



EMPFANGSSTARK UND FLEXIBEL!

DVB-T2 kommt! Mit der Oehlbach Scope Vision DVB-T2 Antenne ist man für den Start des digital-terrestrischen Antennenfernsehens in HD-Qualität perfekt gerüstet. Die Antenne ist mit einem extrem rauscharmen Empfänger ausgestattet und bietet optimale Empfangseigenschaften in jeder Lage. Das Gerät kann horizontal oder vertikal montiert werden und bietet in Kombination mit der extra langen Zuleitung von 3m hohe Flexibilität bei der Aufstellung. Die Spannungsversorgung erfolgt komfortabel über jede USB-Schnittstelle am TV oder PC.

TESTSIEGER



Panasonic hat 2017 viel vor

Hollywood und mehr

Mit einem hochwertigen Sortiment startet Panasonic in das neue Geschäftsjahr. Dabei setzt der japanische Technologie-Konzern auf Innovation aus eigener Kraft und auf hohe Produktqualität, denn im umkämpften Consumer Electronics Markt findet das Wachstum vor allem im Premium-Segment statt. Hier hat das Unternehmen in den Bereichen Foto und TV im vergangenen Jahr Marktanteile gewonnen.

„Innovationen in der Display-Technologie sind z. B. in den Bereichen In-Car-Entertainment genauso notwendig wie bei den Fernsehgeräten“, erklärte Christian Sokcevic, Managing Director Panasonic DACH und NL. „Deshalb können sich beide Segmente mit ihren jeweils besten Entwicklungen gegenseitig unterstützen. Ähnliches gilt für die Sensor- und Kamertechnologien von Panasonic. Sie sorgen

sowohl beim autonomen Fahren als auch in der digitalen Fotografie für innovativen Vorsprung.“ So ist es kein Zufall, dass Panasonic mit seinen digitalen Systemkameras im vergangenen Jahr Marktanteile gewonnen und im Kompaktsegment den ersten Platz verteidigt hat. Mit der Lumix GH5 hat das Unternehmen jetzt ein neues Flaggschiff auf den Markt gebracht. Die wetterfeste Systemkamera

Das ist aber nur eine Facette des Konzerns, der z. B. seit Jahrzehnten in Asien Hausgeräte erfolgreich verkauft und sich auch im Industriegeschäft als Elektronik-Lieferant führender Automobilhersteller und Entwickler von Smart Cities in Zukunftsmärkten positioniert. Von der für das B2B-Geschäft entwickelten Hochtechnologie profitiert auch das Consumer-Geschäft.

erfüllt sogar die Ansprüche von Profifotografen – und zwar mit hausgemachten Innovationen: Mit der ersten 6K-Fotofunktion der Welt schießt die Systemkamera bis zu 30 Bilder/s mit 18 Megapixel Auflösung, die 4K-Fotofunktion (8 MB) wurde auf 60 Bilder/Sek. beschleunigt. Der sehr wirksame Dual IS kombiniert den optischen Bildstabilisator im Objektiv mit dem ins Gehäuse integrierten B.I.S. und



Staubsaugen erfrischend anders.

Made in Germany

www.robert-thomas.de



FREE
STYLE YOUR
CLEANING



TESTSIEGER
Haus & Garten Test
gut
Erzielt die beste Funktionsnote und bietet die höchste Bedienfreundlichkeit
Im Test 7 von 9 überdurchschnittlich bis 2017
Ausgabe 1/2017

PREIS SIEGER
www.money.de

german brand award
10 winner
www.dirtdevil.de



EDITORIAL

Wie smart ist der Fachhandel?

Während Smart Home auf Messen, Konferenzen und in den Medien als eines der nächsten großen Dinge diskutiert wird, läuft das Thema bei vielen Fachhändlern bestenfalls nebenher. Dabei ist dieses neue Segment geradezu prädestiniert dafür, in qualifizierten Vertriebswegen und mit kompetenter Beratung vermarktet zu werden.

Zur Zeit sind die reinen Umsatzzahlen zugegebenermaßen noch nicht allzu beeindruckend. Experten schätzen das Volumen in Deutschland für das Jahr 2016 auf rund 800 Millionen Euro und gehen von einem Wachstum über 50 Prozent für das laufende Jahr aus. Darin enthalten sind allerdings auch Bereiche wie Energie und Gebäudemanagement, die eher beim einschlägigen Handwerk als beim Hightech Fachhandel nachgefragt werden. Die Hardware für's smarte Zuhause ist vergleichsweise günstig; mit ein paar Sensoren, Aktoren oder Webcams lassen sich deshalb keine großen Umsatzlöcher stopfen.

Trotzdem sollte der Fachhandel diesen Zug nicht verpassen, denn dass im vernetzten Zuhause in Zukunft nicht nur die Musik drahtlos spielt, sondern auch Umsätze gemacht werden, ist unbestritten. Dabei geht es nicht nur um das derzeit so populäre Thema Sicherheit. Viel mehr werden die klassischen Domänen des technischen Fachhandels, Fernseher und Hausgeräte, die wichtigsten Treiber für das Smart Home sein. Aber es geht nicht nur um den Hardware-Verkauf, sondern vor allem um Dienstleistungen. Und hier ist es der direkte Kundenkontakt, der Zusatzgeschäfte erzeugen kann.

Wenn ein Fachhändler einen Smart-TV oder ein (möglichst vernetztes) Hausgerät beim Kunden installiert, kann sich auch der Blick auf die Fenster lohnen. Ist keine digitale Einbruchssicherung vorhanden, hat man schon das nächste Gesprächsthema.

Auch mit dem Bereich Telekommunikation gibt es bekanntlich Überschneidungen. Die Telekom bietet ihren Partnern viele Möglichkeiten, das Hardware-Geschäft mit Abo-Verträgen zu kombinieren und setzt dabei mit gutem Grund auf ihre Partner im Fachhandel. Denn noch sind Smart Home Konzepte so erklärungsbedürftig, dass man sie nur an Eingeweihte über das Internet verkaufen kann. Auch das ist ein Grund dafür, jetzt einzusteigen. Wir wissen aus anderen Bereichen: Wenn sich die Kunden erst einmal anders orientiert haben, ist es zu spät.

Thomas Blömer

ermöglicht so nicht nur um bis zu fünf EV längere Belichtungszeiten aus der Hand, sondern vor allem ruhige, stabile Videoaufnahmen.

Professionelle 4K Videotechnologien mit interner 4.2.2/10-Bit Aufzeichnung und Farb-Subsampling-Modus machen die Kamera auch für die professionelle Videoproduktion fit. Das gilt auch nach der Aufnahme: Die GH5 zeichnet z. B. den SMTE-kompatiblen Time Code entweder im Rec-Run- oder im Free-Run-Countup-Modus auf, was die Synchronisation von Video- und Tonmaterial im Post-Production-Workflow deutlich vereinfacht.

Fernsehbilder auf Hollywood-Niveau

Für die Nachbearbeitung können Filmproduzenten sogar auf einen Panasonic Fernseher als Referenzmonitor zurückgreifen, denn der neue OLED TV TX-65EZW1004 ist mit dem neuen Studio Colour HCX2 Prozessor ausgestattet, der in Zusammenarbeit mit führenden Experten aus Hollywood entwickelt wurde und auf die von Panasonic für das professionelle Broadcasting-Segment entwickelten 3D Look-up Tabellen zurückgreift. Profis können zudem eigene 3D Look-up Tabellen verwenden oder die Kalibrierungseinstellungen der Imaging Science Foundation

*Christian Sokcevic,
Managing Director
Panasonic DACH
und NL: „Panasonic
investierte im
Geschäftsjahr 2015
einen Betrag von 3,7
Milliarden Euro in
die konzernweite
Forschung und Ent-
wicklung. Wenn diese
Innovationskraft den
Kunden zugute kommt,
dann spiegelt sich
das auch in den
Absatzzahlen wider.“*



hervorragende Farbwiedergabe mit feinsten Abstufungen. Cinema Surround Sound Pro sorgt mit satten Bässen, viel Dynamik und differenzierter Wiedergabe von Dialogen dafür, dass auch die Ohren beim Fernsehen nicht zu kurz kommen. Auch 3D Freunde finden bei Panasonic eine Lösung: Als einer der ganz wenigen Geräte im Markt unterstützt der EXW784 die dreidimensionale Wiedergabe.

4K Fernseher mit HDR Multi

Im neuen Panasonic TV Sortiment gibt es oberhalb der Full HD/HD Einstiegsreihe ESW504 nur noch 4K Fernseher. Und die sind mit der Unterstützung von



Wie das OLED Referenzmodell sind auch die 4K Pro HDR 3D LED TVs der EXW784 Serie mit dem Studio Colour HCX2 Prozessor ausgestattet und bieten Hollywood-Technologien für spektakuläre Farbwiedergabe mit feinsten Abstufungen. Auch beim Aufstellen zeigt sich die Serie innovativ: Der Fuß des TX-58 EXW784 ist z. B. nicht nur drehbar, sondern kann auch in der Höhe verstellt werden.

nutzen. Damit der Klang der außerordentlichen Bildqualität der Referenzmodells entspricht, hat Panasonic das in den Fuß der Geräte integrierte Soundsystem in Zusammenarbeit mit den Spezialisten der High-End Tochter Technics entwickelt.

Von dem Vorteil, dass Panasonic als eines der ganz wenigen Unternehmen auf dem Weltmarkt die gesamte 4K Wertschöpfungskette von der Aufnahme über die Verarbeitung und Produktion bis zur Wiedergabe beherrscht, können nicht nur Profis, sondern auch die Kunden des Fachhandels profitieren. Denn die professionellen Technologien setzen auch beim aktuellen TV-Sortiment die Maßstäbe für Bildqualität auf höchstem Niveau. Nicht ohne Grund hat Panasonic für das TV-Geschäft im neuen Geschäftsjahr den Claim „Hollywood zuhause erleben“ gewählt.

Das gilt nicht nur für das neue OLED Referenzgerät, sondern auch für die neuen Modelle mit LCD-Technologie. So steckt in den Serien EXW784 und 754 ebenfalls der neue Studio Colour HCX2 Prozessor für

HDR10 – 4K Blu-ray und Hybrid Log Gamma (Broadcast) – für die beiden wichtigsten HDR Standards vorbereitet. Mit ihren Quattro-Tunern (bei EXW734, 754 und 784 mit Twin-Konzept und zwei CI-Slots) nicht nur für alle Empfangsmöglichkeiten geeignet, sondern bieten auch die TV>IP Funktion. Dabei können die drei obersten Serien mit Server und Client die IP-Signale empfangen und verteilen. Die EXW604 Serie und sogar die Einstiegsfamilie ESW504 sind mit dem TV>IP Client für das Empfangen ausgerüstet. Das Design und die Verarbeitung der neuen Panasonic Fernseher entspricht ihrem Premium-Anspruch. Auch die Bedieneroberfläche wurde weiter verbessert, und zwar unter Berücksichtigung der Funktionen, die von den Kunden am häufigsten genutzt werden. Der Media Player wurde komplett überarbeitet und unterstützt jetzt auch 4K-, HDR10/PQ- sowie HLG-Inhalte. Für besonders rasante Spiele gibt es den neuen 4K HDR Game Mode, der nicht nur die besonders kontrastreichen Bilder unterstützt, sondern sich auch durch kurze Reaktionszeiten aus-

zeichnet. Im Vergleich zu den Vorgängermodellen wurde der Input-Lag kurzerhand halbiert.

Im TV-Markt wachsen

Mit dem neuen Sortiment will Panasonic im TV-Markt weiter wachsen. „Im Jahr 2016 konnten wir unsere Umsätze und Marktanteile bereits deutlich ausbauen“, erklärte Armando Romagnolo, Marketing Direktor bei Panasonic Deutschland. „Mit dem erweiterten TV-Sortiment wollen wir auch im Jahr 2017 diesen Weg fortführen und deutlich zulegen.“

Dabei können die Handelspartner mit einer besonders hohen Wertschöpfung rechnen. Bereits 2016 lag der Durchschnittspreis für Panasonic Fernseher mit 730 Euro deutlich über dem Niveau des Gesamtmarktes (588 Euro). Damit platzierte sich Panasonic nach Umsatz als zweitstärkster TV-Anbieter (Berichtsperiode 4/2016 bis 1/2017). Trotz dieses Erfolges sehen die Verantwortlichen noch Luft nach oben.



Die neue Smart Home Kamera KX-HNC800 eignet sich mit Full HD Aufnahmequalität, 142 Grad Weitwinkel und Voraufnahme-Funktion für viele Anwendungen im smarten Zuhause, von der Beobachtung von Babys und Kindern über das betreute Wohnen bis zur Kontrolle von Haustieren und dem Einbruchschutz. Verfügbar ab Mai für 199 Euro (UVP).

Die ersten UHD Videorekorder

Nachdem Panasonic bereits mehrere UHD Blu-ray Player anbietet, gibt es jetzt auch die ersten Recorder. Sie entsprechen nicht nur dem Ultra HD Premium Standard der der UHD Alliance, sondern unterstützen auch HDR sowie diverse hochauflösende Audioformate und können auch als vollwertiges Mediacenter dienen. Mit bis zu drei Tunern für den jeweiligen Empfangsweg (Sat oder Kabel + DVB-T2 HD) können die neuen High End Modelle gleich mehrere Sendungen gleichzeitig empfangen und aufnehmen. Die TV>IP Serverfunktion bringt die Aufnahmen oder das laufende Fernsehprogramm zusätzlich zuhause in jeden Raum.

Um die riesigen Datenmengen einer Ultra HD Blu-ray Disc detailreich wiederzugeben, hat Panasonic für die Blu-rayRecorder den HCX (Home Cinema Experience) Prozessor entwickelt, der sogar auf TV-Geräten ohne HDR für dynamischere Bilder beim Abspielen sorgt. Die Chrominanz- und Farbabstufungsprozesse wurden eigens vom Panasonic Hollywood Laboratory feinjustiert, um die Inhalte möglichst so wiedergeben zu können, wie der Filmemacher es beabsichtigt hat. Zusätzlich bietet Panasonic mit den neuen Recordern Filmenthusiasten die Möglichkeit, Aufnahmen von integrierten Festplatten zur Langzeit-Archivierung auf Blu-ray Disc oder DVD zu brennen. 2 Terrabyte Speicherkapazität reichen beim Panasonic UHD Blu-ray Recorder UBS/UBC90 für 151 Stunden in Ultra HD. Er kommt im April für 999 Euro (UVP) auf den Markt. Zum selben Zeitpunkt ist auch der UBS/UBC80 für 849 Euro (UVP) erhältlich. Vom Schwestermodell unterscheidet er sich durch eine Kapazität von 1 Terrabyte und den Verzicht auf den zweiten HDMI Anschluss für Audio sowie den Eingang für SD Speicherkarten.

Zur Markteinführung gibt es bei beiden Geräten die BBC-Naturdokumentation „Planet Erde II“ als 4K Ultra HD Blu-ray Disc gratis dazu.



Die neuen Blu-ray Recorder von Panasonic wurden mit dem Ultra HD Premium Siegel der UHD Alliance zertifiziert und werden zum Marktstart mit einer 4K Ultra HD Blu-ray Disc der BBC-Naturdokumentation „Planet Erde II“ ausgeliefert.

