PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Januar/Februar 2019

ISSN 1615 - 0635 • 5,– €
20. Jahrgang • 51612

www.pos-mail.de

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

- Unterhaltungselektronik
- Informationstechnologie
- Telekommunikation
- Infotainment
- Foto & Imaging

Besuchen Sie PoS-MAIL im Internet!

www.pos-mail.de

Die Hightech-Trends von der CES

Alles wird intelligent

Mit einer Netto-Ausstellungsfläche von 270.000 Quadratmetern und mehr als 4.500 Ausstellern, davon gut 1.200 Start-ups, war die CES 2019 in Las Vegas wieder ein spektakulärer Jahresauftakt für die Hightech-Branche. Aufgrund ihres inzwischen fast unüberschaubaren Portfolios, das von Unterhaltungselektronik und Hausgeräten über das smarte Zuhause, smarte Städte und Robotik bis zum autonomen Fahren oder sogar Fliegen reicht, ist die Riesenmesse als Einkaufsplattform für den europäischen Fachhandel eher weniger geeignet als die in dieser Disziplin ungeschlagene IFA. Da sich die verschiedenen Technologie-Sektoren inzwischen aber immer stärker gegenseitig beeinflussen und überlappen, ist die CES eine einzigartige Gelegenheit, die Technologie-Trends für die Zukunft zu erspüren und neugierige Blicke über die gewohnten Branchenzäune zu werfen. Das wollten sich nach vorläufigen Zahlen auch in diesem Jahr mehr als 180.000 Besucher nicht entgehen lassen.

Tatsächlich bot die CES einen spannenden Ausblick darauf, wie sich das Zusammenspiel von innovativen Technologien wie 5G Mobilfunk, künstlicher Intelligenz, erweiterter und virtueller Realität und Robotik in den nächsten Jahren entwickeln wird. Dabei dürften die Auswirkungen auf das Alltagsleben schneller zu spüren sein, als viele erwarten, und sie werden nicht nur für die Ausstattung technischer Geräte Konsequenzen haben, sondern auch für die Geschäftsmodelle von Herstellern, Dienstleistern und Einzelhändlern. So erwartet die Consumer Technology Association (CTA), der Veranstalter der CES, dass z. B. der Umsatz von Streaming-Diensten in den USA

→

Abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter: pos-mail@cat-verlag.de

Jetzt anmelden!

EDITORIAL

Ende der Kopflosigkeit?

Am 1. März bekommt die Ceconomy AG nach dem Ausscheiden von Pieter Haas im Oktober 2018 wieder einen „richtigen" CEO. Jörn Werner hat dann die herausfordernde Aufgabe, das schlingernde Dickschiff des deutschen Heimelektronik-Handels wieder auf Kurs zu bringen. Zu beneiden ist er darum nicht.

Der 57jährige bringt durchaus Erfahrung bei der Sanierung von Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit. Bei Conrad Electronics und A.T.U. hat er gute Ergebnisse erzielt. Allerdings spielt die Ceconomy AG im Vergleich zu Werners früheren Arbeitgebern schon von der Größe her in einer anderen Liga: Mit 59.000 Mitarbeitern und einem zuletzt auf 21,4 Milliarden Euro zurückgegangenen Jahresumsatz ist Ceconomy viel größer als A.T.U. mit rund 1 Milliarde Umsatz und 10.000 Beschäftigten.

Die wichtigsten Baustellen für Werner sind bekannt: Das Online-Geschäft muss ausgebaut und profitabel gemacht werden, und MediaMarkt/Saturn verlangen im Grunde nach einer völlig neuen Strategie im stationären Geschäft. Denn die Nachfrage nach Technik-Produkten wird nicht wesentlich wachsen, und der Preisverfall lässt sich kaum auf der Kostenseite ausgleichen. Das hat Ceconomy durchaus mit dem inhabergeführten Fachhandel gemeinsam.

Auch wenn der eine oder andere die Entwicklung bei Ceconomy mit einem zumindest heimlichen Grinsen beobachtet hat, gibt es für Häme keinen Anlass. Denn zum einen sind personelle oder strategische Turbulenzen in jüngster Zeit auch bei angesehenen Kooperationen aufgetreten, und zum anderen ist niemandem damit gedient, wenn der größte Elefant im Porzellanladen des Technikmarktes auf dem letzten Loch trompetet. Deshalb ist es im Interesse der ganzen Branche und auch des Fachhandels, dass Werner in seinem neuen Job Erfolg hat. Denn dann gäbe es wenigstens die Chance, die Wertevernichtung bei Unterhaltungselektronik und Hausgeräten zu beenden.

Thomas Blömer

Google widmete einen Ausstellungsbereich den Produkten, die den Google Assistant unterstützen.

in diesem Jahr den Umsatz mit Fernsehgeräten deutlich übertreffen wird. Das ist nur ein Hinweis darauf, dass nach dem Start des digitalen Zeitalters im Jahr 2000 und dem Beginn der Ära der vernetzten Produkte im Jahr 2010 nun im Jahr 2020 tatsächlich das Zeitalter der Daten beginnen könnte, die dann die Hardware als wichtigste Ware ablösen.

Intelligenz für alle?

Das viel diskutierte Internet der Dinge und die ebenso viel diskutierte künstliche Intelligenz gehen Hand in Hand. Selbstlernende Systeme sollen untereinander Daten austauschen und daraus die richtigen Schlüsse ziehen. Wenn das einigermaßen nutzerfreundlich funktionieren soll, muss die Branche über Insel-Lösungen herauskommen. Das stellt vor allem die großen Treiber der IoT-Szenarien vor Herausforderungen. Einerseits entwickeln sie eigene AI-Plattformen wie Amazon mit Alexa, Google mit dem gleichnamigen Assistenten, LG mit ThinQ AI oder Samsung mit SmartThings, unterstützt vom Sprachassistenten Bixby. Andererseits versuchen sie für diese Plattformen immer mehr Partner zu gewinnen, um die entsprechenden Ökosysteme über die eigene Markenwelt hinaus ausbauen zu können. Am weitesten dürfte dabei Amazon sein: Das Unternehmen kann auf über 20.000 Geräte verweisen, die Alexa unterstützen und für die es 60.000 Skills für die smarte Assistentin gibt. Auch der Google Assistent ist in immer mehr Produkten zu finden. Einige davon zeigte der Internet-Gigant auf der CES, wo er die Freifläche belegt hatte, die bisher vom Zelt der jetzt insolventen Gibson Gruppe eingenommen wurde. Dass es bei der Unterstützung von Sprach- und AI-Assistenten nicht um ein Entweder-Oder geht, können Sie in dieser Ausgabe von PoS-MAIL an vielen Stellen lesen: So kommen z. B. immer mehr Fernsehgeräte sowohl mit Alexa als auch mit dem Google Assistenten zurecht.

Auch die Hardware-Giganten LG und Samsung bauen die Zahl der Partner für ihre Plattformen weiter aus. Zudem nutzen sie ihre Kompetenz für künstliche Intelligenz, um die eigenen Geräte smarter zu machen – vom Fernseher über das Smartphone bis zur Waschmaschine oder Klimaanlage.

