele Jäger und Sportschützen und orientieren sich an behördlicher Ausrüstung, die sich im Dienstalltag durchgesetzt hat. Inzwischen findet man aber selbstverständlich auch immer wieder „Dual Use“-Produkte, die von vorherein behördlichen wie zivilen Ansprüchen genügen und deshalb gleich auf beiden Märkten angeboten werden. Ich habe mir einige der diesjährigen Neuheiten aus diesem Bereich einmal etwas genauer angeschaut.

ZU DEN KLASSIKERN gehören sicherlich die Messer, von denen einige Aufmerksamkeit verdienen. Zu nennen wäre hier die **Walther**-PDP-Serie, quasi die Messer zur Waffe. Die PDP ist bekanntlich der Nachfolger der PPQ und gnadenlos auf Performance getrimmt, so dass die Messer dieser Reihe – z.B. Tanto, Tanto Folder und Spearpoint – diese Eigenschaft ebenfalls mitbringen sollen. So bietet beispielsweise der Tanto Folder eine Klinge aus D2-Stahl mit einer Länge von 92mm, ganz in Schwarz gehalten, und macht damit einen mehr als ausreichend soliden Eindruck.



Walther hat aber auch noch ein anderes Highlight im Angebot: das Walther MK40. Die Klingengänge beträgt hier, kein Scherz, 39 mm, das Material ist 440C-Stahl. Klein, geradezu mini, aber trotzdem ein vollwertiges und insgesamt vollumfänglich überzeugendes Messer.

www.carl-walther.de
www.umarex.de

In einer anderen Liga spielt das **Gerber** Assert. Es hat zwar auch „nur“ eine Klingengänge von ca. 7,6 cm, womit es beileibe nicht zu den größten Messern dieser Art gehört, ist dafür aber ultraleicht (ca. 53 Gramm) und äußerst robust. In den USA bejubeln schon einige Experten dieses neue Messer.

www.gerbargear.com