Denn 2016 war Panasonic im wachsenden Segment der Bildschirmdiagonalen über 65 Zoll nicht vertreten. Mit dem 77 Zoll großen OLED und LED Geräten bis 75 Zoll (EXW784) wird diese Lücke im neuen Geschäftsjahr geschlossen. Zudem befinden sich mehr Geräte mit 58 und 65 Zoll Bilddiagonale im Sorti-

ment. „Damit sind wir in den wachsenden Marktsegmenten mit erstklassigen Produkten vertreten“, betonte Romagnolo. „In allen drei Fernsehtechnologien stellt Panasonic die Referenzmodelle und gewann die Tests der Fachpresse. Mit HDR10 (PQ) und

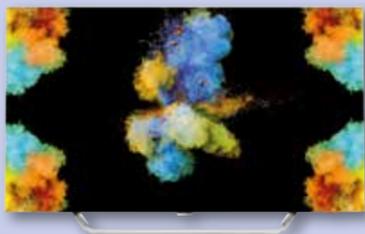
INHALT

PoS-Aktuell

Nachrichten und Neuheiten 4, 5, 9, 11, 13

TP Vision setzt auf neue Bildtechnologien

Die neuen Philips TVs 6



ElectronicPartner mit positiver Umsatzentwicklung

Erfolgreiche Qualitätsoffensive 8

Premium-TV-Erlebnis mit Grundig

Der neue OLED TV 9

Hisense erweitert Produktpalette für TV und Kühlen

Intelligente Technik 10



Zukunftssicher und trendig

Die neue Varta Slim Power Bank 11

Dyson investiert weiter in Robotik und Software

Intelligente Helfer 12



Ecovacs will Erfolgskurs 2017 fortsetzen

Wachstum mit Robotern 14



BSH setzt in 2016 profitablen Wachstumskurs fort

50 Millionen Hausgeräte 15

Samsung Roadshow 2017

Geschäftsmodell Lifestyle 16



Pro Tour 2017

Neue Kleingeräte von Bosch und Siemens 17

Stark, intuitiv, vielseitig einsetzbar

Akku-Staubsauger Dirt Devil Blade 18



Oehlbach schafft problemlosen Übergang zu DVB-T2 HD

Gut gerüstet 18

Wagners Welt 19

PoS-MAIL @ 19

Impressum 19

HIG ist unsere neue 4K TV-Generation für die neuesten Standards ausgerüstet, die von den Sendeanstalten für die Verbreitung von 4K Inhalten genutzt werden. Wer sich für einen Panasonic Fernseher entscheidet, bekommt also nicht nur eine spektakuläre Bildqualität, sondern auch ein absolut zukunftsfähiges Gerät.“

Vom smarten Zuhause bis zur vernetzten Stadt

Auch über die Unterhaltungselektronik hinaus setzt Panasonic auf zukunftssträchtige Wachstumsmärkte. Dazu gehört der Bereich Smart Home, in dem das Unternehmen bereits ein umfassendes Sortiment von Sensoren für Türen und Fenster, Sirenen, Kameras und vernetzten Stromsteckern anbietet. Auch dabei gibt es eine Besonderheit: Alle Smart Home Geräte von Panasonic kommunizieren miteinander über den DECT ULE Standard; damit sind sie für die anderen Geräte im Heimnetzwerk unsichtbar und vor Hackerangriffen geschützt.

Im Jahr 2017 soll die technologische Kompetenz von Panasonic für die vernetzte digitale Gesellschaft noch deutlicher werden, und zwar vor allem in Deutschland. Während die Bewohner der Fujisawa Smart Town in Japan mit Panasonic Technologien bereits das Lebensgefühl einer voll digitalisierten Stadt erleben können, engagiert sich das Unternehmen mit dem Future Living Berlin (FLB) Projekt in Adlershof erstmals bei der Entwicklung einer Smart City Region in Deutschland. Dabei wird Panasonic vor allem seine Technologien einbringen, um Energiekreisläufe effizient zu gestalten und den Bewohnern deren Steuerung über die Heimelektronik zu ermöglichen. Ein wesentlicher Teil des Energiekonzeptes sind Photovoltaik und Batterien, aber auch effiziente Wärmepumpen für die Steuerung des Raumklimas. In den Bereichen Sicherheit, Dienstleistungen und Vernetzung werden ebenfalls Panasonic Technologien eingesetzt.

Die Erfahrungen aus solchen Pilotprojekten fließen auch in die Entwicklung konkreter Produkte ein und sollen die technologische Kompetenz und Innovationskraft von Panasonic weiter erhöhen. „Insgesamt

investierte Panasonic im Geschäftsjahr 2015 einen Betrag von 3,7 Milliarden Euro in die konzernweite Forschung und Entwicklung“, erklärte

Christian Sokcevic. „Das drückte sich in der Anmeldung von Zehntausenden Patenten aus. Wenn diese Innovationskraft den Kunden zugute kommt, dann spiegelt sich das auch in den Absatzzahlen wider – nicht nur bei uns, sondern auch bei unseren Partnern im Fachhandel.“

Mit dem neuen Slow Juicer MJ-L900 greift Panasonic den Trend zu gesunder Ernährung auf. Mit drei Einsätzen kann das sehr kompakte Gerät Säfte, Smoothies und Sorbets zubereiten. Es ist ab Juni für 249 Euro (UVP) erhältlich.



LG Electronics ohne Martin Winkler

Martin Winkler, Chief Operating Officer (COO) bei LG Electronics, hat zum 31. März das Unternehmen verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Winkler übernahm 2014 bei LG in Deutschland die operative Führung der Bereiche Home Entertainment, Home Appliances, Mobilfunk (bis Mitte 2016) sowie IT (DACH) und führte das Geschäft mit Konsumentenprodukten nach einem umfangreichen Change-Prozess und einer Repositionierung der Marke in Deutschland in die Gewinnzone. „Ich bin sehr dankbar für die Zeit bei LG und freue mich sehr, dass wir diese tolle Marke und das Unternehmen als Ganzes nach so kurzer Zeit auf die Erfolgsspur bringen konnten“, kommentierte Martin Winkler seinen Ausstieg. „Als Innovationsführer, mit der neuen Positionierung und Strategie sowie mit dem neuen starken Team in Eschborn hat LG alle Voraussetzungen, um weiterhin nachhaltig erfolgreich zu bleiben. Ich wünsche LG für die Zukunft alles Gute.“

Wayne Park, Präsident von LG Electronics Europa und CEO LG Electronics Deutschland, erklärte: „Wir bedauern die Entscheidung von Martin Winkler außerordentlich. Martin hat bei LG einen großartigen Job gemacht. Mit seiner exzellenten Fachkompetenz und Führungsstärke hat er den Turnaround für das deutsche Privatkundengeschäft durch eine neue Markenpositionierung und Strategie geschaffen. Wir danken ihm für seinen herausragenden Beitrag und wünschen ihm auch künftig viel Erfolg für seinen weiteren beruflichen und privaten Lebensweg.“



Martin Winkler

PIV fordert Klarheit bei Dashcams

Nachdem der PIV bereits im Sommer 2016 die fehlende Rechtssicherheit beim Einsatz von Dashcams und die Verwendung der Aufnahmen in Gerichtsverfahren zum Thema einer Pressemitteilung gemacht hatte, wurde jetzt anlässlich der Anpassung der EU Datenschutzgrundverordnung an nationales Recht ein Positionspapier erarbeitet. Das Dokument wurde an die relevanten Stellen in Ministerien, Politik und Verwaltung sowie die Datenschutz-Behörden auf Länder-, Bundes- und EU Ebene sowie an den Deutschen Verkehrsgerichtstag, die Verbraucherzentralen, den Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, den Verband der Automobilindustrie und die Automobilclubs versandt.

Regelungsbedarf sieht der PIV besonders bei der Frage, ob die Kameras überhaupt zur Aufzeichnung des Verkehrsgeschehens eingesetzt werden dürfen und ob die Aufnahmen zu Beweis Zwecken vor Behörden oder Gerichten in Ordnungswidrigkeitenverfahren (Ahndung von Verkehrsverstößen) oder Schadensersatzprozessen zugelassen sind. Die Rechtsprechung zur Beweisverwertung und das Vorgehen der Datenschutzaufsichtsbehörden gegen Dashcam-Aufnahmen sind zu dieser Frage nicht einheitlich. Das erhöhe die Rechtsunsicherheit, beklagte der PIV in dem Papier. Dabei könne der Einsatz von Imaging-Technologien für Arbeitsentlastung bei Polizei, Behörden und Gerichten sorgen sowie Versicherungen helfen, Unfallhergänge und Verkehrsverstöße auf einfache und transparente Art aufzuklären.

Immer mehr Gerichte ließen inzwischen entsprechende Aufnahmen ungeachtet datenschutzrechtlicher Fragen im Einzelfall als Beweismittel zu, betonte der PIV. Trotzdem könnten die Nutzer von Dashcams wegen angeblicher Verstöße gegen Datenschutzbestimmungen der EU mit einem Bußgeld von bis zu 300.000 Euro belangt werden. Denn Videoaufzeichnungen des Geschehens im öffentlichen Raum dürfen nach EU-Recht nur zur Wahrung berechtigter Interessen für konkret festgelegte Zwecke gemacht werden.

Deshalb fordert der PIV, dass zur dieser Wahrung berechtigter Interessen auch die Videoaufzeichnung des Straßenverkehrs zu Beweis Zwecken bei Verkehrsverstößen oder -unfällen vor Behörden oder Gerichten gehöre, sofern durch die technische Gestaltung des Aufnahmeprozesses eine dauerhafte Speicherung von Aufnahmen Unbeteiligter außerhalb von konkreten Verkehrsverstößen oder Unfällen unterbunden wird. Konkret schlägt der Verband vor, den § 4 Abs. 2 des DSAnpUG-EU durch die Formulierung zu ergänzen „Bei mobiler Videoüberwachung genügt zur Kenntlichmachung die Anbringung eines Videokameralo-



Christian Müller-Rieker

gos am Fahrzeug“. In der Begründung zu 4 Abs. 3 S. 2 DSAnpUG-EU soll zudem nach Ansicht des PIV klargestellt werden, dass die Befolgung von Regeln im Straßenverkehr in wichtiger Teil der Abwehr von Gefahren für die öffentliche Sicherheit sei, weil unter solchen Gefahren nicht nur Terroranschläge zu verstehen seien. Zur Verfolgung von Ordnungswidrigkeiten oder Straftaten könnten private Videoaufzeichnungen erforderlich sein.

Dabei geht der PIV davon aus, dass technische Maßnahmen wie Loop-Aufnahmen, bei denen die Bilder automatisch nach einem gewissen Zeitraum gelöscht werden, Beschleunigungssensoren, die nur in kritischen Situationen die Aufnahme starten, Datenschutz-Hinweisblätter und Videoüberwachungsaufkleber auf den Fahrzeugen auch unter der Datenschutzgrundverordnung der EU gute Chancen auf Bestand haben, weil die Interessen unbeteiligter Passanten dadurch ausreichend im Sinne des Datenschutzes gewahrt werden können.

„Unsere Branche stellt mit den in Dashcams verbauten Imaging-Technologien visuelle Lösungen bereit, die es Unfallverursachern sowie -geschädigten, aber auch der Polizei, Gerichten und Versicherungen ermöglichen, transparent Unfallhergänge sowie Verkehrsverstöße auf einfachste Art aufzuklären“, erklärte PIV-Geschäftsführer Christian Müller-Rieker. „Die analogen Zeiten gehören mit den Dashcams der Vergangenheit an. Smarte Imagingtechnologien müssen ihre rechtlich anerkannte Anwendung finden.“

One for All: Antennen-Nachfrage stark gestiegen

Bei One for All hat der Neustart von DVB-T2 für eine spürbare Nachfrage nach Antennen geführt. Im Fokus steht dabei vor allem die neue Antennen-Serie, die zur IFA 2016 vorgestellt wurde. Sie verfügen über integrierte Filter gegen 3G/4G und sorgen mit einer automatischen Verstärkungsregelung für stets gleiche Ausgangssignale. Das Spitzenmodell SV 9495, das sechs Mal mit Bestnoten bei Tests in Fachmagazinen abgeschnitten hat, verfügt zudem über eine Signalpegelanzeige.

„Der Bedarf an unseren DVB-T2 Antennen ist über sämtliche Vertriebswege hinweg großartig und bewegt sich teils über unseren Planungen“, erklärte Stefan Müller, Sales Director DACH-Region und Central Eastern Europe von One for All. „Wir stellen fest, dass eine Vielzahl an Kunden bereit ist, auch die Empfangstechnik auf den neuesten Stand zu bringen, um beste Bilder zu empfangen. Bis dato sind bereits mehrere hunderttausend Hochleistungsantennen an die Flächenmärkte und Vertriebspartner ausgeliefert worden.“

Angesichts des attraktiven Programmangebotes von DVB-T2 HD und freenet TV, der exzellenten Bildqualität in Full-HD sowie der konstatierten Umrüstpoteziale bei einigen Haushalten geht One for All auch mittelfristig von einem weiteren Nachfragesog nach DVB-T2-tauglichen Antennen aus, heißt es in einer Pressemitteilung.

Samsung: Trainer mit ISF-Zertifizierung

Die Bildqualität von Fernsehern hängt auch von der richtigen Kalibrierung ab. Das ist auch für die Präsentation der Geräte im Geschäft wichtig, um die tatsächliche Leistung von TVs zu demonstrieren. Dabei unterstützt Samsung seine Handelspartner mit Schulungen und Trainings. Ein großer Teil der TV-Trainer von Samsung hat jetzt die Zertifizierung der Imaging Science Foundation (ISF) und können den Fachhandel zu den Themen Kalibrierung und Bildqualität noch ausbilden. Um das Zertifikat zu erhalten, haben sie ein ausführliches Seminar zu den Themen Kalibrierung, Bildqualität und zu verschiedenen Technologien wie SDR und HDR absolviert.



Um Händlern die bestmögliche Schulung durch Samsung Trainer bieten zu können, nehmen die Trainer an zahlreichen Weiterbildungen teil. Die ISF-Schulung ist hierbei nur eine von vielen Maßnahmen: Sie treffen sich vier Mal im Jahr für das „Train-the-Trainer“-Event, bei denen es u. a. um Produktschulungen, aber auch um Soft Skills geht. Dazu kommen Trainings auf Events wie der Samsung Roadshow und zur IFA und E-Learning-Angebote zu aktuellen Themen.



Der Handelssenat mit führenden Vertriebsmitarbeitern des Kronacher Herstellers: (hinten stehend v. l.) Michael Scholz (Loewe Vertrieb/Kooperationen), Raimund Kreil (Kreil GmbH, Dornbirn/Österreich), Thomas Baumann (Loewe Vertriebsleiter Deutschland), Norbert Loskill (Loskill GmbH, Castrop-Rauxel), Jacqueline Posner (Elektro Fischer, Frankfurt), Stefan Enzinger (Elektro Enzinger, Neuötting) und Joachim Hüther (EP:Weigl, Regensburg). Vorne Jürgen Grees (Jürgen Grees GmbH, Ulm/Jungingen) sowie Kurt Doyran, Loewe Gesamtvertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung (rechts).

Preisgestaltung, Kommunikationsmaßnahmen, die Konzeption neuer Produkte und die Präsentation der Marke Loewe im Fachgeschäft. „Die besonderen Erfahrungen unserer Handelspartner im direkten Kundenkontakt sind uns sehr wichtig“, erklärte Kurt Doyran, Loewe Gesamtvertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung. „Deshalb genießt die Arbeit des Handelssenats bei Loewe hohes Ansehen und wird bei allen Handelspartnern sehr geschätzt. Wir bedanken uns bei allen Senatoren für das ehrenamtliche Engagement und freuen uns auf viele gemeinsame neue Projekte.“

Sengled und Qivicon erleichtern Einstieg ins Smart Home

Qivicon, die herstellerübergreifende Smart Home-Plattform der Deutschen Telekom, unterstützt nun auch die Smart Lighting-Lösung Sengled Element. Die per App fernsteuerbare LED-Leuchte ermöglicht eine komfortable Verwaltung der Leuchtmittel und ermöglicht die Kontrolle der Beleuchtung von Zuhause oder unterwegs. Mit der Aufnahme bei Qivicon will Sengled erneut seine Position als einer der führenden Anbieter innovativer und energieeffizienter LED-Leuchtmittel unterstreichen.



Auf Qivicon basierende Lösungen erlauben den Kunden, das Zuhause zu steuern und die Funktionen von einer Vielzahl unterschiedlicher Marken zentral zu bedienen. Mit der Unterstützung von Sengled Element können Kunden nun von jedem Ort der Welt ihre Leuchtmittel in den eigenen vier Wänden ansteuern.

Fernsteuerbar per ZigBee-Standard lässt sich die smarte LED-Leuchte Sengled Element mit dem Heimnetzwerk verbinden und kann so per App gesteuert werden. Dadurch hat man die Möglichkeit, seine Beleuchtung auch von unterwegs zu bedienen oder vorprogrammierte Zeiten für die Beleuchtung einzustellen. So präsentiert sich die clevere Sengled Element auch als zusätzlicher Einbruchschutz, da die Anwesenheit Zuhause simuliert wird.

Die Element lässt sich einfach in eine herkömmliche E27 Lampenfassung eindrehen und bietet neben ihrer Dimm- und An-/Ausschaltfunktion noch viele weitere Einstellungen. So können Nutzer die Farbtemperatur der LED-Leuchte von warm- bis kaltweiß einstellen und die Sengled Element nicht nur per App, sondern auch klassisch über den Lichtschalter betätigen und dimmen. Die unterschiedlichen Einstellungen lassen sich dann in definierten Regeln mittels Apps über das Smartphone oder Tablet steuern.