Autonome Technik

Künstliche Intelligenz kann technische Geräte in die Lage versetzen, ihre Leistung selbst ständig zu verbessern und dafür nicht nur eigene Daten, sondern auch die von anderen Geräten zu nutzen. So erkennen z. B. die 2019er Top-Modelle vieler TV-Hersteller den Inhalt des Fernsehbildes, gleichen diesen mit großen Datenbanken ähnlicher Motive ab und ermitteln so die besten Parameter für eine detailreiche und naturgetreue Darstellung. Ähnlich funktionieren die immer besser werdenden Upscaling-Funktionen zur Hochrechnung von niedrig aufgelösten Inhalten auf 4K oder 8K. Auch die Tonwiedergabe kann mit Hilfe künstlicher Intelligenz verbessert werden, indem die Technik nicht nur Inhalte wie Dialoge, Musik oder Actionszenen erkennt, sondern auch die Position der Klangquelle im Bild. Und nicht zuletzt können Sprach-Assistenten die Bedienung von Fernsehern und allen möglichen anderen technischen Geräten vereinfachen, besonders, wenn sie mit Hilfe von künstlicher Intelligenz nicht nur einfache Kommandos, sondern auch Zusammenhänge verstehen. Die geschilderten Anwendungen gelten natürlich sinngemäß auch für Hausgeräte. Hier ist die CES für den Europäer aber keine große Quelle der Erkenntnis, denn wichtige Anbieter wie BSH oder Miele sind nicht vertreten, und bei den großen Technologie-Konzernen unterscheiden sich die Produkt-Sortimente für Europa bzw. Nordamerika oftmals deutlich. Der Trend zur Vernetzung und zum Einsatz künstlicher Intelligenz war aber auch in diesem Bereich nicht zu übersehen und wird in Deutschland bereits auf den kommenden Roadshows und natürlich auf der IFA sein Echo finden.

Der Byton M-Byte SUV (hier in einer noch nicht ganz finalen Version) wird von seinen Erfindern nicht als Auto, sondern auch als fahrendes Smart-Gerät verstanden. Das erst 2017 gegründete deutsch-chinesische Start-up will mit dem Verkauf Ende dieses Jahres beginnen. Eine Limousine soll schnell folgen.

Überall vernetzt

Die CES ist zwar immer noch keine Auto-Messe, aber der Bereich Automotive gewinnt rasant an Bedeutung. 11 große Auto-Hersteller waren am Start, aus Deutschland Audi, BMW und Mercedes. E-Mobilität und autonomes Fahren waren die großen Themen in diesem Bereich. Interessant ist, dass die entsprechenden Produkt-Studien der deutschen Auto-Industrie eher halbherzig anmuten, während ihre Zulieferer wie Bosch, Continental und Scheffler in diesem Bereich schon deutlich weiter zu sein scheinen und zum Teil auch eigene Vehikel zeigten. Beim autonomen Fahren geht es ja nicht nur um herkömmliche Kraftfahrzeuge, sondern auch um fahrende Roboter, die z. B. bei der Auslieferung von Paket-Diensten die „letzte Meile" übernehmen können oder als Transportmittel auf Fabrikgeländen, in Logistik-Zentren, auf Flughäfen etc. in Frage kommen.

Damit die autonome Mobilität gut funktioniert, ist der Ausbau des 5G Mobilfunkstandards unerlässlich. In China läuft bereits in einigen Regionen der Testbetrieb, ebenso in verschiedenen amerikanischen Städten. In Deutschland diskutiert man bekanntlich immer noch die Modalitäten der Lizenzvergabe, und wenn man da nicht schnell eine Lösung findet, dürfte Europa bei einer weiteren smarten Technologie ins Hintertreffen geraten. Denn 5G wird nicht nur für autonome Fahrzeuge, sondern auch für neue Wachstumsfelder wie Virtual und Augmented Reality dringend benötigt, und zwar, anders als manche Politiker meinen, tatsächlich an jedem Briefkasten. Im Grunde ist die Technik schon da, die ersten Mobilgeräte und Smartphones sind angekündigt, und bei Qualcomm kann man entsprechende Chipsätze kaufen.

Erneut Aufsehen erregte auf der CES das deutsch-chinesische Start-up Byton, das sich vollständig der E-Mobilität und dem autonomen Fahren verschrieben hat. Bereits 2018 kündigte das Unternehmen einen elektrischen und für vollautonomes Fahren ausgelegten SUV an. Inzwischen fahren von diesem und einem weiteren Modell in China bereits die ersten Prototypen. Die Markteinführung soll

Autonome Mobilität einmal anders: Der Hubschrauber-Hersteller Bell zeigte ein elektrisch angetriebenes, autonomes Luft-Taxi mit 6 Sitzplätzen.

2020 beginnen, und zwar zu Preisen, die deutlich unter denen von Tesla & Co. liegen dürften. Denn Byton verfolgt ein ganz anderes Geschäftsmodell als die herkömmliche Auto-Industrie. Das Fahrzeug ist nicht nur als Fortbewegungsmittel, sondern als rollendes „Smart Device" entwickelt, das den Insassen auch als rollendes Büro, fahrender Konzertsaal oder mobiles Kino dienen kann. Dass Sprach- und Gestensteuerung ebenso zur Ausstattung gehören wie große Displays und umfassende Netzwerk-Funktionen, versteht sich von selbst. Im chinesischen Nanjing wird derzeit eine große Fabrik fertiggestellt, in der in Kürze die ersten Fahrzeuge des von den ehemaligen BMW Managern Dr. Carsten Breitfeld und Dr. Daniel Kirchert gemeinsam mit chinesischen Investoren gegründeten Unternehmens vom Band laufen sollen.

Smarter Handel

Die smarten Technologien verändern nicht nur das, was Einzelhändler verkaufen, sondern auch den Handel selbst. Darum hat die CES dem Thema High-Tech-Retail einen ganzen Ausstellungsbereich in der Südhalle des Las Vegas Convention Centers gewidmet, eine ganztägige Konferenz am 9. Januar bot die passende inhaltliche Ergänzung. Schon ein kurzer Blick ins Aussteller-Portfolio zeigt, dass es beim Einzelhandel der Zukunft nicht nur um die Verknüpfung von Internet und Geschäft oder kassenlose Supermärkte geht. Das alles gehört dazu, aber wenn sich die Wertschöpfung tatsächlich zu wesentlichen Teilen von der Hardware zur Software verlagert, dürfte es nicht ausreichen, nur die Methoden zu verändern, mit denen man die alten Geschäftsmodelle betreibt.

Hilfe könnte da ausgerechnet aus China kommen. Es entbehrt jedenfalls nicht der Ironie, dass im Land von WalMart und Amazon das chinesische Unternehmen JD.com mit einem eigenen Stand vertreten war. Dort bot der nach eigenen Angaben größte Einzelhändler Chinas seinen amerikanischen Kollegen Unterstützung bei der Einführung digitaler Prozesse in der gesamten Infrastruktur an. JD betreibt in China 500 große Lager und 7.000 Auslieferungsstationen, um 99 Prozent der chinesischen Bevölkerung schnell erreichen zu können. Fast alle Prozesse sind weitgehend automatisiert. Das Unternehmen setzt autonome Fahrzeuge zur Auslieferung ein und erreicht entlegene Gebiete mit Drohnen. Bei der Kundenberatung hilft Augmented Reality, und JD ist dabei, eigene IoT-Technologien zu entwickeln, damit die Konsumenten überall und zu jeder Zeit mit ihrem smarten Zuhause in Verbindung bleiben können. Die Präsenz auf der CES könnte durchaus bedeuten, dass der chinesische Händler auch Pläne außerhalb Asiens hat. Jedenfalls hat Google bereits einen Anteil an der Firma erworben, und WalMart hält eine Beteiligung von 10 Prozent, weil JD die Übernahme der Internet-Aktivitäten des amerikanischen Unternehmens in China vor zweieinhalb Jahren mit Aktien bezahlt hat.

Das Messe-Fazit kann man kurz fassen: Es bleibt spannend. Über die wichtigsten CES-Neuheiten für den Hightech-Fachhandel berichten wir in dieser und kommenden Ausgaben von PoS-MAIL.

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 6, 7, 14, 16

Samsung mit zahlreichen Innovationen auf der CES
Mut zur Größe 8

TCL mit strategischen Neuheiten auf der CES
8K QLED TV und neue Audio-Serie 9

LG setzt auf Ausbau der ThinQ Plattform
Intelligenz und Design 10

Das neue Philips TV-Sortiment 2019
Alexa und Android TV 11

Panasonic stellt neues 4K OLED Flaggschiff vor
Hollywood in Bild und Ton 12

Bessere TV-Bilder und Rundum-Sound
Innovationen von Sony 13

Hisense und Gorenje marschieren gemeinsam
Die Kraft der zwei Marken 15

Ecovacs Robotics kündigt Deebot Ozmo 960 an
Sehen und verstehen mit KI 16

Samsung Home Appliances stellt Weichen für 2019
„Das Jahr des W(h)andels" 17

De'Longhi hat für 2019 ehrgeizige Pläne
Weiter nach oben 18

Wagners Welt 19

Impressum 19

PoS-MAIL @ 19

PoS-Aktuell

Nachrichten

Marketingleiter Liebherr-Hausgeräte in den Ruhestand verabschiedet

Günther Sproll

Nach 22 Jahren als Marketingleiter bei der Liebherr-Hausgeräte GmbH wurde Günther Sproll zum 31.12.18 in den Ruhestand verabschiedet. Steffen Nagel, Geschäftsführer der Liebherr-Hausgeräte GmbH, Ressort Vertrieb und Marketing, übernimmt die kommissarische Leitung.

Der gebürtige Biberacher begann 1985 seine Karriere in der Abteilung Zentrale Werbung bei der Liebherr-Holding GmbH und wechselte elf Jahre später als Leiter Marketing und Produktmanagement zur Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH. Unter seiner Führung entwickelte sich die Marke Liebherr erfolgreich weiter.

Neben seiner Gesamtverantwortung übernimmt Steffen Nagel die interimsmäßige Leitung für das weltweite Marketing. Nagel ist seit 1997 im Unternehmen und seit Mai 2014 Geschäftsführer der Spartenobergesellschaft Liebherr-Hausgeräte GmbH, Ressort Vertrieb und Marketing (Global).

Die Geschäftsführung dankte Günther Sproll für die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit, sein Engagement und seine Loyalität und wünscht ihm alles Gute für den kommenden Lebensabschnitt.

Euronics feiert 2019 50jähriges Bestehen

Die 1969 als Interfunk eG gegründete und heutige Euronics Deutschland eG feiert in diesem Jahr ihr 50jähriges Jubiläum. Um allen Kunden für die jahrelange Treue zu danken, hat die Verbundgruppe mit den wichtigsten Industriepartnern besondere Angebote geschnürt. Jubiläumsspiele, Virtual Reality Partys, Jubiläumstombola, Facebook-Rabatt-Aktionen oder mit Gutscheinen gefüllte Luftballons sollen zusätzlich für Feierstimmung bei Händlern und Konsumenten sorgen.

Rechtzeitig zum Start des Jubiläumsjahres gehen neue Fernsehspots an den Start. Im Fokus steht dabei das vernetzte Zuhause, das dank individueller und fachgerechter Beratung zum besten Zuhause der Welt wird, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Es macht uns stolz, dass wir mit unserem ungebrochen großen Interesse an Technologie, an Neuheiten und den besten Lösungen für unsere Kunden schon seit 50 Jahren wichtiger und erfolgreicher Bestandteil der Branche für Hausgeräte und Unterhaltungselektronik sind“, so Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG. „Auch in den kommenden Dekaden werden wir für unsere Kunden immer das Beste geben und ihnen bei allen Entwicklungen und Trends mit optimalem Service und Beratung zur Seite stehen. Denn schon das Jubiläumsjahr 2019 verspricht, eine ereignisreiche Zeit zu werden. Haushaltsgeräte, die Wäsche zusammenlegen und glätten können, sprachgesteuerte Küchengeräte und neue Entwicklungen im TV- und Smartphone-Segment werden die Branche, Euronics und die Kunden gleichermaßen begeistern“, fuhr Kober fort.

Siemens Hausgeräte startet große Cashback-Aktion

Zum Jahresauftakt 2019 bietet Samsung Hausgeräte für jedes der 26 Aktionsgeräte 50 oder 100 Euro Cashback. Darüber hinaus können Händler ihre Kunden mit dem außergewöhnlichen Design der Extraklasse Kühl-Gefrierkombination in matt gebürstetem black inox begeistern oder ihnen besonders brillanten Glanz beim Geschirr anbieten. Auch Backöfen und Herdsets verfügen mit coolStart, Schnellaufheizung und Vernetzung über das Siemens-typische Extra, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Gerät muss lediglich im Aktionszeitraum bis zum 28. Februar erworben werden. Endkunden, die sich bis spätestens Ende März online unter www.extraklasse.de/cashback registrieren oder die Cashback-Teilnahmekarte per Post einsenden, erhalten automatisch Geld zurück.

Mit einem Mix aus Off-und Online-Werbung rührt Siemens die Werbetrommel für seine Extraklasse-Händler. Online-Banner, Google Text-Anzeigen und Social Media sollen das Cashback-Angebot public machen. Ein aufmerksamkeitsstarkes PoS-Paket sorgt im Ladengeschäft für Frequenz. Händler, die selbst aktiv werden wollen, unterstützt die Marke mit Streuflyern. Dabei können Händler ihr Logo erstmals sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite eindrucken lassen.

Neuer Vorsitzender der Loewe Geschäftsführung

Dr. Ralf Vogt ist neuer Vorsitzender der Geschäftsführung der Loewe Technologies GmbH, Kronach. Vogt kam bereits im Jahr 2001 zu Loewe. Nach verschiedenen Stationen im Unternehmen war der erfahrene Manager zuletzt Einkaufschef und seit Juni 2017 Geschäftsführer für die technischen Bereiche (COO).

Dr. Ralf Vogt

Der bisherige Vorsitzende der Geschäftsführung und Miteigentümer Mark Hüsges wechselt als Chairman in den neu geschaffenen Loewe Beirat und scheidet aus der Geschäftsführung aus. „Wir haben immer betont, dass wir bei Loewe gerne weitere Investoren an Bord nehmen wollen. Bei diesem Prozess sind wir weit fortgeschritten“, begründete Mark Hüsges die Weichenstellung. „Deshalb ist die Trennung von Investoren- und Geschäftsführungsebene in unserer Organisation jetzt ein konsequenter nächster Schritt.“

Der Beirat wird die Loewe Geschäftsführung in strategischen Themen beraten und durch sein weitreichendes Netzwerk unterstützen. Weitere Beiräte sind Oliver Kaltner, ehemals Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG, und Dr. Hans Liebler als Vertreter des Mitgesellschafters Clearsight Investment AG.

Neu in der Loewe Geschäftsführung ist Josef Hauke, der als Finanz-Geschäftsführer (CFO) auf Interimsbasis zu Loewe gekommen ist. Er übernimmt die Aufgaben von Henning Doerr, der aus gesundheitlichen Gründen kurzfristig das Unternehmen verlassen musste. Hauke ist Wirtschaftsprüfer und Steuerberater. Er besitzt langjährige Erfahrungen in der Beratung und Restrukturierung von mittelständischen Unternehmensgruppen.

Peter Nortmann, seit März 2018 bei Loewe und bisher im Team der Loewe Geschäftsführung für den Gesamtvertrieb verantwortlich, übernimmt zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben den Bereich Marketing.