Neue Marketingleiterin bei HD+



Anika Köpping

Anika Köpping ist neue Marketingleiterin der HD Plus GmbH. Sie folgt auf Mathias Lenz, der die Marketingabteilung seit Unternehmensgründung geleitet hat und HD+ auf eigenen Wunsch verlässt, um sich beruflich neu zu orientieren.

Die 37jährige Anika Köpping ist seit vier Jahren für HD+ tätig und war zuletzt Stellvertreterin von Mathias

Lenz. Künftig verantwortet sie als Marketingleiterin die gesamte werbliche Kommunikation. In ihrer neuen Position berichtet sie an Timo Schneckenburger.

„Anika Köpping ist eine langjährige und hochgeschätzte Mitarbeiterin. Deshalb freue ich mich sehr, dass wir sie für die Position als Marketingleiterin gewinnen konnten“, so Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei der HD Plus GmbH. „Mit ihrer klaren Linie, ihrer Kreativität und Strukturiertheit wird sie für einen reibungslosen Übergang sorgen und gemeinsam mit ihrem Team die Position von HD+ im Markt weiter ausbauen.“ Vor HD+ arbeitete die 37-Jährige für den Receiverhersteller TechnoTrend, ein Unternehmen der Kathrein-Gruppe, und Siemens Gigaset.

In einer Pressemitteilung erklärte Schneckenburger: „Mathias Lenz ist ein Mann der ersten Stunde. Wir haben HD+ gemeinsam aus der Taufe gehoben und auf einen erfolgreichen Weg gebracht. Mathias Lenz hat die Marke HD+ aufgebaut, gepflegt und weiterentwickelt. Mehr als zehn Jahre hat er mit viel Herzblut zum Erfolg des Unternehmens beigetragen. Sein Weggang ist ein echter Verlust, menschlich wie auch fachlich. Deshalb bedauere ich seinen Weggang sehr und wünsche ihm für seine Zukunft alles erdenklich Gute.“

Konstituierende Sitzung des Loewe Handelssenats

Der neu gewählte Loewe Handelssenat hat sich bei Loewe in Kronach zu seiner konstituierenden Sitzung getroffen. Aus ihrer Mitte wählten die Senatoren wieder Norbert Loskill zum Vorsitzenden des Gremiums, als Stellvertreterin wurde Jacqueline Posner bestätigt. Seit fast dreißig Jahren berät der Loewe Handelssenat die Geschäftsführung des Herstellers in allen Belangen, die Handel und Loewe gemeinsam bewegen, und entscheidet auch bei wichtigen Weichenstellungen mit. Das Themenspektrum des Handelssenats umfasst die

ACHTUNG!
Ab 29. März wird DVB-T abgeschaltet!

DAS TV-BILD IST WEG!

Und die Chance für Ihre Kunden, auf Astra Satellit inkl. HD+ umzusteigen, ist da!

	DVB-T2	DVB-S mit HD+
HD-Sender	max. 40	mehr als 50
SD-Sender	keine	mehr als 300
Sky zubuchbar	-	✓
UHD-Sender	-	4
Preis	5,75 €/ Monat	5,75 €/ Monat

WAS EMPFEHLEN SIE IHREN KUNDEN?



TP Vision setzt auf neue Bildtechnologien

Die neuen Philips TVs



Der Philips OLED TV 55POS9002 mit UHD Premium Zertifizierung, HDR und dreiseitigem Ambilight ist das Spitzenmodell des Jahrgangs 2017.

Mit dem neuen Philips TV Sortiment will TP Vision in jeder Klasse das jeweilige Spitzenniveau markieren. Dafür setzt der Hersteller neue Technologien wie die P5 Processing Engine ein und kombiniert diese mit der neuesten Version des Android Smart TV Systems. Dazu kommt das Alleinstellungsmerkmal Ambilight, das in diesem Jahr noch stärker ins Zentrum der Kommunikation gerückt werden soll.

Das Spitzenprodukt unter den neuen Philips Fernsehern ist das OLED TV 55POS9002, mit dem TP Vision zur Mitte des Jahres bereits das zweite OLED Gerät mit UHD Premium Zertifizierung und dreiseitigem Ambilight auf den Markt bringt. Dank der neuen P5 Picture Processing Engine erreicht dieses Flaggschiff einen besonders großen Farbraum, der 99 Prozent des DCI-P3 WCG Standards abdeckt. Der neue Prozessor fügt den systembedingten Vorteilen von OLED ein Plus von 25 Prozent in der Bildverbesserung und ein weiteres Plus von 25 Prozent in der Rechenleistung hinzu. Das wird durch besonders flüssige Bilder bei rasanten Szenen sichtbar.

Die neue P5 Processing Engine

Im Vergleich zur existierenden Perfect Pixel Ultra HD Engine, die bereits hervorragende Werte erreicht, bietet der neue Prozessor einen Leistungszuwachs von insgesamt 50 Prozent. Bei der neuen P5 Picture Processing Engine ist es TP Vision gelungen, die bisher drei Rechenprozessoren auf einem Chip zu konzentrieren. Diese dichtere Bauweise bringt mehr Tempo bei der Datenübertragung mit besserem Timing.

Zudem wird der gesamte Bildverarbeitungsprozess präziser kontrolliert. Damit werden vier von fünf Bereichen der Bildverarbeitung sichtbar verbessert: die Qualität der Bildquelle, die Schärfe, die Farbe und der Kontrast. Der fünfte Bereich, die Bewegungserkennung mit Perfect Motion Processing und Scanning Backlight, zeigte bereits bei dem bisherigen Prozessor Spitzenergebnisse.

Durch Verbesserungen des Quellensignals bringt die P5 Perfect Picture Engine bereits korrigierte Daten in die Bildverarbeitung ein. Das zahlt sich besonders bei der Wiedergabe von HDR-Inhalten auf besonders hellen Displays aus. Ein neues DNR- und Mosquito-NR-System reduziert das Bildrauschen ohne Detailverluste oder schmierende Artefakte. So kann das neue Smart Bit Enhancement System bereits 8-Bit-Videos in Bildbereichen, wo Banding-Artefakte auftreten, fast auf 14-Bit-Niveau bringen. Dabei erreicht das System eine verbesserte Analyse der MPEG-kodierten Signale.

Eine neue Schärfemessung mit präziserer Detailanalyse und einem neuen Detailverstärker sorgt für noch schärfere Bilder. Der Detailverstärker ist vor allem für die Hochrechnung der Signale auf UHD-Niveau wichtig, indem er Bilder mit feineren Linien, mehr Einzelheiten und einer besonders eindrucksvollen Tiefenstaffelung erzeugt. Ein verbessertes Gamut Mapping System ermöglicht noch feiner abgestufte Farben.



Top Preis-/Leistungsverhältnis: der Philips 7502, der in Bild diagonalen von 49", 55" und 65" auf den Markt kommt.



Mit edlen Materialien und dem Visible Sound Konzept macht der Philips 7502 schon äußerlich seinen Premium-Anspruch deutlich.

Mit einer Spitzenhelligkeit von 750 Nit verdient sich der Philips 9002 OLED TV die UHD Premium Zertifizierung und erreicht sowohl für HDR10 als auch für HLG Inhalte den Philips HDR-Perfect-Standard. Für eine Tonqualität, die zu den eindrucksvollen OLED Bildern passt, sorgen die patentierte Philips Triple-Ring-Technik.

nologie und die Unterstützung von DTS HD Premium Sound.

Diese Qualitätskombination wird durch eine weiter verbesserte Smart TV Performance ergänzt, die auf Marshmallow, der neuesten Version des Android Smart TVs, basiert. Dreiseitiges Ambilight, eine sehr leichte, fast schwebende Optik mit dem neuen Open Frame Fuß aus gebürstetem Aluminium sowie der Einsatz von Premium-Materialien machen den Philips 9002 OLED TV zu einem echten Spitzenprodukt für anspruchsvolle Kunden.

Die neue Mittelklasse

Die neuen Philips TVs der Serie 7000 bieten bereits im mittleren Preissegment zahlreiche Merkmale der High-End-Geräte. Das Flaggschiff unter diesen Edge-LED-UHD Fernsehern ist der Philips 7502, der in Bild diagonalen von 49", 55" und 65" auf den Markt kommt. Auch dieser Fernseher ist mit der neuen P5 Picture Processing Engine ausgestattet und unterstützt sowohl HDR10 als auch HLG nach dem Philips HDR Premium Standard. Der besonders schlanke Rahmen, das dreiseitige Ambilight und modernes europäisches Design mit dunklem, gebürstetem Aluminium-Finish und einem minimalistischen Open-Frame-Standfuß machen den 7502 schon äußerlich zu einem Premiumprodukt. Mit dem Visible Sound Konzept in Form der schlanken, nach vorn gerichteten Soundbar wird die hohe Leistung dieses Philips TVs auch hörbar. Die Klangqualität wird durch den Triple-Ring-Treiber auf der Rückseite und einen 45-Watt-Verstärker weiter verbessert. Dreiseitiges Ambilight und Android Smart TV (Marshmallow) runden das attraktive Leistungspaket ab.

Die beiden letzteren Ausstattungsmerkmale stecken auch im neuen Philips TV 7272, der mit Bild diagonalen von 49" und 55" auf den Markt kommt. Dieses Modell ist mit der Philips Pixel Precise Ultra HD Engine, Perfect Natural Motion sowie Micro Dimming Pro ausgestattet und unterstützt ebenfalls HDR10 und HLG.

Attraktiv: die neuen 6400er

In der 6400 Serie des Modelljahres 2017 steht der Philips TV 6482 (erhältlich in 49" und 55") an der Spitze. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören dreiseitiges Ambilight, ein Wide Color Gamut-Display mit einer Maximalhelligkeit von 400 Bit sowie 24-Bit-Color-Processing für kontrastreiche HDR Bilder mit HDR10 und HLG. Das Visible Sound System sorgt in Verbindung mit Double-Ringer-Treibern und einem 25-Watt-Verstärker für kraftvollen Stereoklang. Mit eleganten Design-Elementen und einem schlanken Chassis in hellem Silber-Finish macht das Gerät seine inneren Werte auch äußerlich deutlich. Ergänzt wird die 6400er Serie durch die UHD-Geräte 6452 und 6412 mit Bildschirmdiagonalen von 43", 49", 55" und 65". Beide Modelle sind mit der Pixel Plus Ultra HD Engine, Micro Dimming Pro und Android TV in der Version Marshmallow ausgestattet und bieten zweiseitiges Ambilight.



Der Philips TV 6482 bietet eine reichhaltige Ausstattung mit dreiseitigem Ambilight, Wide Color Gamut-Display, HDR und Android TV Marshmallow.

Henrik Köhler, TP Vision Geschäftsführer TP Vision DACH:

„Die besten in ihrer Klasse“

Mit dem neuen Philips TV Sortiment will TP Vision im hart umkämpften Fernsehmarkt weiter vorankommen. PoS-MAIL hat mit Henrik Köhler, TP Vision Geschäftsführer DACH, darüber gesprochen, wie das gelingen soll.



Henrik Köhler, TP Vision Geschäftsführer TP Vision DACH: „Wir sind zuversichtlich, uns unter den Top 3 Anbietern im Markt positionieren zu können.“

PoS-MAIL: Herr Köhler, der TV Markt ist im vergangenen Jahr hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Wie beurteilen Sie die Aussichten für das laufende Jahr?

Henrik Köhler: Ich denke, wir sollten uns weniger über den Markt und das heißt ja über die Konsumenten, beklagen, als unsere eigene Erwartungshaltung überprüfen. Da stellt sich die Frage, wie groß der Markt tatsächlich ist. Die hohe Innovationsgeschwindigkeit der letzten Jahre hat sowohl die Hersteller als auch den Fachhandel verwöhnt, denn dazu wurden außergewöhnlich viele Kunden dazu animiert, vorzeitig einen neuen Fernseher zu kaufen. Wenn jetzt die Stückzahlen nicht weiter in den Himmel wachsen, ist das keine Katastrophe, sondern im Grunde eine Normalisierung. Am Ende geht es weder beim Fachhandel noch bei uns um Masse, sondern um Umsatz. Hier zeigt der Markt: Die Durchschnittspreise für Fernseher steigen, denn die Konsumenten sind durchaus bereit, für größere Bildschirme und bessere Bildqualität, zum Beispiel durch UHD, auch Geld auszugeben. Für diese Entwicklung ist TP Vision mit der neuen Generation der Philips TVs gut gerüstet: Unsere Geräte haben attraktive Merkmale, die es dem Fachhandel ermöglichen, Produkte mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis anzubieten und damit auch Geld zu verdienen.

PoS-MAIL: Welche Merkmale sind das?

Henrik Köhler: Zu allererst natürlich kommt die Bildqualität, denn das ist die klassische Domäne der Marke Philips. Hier setzen wir mit unserer neuen P5 Perfect Picture Engine wieder einmal Maßstäbe und stellen zudem mit dem OLED TV 9002 bereits die zweite Generation von Philips TVs mit dieser zukunftssträchtigen Bildtechnologie und UHD Premium Zertifizierung vor. Dazu passt unser Alleinstellungsmerkmal Ambilight, das seit Jahren die Kunden so begeistert, dass fast alle wieder ein Gerät mit dieser Technologie kaufen würden. Genau diese zwei Faktoren, die Bildqualität und Ambilight, werden wir deshalb in unserer Kommunikation 2017 noch stärker in den Blickpunkt stellen.

PoS-MAIL: Welche konkreten Maßnahmen sind dafür geplant?

Henrik Köhler: Zum einen werden wir unsere Kommunikation mit dem Fachhandel weiter verstärken, denn die Vorteile der Philips TVs lassen sich den Kunden am besten durch kompetente Beratung und Präsentation im Geschäft vermitteln. Deshalb werden wir weiterhin in unsere Partner investieren, sie mit hervorragenden PoS-Materialien ausstatten und sowohl bei der Präsentation als auch bei der Ausbildung des Verkaufspersonals unterstützen.

PoS-MAIL: Werden Sie auch die Konsumenten direkt ansprechen?

Henrik Köhler: Ja, wir werden bereits im zweiten Quartal mit einer starken Kampagne die Vorteile der neuen Philips TVs in den Mittelpunkt stellen und dabei vor allem Online-Auftritte und Social Media Kanäle nutzen. In diesem Zusammenhang überprüfen wir gerade, in welcher Form wir auch den Fachhandel einbeziehen können.

PoS-MAIL: Wo sehen Sie die besonderen Stärken des neuen Philips TV Sortiments?

Henrik Köhler: Den neuen Philips OLED TV habe ich bereits erwähnt. Aber natürlich ist so ein Spitzenprodukt nur für eine begrenzte Zielgruppe geeignet. Deswegen legen wir bei der neuen Philips TV Generation besonders großen Wert auf ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis, denn wir wollen in jeder Klasse das jeweils beste Produkt anbieten. Ein besonders gutes Beispiel dafür ist der neue Edge LED UHD TV 7502. Er ist mit Bild diagonalen von 49", 55" und 65" in den Marktsegmenten zu Hause, die besonders stark wachsen, und bietet dort mit der neuen High-End P5 Picture Processing Engine, einem beeindruckenden Sound-Konzept und bester Smart TV Performance mit der neuesten Version Marshmallow von Android Smart TV echte Spitzentechnologien zu einem attraktiven Preis. Zudem unterstützt er sowohl HDR10- als auch HLG-Inhalte und ist darum zukunftssicher. Sie müssen auf dem Markt schon lange suchen, bis Sie ein gleichwertiges Gerät finden. Und selbst wenn Ihnen das gelingt, wird dieses Gerät kein Fernseh-Erlebnis bieten können, das dem gleich kommt, was wir mit unserer exklusiven Ambilight Technologie erreichen. Deshalb gehört dieses Feature bei allen höherwertigen Philips TVs ebenso dazu wie UHD.

PoS-MAIL: Was wollen Sie mit diesen Produktmerkmalen und Promotion-Maßnahmen für die TV-Marke Philips in diesem Jahr erreichen?

Henrik Köhler: Wir wollen gemeinsam mit unseren Handelspartnern den erfolgreichen Weg des vergangenen Jahres fortsetzen. Denn wir haben uns im Laufe des Jahres 2016 sehr gut entwickelt und ordentliche Steigerungsraten erzielt. Die neue Generation der Philips TVs macht es uns möglich, die Marktpotentiale noch besser zu nutzen. Deshalb sind wir zuversichtlich, uns unter den Top 3 Anbietern im Markt positionieren zu können – 2017 zunächst nach Stückzahlen, aber ab 2018 auch nach Wert.

PoS-MAIL: Herr Köhler, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

ElectronicPartner mit positiver Umsatzentwicklung

ElectronicPartner hat das Geschäftsjahr 2016 mit einer Umsatzsteigerung von drei Prozent abgeschlossen. Im Kernmarkt Deutschland legte die Verbundgruppe gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozent zu, die Landesgesellschaften in den Niederlanden, Österreich und der Schweiz verbuchten sogar ein Plus von 4,8 Prozent. In Zahlen bedeutet das für den deutschen Markt einen Zentralumsatz von 1,278 Milliarden Euro, international wurden 377 Millionen Euro erzielt.



Mehr als 10.000 Gäste besuchten die ElectronicPartner Messe in Düsseldorf, auf der rund 200 Aussteller ihre Angebote präsentierten.

Erfolgreiche Qualitätsoffensive

Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurden die Vorjahreszahlen der internationalen Umsätze um die Ergebnisse aus Belgien bereinigt; aus diesem Markt hatte sich die Verbundgruppe im ersten Halbjahr 2016 zurückgezogen. Auch die Mobilfunkumsätze in Deutschland wurden rückwirkend nicht mehr berücksichtigt, da diese sich seit der Mehrheitsübernahme bei der SH Telekommunikation Deutschland GmbH konzentrieren. Die kürzlich veröffentlichten Zahlen der SH Telekommunikation Deutschland GmbH zeigen aber, dass der Mobilfunkspezialist, auch dank der Kooperation mit ElectronicPartner, weiter auf Wachstumskurs ist.

Zum Erfolg der Verbundgruppe hat die starke Entwicklung der Marke EP: signifikant beigetragen. Die rund 400 Fachhändler, die sich der 2014 gestarteten Qualitätsoffensive angeschlossen haben, verzeichneten einen deutlichen Wachstumssprung.



Friedrich Sobol, Vorstand ElectronicPartner: „Wir haben mit der Qualitätsoffensive die richtige Strategie gewählt.“

So stieg der Umsatz der EP-Fachhändler um 8,7 Prozent und lag damit fast 18 Prozent über dem von der GfK ermittelten Durchschnitt für diesen Vertriebskanal.

Auch eine Studie, die das Münchener Marktforschungsunternehmens Facit im Auftrag von ElectronicPartner durchgeführt hat, bestätigt, dass die EP: Fachhändler die Erwartungen der Kunden in Sachen Ladenbau und Sortiment nicht nur erfüllen, sondern stellenweise sogar übertreffen. Das ergab. Im Herbst 2016 wurden ausgewählte Händler und deren Kunden in Tiefeninterviews an verschiedenen deutschen Standorten ausführlich zu den eigenen Erwartungen und den Erfahrungen beim Einkauf im EP: Fachhandel befragt. Der Umbau der Ladenlokale und das gesamte Einkaufserlebnis wurden von den Kunden mit der Schulnote 1,5 ausgesprochen gut bewertet, die Warenpräsentation wurde mit 1,4 noch positiver

eingeschätzt, und der Service bekam sogar eine 1,2. „Wir haben mit der Qualitätsoffensive die richtige Strategie gewählt“, erklärte Friedrich Sobol, Vorstand ElectronicPartner. „Das bestätigen uns Verbraucher mit ihrem Einkaufsverhalten, aber auch in der Meinungsumfrage. Insofern blicken wir optimistisch auf das Jahr 2017 und werden unser Konzept verfeinern, um den EP: Fachhändlern weiterhin besten Service für ihren unternehmerischen Erfolg zu bieten.“

Mehr Kompetenz bei Medimax

Auch die bundesweit 130 Medimax Fachmärkte sollen im Netz und vor Ort ein noch klareres Profil erhalten. Dabei steht der Slogan „Einfach gut beraten“ im Mittelpunkt der Aktivitäten. Das Ziel: Mit kompetenter Beratung, einem smart zusammengestellten Sortiment, klar strukturierten Märkten, einem intuitiven Onlineshop und umfassendem Service soll über alle Kanäle hinweg ein einheitliches Markenerlebnis geschaffen werden. „Medimax besetzt unter den Elektronikmärkten das Beratungsthema erfolgreich und vor allem glaubwürdig“, betonte Frank Kretschmar, der im Oktober 2016 als neues Mitglied des Vorstands von ElectronicPartner die Verantwortung für die Marke übernommen hat. „Deshalb bauen wir diesen Teil unserer Markenphilosophie jetzt in der Kommunikation konsequent aus und übertragen ihn auf alle entscheidenden Kontaktpunkte zum Kunden.“

Dazu zählen Beilagen und Prospekte, die Präsenz in den Social-Media-Kanälen und der PoS. Mit einer neuen Optik, die vor allem auf hochwertige Metallic-Töne setzt, und aufgeräumten Werbemitteln soll das Beratungs- und Produktangebot von Medimax transportiert werden. In den Märkten werden dafür zahlreiche Werbematerialien ausgetauscht; auch die Kleidung der Mitarbeiter soll moderner werden.

Auf www.medimax.de setzt sich der neue Anspruch fort. Hier werden neben Informationen zu Produkttrends und den einzelnen Märkten zahlreiche Artikel der wichtigsten Marken vom Einstieg bis zur High-End-Klasse angeboten. Die Kunden können bei der Bezahlung zwischen PayPal, Kreditkarte, Vorkasse und Sofortüberweisung wählen und sich die Ware entweder nach Hause oder in den

nächsten Markt liefern lassen. Flankiert wird die Website von der Medimax Community, in der die Kunden Fragen zu Produkten stellen, sich als Tester bewerben, an attraktiven Gewinnspielen teilnehmen oder in verschiedene Themenwelten eintauchen können.

Jahresveranstaltung gut besucht

Die diesjährige Jahresveranstaltung von Electronic Partner stand vom 26. bis 28. März im Zeichen von drei spannenden Messetagen. Über 10.000 Gäste nutzten auf dem Messegelände in Düsseldorf die Gelegenheit, sich über die Angebote der 200 Aussteller zu informieren und untereinander auszutauschen.

Am Eröffnungstag der Jahresveranstaltung begrüßte die Verbundgruppe wieder zahlreiche Partner aus der Industrie zum Branchentreff und stellte ihnen die Strategie für das laufende Geschäftsjahr vor. „Wir blicken auf ein spannendes Messewochenende zurück“, resümierte ElectronicPartner Vorstand Karl Trautmann. „Dabei haben wir nicht nur aktuelle Trendthemen wie Connected Audio oder ebenso energie-effiziente wie durchdesignte Haushaltsgeräte vorgestellt, sondern vor allem einen intensiven Dialog mit den Mitgliedern unserer drei Vertriebslinien EP:, Medimax und comTeam geführt. „Insofern war die Jahresveranstaltung 2017 ein gelungener Auftakt für das Jubiläumsjahr, in dem wir unser 80jähriges Bestehen feiern.“



Das moderne Shopkonzept der Markt EP: kommt bei den Kunden gut an.

Premium-TV-Erlebnis mit Grundig

Der neue OLED TV

Das neue TV-Flaggschiff im Grundig Portfolio ist der Finearts 65 GOS 9799 mit einer Bildschirmdiagonale von 65 Zoll. Optisch fällt der OLED TV durch sein rahmenloses Aluminium-Design mit Alu-Standfuß auf.

Das schlanke Panel mit einer Tiefe von 5,97 mm sorgt dank OLED-Technologie für perfekte Schwarzwerte und eine ausgezeichnete Farbbrillanz. In Kombination mit der Grundig Micro Dimming Engine erzielt es die für diese Bildschirmtechnologie typischen hohen Kontraste für noch lebendigere Farben. High Dynamic Range (HDR) rundet die brillanten Bilder in puncto Helligkeit und Luminanz ab.

Zum Premium TV-Erlebnis darf natürlich guter Sound nicht fehlen. Dazu ist der OLED TV mit der DTS StudioSound HD-Technologie ausgestattet. Das 3-Wege-Stereo-Sound-System mit insgesamt acht eingebauten Lautsprechern und jeweils zwei Tieftönern pro Stereo-Kanal verteilt den Ton nach vorne, unten als auch nach hinten für eine raumfüllende Klangwiedergabe.

Mit den im Lieferumfang enthaltenen sechs polarisierten 3D-Brillen ist der neue Grundig OLED TV auch 3D-fähig.



Abgerundet wird die technische Ausstattung durch die SAT-to-IP-Technik, die Satelliten-Fernsehen per Netzwerk im gesamten Haus verteilt, sowie HEVC. Smart Inter@ctive TV 4.0 Plus ermöglicht den Zugriff auf zahlreiche Apps, darunter Video-on-Demand-Dienste sowie viele Cloud Games. Über die zwei integrierten Triple Tuner (mit DVB-T2 HD) lassen sich zeitgleich unterschiedliche Programme auf TV, Tablet oder Smartphone verfol-

gen sowie über das erweiterte USB Recording 4.0 zusätzlich ein weiteres Programm aufnehmen. Der Grundig OLED TV mit integrierten WLAN- und Bluetooth-Modulen ist ab sofort zum UVP von 5.999 Euro erhältlich; im Lieferumfang ist eine Komfort-Fernbedienung enthalten.

Neuheiten

Graef: Hand-Allesschneider jetzt auch in Rot

Der aus Vollmetall gefertigte Hand-Allesschneider Manuale H 9 ist ab sofort auch in Rot erhältlich. Er eignet sich besonders für Schinken, Wurst, Käse, Obst oder Gemüse.



Die Kurbel mit Echtholzgriff ist leichtgängig und liegt gut in der Hand; die Sauggummifüße sorgen für festen Stand. Die Dicke der Scheiben ist leicht einstellbar, von hauchzart

bis 15 mm. Zum exakten Zusammenspiel von Schlitten, Messer und Schild trägt auch die stabile Schlittenführung aus Edelstahl bei. Zudem ermöglicht es ein Resthalter auch kleines Schneidgut, z. B. Radieschen, einen Wurstzipfel oder die Enden von Brot- und Käselaiiben, ans rotierende Messer zu führen.

Der Graef Hand-Allesschneider Manuale H 9 (Silber) ist zu UVP von 129,99 Euro erhältlich; der UVP für das Modell H 93 (Rot) beträgt 139,99 Euro.

Yamaha macht Einstieg ins Home Entertainment einfach

Mit zwei neuen Mehrkanal-Receiver macht Yamaha den Einstieg ins Home Entertainment besonders einfach. Die Modelle RX-V383 und RX-V483 (Bild) sind mit Dolby Vision, 4K-Ultra-HD und MusicCast-Anbindung ausgestattet.

Beide Mehrkanal-Receiver bieten 5.1 Surround Sound und unterstützen die aktuellen Audio-Formate Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio. Der RX-V483 ist darüber hinaus kompatibel mit DSD 2.8 MHz / 5.6 MHz und kann auch Hi-Res-Audiodateien im FLAC- oder WAV-Format mit 192 kHz / 24 bit wiedergeben. Die Schaltungen mit extrem niedrigem Jitter sowie der diskrete Verstärker Aufbau sorgen für hohe Klang-



qualität. Dank der Virtual Cinema Front Technologie erzeugen optional auch fünf an der Front aufgestellte Lautsprecher herausragenden, virtuellen Raumklang. Beim RX-V483 sorgt zudem die Extra Bass Funktion für druckvollen Tiefton selbst mit kleinen Lautsprechern.

Dank der Einmess-Automatik YPAO ist die Einrichtung der Lautsprecher leicht: Mit nur einem Knopfdruck werden über das mitgelieferte Einmess-Mikrofon die Einstellungen für den jeweiligen Raum ermittelt. Von der Wahl der korrekten Lautsprechergröße über die exakte Entfernung bis hin zur individuellen Lautstärke stellt YPAO alles ein. Mit 17 wählbaren Klangfeldprogrammen wertet Cinema DSP den Ton von TV, Filmen und Videospielen weiter auf. Beim RX-V483 kommt sogar die erweiterte Variante Cinema DSP 3D zum Einsatz. Diese Technologien sorgen nach Herstellerangaben für eine akustische Raumdichte und atemberaubende Atmosphäre.

Die AV-Receiver der Yamaha RX-V83-Reihe sind ab Mai 2017 in den Farben Titan und Schwarz erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 369 Euro für den RX-V383 und 469 Euro für den RX-V483.

Allergiker-geeignet: die beutellosen Thomas Sauger mit Aqua-Technologie

Besonders für Allergiker geeignet sind die neuen beutellosen Staubsauger Aqua+ Allergy & Family in Pink und perfect air allergy pure in Blau-Weiß. Sie sind mit der innovativen Aqua-Fil-

terbox ausgestattet, die in einem Liter Leitungswasser Staub, Milben und Pollen bindet. Zugleich wird die Luft befeuchtet und spürbar erfrischt.

Die Handhabung der neuen Sauger ist kinderleicht: Ein Liter Leitungswasser wird in die Aqua-Filterbox gefüllt und dann in den Staubsauger gesetzt. Die angesaugte Luft wird während des Saugens im Ejektor – der sich an der Aqua-Filterbox befindet – befeuchtet. Anschließend werden die befeuchteten Staubpartikel, Pollen, Milben und andere Allergene im Wasser der Box gebunden und am Ende des Saugvorgangs mit dem Schmutzwasser entsorgt.

Der neue Aqua+ Allergy & Family mit 3-Stufen-Saugleistung mit bis zu 1600 Watt ist zusätzlich mit dem innovativen Spezial-Sprühdrucksystem ausgestattet und entfernt selbst hartnäckige Verschmutzungen auf Couch und Polstermöbeln in einem Arbeitsgang. Der multifunktionale Sauger ist auch für das schonende Wischen von Fliesen und Parkett geeignet. Der Thomas perfect air allergy pure zeichnet sich durch besonders komfortable Bedienung aus. Die Saugkraft lässt sich einfach und individuell per Funkfernbedienung im Handgriff elektronisch steuern – ohne lästiges Bücken und mit einer konstant hohen Saugleistung. Ausgestattet mit einem Hepa13 Filter und einem Pollenfilter befreit der Thomas perfect air allergy pure die Luft effizient von Feinstaub, Bakterien und Allergenen und schützt so die Atemwege, heißt

es in einer Pressemitteilung. Alle Filter lassen sich leicht reinigen, sodass der beutellose Sauger im Handumdrehen wieder einsatzbereit ist.

Der Aqua+ Allergy & Family ist ab sofort für 349 Euro (UVP) erhältlich, der perfect air allergy pure für 249 Euro (UVP).



Thomas perfect air allergy pure

Hanson Han, General Manager Hisense Europe, begrüßte zahlreiche Fachhändler im Palau de Congressos de Catalunya in Barcelona.



Hisense erweitert Produktpalette für TV und Kühlen Intelligente Technik

Mit einer umfassenden Produktpräsentation in Barcelona unterstrich Hisense Ende März seine Ambitionen, auf dem europäischen Markt für technische Konsumgüter eine deutlich größere Rolle zu spielen als bisher. Dazu soll das neue TV-Sortiment mit Premium-Geräten ebenso beitragen wie die Palette von neuen Kühl-/Gefrier-Kombis mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis.

Vor zahlreichen Fachhändlern aus verschiedenen europäischen Ländern unterstrich Hanson Han, General Manager Hisense Europe, die technologische Kompetenz des chinesischen Unternehmens, das mit einem Umsatz von rund 15 Mrd. US\$, davon 3,5 Mrd. außerhalb Chinas, die globale Nummer drei unter den internationalen TV-Marken darstellt - in China selbst ist Hisense Marktführer. Auch im Bereich Hausgeräte will das Unternehmen an seine Erfolge auf dem Heimatmarkt auf dem internationalen Parkett anknüpfen. Das europäische Forschungs- und Entwicklungszentrum in Düsseldorf soll in allen Produktbereichen sicherstellen, dass die Angebote von Hisense den Ansprüchen der europäischen Konsumenten entsprechen.