Oliver Hellmold folgt Oliver Ahrens bei notebooksbilliger

Oliver Hellmold

Der Aufsichtsrat der notebooksbilliger.de AG, das nach eigenen Angaben in Deutschland führende Elektronik-eCommerce Unternehmen, hat Oliver Hellmold mit sofortiger Wirkung zum CEO ernannt. Der Manager, der seit sieben Jahren als CFO dem Vorstand der notebooksbilliger.de angehört, folgt auf Oliver Ahrens, der das Amt seit Juli 2017 innehatte und das Unternehmen verlässt. Hellmold trägt im Vorstand die Verantwortung für Finanzen, Logistik, Recht & Customer Service und ist in seiner neuen Rolle auch für Teile der Einkaufsaktivitäten zuständig. Im selben Zuge übernehmen Arnd von Wedemeyer und Daniel Oharek innerhalb des Vorstands alle strategischen Einkaufsbeziehungen.

„Oliver Hellmold hat den Erfolg der notebooksbilliger.de AG maßgeblich mit geprägt“, kommentierte Arnd von Wedemeyer, Vorstand und Mehrheitsaktionär der notebooksbilliger.de AG. „Wir freuen uns, dass er die Rolle nun übernimmt.“

Aussagen über die Gründe des Management-Wechsels macht das Unternehmen nicht.

LG erweitert Service-Angebot

Mit LG Premium Care erweitert LG das Service-Angebot für seine Kunden in Deutschland und Österreich. Mit Premium Care lassen sich ab sofort Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik sowie Smartphones bis zu 5 Jahre umfassend schützen. Angeboten werden Basis- sowie Premiumschutz-Servicepakete.

Im Basis-Servicepaket besteht für den Kunden die Möglichkeit, für alle Produkte die derzeit bestehende 24-monatige Herstellergarantie um bis zu 36 weitere Monate zu verlängern. Für den Kunden entstehen dann im Falle einer Reparatur keine Kosten. Alle Reparaturen werden durch ein professionelles LG Servicenetzwerk mit Original-Ersatzteilen durchgeführt.

Zusätzlich werden für ausgewählte Haus- und Unterhaltungsgeräte sowie Smartphones Premiumschutz-Servicepakete angeboten. Diese Premiumschutz-Servicepakete decken zusätzlich zu den Leistungen des Basis-Servicepakets auch Schäden ab, die über die normale Herstellergarantie hinausgehen und umfassen insbesondere auch Sturz-, Bruch- sowie Flüssigkeitsschäden.

Die Servicepakete können bis zum Ablauf der Herstellergarantie erworben werden. Die Premiumschutz-Servicepakete sind bis zu 14 Tage nach Kauf des Gerätes erhältlich und gelten für bis zu insgesamt 60 Monate (bei Smartphones 24 Monate). Sämtliche Servicepakete werden mit variablen Zahlungsoptionen angeboten, wie monatlicher Ratenzahlung oder Einmalzahlung, und sind jederzeit kündbar.

Personelle Verstärkung bei Rommelsbacher

Benjamin Blumenstock, Sebastian Ullmann und Oliver Hawner verstärken das Team von Rommelsbacher in den Abteilungen Technik, Vertrieb und Marketing.

Benjamin Blumenstock (32) ist seit September 2018 Technischer Leiter Eigenproduktion. Der ausgebildete Industriemechaniker und studierte Wirtschaftsingenieur war zehn Jahre in der Prozessentwicklung und später im Projektmanagement bei Würth Elektronik CBT tätig.

Sebastian Ullmann (29) kam bereits im August als Junior Key Account Manager in den Vertrieb. Er ist für die Vertriebsschienen Fachmärkte & Kooperationen zuständig. Zuletzt war er als Area Sales Manager bei iRobot tätig. Erste Berufserfahrung sammelte Ullmann im Außendienst der Allianz Versicherung.

Seit 1. Dezember ist Oliver Hawner (39) nach zweieinhalb Jahren wieder zurück im Marketing-Team. In dieser Zeit war er als Online Marketing Referent sowie als Online Sales Manager bei Ziehl Abegg und der Südwest Presse Hohenlohe tätig.

Einmal kaufen, 12 Monate genießen!

Erleben Sie mit dem TV Modul brillantes HD – inkl. 12 Monate freenet TV!*

- ✔ Alle Top Programme in brillantem HD
- ✔ Kein Abo, keine automatische Verlängerung
- ✔ Für Antenne und Satellit

UVP 89€

www.freenet.tv

MEDIA BROADCAST GmbH | Erna-Scheffler-Straße 1 | 51103 Köln

* Anlegen eines Kundenkontos unter Angabe einer E-Mail-Adresse aufwww.freenet.tv/willkommen erforderlich.
Das TV Modul von freenet TV ist ausschließlich für die Verwendung in der Bundesrepublik Deutschland bestimmt.

freenet TV

Einfach.Besser.Fernsehen.

PoS-Aktuell

Nachrichten

Gorenje erweitert Vertriebsmannschaft

Steffen Feller, Frank Fritsche und Alexander Rebl (v. l.) verstärken seit Anfang des Jahres den Gorenje-Vertrieb.

Anfang des Jahres hat Gorenje die Betreuung seiner Partner im Elektrofach- und Großhandel durch drei neue Mitarbeiter mit großer fachlicher Kompetenz und einschlägiger Branchenerfahrung intensiviert.
Den größten Teil der Kundenbetreuung in Baden-Württemberg hat Frank Fritsche übernommen, der durch seine bisherigen Stationen bei Sony, TP Vision und LG Electronics bereits über gute Beziehungen zum Handel verfügt. Fundierte Erfahrung bringt auch Steffen Feller mit, der jahrelang für Electrolux Hausgeräte tätig war. Ansprechpartner für Händler in Niederbayern und der Oberpfalz ist jetzt Alexander Rebl, der zuvor bei Amica und Media Markt einschlägige Kontakte und langjähriges Know-how der Handelsstruktur aufgebaut hat.
„Unser guter Ruf spiegelt sich auch in der Mitarbeitergewinnung wider", kommentierte Andi Miklav, Gorenje Geschäftsführer Vertrieb. „Mit so erfahrenen und kompetenten Kollegen halten wir unseren Anspruch an umfassender Kundenberatung hoch. Das wissen unsere Kunden zu schätzen, die die Veränderung positiv aufgenommen haben. Weiterhin hat kein Mitarbeiter das Unternehmen verlassen, es wurden lediglich einige Vertriebsregionen neu aufgeteilt."

Caso: Schnelle Eiswürfel für zwischendurch

In nur sechs bis 13 Minuten können mit dem IceChef Pro von Caso Design bis zu 500 g kleine und große Eiswürfel hergestellt werden. Mit Hilfe des LED Displays lässt sich das Gerät intuitiv bedienen. Wie am Fließband produziert der IceChef Pro mit seinem großen Wassertank die gewünschten Eiswürfel, die anschließend in einem herausnehmbaren Behälter gesammelt werden. Sobald dieser voll ist, stoppt das Gerät, und auf dem Display leuchtet eine Anzeige. Besonders praktisch ist die einstellbare Reinigungsfunktion, bei der das Gerät mit Wasser durchgespült wird. Die neue Eiswürfelmaschine wird durch das hochwertige Edelstahlgehäuse zum Blickfang in jeder Küche; dank der kompakten Abmessungen kann der IceChef Pro auf dem Tisch oder auf der Theke platziert werden. Mit den vorhandenen Einswürfeln lässt sich auch schnell und einfach Crushed Ice herstellen.
Die Eiswürfelmaschine IceChef Pro ist ab sofort zum Preis von 179,99 Euro (UVP) erhältlich.