Das erweiterte Produktportfolio im TV-Segment umfasst jetzt sieben Produktlinien (NU9700, NU8700, N6800, N5755, N5705, N5305, N2100S) mit 20 Modellen und Bildschirmgrößen zwischen 32 und 70 Zoll. Auch bei HDR ist Hisense dabei: Sowohl der N5705 als auch der N5755 verfügen über HDR, während der N6800 das erweiterte HDR Plus-Verfahren nutzt, das auf HDR 10 basiert. In seine beiden High-End-Modelle NU8700 und NU9700 hat Hisense mit HDR Supreme eine eigene Technologie zur besonders wirksamen Dynamikverbesserung eingebaut.

Im oberen Bereich setzt Hisense bei den Displays auf seine mit 20 Patenten

abgesicherte ULED-Technologie, die den Bildschirmen eine besonders große Helligkeit verleiht und durch einen großen Farbraum (90 Prozent des in der Filmproduktion eingesetzten DCI-P3 Standards) eine differenzierte, brillante Farbwiedergabe ermöglicht. Die Premiummodelle NU9700 (70 Zoll) und NU8700 (65/55 Zoll) haben einen edlen Gehäuserahmen aus Metall und sind mit der überarbeiteten, intuitiv bedien- und individualisierbaren Smart-TV-Oberfläche Vidaa U ausgestattet. Damit starten die Fernseher bereits nach drei Sekunden, und der Benutzer ist nie mehr als drei Schritte von der gewünschten Aktion entfernt. Für guten Klang setzt Hisense professionelle Audio-Processing-Technologien des amerikanischen Spezialisten dbx, Inc. ein.

Die neuen Hisense TVs kommen je nach Modell zwischen Mai und Juli auf den Markt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen zwischen 299 Euro für das Einstiegsgerät N2100 (32 Zoll, ab Juli) und 3.999 für das Flaggschiff U9700 (70 Zoll, ab Mai).

Neue Kühl-Gefrierkombis

Die Spitze unter den neuen Hausgeräten markieren die drei Side-by-Side Kühl-Gefrierkombis

Die neue Side-by-Side Kühl-Gefrierkombi RS696N4IS2 bietet viel Platz und ist mit einem Wasserspender ausgestattet.



Das Premium-Modell NU9700 ist mit seiner imposanten Größe von 70 Zoll, ULED-Display und HDR Supreme das Flaggschiff des neuen Hisense TV-Sortiments.

RS670N4BC3 (UVP 899), RS741N4AC2 (UVP 899 Euro) und RS696N4IS2 (UVP 999 Euro), die alle mit No-Frost-Funktion ausgestattet sind. Dabei wird das Kühlgut mit kalter Luft umströmt, die Feuchtigkeit sofort abführt. So bleiben die Geräte praktisch eisfrei und kommen ohne Abtauen aus. Während die ersten beiden Kühlschränke über einen Eiswürfelbereiter verfügen, ist der RS696N4IS2 zusätzlich mit einem Wasserspender in der Tür ausgestattet. Trotzdem benötigt das Modell keinen Wasseranschluss, denn der Spender wird von einem 4,7 Liter fassenden Tank im Inneren versorgt. Alle Einstellungen werden über ein berührungsempfindliches Display an der Front des Kühlschranks vorgenommen.

Mit der RB400-Familie stellte Hisense vier weitere All-round-Modelle mit Kühl- und Gefriereinheit vor, die über zwei getrennte Kühlsysteme verfügen und zu empfohlenen Preisen 499 und 599 angeboten werden. Die Geräte mit A+++ Klassifizierung sind mit dem praktisch geräuschlos und langlebigen Invertermotor von Hisense ausgestattet. Der Hersteller unterstreicht diesen Qualitätsanspruch mit einer 10-Jahres Garantie auf Invertermotoren.

Zukunftssicher und trendig

Die neue Varta Slim Power Bank

Um der gestiegenen Nachfrage nach mobilen Energielieferanten mit USB Type C gerecht zu werden, bringt Varta die neue Slim Power Bank Familie auf den Markt, die in drei unterschiedlichen Modellen mit 6.000 mAh und 12.000 mAh (jeweils ab sofort erhältlich) sowie ab Sommer 2017 auch mit 18.000 mAh Kapazität erhältlich sein wird. Der neue Anschluss USB Type C sowie die dazugehörigen Stecker sind punktsymmetrisch angelegt und können dadurch beidseitig angeschlossen werden. Bei einer Standardspannung von 5 V gestattet der USB Type C Ausgang eine Stromstärke von bis zu 3 A.

Neben USB Type C unterstützt die Varta Slim Power Bank auch USB Type A und ist damit für den Einsatz mit aktuellen und zukünftigen mobilen Endgeräten

bestens geeignet. Über das im Lieferumfang enthaltene 50 cm lange Micro USB Kabel kann die Power Bank aufgeladen werden; auch die gleichzeitige Aufladung von zwei Geräten ist möglich.

Die eingebauten Lithium-Polymer-Akkus verleihen den Slim Power Banks ein besonders schlankes Design; vier blaue LEDs dienen als Ladeanzeige. Ein dunkelgraves Aluminiumgehäuse in mattem Finish und mit abgerundeten Seiten charakterisiert das äußere Erscheinungsbild.



Die Slim Power Bank, hier das Modell 12.000 mAh, zeichnet sich durch ein dunkelgraves Aluminiumgehäuse in mattem Finish und mit abgerundeten Seiten aus.

Zu den Slim Power Banks bietet Varta praktisches Zubehör an, darunter ein USB Type C Kabel, das alle modernen USB Type C Geräte mit einem USB Type A Port verbindet. Das



Die neuen Varta Slim Power Banks, hier mit 6000 mAh Kapazität, sind am PoS an ihrer auffallenden Verpackung besonders gut erkennbar. Die Slim Power Bank 6.000 mAh mit einem Gewicht von 192 g ist der kleinste Energielieferant der Familie und ermöglicht die Einmal-Aufladung eines Tablets oder die 2,5x-Aufladung eines Smartphone Akkus.

ebenfalls neue 2-in-1-Lade- und Datensynchronisationskabel vereint gleich zwei Stecker: Micro USB sowie Apples Lightning-Anschluss. Zusätzlich gibt es seit März 2017 von Varta zahlreiche USB Type C Kabel und Adapter, um Kabel von USB Type A oder Micro USB auf USB Type C zu konvertieren.

Die UVPs für die Varta Slim Bank Familie liegen je nach Kapazität zwischen 29,99 Euro und 49,99 Euro.

Neuheiten

Medisana: Neue Ideen für mehr Fitness und Gesundheit



Der neue Aktivitätstracker ViFit Touch und die Körperanalysewaage BS 444 sorgen für mehr Fitness und Gesundheit. Bei beiden Geräten erfolgt die Datenübertragung via

Bluetooth Smart (4.0) an die kostenlose VitaDock+ App für iOS und Android. Der neue Activity Tracker ViFit Touch erfasst im Aktivitätsmodus die Anzahl der Schritte, die zurückgelegte Strecke, den Kalorienverbrauch, die Gesamtbewegungszeit sowie das erreichte Bewegungsziel als Prozentangabe. ViFit Touch zeigt an, dass Anrufe und Nachrichten auf dem Smartphone eingehen. Und auch nachts ist ViFit Touch auf Wunsch aktiv, denn er kann zusätzlich Dauer und Qualität des Schlafs sowie die nächtliche Bewegungsaktivität messen.

Die Bluetooth-Körperanalysewaage BS 444 Connect misst die eigenen Vitalwerte wie etwa Gewicht, Körperfett, Körperwasser, Muskelanteil und Knochengewicht zuverlässig. Zusätzlich werden auf Wunsch der persönliche BMI-Wert sowie der Kalorienbedarf (BMR) ermittelt.

Den Aktivitäts- und Schlafracker ViFit Touch gibt es zum UVP von 79,95 Euro und die Bluetooth-Körperanalysewaage BS 444 Connect zum Preis von 69,95 Euro (UVP).

Gesündere Luft mit Philips Luftreiniger

Der neue Philips Luftreiniger säubert nicht nur die Raumluft, sondern überwacht sie selbstständig. Neben der manuellen Bedienung lässt sich das Gerät auch über eine App via Smartphone steuern.

Der intelligente AeraSense-Sensor des neuen Luftreinigers misst die Innenraumluft und steuert die Luftreinigung automatisch. Sobald er eine Veränderung der Partikel feststellt, passt er die Lüftergeschwindigkeit an. Die VitaShield-Technologie entfernt nach Herstellerangaben mit Hilfe eines mehrstufig aktiven Filtersystems 99,97 Prozent der luftübertragenen Allergene wie Pollen, Hausstaubmilben, Schimmel und Tierhaare. Zusätzlich werden auch Bakterien, Viren und ultrafeine Partikel bis zu einer Größe von 0,02µm herausgefiltert. Dabei ermöglicht der Luftreiniger eine effektive Reinigung von mittleren bis großen Räumen (bis zu 79 Quadratmeter). Zusätzlich schützt ein Aktivkohlefilter vor gefährlichen Gasen und entfernt unangenehme Gerüche.

Ein numerisches Display oben am Gerät informiert über die Luftqualität im Raum (1=gut bis 12=verschmutzt), zusätzlich zeigt dies der Farbring an der Front in blau (=gut) oder rot (=schlecht) an. Einstellungen können entweder am Gerät selbst oder mit Hilfe der App „Air Matters“ über das Smartphone vorgenommen werden. Sie steht zum kostenlosen Download bei iTunes (iOS) und Google Play (Android) bereit.

Der Luftreiniger der 2000er Serie ist ab sofort in Weiß/Schwarz zum UVP von 479,99 Euro verfügbar.



Pivalla von Graef: Kapsel- und Siebträgermaschine in einem

Mit der neuen Pivalla von Graef lassen sich nicht nur italienische Kaffee-Spezialitäten, sondern auch die schnellen mit Pads und Kapseln zubereiten. Pivalla zeichnet sich durch ein edles Design und solide Verarbeitung aus. Durch die hochglanzpolierten Edel-

stahlfronten und die in mattem Schwarz lackierten Seitenteile aus Aluminium passt die Pivalla in jede Küchenumgebung. Der energiesparende Thermoblock-Heizer macht die Pivalla schon ein bis zwei Minuten nach dem Einschalten startklar. In Verbindung mit einer starken, geräuscharmen Pumpe erzeugt er die richtigen Brühtemperaturen ebenso wie den nötigen Dampf, um Milch aufzuschäumen. Mit dem optimalen Brühdruck von 9 bar garantiert die Pivalla auch bei Kaffee-Pads perfekten Espresso-Genuss. Dazu trägt auch die Vorbrühfunktion, die sogenannte Pre-Infusion, bei. Mit dem ersten Wasserschwall wird das Kaffeemehl angefeuchtet und auf den großen Druck vorbereitet.

Mit Hilfe des Drehschalters der Pivalla ist die Zubereitung von Kaffee, heißem Wasser für Tee oder Dampf für cremigen Milchschaum kinderleicht. Graef liefert jedes Gerät mit einem Edelstahl-Siebträger und drei doppelwandigen Sieben für unterschiedliche Portionierungen aus. Darüber hinaus sind weitere, dreiteilige Siebträger-Einsätze zu haben. Mit ihnen lassen sich Kaffeespezialitäten der unterschiedlichen Kapsel-Systeme zubereiten – Nespresso, Tchibo Cafissimo, Nescafé Dolce Gusto oder Lavazza a Modo Mio.

Die Pivalla nutzt die Abwärme des Thermoblocks, um auf ihrer Oberseite Tassen vorzuwärmen oder warm zu halten. Sie schlägt akustisch Alarm, wenn der Wasserstand zu niedrig ist. Ihr 2,5 Liter fassender Wassertank lässt sich zum Auffüllen ebenso leicht herausnehmen wie die Abtropfschale zum Reinigen.



Außer dem Basismodell bietet Graef derzeit vier Varianten der Pivalla mit jeweils einem zusätzlichen Kapselsystemhalter an. Alle weiteren Kapsel-Einsätze sind auch separat im Handel erhältlich.

PoS-Aktuell

dyson

Dyson investiert weiter in Robotik und Software

300 Millionen Pfund (352 Millionen Euro) hat Dyson in das neue Technologie-Zentrum in Singapur investiert.

Intelligente Helfer

Mit zwei spektakulären Maßnahmen setzt Dyson in diesem Jahr sein 2,5 Milliarden Pfund (rund 2,9 Milliarden Euro) schweres Investitionsprogramm für Zukunftstechnologien fort. So wurde ein neues Technologie-Zentrum in Singapur eröffnet; in der Nähe der Konzernzentrale Malmesbury, und im britischen Hullavington, Wiltshire, errichtet das Unternehmen auf einem 209 Hektar großen Areal ein zweites Technologie-Campus im Vereinigten Königreich. Mit der Kombination von funktionalen Geräten, anspruchsvoller Software und neuesten Robotik-Technologien will Dyson zu einem führenden Anbieter von intelligenten Lösungen für vernetzte Umgebungen werden. Allein in das neue Technologie-Zentrum in Singapur hat Dyson 300 Millionen Pfund (352 Millionen Euro) investiert. Die Forschungsanlage im Herzen der Start-Up Community von Singapur liegt direkt neben der National-Universität. In modernsten Laboren sollen die Teams die Entwicklung von Zukunftstechnologien für Hardware, Software und Robotik-Lösungen vorantreiben. Dazu will Dyson die Personaldecke in Singapur um 50 Prozent aufstocken.

„Es ist kein Zufall, dass wir weiter in den Standort Singapur investieren“, erkläre Firmengründer James Dyson bei der Eröffnung des Technologie-Zentrums im Februar. „Hier arbeiten die klügsten Köpfe der Welt an der Entwicklung von künstlicher Intelligenz, maschinellem Lernen, Robotik, Strömungsdynamik und Vision-Systemen, um Hardware,

Elektronik und Software miteinander zu verknüpfen. Durch Software verbessern sich unsere intelligenten Dyson Produkte immer weiter, um ihre Umwelt verstehen und entsprechend auf sie reagieren zu können.“

Wachstum in Großbritannien

Unmittelbar nach der Eröffnung des neuen Technologie-Zentrums in Singapur kündigte Dyson den Erwerb des 209 Hektar großen Areals in Hullavington, Wiltshire an. Das Grundstück, das sich zuvor im Besitz des britischen Verteidigungsministeriums befand, soll die Bedeutung von Dyson für Großbritannien weiter erhöhen. Bereits jetzt betreibt das Unternehmen 40 Technologie-Projekte in Zusammenarbeit mit führenden Forschungseinrichtungen, darunter die Universitäten Cambridge, Warwick und Newcastle sowie das Imperial College London. Im Fokus

Der kabellose Dyson V8 ist der bestverkaufte Staubsauger des Unternehmens.



stehen derzeit Festkörper-Batteriezellen, Vision-Systeme, maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz.

„Der 209 Hektar große Campus in Hullavington ist eine Investition in die Zukunft, mit der wir einen weltweiten Hub für unsere Forschung und Entwicklung schaffen“, kommentierte James Dyson. „Es wird uns die Möglichkeit geben, hochqualitative Produkte weiterhin lokal zu entwickeln und Top-Arbeitsplätze zu schaffen.“ Der Campus soll Ende des Jahres bezugsfertig sein. James Dyson, der in seinem Unternehmen bis 2020 weltweit weitere 3.000 Ingenieure einstellen will, wird in den nächsten fünf Jahren 15 Millionen Pfund (17,9 Millionen Euro) investieren, um dem Mangel an qualifizierten Ingenieuren in Großbritannien entgegenzuwirken. So soll den besten Nachwuchskräften am Dyson Institut of Technology in Malmesbury eine Alternative zum traditionellen Hochschulabschluss geboten werden. Dort können die Studierenden die akademische Lehre mit praktischer Erfahrung bei der Entwicklung von Dyson-Produkten kombinieren und dabei mit den Ingenieuren des Unternehmens zusammenarbeiten.

In den letzten vier Jahren hat sich Dysons Umsatz mehr als verdoppelt; die Investitionen in neue Technologien haben sich sogar verdreifacht. Im Jahr 2016 stieg der weltweite Umsatz um 45 Prozent auf 2,4 Milliarden Pfund (2,9 Milliarden Euro), der Gewinn legte um 41 Prozent auf 631 Millionen Pfund (rund 700 Millionen Euro) zu. Als Wachstumstreiber erwiesen sich kabellose Staubsauger, die neuen Dyson Luftreiniger und der innovative Haartrockner Supersonic.

Intelligente Produkte

Die Investitions-Offensive von Dyson zeigt sich nicht nur am Umsatzwachstum, sondern vor allem an der Bedeutung, die neue Technologien für diesen Erfolg haben. So ist der kabellose Dyson V8 inzwischen der bestverkaufte Staubsauger des Unternehmens. Das Gerät vereint lange Laufzeiten durch innovative Akkutechnologie mit hoher Saugkraft und beeindruckender Handlichkeit.



Ein Beispiel für die Verbindung smarter Technologien mit intelligenter Software ist der Dyson 350 Eye Saugroboter. Er trennt mit der patentierten Dyson-Zyklonentechnologie effizient Staub von Schmutz und nimmt auch kleinste Partikel auf. Zudem bietet er die höchste Saugkraft aller Roboterstaubsauger auf dem Markt. Mit dem 360 Grad Vision-System kann der Roboter seine Umgebung wahrnehmen, einen detaillierten Grundrissplan für die systematische Navigation entwerfen und seine jeweilige Position erkennen. Die hohe Saugleistung wird durch die ausgefuchste Elektrobürste unterstützt, die mit Carbon-Fasern feinen Staub von Hartböden entfernt und mit steifen Nylonbürsten Teppichböden aufbürstet und reinigt. Die intelligenten Funktionen des Dyson 360 Eye Saugroboters können mit der Dyson Link App für iOS und Android ganz einfach gesteuert werden.

Mit einer App wird auch der Dyson Pure Hot+Cool Link kontrolliert. Dieses intelligente Kombi-Gerät vereint die Funktionen von Luftreiniger, Heizlüfter und Ventilator. Mit der App können die Nutzer auch von unterwegs aus die Luftqualität innerhalb und außerhalb der eigenen vier Wände in Echtzeit kontrollieren und die Luft bei Bedarf reinigen lassen, bevor sie zu Hause sind. Dabei entfernt der Dyson Pure Hot+Cool Link 99,95 Prozent aller Partikel bis zu einer Größe von 0,1 Mikrometer aus der Luft

Der Dyson Pure Hot+Cool Link vereint die Funktionen von Luftreiniger, Heizlüfter und Ventilator.



und beseitigt nicht nur Pollen, Schimmelpilzsporen und Feinstaub, sondern auch Gerüche, gasförmige Schadstoffe, Tabakrauch und sogar Allergene und Bakterien. Erreicht wird das mit einem patentierten 360 Grad Hepa-Filter aus Glasfasern und einer zweiten Filterschicht aus Aktivkohlegranulat. Mit der Air Multiplier Technologie ohne Rotorblätter verteilt das Gerät saubere Luft gleichmäßig und leise im Raum – und heizt sie auf Wunsch mit Keramik-Heizelementen auf die gewünschte Temperatur auf. Im Sommer kann das Gerät durch die zusätzliche Ventilator-Funktion mit einem starken Luftstrom auch für Abkühlung sorgen.



Der Dyson 350 Eye Saugroboter bietet die höchste Saugkraft aller Roboterstaubsauger und kann mit einer App gesteuert werden.

Nachrichten

PoS-Aktuell

LG benennt Director Home Entertainment



Daniel Schiffbauer

Seit dem 1. April ist Daniel Schiffbauer als Director Home Entertainment für die Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten von TV-, Audio- und Video-Produkten bei LG verantwortlich. Schiffbauer berichtet an Wayne Park, Präsident von LG Electronics Europa und CEO LG Electronics. Der 44-jährige Schiffbauer verfügt über langjährige Erfahrung im Markt für Unterhaltungselektronik. Seine berufliche Laufbahn startete er 1999

bei Thomson in Hannover, 2008 wechselte er in das Key Account Management von Samsung in Schwalbach. Seit 2010 war er dort Head of Key Account Management Consumer Electronics und verfügt somit über umfangreiche Kontakte zu den Entscheidungsträgern des Handels, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Ich freue mich darauf, mein über Jahre im Markt gesammeltes Know-how in ein herausragendes Technologieunternehmen einbringen zu können, bei dem die Zeichen deutlich in Richtung Wachstum zeigen“, kommentierte Schiffbauer seinen Einstieg.

Loewe verstärkt Vertriebsteam

Um den Kontakt zu den Handelspartnern und Kooperationszentralen zu intensivieren, hat Loewe sein Vertriebsteam in Deutschland weiter ausgebaut. Für das Gebiet Nord ist Carsten Jentsch mit seinem Team von insgesamt acht Gebietsverkaufsleitern verantwortlich. Im Süden arbeitet Michael Doll mit seiner ebenfalls achtköpfigen Mannschaft. Beide Verkaufsregionen hat Loewe bereits im vergangenen Jahr personell verstärkt. Frank Selle betreut flankierend als Account Manager die Zentralen der Loewe Partner im Großhandel.

Auch das strategische Key-Account-Management hat Loewe erweitert. So betreut Michael Scholz als Senior Key Account Manager die Kooperationszentralen EP, Euronics und Teling. Stephan Knopp ergänzt als Key Account Manager das Team



Das Loewe Vertriebsteam: (v.l.) Frank Selle, Michael Scholz, Thomas Baumann, Michael Doll, Carsten Jentsch und Stephan Knopp

und verantwortet die Zentralen von expert und Media-Saturn. Das strategische Key Account Management berichtet direkt an Kurt Doyran, Loewe Gesamtvertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung. Es unterstützt gleichzeitig das komplette Loewe Vertriebsteam Deutschland unter der Leitung von Thomas Baumann.

„Wir sind damit noch näher an unseren Kunden und haben mehr Zeit für die vertrauensvolle Zusammenarbeit“, begründete Thomas Baumann, Vertriebsleiter Deutschland, die „Investition des Unternehmens in die gemeinsame erfolgreiche Zukunft“.

Michael Freund wird dritter Geschäftsführer bei expert Bening

Michael Freund wird zum 1. April 2017 Geschäftsführer der Bening GmbH & Co. KG und komplettiert damit das Führungstrio, dem bereits Thomas Jacob und Thomas Besch angehören. Zuletzt war Michael Freund als Geschäftsführer der Weststar GmbH für sechs Euronics-XXL-Fachmärkte verantwortlich. Sein Aufgabengebiet wird neben der Vertriebssteuerung auch die Betreuung und Weiterentwicklung aller Bening-Standorte umfassen. Darüber hinaus wird Freund den Bereich E-Commerce bei expert Bening verantworten. In der Elektrofachhandelsbranche ist Michael Freund bereits seit vielen Jahren eine bekannte Größe: Er war unter anderem als Geschäftsführer der Top Music International Vertriebs GmbH (TMI) tätig und besitzt darüber hinaus einschlägige Handelserfahrung, die er bei Phora-Wessendorf sammeln konnte.



Michael Freund

„In Michael Freund haben wir eine äußerst kompetente Persönlichkeit gefunden, die viel Branchenwissen und Erfahrung mitbringt und somit das Geschäftsführungsteam in idealer Weise ergänzt“, kommentierte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE und Beiratsvorsitzender der Bening GmbH & Co. KG.

Die 1930 ursprünglich als Handwerksbetrieb von Georg Bening gegründete Firma Bening gehört seit 1986 zur expert Gruppe. Mit 27 Standorten in Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Bremen und Nordrhein-Westfalen zählt das Unternehmen zu den größten expert Gesellschaftern. Kürzlich hatte expert Bening vier Telepoint-Standorte in Cloppenburg, Vechta, Lemgo und Oldenburg übernommen. Zum 1.04.2017 wird die Bening GmbH & Co. KG eine Tochtergesellschaft der expert Wachstums- und Beteiligungs SE.

WMF Group verstärkt Vertriebsteam

Zum 1. März 2017 hat die Elektrokleingerätesparte der WMF Group ihr Vertriebsteam mit Ralf Heinitz als Verkaufsleiter Außendienst Süd verstärkt. Ziel der Neubesetzung ist, das weitere Wachstum und den steigenden Markterfolg der Elektrokleingerätesparte personell zu unterstützen. Heinitz soll in der neu geschaffenen Position entsprechend auch die intensive Betreuung des stationären Fachhandels in der Region Süd und die damit verbundene erfolgreiche Zusammenarbeit sicherstellen und verstärken.

Der 44-jährige Heinitz verfügt über vielseitige und tiefgreifende Erfahrung im Vertrieb. Er ist seit mehr als 15 Jahren mit Stationen bei Media Markt, petra electric und De'Longhi erfolgreich in der Branche tätig. Seine letzte Position war die des Vertriebsleiters Zentralkunden bei De'Longhi Deutschland.

Als Verkaufsleiter Außendienst Deutschland Süd der Elektrokleingerätesparte der WMF Group hat Heinitz die Verantwortung für das Außendienstteam im Süden Deutschlands mit sechs Gebietsverkaufsleitern. Christian Dierks übernimmt die Funktion des Verkaufsleiters Außendienst Nord mit ebenfalls sechs Gebietsverkaufsleitern. Beide berichten an Uwe Störzer, Vertriebsleiter Deutschland/Österreich.

„Für die weitere erfolgreiche Entwicklung des Geschäftsbereichs spielt der Vertrieb eine maßgebliche Rolle. Mit Ralf Heinitz konnten wir einen in diesem Gebiet sehr erfahrenen Vertriebsprofi für unser Team gewinnen“, so Martin Ludwig, Geschäftsführer der Elektrokleingerätesparte der WMF Group. „So schaffen wir mit der Neubesetzung und der Aufteilung der Vertriebsgebiete die Voraussetzung für die weitere erfolgreiche Expansion der Elektrokleingerätesparte der WMF Group in Deutschland.“

Ecovacs will Erfolgskurs 2017 fortsetzen

Der Roboter-Spezialist Ecovacs hat im vergangenen Jahr seine Marktanteile in Deutschland und Europa deutlich gesteigert. Dazu hat neben der attraktiven Produktpalette mit Staubsauger- und Fensterputzrobotern auch die Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Handelspartnern und der Ausbau der Organisation beigetragen. So wurde die Zahl der Mitarbeiter in der Düsseldorfer Europa-Zentrale innerhalb der letzten 12 Monate mehr als verdreifacht. Unter den 25 Menschen, die dort arbeiten, befinden sich auch zahlreiche Mitarbeiter mit jahrelanger Erfahrung in der Elektronik- und CE-Branche.

Seit Anfang Mai 2016 liegt die Leitung des operativen Geschäfts der Ecovacs Europa-Zentrale in den Händen von Andreas Wahlich, der nach erfolgreichen Tätigkeiten bei Sony, Leica und zuletzt Samsung zu dem Roboter-Spezialisten stieß. PoS-MAIL hat mit Wahlich über seine Pläne für den deutschen Markt gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Wahlich, Ecovacs ist auf dem deutschen Markt erst seit relativ kurzer Zeit aktiv. Was für ein Unternehmen verbirgt sich hinter dieser Marke?

Andreas Wahlich: Die Ecovacs Group ist ein High-Tech-Unternehmen, das 1998 von Qian Dongqi zunächst als Elektronikhersteller gegründet wurde und seit 2006 im Zukunftsmarkt Robotics aktiv ist. Inzwischen arbeiten mehr als 6.000 Beschäftigte auf der ganzen Welt erfolgreich daran, unsere globale Präsenz auszubauen

Wachstum mit Robotern

und unsere Produktpalette in immer mehr Ländern zu vermarkten.

PoS-MAIL: Wie ist Ihre Position auf dem deutschen Markt?

Andreas Wahlich: Wir sind im vergangenen Jahr in Deutschland stark gewachsen und im zukunftssträchtigen Segment Saugroboter praktisch aus dem Nichts zur starken Nummer 2 aufgestiegen. Dabei haben wir prominente Namen aus dem Bereich der Consumer Electronics und Hausgeräte weit hinter uns gelassen und mit unserer attraktiven Produktpalette dazu beigetragen, dass sich der Markt schnell vergrößert. Aber auch durch unseren Anspruch als Innovationstreiber mit einem grossen Fokus auf ständige Forschung, Weiterentwicklung und Optimierung haben wir die Produktentwicklungen im Markt vorangetrieben.

PoS-MAIL: Welche Größenordnung hat dieses Marktsegment?

Andreas Wahlich: Der Absatz von Saugrobotern ist 2016 in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 30 Prozent auf fast 275.000 Stück gestiegen. Der Umsatz legte dabei sogar um fast 45 Prozent zu. Der Trend zur



Andreas Wahlich ist seit Anfang Mai 2016 für das operative Geschäft der Europa-Zentrale von Ecovacs Robotics verantwortlich.

Leert sich selbst: Deebot R98

Mit dem Deebot R98 stellt Ecovacs Robotics einen neuen Saugroboter vor, der das hohe Komfortniveau des automatischen Staubsaugens nochmals steigert: Er fährt bei vollem Behälter selbstständig in die Ladestation zurück, wo der Staub in einen speziellen Behälter eingesaugt wird. Anschließend setzt der Roboter seinen Saugauftrag fort. Das entlastet nicht nur den Besitzer, sondern verringert auch die Staubbelastung in der Luft, die bei händischen Entleerungen nicht zu vermeiden ist. Praktischer Nebeneffekt: Die Absaugvorrichtung der Ladestation lässt sich auch als kabelloser Handstaubsauger nutzen.

Mit der kostenlosen App kann der Roboter mit dem Smartphone gestartet, gestoppt und manuell manövriert werden. Zudem können per Cloud-Steuerung verschiedene Reinigungsmodi aktiviert werden. Im ersten Schritt nimmt der R98 dann einen Scan der Umgebung vor und zeigt auf dem Smartphone den Grundriss des Raumes. Anschließend können Saugrouten festgelegt und virtuelle Grenzen gezogen werden. Mit dieser Smart Navi-Technologie reinigt der Roboter jede Fläche nur einmal mit maximaler Leistung, umfährt Hindernisse und kommt dort hin, wo er seine Arbeit auch tatsächlich verrichten soll.

Denn die Aufladestation des Saugroboters ist mit einem abnehmbaren, kabellosen Handstaubsauger mit Zyklonsaugung ausgestattet. Mit einer Auswahl an Aufsätzen können verschiedene Flächen, die mit einem herkömmlichen Sauger nur schwer erreichbar sind, wirksam gereinigt werden.



Der Deebot R98 fährt bei vollem Behälter selbstständig in die Ladestation zurück, wo der Staub in einen speziellen Behälter eingesaugt wird. Die Absaugvorrichtung lässt sich auch als kabelloser Handstaubsauger nutzen.



Automatisierung rund um den Haushalt wird diese Entwicklung in den nächsten Jahren noch deutlich verstärken.

PoS-MAIL: Aber handelt es sich bei Saugrobotern nicht eher um Gadgets, die weniger den Fußboden reinigen als vielmehr dem Spieltrieb ihrer Besitzer gerecht werden?

Andreas Wahlich: Keinesfalls. Es ist zwar richtig, dass dieser Markt am Anfang von Gadgets geprägt war, aber das hat sich längst geändert. Moderne Saugroboter sind leistungsfähige Maschinen, die eine gute Reinigungswirkung erzielen. Das sehen Sie auch an den Durchschnittspreisen, die im vergangenen Jahr um mehr als 11 Prozent auf 291,65 Euro zugelegt haben. Und wenn Sie im Internet die Kundenbewertungen anschauen, dann finden Sie zahlreiche begeisterte Kommentare. Im Grunde verkaufen wir den Kunden nicht ein weiteres Haushaltsgerät, sondern mehr Freizeit, indem wir sie von lästiger Hausarbeit entlasten. Das drückt Ecovacs ja bereits im Unternehmensmotto aus: „Live Smart. Enjoy Life.“. Für dieses Plus an Lebensqualität geben die Konsumenten gerne Geld aus.

PoS-MAIL: Was zeichnet die Produkte von Ecovacs aus?

Andreas Wahlich: An erster Stelle steht vor allem die Frequenz und die damit verbundene tägliche Reinigung der Wohnräume, welche zu einem generell optimierten Sauberkeitsgrad führt. Daneben steht die hohe Saugleistung, lange Akku-Laufzeiten und hoher Bedienkomfort. So scannt z. B. unser Deebot R95 erst einmal den Raum oder die Wohnung. Dann kann man mit der kostenlosen Smartphone-App einzelne Räume auswählen und dabei ge-

benenfalls ganz einfach auf dem Display Bereiche markieren, die der Roboter meiden soll, z. B. weil dort Kabel liegen. Ende Mai legen wir mit dem Deebot R98 in Sachen Komfort noch einmal nach. Dieser Roboter entleert automatisch seinen Staubbehälter auf der Absaugstation, die man zusätzlich als kabelloser Handstaubsauger nutzen kann. Unsere Saugroboter erkennen Hindernisse und Treppenstufen, und einige Modelle können nicht nur staubsaugen, sondern auch feucht wischen. Diese Ausstattung verpackt Ecovacs mit gutem Grund in einem modernen Design, denn Roboter stehen ja nicht im Besenschrank, sondern in Wohnräumen. Wir freuen uns deshalb besonders darüber, dass unser Deebot M88 im vorigen Jahr den iF Design Award gewonnen hat.