Haier erstmals auf der area30

In diesem Jahr wird Haier erstmals auf der area30 sein Produkt-Portfolio präsentieren. Die area30 findet zeitgleich zu den im Rahmen der Küchenmeile A30 abgehaltenen Hausmessen der entlang der Autobahn A30 konzentrierten Hersteller von Küchenmöbeln statt.
Im Vergleich zu vielen anderen Märkten, wo Haier seit Jahren oftmals eine Spitzenposition unter den Haushaltsgroßgeräte-Marken innehat, besteht in der Region DACH noch großes Wachstumspotenzial. Im lukrativen Premium-Segment verfolgt Haier das Ziel, größere Marktanteile hinzuzugewinnen, heißt es in einer Pressemitteilung.
„Die area30 ist für uns eine weitere erstklassige Chance, dem Handel unsere neuesten Produkte, Strategien und Kampagnen zu präsentieren", begründete Thomas Wittling, Geschäftsführer der Haier Deutschland GmbH, diese Entscheidung. „Sie hat sich zu einem der führenden Treffpunkte für alle Expertinnen und Experten, die sich mit Küchen und Küchenausstattungen beschäftigen, entwickelt – mit Ausstrahlungskraft weit über die Grenzen Deutschlands hinaus. Da darf Haier nicht fehlen."

Philips: Für die smarte Rasur

Die neuen Philips Rasierer der Serie S7000 Smart und S6000 bieten bei der täglichen Rasur einen besonderen Komfort und schützen die Haut durch ihre spezielle Beschichtung für weniger Reibung. Dank der Präzisionsklingen und der beweglichen Scherköpfe ist die Rasur dabei auch bei empfindlicher Haut besonders gründlich und genau. Bei der S7000 Serie steht dem Nutzer zudem eine App als persönlicher digitaler Ratgeber bei der täglichen Rasur zur Seite.
Die neuen Rasierer der Serie S6000 bieten neben einem abgerundeten Kopf auch Rasierringe mit einer Hautkomfortbeschichtung, die den Widerstand verringert und Hautreizungen vermeidet. MultiPrecision-Klingen sorgen für eine schnelle und gründliche Rasur. Ergänzt wird dieser Schutz durch den speziellen Komfortmodus, der dank reduzierter Geschwindigkeit noch schonender und hautverträglicher ist. Die Serie S6000 mit praktischem LED-Display lässt sich nicht nur trocken, sondern auch nass einsetzen; die Reinigung ist dank des leicht zu öffnenden Scherkopfs besonders einfach.
Der vernetzte Philips Rasierer der Serie S7000 Smart ist mit einem eingebauten Sensor ausgestattet, der die Rasurbewegung des Nutzers erkennt und über die App persönliche Empfehlungen zu deren Verbesserung gibt. Reibungen und Widerstände werden durch die Beschichtung der Scherköpfe mit Mikrokügelchen vermieden. Weitere Vorteile der S7000-Reihe sind nach Herstellerangaben die Erkennung von unterschiedlich dicht behaarten Bereichen des Gesichts für eine gründliche und gleichmäßige Rasur und der Bartstyler-Aufsatz mit fünf verschiedenen Längeneinstellungen.

„Vor allem die Shaver der S7000 Smart Reihe bringen dabei die heutigen technologischen Möglichkeiten ins Badezimmer und sorgen durch die Kombination mit dem eigenen Smartphone auch bei Männern mit sensibler Haut für eine neue und gründliche Rasurerfahrung", so Timo Wassermeier, Marketing Manager Shaving bei Philips.
Beide Rasierer-Serien sind ab März im Handel erhältlich; der Preis für die Serie S6000 beträgt 144,99 Euro und für die Serie S7000 Smart 194,99 Euro.

Die erste mobile Teppichwaschmaschine von Bissell

Der neue Stain Eraser saugt nach Herstellerangaben Flecken schnell und effektiv aus Teppichen. Mit dem Bissell Oxy-Konzentrat werden sogar hartnäckige Flecken wie Rotwein, Fruchtsaft oder Kaffee auf Teppichen, Sofas und Polstermöbeln bekämpft.
Die Handhabung ist einfach: Der Tank wird mit warmem Wasser gefüllt und Teppich-Shampoo und Oxy-Lösung für besonders hartnäckige Flecken hinzugefügt. Anschließend wird die Fläche eingesprüht, die Verschmutzung mit der Bürste an der Saugdüse gelöst und danach der Fleck einfach aus dem Gewebe herausgesaugt.

Der Bissell Stain Eraser ist ab sofort in zwei Ausführungen erhältlich: Der Stain Eraser 20056 bietet eine Laufzeit von 15 Minuten nach einer vierstündigen Ladezeit. Der Stain Eraser 20061 arbeitet 30 Minuten nach einer achtstündigen Ladezeit.

Siemens Hausgeräte setzt Handelskampagne topTeam 2019 fort

Statt mehrerer Etappen pro Jahr gibt es topTeam seit dem 1. Januar 2019 als langfristiges Sortiment exklusiv für die Extraklasse. Neu im topTeam ist die WM14W590, eine iSensoric Premium-Waschmaschine, die über ihr sensorgesteuertes Antiflecken-System hinaus zahlreiche Zusatzoptionen bietet.
Der neue topTeam Zeolith-Geschirrspüler SN558S02PD empfiehlt sich dank brilliantShine für alle, die sich Gläserglanz ohne Nachpolieren wünschen. Muss es besonders schnell gehen, lässt sich durch varioSpeed Plus die Dauer der meisten seiner Programme auf ein Drittel verkürzen. Ein Highlight für Designliebhaber ist die coolFlex Kühl-Gefrierkombination KG39NAB4B in gebürstetem black inox. Hinter der stilvollen Front sorgt das hyperFresh Plus Lagersystem für längere Haltbarkeit, und noFrost macht Abtauen überflüssig.
Händler, die sich für ihre Kunden engagieren, belohnt Siemens auch 2019 wieder. Extraklasse-Partner dürfen daher mit einer topTeam Beratungshonorierung von bis zu 200 Euro rechnen. Die Bonusbewertung erfolgt dabei nach einem einfachen System.
Die Basis für wirkungsvolle Präsentation und erfolgreichen Verkauf legt Siemens mit einem Kommunikationspaket, das Print-Prospekte und PoS-Materialien ebenso umfasst wie diverse Online-Maßnahmen, heißt es in einer Pressemitteilung. Im Januar dieses Jahres startete eine aufmerksamkeitsstarke Facebook-Aktion, für die Kooperationspartner Jochen Schweizer erneut gewonnen werden konnte. Unter dem Motto „Mit welcher Person werden Sie zum topTeam?" können Teilnehmer Kurztrips für zwei Personen in ihre Lieblingsmetropole gewinnen.

PoS-Aktuell

Nachrichten

Bauknecht vereint DACH-Region

Jens-Christoph Bidlingmaier

Bauknecht vereint seine Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz unter einer neuen DACH Region. Mit der Gründung übernimmt Jens-Christoph Bidlingmaier, seit 2014 Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH, künftig die Leitung aller drei Landesorganisationen.

Seit dem 1. August 2018 ist Sandy Oppliger Geschäftsführerin der Bauknecht AG Schweiz. Zuvor verantwortete die 49jährige die Position Sales Leader in der Schweiz. Oppliger wechselte im Januar 2018 von 3M zu Whirlpool, wo sie seit 2013 für den Vertrieb und das Marketing des Consumer-Geschäfts verantwortlich war. Zuvor leitete sie den Verkaufskanal der Retail-Sparte von UPC cablecom & ALSO in der Schweiz. Jan Reichenberger, Geschäftsführer Whirlpool Österreich, wie auch Oppliger berichten direkt an Bidlingmaier.