Im Laufe dieses Jahres werden wir das bereits auf der IFA angekündigte Unibot Modell einführen, das über die Bodenpflege hinaus auch Anwendung im Smart Home findet. Dieser netzwerkfähige Roboter kann unter anderem mit einem Kameramodul ausgestattet werden und die Signale von anderen Geräten, z. B. Rauchmeldern oder Einbruchsensoren, über Infrarot oder WLAN kommunizieren, um sie mit entsprechenden Bildern an die Smartphones ihrer Besitzer weiterleiten.

PoS-MAIL: Welche Ecovacs Produkte sind Ihrer Meinung nach noch für den Fachhandel wichtig?

Andreas Wahlich: Während der Deebot unser stärkstes Produkt auf dem europäischen Markt ist, sollte man den Winbot nicht außer Acht lassen. Hierbei handelt es sich um eine preisgekrönte Serie von Fensterreinigungsrobotern und zugleich um ein einzigartiges Produkt unter den Haushaltsrobotern, das ausschließlich von Ecovacs entwickelt wurde und vor allem für Haushalte mit großen oder schwer erreichbaren Fenstern interessant ist.

PoS-MAIL: Bisher haben wir vor allem über Produkte gesprochen. Welche Ideen haben Sie für die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel?

Andreas Wahlich: Wir haben bereits zahlreiche Fachhändler für eine Zusammenarbeit gewonnen und bauen unsere eigene Vertriebsbasis stetig aus. Dabei stoßen wir auf großes Interesse, denn wir betreuen unsere Handelspartner direkt mit einem wachsenden Außendienst und sorgen mit einem durchdachten europäischen Preis-System für margenstabile Geschäfte. Zur Zeit bauen wir ein attraktives Sortiment von PoS-Materialien auf, das in Kürze verfügbar sein wird, und unterstützen unsere Handelspartner auch durch Schulungen und Trainings. Damit ist Ecovacs ein kompetenter Partner für aktive Fachhändler, die in den Wachstumsmarkt Robotics einsteigen wollen.

PoS-MAIL: Was sollten Fachhändler Ihrer Meinung nach tun, um in diesem Markt Erfolg zu haben?

Andreas Wahlich: Sie sollten vor allem Kunden – und Lösungsorientierung mitbringen. Es geht heutzutage darum, dass die Wohnung sauber ist, ohne dass jemand beim Reinigen anwesend sein muss. Er sollte des Weiteren Kompetenz für die neuen Technologien und das smarte Zuhause entwickeln und dieses Know-how auch deutlich machen. Dazu gehört vor allem ein angemessenes Sortiment, das übrigens nicht unbedingt nur aus Ecovacs-Produkten bestehen muss. Viele Konsumenten sind über die Anwendungsmöglichkeiten und die Leistungsfähigkeit von Robotern nicht oder nur unzureichend informiert. Deshalb lohnt sich die Beratung durch qualifiziertes Verkaufspersonal, das im besten Fall von der Leistung von Robotern so begeistert ist, wie diese es verdienen.

PoS-MAIL: Herr Wahlich, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

BSH setzt in 2016 profitablen Wachstumskurs fort

50 Millionen Hausgeräte

Im fünfzigsten Jahr ihres Bestehens hat die BSH weltweit 50 Millionen Geräte verkauft. Damit erzielte die BSH Hausgeräte GmbH auch im Geschäftsjahr 2016 mit 13,1 Milliarden Euro einen Rekordumsatz und entwickelte sich deutlich besser als der Markt. So bestätigte der Hersteller nicht nur seine Position als Marktführer für Hausgeräte in Europa, sondern unterstrich auch seine Rolle als weltweite Nummer 2.



Dr. Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung.

Während der Markt für Hausgeräte weltweit um 0,5 Prozent gewachsen ist, konnte die BSH ein Plus von 3,5 Prozent erzielen; währungsbereinigt ergab sich sogar ein Umsatzwachstum von 7,1 Prozent. „Unsere strategische Ausrichtung, bei allen Unternehmensaktivitäten den Konsumenten in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen, zeigt deutliche Erfolge“, erklärte Dr. Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. „Wir freuen uns sehr, im Jubiläumsjahr unseren profitablen Wachstumskurs fortgesetzt zu haben.“ Diese Wachstumsdynamik will die BSH nutzen, um die Voraussetzungen für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft zu schaffen. Neben der konsequenten Weiterentwicklung regionaler Märkte und der Positionierung seiner Marken setzt das Unternehmen besonders auf die Vernetzung mit dem offenen System Home Connect.

Positive Bilanz in allen Regionen

Im gesättigten Markt Europa stieg der Umsatz währungsbereinigt im Vergleich zum Vorjahr um 4,8 Prozent (2,8 Prozent in Euro). Noch erfreulicher verlief die Entwicklung in der Region Asien-Pazifik. Vor allem die ansteigende Nachfrage nach Hausgeräten im bevölkerungsreichen indischen Markt sorgte für ein Plus von 9,3 Prozent in lokaler Währung (7,7 Prozent in Euro).

Die Region Greater China (China-Hongkong-Taiwan) legte 2016 um mehr als 7,7 Prozent zu (1,6 Prozent in Euro). Allein in China konnte die BSH im vergangenen Jahr ihren Umsatz mit Geschirrspülern um 43 Prozent steigern. Am 11. November 2016, dem sogenannten „Singles' Day“ in China, erhöhte das Unternehmen seinen Online-Umsatz um 58 Prozent und nahm an diesem Tag Bestellungen im Gesamtwert von 170 Millionen Euro entgegen. Der Umsatz in der Region Nordamerika wuchs um 2,6 Prozent in US-Dollar (2,3 Prozent in Euro). Positiv entwickelten sich die Geschäfte auch in der Region Türkei, Mittlerer Osten, Afrika und Russland mit einem Wachstum von 15,8 Prozent (5,0 Prozent in Euro).

Zum Jahresende beschäftigte die BSH-Gruppe weltweit 58.339 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (plus 3,2 Prozent), davon 17.628 in Deutschland (plus 3,8 Prozent).

Wachstum mit Vernetzung

Auch die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung erreichten 2016 mit 4,4 Prozent vom Umsatz ein Rekordniveau. Im vergangenen Jahr hat die BSH das neue, weltweit tätige Technologiezentrum in Bangalore, Indien eingeweiht und die Aktivitäten in chinesischen Nanjing, China ausgeweitet. Mit den internationalen Technologiezentren und der dort angesiedelten Produktentwicklung will das Unternehmen den regional unterschiedlichen Konsumentenbedürfnissen und -erwartungen gerecht werden.



Der persönliche Küchenassistent Mykie basiert auf der Kombination von vernetzten Geräten mit innovativen Cloud-Diensten.

Wachstumspotenziale sieht die BSH vor allem in der Vernetzung von Hausgeräten mit Home Connect. Das wegweisende Konzept stellt den Kunden nicht nur Steuerungs- und Monitoringfunktionen zur Verfügung, sondern fungiert auch als Eintrittskarte in eine neue Welt von Online-Diensten, die gemeinsam mit Partnern zur Verfügung gestellt werden.

So ist es dank einer Kooperation mit Amazon Alexa seit Ende vergangenen Jahres möglich, Home Connect auch mit Sprachsteuerung zu bedienen. Auch der erstmals auf der IFA 2016 gezeigte persönliche Küchenassistent Mykie wird weiterentwickelt. Mykie steht für „my kitchen elf“; der kleine Helfer kann z. B. durch die Home Connect Vernetzung erkennen, welche Lebensmittel im Kühlschrank sind, und sofort Vorschläge machen, was man damit kochen kann. Der eingebaute Projektor gibt dann auf Wunsch Videos wieder, die die Zubereitung Schritt für Schritt erklären. Gesten- und Sprachsteuerung machen das Kochen leichter, und mit seinen audiovisuellen Fähigkeiten kann Mykie sogar Freunde zum gemeinsamen Kochen vereinigen, obwohl diese räumlich getrennt sind. Ob, wie und wann der Küchenelf zu einem marktgängigen Produkt wird, ist noch offen.

Samsung Roadshow 2017

Samsung startete Anfang März in Köln seine Roadshow 2017. Unter dem Motto „Lifestyle is our Business“ präsentierte das Unternehmen vor mehr als 2.000 Händlern, Partnern und Medienvertretern die neuen Samsung QLED TV-Geräte, das Galaxy Tab S3, Highlights aus den Bereichen Printing, Display und Storage sowie Neuheiten aus den Bereichen Waschen, Kühlen, Einbau und Bodenpflege. Sehr positiv wurde der erste Samsung Summit „Rethink! Frisches Denken für den Handel“ aufgenommen. Hier konnten sich Roadshow-Besucher bei Vorträgen von Top-Sprechern von Google, der GfK und dem Fraunhofer IAP über Lifestyle-Themen und Trends der CE- und B2B-Branche informieren.



Pressekonferenz zum Auftakt der Samsung-Roadshow 2017

Geschäftsmodell Lifestyle

Auf über 4.000 Quadratmetern präsentierte Samsung in Köln sein neues Produktportfolio. „Beim Roadshow Kick-off haben wir gezeigt, wie Technik den Lifestyle der Menschen prägt und unsere Partner dazu inspiriert, dieses Wissen in ihre Verkaufsstrategien einzubeziehen“, sagte Martin Börner, Deputy President Samsung Electronics GmbH. „Das Feedback der Fachhändler war eindeu-

tig: Unser neues Line-up wird von unseren Partnern sehr positiv angenommen, denn wir liefern Produkte, die in ihrer Funktionalität und ihrem Design den Lebensstil der Konsumenten widerspiegeln.“

Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH zeigte sich zum Roadshow Auftakt ebenfalls überaus zufrieden: „Mit Samsung QLED TV feiert eine

gänzlich neue TV-Kategorie auf der Samsung Roadshow Deutschlandpremiere – wir freuen uns über die äußerst positiven Rückmeldungen unserer Fachhandelspartner zu diesem neuen Produkt“, erklärte er vor der Fachpresse.

„Jahr des Handel(n)s“

Für den Home Appliances-Bereich von Samsung ist 2017 das „Jahr des Handel(n)s“ (siehe PoS-MAIL 1-2/2017, Seite 16). Mit einem starken Produktsortiment rund um die AddWash Waschmaschinen-Familie möchte man die Position im Markt stärken. Auf der Roadshow konnten die Besucher Neuheiten wie den Wärmepumpentrockner DV8000M, Twin-Kühl- und -Gefriergeräte sowie einen Side-by-Side-Kühlschrank mit integriertem 4,5-Liter-Wassertank (siehe Kasten), einen Twin Cooking Ofen mit Pyrolyse, einen Waterwall Geschirrspüler sowie neue Powerbot Saugroboter erleben.

Weltpremiere im Tablet-Segment

Frisch vom MWC zeigte Samsung mit dem Galaxy Tab S3 ein neues Premium-Entertainment-Tablet mit 9,7-Zoll-sA-MOLED-Display mit HDR-Technologie. Für den professionellen Einsatz hat Samsung das Galaxy Book im Portfolio. Das 2-in-1-Gerät ermöglicht mit Core i5-Prozessor, Windows, Akkulaufzeit von bis zu zehn Stunden, Tastatur und S Pen mehr Mobilität im Arbeitsalltag.

Rethink!

Premiere feierte in diesem Jahr die Samsung Summit 2017 „Rethink! Frisches Denken für den Handel“. Das neue Konferenzformat bot den Fachbesuchern an drei Tagen Vorträge zu Trendthemen und Praxis-Insights aus der CE- und der B2B-Branche mit Top-Sprechern von der GfK, Google und dem Fraunhofer IAP. „Die Verbindung zwischen Technologie und Lifestyle ist 2017 ein zentraler Erfolgsfaktor. Um unser gemeinsames Business zu stärken, möchten wir dieses Wissen mit unseren Partnern im B2B- und B2C-Bereich teilen. Dafür hat sich der Samsung Summit als ein gewinnbringendes Format erwiesen, das wir auch zukünftig als einen festen Bestandteil auf unserer Roadshow etablieren werden“, sagt Georg R. Rötzer, Vice President Corporate Marketing Samsung Electronics GmbH.

Highlights aus den Bereichen Kühlen und Trocknen



Der neue Side-by-Side Kühlschrank von Samsung hat einen 4,5 Liter Wassertank und kommt für die Eiszubereitung auch ohne Festwasseranschluss aus.

Wer kennt das nicht? – Der Kühlschrank ist überfüllt, der Gefrierschrank zu klein und für neu gekaufte Lebensmittel bleibt kaum noch Platz. Die Folge: Lebensmittel werden nicht mehr gesehen und dann unnötig nachgekauft. Mit gleich zwei neuen Familienmitgliedern im Bereich Kühlen sorgt Samsung für ausreichend Übersicht und Ordnung, und das nicht nur in puncto Lebensmittelorganisation. Samsung zeigte im Rahmen der Roadshow die neuen eintürigen Kühl- und Gefriergeräte der Serie RR7000 als Produktzwillinge. Die Samsung „Twins“ können einzeln im Raum oder durch ein Verbindungssset direkt nebeneinandergestellt werden. Ausgestattet mit externem Display und flachem Türdesign, passen Kühl- und Gefrierschrank in jede moderne Küche, denn Standort und Kombination können flexibel den Platzbedürfnissen werden. Mittels Verbindungssset wird aus beiden Geräten, dem Kühlschrank RR39 und dem Gefrierschrank RZ32, quasi eine Side-by-Side-Variante, die mit einem Nutzinhalt von knapp 700 Litern das bisher größte Raumangebot von Samsung bietet. Ebenfalls ein neues Familienmitglied im Portfolio Kühlen ist der RS6500 Side-by-Side Kühlschrank – jetzt auch mit integriertem 4,5 Liter Wassertank und bewährtem Precise Chef Cooling. Durch den Wassertank kommen die Anwender auch ohne Wasseranschluss in den Genuss von gekühltem Wasser und erfrischenden Eiswürfeln. Precise Chef Cooling gleicht Temperaturschwankungen, die durch das Öffnen und Schließen des Kühlschranks entstehen und Aromen und Frische der Lebensmitteln beeinflussen können, schnell wieder aus.

Darüber hinaus bietet der RS6500 zahlreiche Technologien, die sich bereits bei früheren Side-by-Side Kühlschränken von Samsung bewährten haben, zum Beispiel Total NoFrost+ und Twin Cooling Plus.

Wifi-fähiger Trockner mit Sensorsteuerung

Samsung erweitert sein Line-up um ein neues Modell für schnelles und effizientes Trocknen: den Wärmepumpentrockner DV8000, der sich durch ein besonderes Feature auszeichnet. Mit Wifi SmartControl kann der Trockner von unterwegs kontrolliert und gesteuert werden; auch einzelne Programme wie Knitterschutz lassen sich über das Smartphone aktivieren. Besonders praktisch für Platzsparer ist der neue Verbindungssatz, mit dem sich Waschmaschine und Trockner übereinander stapeln lassen. Für effizientes Trocknen gibt es die intelligente Sensortechnologie OptimalDry. Durch konstante Messung der Luft- und Temperaturbedingungen in der Trommel wird verhindert, dass Programme unnötig lange laufen oder übermäßige Hitze entsteht. Das kann Energie und Zeit sparen und die Kleidung schonen. Den Trockner steuern, die Restzeit und den Energieverbrauch einsehen oder Lieblingsprogramme speichern – das alles ist mit der Smart Home App möglich, mit der sich alle smarten Hausgeräte von Samsung sogar von unterwegs aus steuern lassen.



Die Steuerung des Trockenvorgangs ist dank Wifi Smart Control von unterwegs möglich.

ProTour 2017

Die neuen Kleingeräte von Bosch und Siemens



Kaffee war bei Siemens im Rahmen der ProTour ein wichtiges Thema. Neu im Programm: Der Vollautomat EQ9, der per Home Connect App gesteuert werden kann.