„Mit diesem Führungsteam ist Bauknecht in der DACH Region bestens aufgestellt, um den Ausbau der Organisation weiter voranzutreiben", so Jens-Christoph Bidlingmaier. „Dies wollen wir vor allem durch starke Innovationen in den Produktbereichen der Stand- sowie Einbaugeräte und signifikante Investitionen in die Marke Bauknecht gewährleisten. Die DACH Region ist und bleibt für Whirlpool ein sehr bedeutender Markt, in dem Bauknecht einen nachhaltigen Erfolg sowie eine starke Präsenz sicherstellen wird."

TechniSat bringt Händler-App

Mit der neuen Händler-App von TechniSat können sich Händler einfach einen Überblick über Neuigkeiten, Angebote und Dienstleistungen verschaffen. Die App richtet sich besonders an Fachhandelspartner, die nicht nur stationär zu erreichen, sondern oft zu ihren Kunden unterwegs sind. In der App stehen den Nutzern zahlreiche aus dem Fachhandelsbereich bekannte Funktionen und Möglichkeiten zur Verfügung. Über eine intuitiv bedienbare Oberfläche können zu jeder Zeit Bestellungen getätigt werden. Zudem können sich Fachhandelspartner über neueste Kampagnen und Angebote informieren, Videotrainings absolvieren, Werbematerial runterladen und vieles mehr.

Die TechniSat Händler-App ist ab sofort zum Download über Google Play und Apple App Store kostenfrei verfügbar.

assona erweitert Vertriebsteam

assona-Verkaufsleiter Arthur Hörner (l.) und Kai Lindner

Zum Jahresbeginn hat der Versicherungsvermittler assona sein Vertriebsteam erweitert. Mit Arthur Hörner und Kai Lindner bekommt der Außendienst Unterstützung im Vertrieb der assona-Schutzbriefe und -Garantien im Elektronikfachhandel. Als Regionalbetreuer verantwortet Hörner die Region Baden-Württemberg. Linder ist in gleicher Position für die Regionen Saarland, Rheinland-Pfalz und Hessen zuständig. Der 32-Jährige Lindner bringt jahrelange Erfahrung als Filialleiter bei ProMarkt und Expert in Norddeutschland mit. Zudem hat er unter anderem das Versicherungsgeschäft als Regionalleiter Saarland, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg bei Wertgarantie vorangebracht. Zuletzt war der Sales-Profi mit Trainerweiterbildung und Ausbildung zum Systemischen Coach als Unternehmensberater mit Schwerpunkt Verkaufstraining selbstständig tätig. Sein neuer Kollege, der 25-jährige Einzelhandelskaufmann Hörner, war nach seiner Ausbildung zunächst weiter bei seinem Ausbildungsbetrieb HEM Expert im baden-württembergischen Wiesloch beschäftigt und verstärkte vor assona zuletzt das Sales-Team von Media Markt in Heidelberg.

In zwei neu geschaffenen Verkaufsleiterpositionen entlasten künftig die ehemaligen Gebietsverkaufsleiter Frank Prophet und Dennis Ramm Vertriebsleiter Guido di Blasi. Prophet ist ab sofort als Verkaufsleiter erster Ansprechpartner in den nördlichen Vertriebsregionen. Händlern und Außendienstmitarbeitern der südlichen Regionen steht Dennis Ramm künftig als Verkaufsleiter zur Verfügung. An ihn berichten auch die beiden neuen Regionalbetreuer Hörner und Lindner.

Anga Com 2019: 350 Austelleranmeldungen

Vom 4. bis 6. Juni 2019 findet die Anga Com in Köln statt. Mit bereits 350 Ausstelleranmeldungen soll sich der Erfolgskurs des Vorjahres fortsetzen. In 2018 ist die Anga Com mit 500 Ausstellern und 21.700 Teilnehmern nach Angaben der Organisatoren um 10 bzw. 12 Prozent gewachsen. Innerhalb der Kernbereiche Breitband und audiovisuelle Medien zählen zu den Top-Themen für 2019 die Stichworte Glasfaser, Smart City, 5G, Internet of Things, Smart Home, Künstliche Intelligenz, Big Data, Streaming, Cloud TV und Personalized TV. Im Konferenzprogramm treten neben den Breitband- und Mediengipfel ein neuer Glasfasergipfel, der International Content Summit und der International CTO Summit. Bereits zusagt haben Deutsche Telekom und Vodafone.

Am 6. Juni 2019 veranstalten die Anga Com, das Breitbandbüro des Bundes und der VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V. zum zweiten Mal einen gemeinsamen Breitbandtag. Nach der erfolgreichen Premiere in 2018 wird dieses Jahr das Thema Smart City im Fokus stehen. Die Teilnahme am Breitbandtag ist bei vorheriger Online-Anmeldung kostenfrei.

Testaktion bei Bosch Smart Home

Für den Start in das smarte Zuhause bietet Bosch Smart Home vom 1.3. bis 30.4.2019 eine „8 Wochen Geld-zurück-Aktion" zum risikofreien Testen der Smart Home Produkte an. Dabei können Neukunden das Smart Home in den eigenen vier Wänden ausprobieren und sich von den Vorteilen überzeugen.

Die Aktion funktioniert einfach: Der Kunde kauft Bosch Smart Home Produkte während des Zeitraums im Markt seiner Wahl. Damit erhält der Kunde das Rückgaberecht für alle im Aktionszeitraum (1.3.2019-30.4.2019) gekauften Produkte – bis zu 8 Wochen nach Kauf. Der Kunde registriert sich auf der Bosch Smart Home Aktionsseite und erhält per E-Mail ein Retourenlabel. Bei Nichtgefallen werden die Produkte mit dem Retourenlabel in der Originalverpackung mit dem Kassenbeleg an Bosch Smart Home geschickt. Nach Prüfung der eingesandten Unterlagen erhält der Kunde eine Gutschrift in Höhe des Einkaufswertes auf sein Bankkonto.

Im Vorfeld der Aktion hat Bosch Smart Home den Preis des Smart Home Controllers dauerhaft von 229,95 Euro auf 99,95 Euro gesenkt.

„Ohne Controller gibt es kein zuverlässiges Smart Home System. Der Controller ist die Steuerzentrale und das Herzstück des Bosch Smart Home Systems", so Gabriel Wetzel, Geschäftsführer von Bosch Smart Home, über die Preissenkung. „ Um Kunden einen attraktiven Einstieg in unser Smart Home Angebot zu ermöglichen, haben wir uns entschieden, die unverbindliche Preisempfehlung des Controllers deutlich zu reduzieren, von 229,95 Euro auf 99,95 Euro."

Der 98 Zoll (249 cm) große QLED 8K TV hatte als Spitzenmodell der 2019er Produktlinie in Las Vegas Weltpremiere.

Samsung mit zahlreichen Innovationen auf der CES

Mut zur Größe

Mit einem selbstbewussten Auftritt beanspruchte Samsung auf der CES für sich die Führungsrolle in der Weiterentwicklung von Zukunftstechnologien wie KI, IoT und 5G. Dazu gehört auch der Ausbau der offenen Plattform Bixby, die in diesem Jahr in die Premium-TVs des Herstellers Einzug halten soll. Bei den Display-Technologien für ihre Fernseher setzen die Koreaner auf Größe – und ab dem kommenden Jahr auch auf Micro LED.

Die neuen Samsung Smart TVs unterstützen Tunes Movies & TV-Shows und Apple AirPlay 2.

Mit dem Gardemaß von 98 Zoll (249 cm) ist der QLED 8K TV der Spitzenmodell der 2019er Produktlinie. Sie umfasst außerdem Fernseher mit 65, 75, 82 und 85 Zoll Bildschirmdiagonale und soll mit dem Quantum Processor 8K die bisher höchste von Samsung verfügbare QLED 8K-Bildqualität erzielen. Mit einer KI-basierten 8K AI-Upscaling-Technologie erkennen die Geräte beinahe jeden Inhalt und skalieren ihn, so Samsung, „in nahezu unverfälschte 8K-Qualität" hoch. Das soll auch für die Inhalte aus Streaming-Diensten, Set-Top-Boxen, HDMI, USB oder (via Screen Mirroring) vom Smartphone gelten – unabhängig von der nativen Auflösung.

In puncto Design und intelligenten Funktionen übertreffen die neuen TV-Geräte ebenfalls die Vorjahresmodelle.

So wurden auch die Netzwerkfähigkeiten ausgebaut: Die Samsung Smart TVs der Generation 2019 warten mit Tunes Movies & TV-Shows sowie Apple AirPlay 2-Unterstützung auf; Geräte des Modelljahres 2018 erhalten diese Fähigkeiten über ein Firmware-Update. Die neue iTunes Movies & TV Shows App wird exklusiv auf Samsung Smart TVs in mehr als 100 Ländern verfügbar sein, der AirPlay 2-Support steht in 190 Ländern weltweit bereit. So kann man mit dem Samsung Fernseher die Angebote des iTunes Stores nutzen, in dem u. a. die weltgrößte Sammlung von 4K-Inhalten zu finden ist. Mit Apple AirPlay kommen auch Videos, Fotos, Musik und Podcasts schnell auf 8K und 4K Fernseher.

Die neue Fernzugriffsfunktion Remote Access macht es möglich, die neuen Samsung Smart TVs mit Eingabegeräten wie Tastaturen zu verbinden und zu bedienen. Ohne separaten HDMI-Kabelanschluss kann der Fernseher damit auf einen PC, der sich auch in anderen Räumen befinden kann, zugreifen, damit der Nutzer z. B. im Internet surfen oder auf dem Bildschirm des TVs Computerspiele mit Tastatur und Maus spielen kann.

Über Remote Access kann man auch per Cloud browsergestützte Texte und Dokumente vom Fernseher aus bearbeiten. Dank der Virtual Desktop Infrastructure (VDI)-Lösung VMware Horizon kann das Feature nahezu überall auf der Welt genutzt werden, für Sicherheit sorgt die Samsung Technologie Knox.

Micro LED in den Startlöchern

Nach der Premiere im vorigen Jahr zeigte Samsung auf der CES weitere Bildschirme mit Micro LED Technologie, darunter ein 75 Zoll (190,5 cm) Micro LED Display (4K) sowie eine neue 219 Zoll (556 cm) Version von The Wall. Die Displays bestehen aus mehreren Modulen mit Millionen von roten, grünen und blauen mikroskopisch kleinen LED Elementen. Durch die modulare Bauweise ist es möglich, den Kunden maßgeschneiderte TVs in genau der gewünschten Größe anzubieten – mit einer Bildqualität, die laut Samsung die von OLED übertrifft. Die Produktion solcher Displays soll sehr viel weniger störanfällig und zudem preigünstiger sei als die ihrer OLED-Pendants.

Die Micro LED Displays passen die gezeigten Inhalte an die jeweiligen Bildschirmformate und die Anzahl der eingesetzten Module an. Während die Pixeldichte bei zusätzlich hinzugefügten Modulen unverändert bleibt, skalieren die Geräte den Inhalt hoch, wenn ein Bildschirm vergrößert und damit eine höhere Auflösung möglich wird. Auch unterschiedliche Bildformate von 16:9 über 21:9 Breitbild bis zu ungewöhnlichen Formaten wie 32:9 oder 1:1 sind so möglich.

Dabei kommen die Micro LED Displays ohne Rahmen aus, die Übergänge zwischen den einzelnen Modulen sind nicht erkennbar. Mit dem von Samsung QLED bekannten Ambient-Modus können die Bildschirme mit dem Wohnambiente verschmelzen, indem z. B. die Muster von Wandtapeten oder andere Umgebungselemente auf dem Bildschirm reproduziert werden, wenn er nicht als Fernseher genutzt wird. Spätestens 2020 sollen die ersten Micro LED Fernseher auf den Markt kommen.

Ein 75 Zoll großer Micro LED Fernseher soll 2020 auf den Markt kommen.

Samsung Electronics GmbH mit neuer Führung

Senior Vice President Sangho Jo hat die Aufgabe des Head der Samsung Electronics GmbH übernommen. Im gleichen Zuge wurde Willem Kim neuer Head der Consumer Electronics Division und verantwortet damit die Geschäftsbereiche CTV, DAV, IT Display und Health and Medical Equipment. Die beiden Manager arbeiten mit dem bewährten Führungsteam, das in seiner Konstellation unverändert bleibt.

Willem Kim und Sangho Jo arbeiten mit dem Führungsteam bei der Samsung Electronics Deutschland GmbH zusammen.

Die Verantwortung für die Produktbereiche AV (CTV, DAV), Home Appliances, Display Solutions sowie Health and Medical Equipment liegt weiterhin bei Leif-Erik Lindner, Business Director CE AV, Alexander Zeeh, Director Home Appliances, Markus Korn, Director CE Display, und Oliver Schüßler, Head of Health Medical Equipment. Olaf May, Vice President IT & Mobile Communication, leitet das operative Geschäft in diesem Segment. Das Storage-Geschäft liegt bei Frank Kalisch, Director Storage Solutions.

„Eine enge Zusammenarbeit mit Handels- und Vertriebspartnern ist für mich jetzt schon die wichtigste Säule in der Geschäftsstrategie für 2019", kommentierte Sangho Jo. „Ich bin davon überzeugt, dass langjährige Beziehungen und lokale Konstanz unerlässlich für unseren Erfolg sind. Ich freue mich daher auf den engen Austausch mit meinen deutschen Kollegen."

Sangho Jo begann seine Laufbahn bei Samsung Electronics bereits 1989 und blickt somit auf eine fast 30-jährige Karriere im Unternehmen zurück. Von 2014 bis 2017 war Jo Präsident und CEO von Samsung Electronics UK and Ireland.

Willem Wookhan Kim, der über 25 Jahre Erfahrung im Finanzmanagement, im internationalen Produktvertrieb und im Marketing verfügt, war seit Mai 2017 als President der Samsung Electronics Switzerland GmbH tätig und leitete dort die Bereiche Unterhaltungselektronik sowie IT & Mobile Communication. Zuvor war er Business Director der TV- und AV-Sparte von Samsung Electronics Germany, wo er für die Bereiche Vertrieb, Marketing und Betrieb verantwortlich war.

Martin Börner, Deputy President Samsung Electronics GmbH, unterbricht seine Tätigkeit bei Samsung und übergibt seine Aufgaben an das neue Management, um ein zweijähriges Sabbatical anzutreten.

Auch auf der administrativen Seite gibt es personelle Veränderungen. Vice President Shangyoung Kang übernimmt die Aufgaben als CFO von Jeong-Jin Park, der CFO bei Samsung Electronics in China wird.

TCL kündigt auf der CES strategische Neuheiten an

8K QLED TV und neue Audio-Serie

TCL stellte auf der CES nicht nur Neuheiten im Bereich TV vor, sondern gab auch den Einstieg in das Audio Segment, in dem der chinesische Hersteller bisher als OEM-Lieferant aktiv war, bekannt. Bei dem neuen 8K QLED Fernseher setzt TCL nicht nur auf Quantum Dot Displays, sondern auch auf Künstliche Intelligenz.

In den USA hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren eine beeindruckende Marktposition erarbeitet und platzierte sich 2018 mit einem Anteil von 20 Prozent (Stück) als Nummer drei unter den TV-Anbietern. Dabei reüssiert die Marke immer wieder mit guten Testergebnissen und einem sehr attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis. Weltweit hat TCL 2018 den Absatz von LCD-Fernsehern um 23,1 Prozent auf 28,61 Millionen Geräte gesteigert, das Volumen außerhalb Chinas stieg um 29,5 Prozent auf 18,21 Millionen Geräte.