Vom 9. bis 30. März präsentierten Bosch und Siemens im Rahmen der ProTour 2017 ihre neuen Kleingeräte. In Leipzig, Köln, Stuttgart, Nürnberg, Mainz, Hannover und München konnten sich die Fachhandelspartner über das aktuelle Sortiment informieren. Dabei gab es für Haushalt, Küche und das vernetzte Zuhause gute Ideen.

Welche Produkte haben die Entwickler des größten Hausgeräteherstellers in Europa in den vergangenen Monaten konzipiert? Welche Trends werden dieses Jahr den Markt erobern? Diese zwei zentralen Fragen bestimmten die diesjährige ProTour.

Kaffee per Home Connect App

Bei Siemens stand unter anderem das Thema Kaffee im Mittelpunkt. Mit dem EQ.9 connect präsentiert das Unternehmen seinen ersten freistehenden vernetzten Kaffeefullautomaten. Durch die Home Connect App können in der coffeePlaylist die individuellen Kaffeavorlieben im Voraus geplant werden – der baristaMode, bekannt aus der EQ.9 s700, macht Individualisierung möglich. Mit der coffeeWorld erhalten zudem internationale Kaffeespezialitäten Einzug in die heimische Kaffeetasche.



Das neue Dampfbügeleisen iQ300 XTRM von Siemens arbeitet mit 2.850 Watt, eine integrierte Steuerungsfunktion sorgt für effiziente Temperatursteuerung.

Bügeln mit IQ

Mit dem Bügeleisen iQ300 XTRM erweitert Siemens sein iQ Produktportfolio um ein neues leistungsstarkes Dampfbügeleisen. Dank einer Leistung von 2.850 Watt und der extremePower Technologie geht das Bügeln leicht von der Hand. Die bewährte dripStop Funktion verhindert Wasserflecken und schützt so die Kleidung. Dies wird durch eine integrierte Steuerungsfunktion möglich, die dafür sorgt, dass der Wasserfluss in Abhängigkeit von der Temperatur gesteuert wird.

Die bewährte dripStop Funktion verhindert Wasserflecken und schützt so die Kleidung. Dies wird durch eine integrierte Steuerungsfunktion möglich, die dafür sorgt, dass der Wasserfluss in Abhängigkeit von der Temperatur gesteuert wird.

Frühjahrsputz zum Mitnehmen

Mit dem Z3 multiClean bringt Siemens einen besonders kompakten Staubsauger auf den Markt. Er eignet sich gut für den Transport und kann somit auch im Auto eingesetzt werden. Das Zubehör des Z3 umfasst einen Echthaar Möbel-Pinsel, eine XXL-Fugendüse für die Ecken und eine Polsterdüse, mit der auch empfindliche Stoffe richtig sauber werden. Dank Energieeffizienzklasse A arbeitet der Z3 multiClean sparsam.



Saugen im Auto, kein Problem: Dank seiner kompakten Maße eignet sich der neue Z3 multiClean gut für den Transport.



Power aus dem Glas

Bei Bosch hat das Thema feine und gesunde Küche einen zentralen Stellenwert. Neu ist unter anderem der VitaExtract Slow Juicer, der auf Knopfdruck den maximalen Anteil an Saft aus Äpfeln, Karotten & Co. herausholt – selbstverständlich ohne Kerne. Mit Fruchtfleisch oder lieber ohne? Dank entsprechender Filter kann der Gehalt bei jedem Wunschgetränk individuell angepasst werden. Damit nicht nur grüne, sondern auch rote und gelbe



Der VitaExtract Slow Juicer holt, laut Bosch, den maximalen Anteil an Saft aus Früchten heraus – mit und ohne Fruchtfleisch.

Smoothies einfach und leicht gelingen, hat Bosch den Hochleistungs-Standmixer VitaBoost entwickelt. Dank seines starken Motors und verschiedener Automatikprogramme werden Salat und Früchte jeglicher Art innerhalb weniger Sekunden zu einem cremigen Smoothie verarbeitet.



Mit den neuen Vorsätzen für die Bosch Küchenmaschine Optimum gelingen Pastavariationen im Handumdrehen.

Gute Vorsätze für Pastafreunde

Mit den für die Bosch Küchenmaschine OptiMUM konzipierten Lifestylesets PastaPassion 1 und 2 gelingen ab sofort Self-made-Pastakreation im Handumdrehen: Mit Hilfe des entsprechenden Profi-Pastavorsatzes aus verchromtem Stahl zaubert die Optimum aus frischem Nudelteig wahlweise Tagliatelle oder Lasagneblätter in neun verschiedenen Stärken, und zwar ohne Einsatz von Muskelkraft. Fusilli oder Rigatoni, zwei weitere echte italienische Klassiker, gelingen ebenfalls mühelos mit den passenden Vorsätzen.

Sicheres Zuhause

Ein sicheres Zuhause – das wird in Zeiten steigender Einbruchzahlen zu einem immer wichtigeren Wunsch. Damit dieser zur Realität wird, präsentierte Bosch Smart Home auf der ProTour die Erweiterung des bewährten Systems um einen Rauch- und Bewegungsmelder sowie den Szenario-Manager. Praktisch: Der Rauch- und Bewegungsmelder ist einfach per App steuerbar und kann problemlos in das bestehende Bosch Smart Home System integriert werden. Besonders komfortabel funktioniert der neue Szenario-Manager, der es einfach macht, die Einstellung des vernetzten Zuhauses für verschiedene Informationen festzulegen. Parallel dazu konnten sich die Besucher der ProTour über drei neue Lösungen im Bereich Smart Home informieren: eine 360°-Innenkamera, eine Eyes Außenkamera sowie ein Premium-Rauchwarnmelder mit Luftgütesensor.

Stark, intuitiv, vielseitig einsetzbar



Der neue Dirt Devil Blade eignet sich für Single-Haushalte, Tierfreunde und Familien.

Akku-Staubsauger Dirt Devil Blade

Royal Appliance stellt mit dem Akku-Staubsauger Blade das erste Modell der neuen Generation multifunktionaler Akku-Staubsauger vor. Der ergonomische Sauger zeichnet sich durch ein elegantes Design aus und ist in den Farben Rot und Blau erhältlich. Seinen Einsatzbereich soll das im Handumdrehen vom Stielsauger zum Handsauger umfunktionierbare Gerät in Single-Haushalten, bei Tierbesitzern und Familien finden.

Im Blade kommen zwei eigens entwickelte Technologien zum Einsatz. Die Direct Helix Technology ermöglicht dank verbesserter Luftstromführung eine hohe Saugleistung, denn der spiralförmige Sog strömt direkt vom Saugrohr zur Cyclonen-Einheit. Die Smart Control Steuerung sorgt für komfortable Bedienung, denn durch moderne und übersichtliche Anordnung der LED-Batterieanzeige und der Modus-Tasten kann der Dirt Devil Blade individuell eingestellt werden.

Der Lithium-Ionen Akku ermöglicht eine konstante Saugleistung von bis zu 45 Minuten; nach 4 Stunden Pause an der Steckdose ist der kabellose Staubsauger wieder einsatzbereit. Dank zweier Leistungsstufen ist der Blade gleichermaßen für die Reinigung von Teppichen und glatten Flächen geeignet. Für die gründliche, mühelose Reinigung von Teppichen ist eine motorbetriebene Turbo-

bürste im Lieferumfang enthalten. Durch einfaches Lösen des Saugrohrs kann der Stielsauger auch als Handstaubsauger genutzt werden. Der Dirt Devil Blade ist ab Sommer 2017 erhältlich. Der UVP steht noch nicht fest. Je nach Modell variieren Zubehör und Akkuleistung.

Wichtige Auszeichnungen

Neben der Auszeichnung des Blade mit dem renommierten Plus X-Award für Qualität, Funktionalität und Formgebung landete Dirt Devil auch beim Wochenmagazin Wirtschaftswoche weit vorn. In Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen Service Value erhob die Zeitschrift erstmals die Kundensicht für den zentralen Verbraucher-Service von 324 Unternehmen aus 27 Branchen. Insgesamt 19 Hersteller von Elektrokleingeräten gehörten zur bundesweiten Umfrage.



Markus Monjau, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing bei Royal Appliance International für die Marke Dirt Devil, freute sich über die Auszeichnung des Wochenmagazins Wirtschaftswoche.

Dirt Devil landete in der Kategorie Technischer Service für Gebrauchsgüter in der Branche Elektrokleingeräte unter den Top 5 und positioniert sich damit deutlich in der obersten Liga.

„Wir freuen uns sehr über das hervorragende Ergebnis“, erklärte Markus Monjau, der als Geschäftsführer Vertrieb & Marketing bei Royal Appliance International für die Marke Dirt Devil verantwortlich ist. „Es bestätigt, dass uns neben der klaren Positionierung als Hersteller innovativer, preis-leistungsstarker Produkte auch die Kundenzufriedenheit sehr wichtig ist und dies vom Verbraucher honoriert wird.“

Oehlbach schafft problemlosen Übergang zu DVB-T2 HD

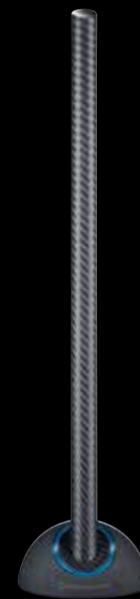
Gut gerüstet

Passend zum Übergang zum hochauflösenden DVB-T2 HD bietet der Elektronikspezialist Oehlbach neben der mit 24-Karat-vergoldeten Kontakten und integriertem Signalverstärker ausgestatteten XXL Razor Flat drei weitere Antennenmodelle an, die sich in Design und Qualität von sehr gut bis überragend unterscheiden. Dazu gehört auch der Stiftung Warentest TestSieger Scope Vision.



Die Oehlbach Scope Vision ist besonders kompakt, flexibel in Handhabung und erzielt nach Angaben von Stiftung Warentest herausragende Ergebnisse beim Empfang. So setzte sich die Scope Vision gegen

13 weitere, teils deutlich größere und teurere Antennen durch und erzielte in allen Bereichen Bestnoten sowie das Gesamtergebnis „sehr gut“. Die Oehlbach Scope Vision ist zum UVP von 49,99 Euro erhältlich.



Die Stabantenne Oehlbach Scope Max (verfügbar in Schwarz und Weiß) verbindet schickes, modernes Design mit hochwertiger Empfangstechnik und macht in jeder Umgebung eine gute Figur. Vergoldete Kontakte und ein rauscharmer Verstärker runden den Funktionsumfang ab. Die Oehlbach Scope Max ist zum UVP von 69,99 Euro verfügbar.

Für die neue Oehlbach Digital Flat 2.5 wurden hochwertige Materialien verwendet: Vergoldete Kontakte und ein abnehmbarer, besonders rauscharmer Verstärker sorgen für beste Empfangs-Ergebnisse.

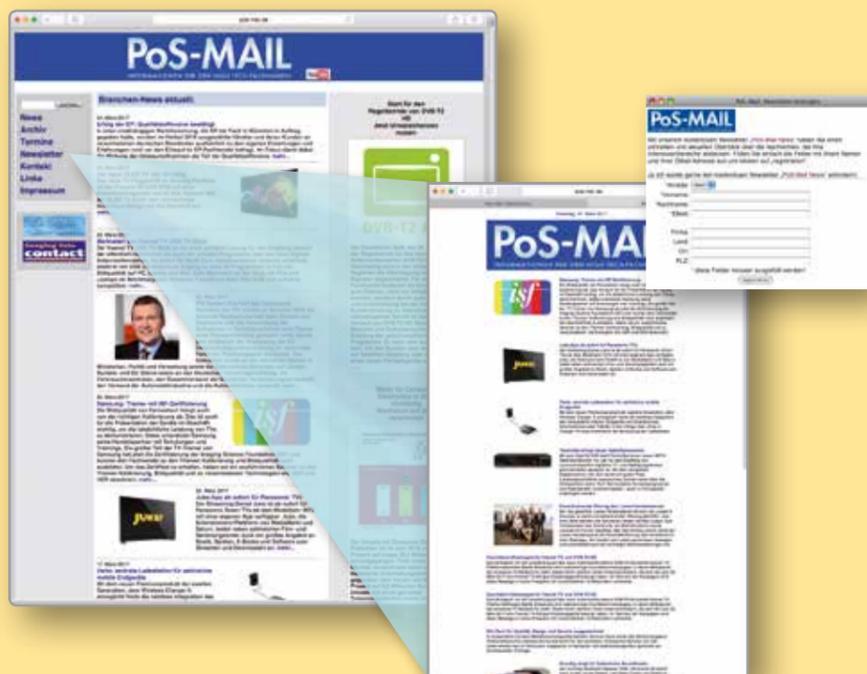
Die Antenne ist in den Farben schwarz und weiß erhältlich und verfügt jeweils über eine edle UV-Hochglanzlackierung. Der UVP beträgt 89,00 Euro.



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

Jeden Monat informieren wir Sie in PoS-MAIL über die aktuellen Marktentwicklungen in der Hightech-Branche. Dazwischen bleiben Sie mit unserem aktuellen Internet-Informationssdienst www.pos-mail.de und dem wöchentlich erscheinenden PoS-MAIL Newsletter auf dem Laufenden.



Das mehrmals täglich aktualisierte Internet-Portal informiert Sie ständig über brandneue Produkte, Marketing-Aktivitäten und personelle Veränderungen in der Hightech-Branche. Zudem haben Sie Zugriff auf die wichtigsten Artikel der aktuellen PoS-MAIL Ausgabe im PDF-Format und können über ein Archiv auch auf die Inhalte früherer Ausgaben zurückgreifen – und zwar bis zum Jahr 2003. Eine Suchfunktion macht es einfach, die aktuellen Meldungen zu einem be-

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

Mit einem Klick kommen Sie zudem auf das News-Portal unserer Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact*, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland.

Jede Woche informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der Hightech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren:

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Am Gelde hängt nicht alles

Die ostfriesische Unternehmensgruppe Bunting will einen Teil ihrer Beschäftigten in Zukunft nicht nur mit Geld, sondern auch mit Einkaufsgutscheinen bezahlen. Für bis zu fünf Prozent des Lohnes oder Gehaltes gilt dann: Nicht nur Bares ist Wahres.

Das ist doch einmal eine originelle Idee – auch wenn ich froh bin, dass mein Verleger zu meiner aktiven Zeit nicht versucht hat, einen Teil meines spärlichen Salärs in Form von Gutscheinen für PoS-MAIL-Abos oder gar Anzeigen auszuzahlen. Nun ist die Bunting Gruppe seit Anfang dieses Jahres ja nicht mehr in unserer Branche tätig, sondern hat ihre Telepoint-Fachmärkte entweder geschlossen oder an expert Bening verkauft. Ob dabei Geld geflossen ist oder wenigstens Einkaufsgutscheine ausgestellt wurden, weiß ich nicht. Ich weiß allerdings, dass Dirk Bening seine Fachmarktkette, einschließlich der Telepoint Filialen, inzwischen an die expert Wachstums- und Beteiligungs AG verkauft hat, und das wahrscheinlich nicht gegen Einkaufsgutscheine. Oder doch? Das würde erklären, warum der expert Kollege Flösch seine Läden lieber an die MSH verhökert hat - gegen Bares.

Ich finde aber, dass dieses Beispiel weit über die Bezahlung von Mitarbeitern hinaus Schule machen sollte. Bieten Sie doch ihrem Samsung-Außendienstler beim nächsten Besuch an, einen Teil der Ware mit Einkaufsgutscheinen zu bezahlen, z. B. für einen LG OLED-TV oder eine Miele Waschmaschine. Geld wird ja, wie wir wissen, ohnehin überschätzt. Unser Finanzminister Schäuble möchte Bares ohnehin am liebsten abschaffen, um das organisierte Verbrechen oder gar den Terrorismus zu bekämpfen. Am Ende kommt der noch auf die Idee, meine Rente in Form von Einkaufsgutscheinen auszuzahlen. Hoffentlich muss ich dann nicht zum Einkaufen nach Ostfriesland fahren, damit die Buntings ihre Mitarbeiter entlohnen können.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31
Fax: (0 21 02) 20 27 - 49

Online: <http://www.pos-mail.de>



Herausgeber:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Geschäftsführer:
Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Lidija Zimmek
Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

Christina Metzger • TiMe GmbH
Glückaufstr. 57 • 45481 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 19
v. 1. Januar 2017.



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte
geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder
und Manuskripte wird keine Verant-
wortung übernommen. Rückporto ist bei-
zufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher
Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-
gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats,
außer am 1. Januar und am 1. Juli.
Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635