Von einem Marktanteil wie in den USA ist TCL in Deutschland noh weit entfernt, aber auh hier zeigt die Tendenz deutlich nach oben. Aktuellen GfK-Daten zufolge erzielte das Unternehmen mit einem Absatzplus von 70 Prozent auf dem deutschen TV-Markt ein Umsatzwachstum von mehr als 100 Prozent. Dazu trugen auch neue Vertriebspartnerschaften, z. B. mit Euronics, bei. Auch in diesem Jahr soll es weiter aufwärts gehen. „Unser Ziel ist es, unseren Marktanteil von aktuell 2,5 Prozent zu verdoppeln", erklärte Sandy Zhou, Country Manager TCL Deutschland. „Um das zu erreichen, müssen wir Verbraucher von der Qualität unserer TV-Geräte und unserer Marke überzeugen. Dazu werden wir weiterhin auf Partnerschaften und Marketingaktivitäten setzen."

8K mit Quantum Dot

Mit TCL AI-IN hat der chinesische Konzern eine eigene Plattform für Künstliche Intelligenz entwickelt, die ein einheitliches Ökosystem für alle KI-basierten Produkte sowie Partner wie Android TV, Roku (in Nordamerika) und Amazon Alexa darstellen soll.

Mit Quantum-Dot-Technologie, die Wide Color Gamut (WCG) Displays unterstützt, soll der TCL X10 QLED 8K TV nahezu 100 Prozent der DCI-P3 Farbraumabdeckung erreichen. Eine präzise Steuerung der Hintergrundbeleuchtung und die Unterstützung von Dolby Vision ermöglichen fein abgestimmte Bilder mit hoher Leuchtkraft. Die integrierte Soundbar unterstützt virtuelles Dolby Atmos und kann auch zur Musikwiedergabe genutzt werden, wenn der Fernseher ausgeschaltet ist. Die Android TV-Oberfläche ermöglicht auch die Nutzung des Google Assistant.

Durch seine neuartige Backlight-Struktur, die den optischen Abstand auf 4 mm reduziert, ist der TCL X10 QLED 8K nach Angaben des Herstellers einer der dünnsten 75 Zoll Direct-Backlight-Fernseher überhaupt. Weitere Details zu dem Gerät sollen auf der IFA bekanntgegeben werden.

TCL zeigte auf der CES auch die HD-Fernseher der ES56-ES58-Serie mit Android 8 und Google Assistant, die vor allem junge Konsumenten ansprechen sollen.

Der TCL X10 QLED 8K TV soll mit Quantum-Dot-Technologie nahezu 100 Prozent der DCI-P3 Farbraumabdeckung erreichen.

Neues Audio-Sortiment

Mit der neuen Sparte TCL Entertainment Solutions (TES) will TCL ab der ersten Jahreshälfte 2019 eigene Audiogeräte auf den Markt bringen. Dabei arbeitet das Unternehmen mit dem Innovationslabor iLab in Belgien sowie weiteren Partnern zusammen, um hochwertige Soundlösungen zu entwickeln. Zunächst wird ein Sortiment von Kofphörern für junge Leute, ein urbanes Publikum sowie Sportler und Fitness-affine Nutzer eingeführt, in Deutschland ab Ende des ersten Quartals 2019. An der Spitze der Produktpalette stehen die hochwertigen Elit Kopfhörer mit zertifizierten Hi-Res-Lautsprechern. Die Traveler Edition ist mit aktiver Geräuschunterdrückung ausgestattet. Später sollen die Soundbar-Serien TS 5 für Fernseher ab 43-Zoll und TS 7 für Geräte ab 55-Zoll folgen. Beide Geräte sind mit einem drahtlosen Subwoofer ausgestattet und können nicht nur Sound vom Fernseher, sondern auch Musik von Smartphones, Tablets und Laptops wiedergeben.

LG setzt auf Ausbau der ThinQ Plattform

Intelligenz und Design

Mit ThinQ AI bieten die neuen LG Fernseher nicht nur bessere Bildqualität, sondern auch neue smarte Funktionen.

LG Electronics präsentierte sich auf der CES als Vorreiter in Sachen Künstliche Intelligenz. Dabei setzt der koreanische Konzern auf seine ThinQ Plattform, über die Klimaanlagen, Waschmaschinen, Fernsehgeräte, Smartphones und Saugroboter u. a. auf Amazon Alexa und den Google Assistant zugreifen und mit ihren Nutzern interagieren können. Mit dem ersten OLED-Fernseher mit einrollbarem Bildschirm schoss LG in Las Vegas zudem den Design-Vogel ab.

Auf der Basis des intelligenten Prozessors Alpha 9 Gen 2 sowie eines Deep-Learning-Algorithmus können die neuen TV-Spitzenmodelle mit ThinQ AI bei der Wiedergabe von Bild und Ton auch die Umgebungsbedingungen des Gerätes berücksichtigen. Dabei greifen die Fernseher auf eine riesige Datenbank mit über einer Million visueller Inhalte zurück. So erreicht der LG 8K OLED TV Z9 mit 88-Zoll-Bilddiagonale mit 8K-Upscaling und verbesserter Rauschunterdrückung eine beeindruckende Bildqualität mit leuchtenden Farben, hohem Kontrast und präzise dargestellten Details.

Der Alpha 9 Gen 2 AI kann auch HDR-Inhalte weiter verbessern, indem er die Helligkeit anpasst, um z. B. besonders dunkle Bildpartien detailreich durchzuzeichnen. Das funktioniert dank intelligenter Anpassung von Dolby Vision-Inhalten auch in sehr hellen Räumen.

Der neue Prozessor Alpha 9 Gen 2 mit Deep-Learning-Algorithmus ist das Herzstück der neuen TV-Generation von LG.

Die Klangqualität wird ebenfalls durch einen intelligenten Algorithmus verbessert, der aus dem Zweikanal-Audiosignal beeindruckenden Virtual 5.1 Surround-Sound erzeugt. Dabei berücksichtigt der Alpha 9 Gen 2 Prozessor die Art der Inhalte und sorgt für eine klare Sprachwiedergabe in Filmen, bei Dialogen oder Nachrichtensendungen. Die Sound-Einstellungen können manuell oder automatisch an die individuellen Raumbedingungen angepasst werden. Zusätzlich unterstützen die neuen Spitzen-TVs von LG auch Dolby Atmos.

Mit Sprachsteuerung

In die neuen TVs hat LG den Google Assistant integriert, der erstmals in den 2018er Geräten mit ThinQ AI verfügbar war. Damit können die Nutzer komfortabel alltägliche Aufgaben erledigen, Antworten finden und kompatible Hausgeräte steuern. Auch eine Pizza lässt sich bei laufendem Programm vom Fernseher aus bestellen. Um sie entgegenzunehmen, wird allerdings jemand vom Sofa aufstehen müsssen.

Die neue Gerätegeneration mit ThinQ AI unterstützt auch Amazon Alexa. Durch Drücken der Amazon-Prime-Video-Taste auf der Magic-Remote-Fernbedienung können die Benutzer per Sprachbefehl kompatible Hausgeräte steuern, Informationen abrufen, persönliche Alexa-Routinen mit Erinnerungsfunktionen und Verkehrsinformationen festlegen, TV-Programme aufrufen und Hotelzimmer buchen. Zudem können die Geräte die Wiedergabe von Musik, Wetterberichten oder Rezepten mit

OLED von der Rolle

Der OLED Bildschirm kann nach Bedarf aus dem minimalistisch gestalteten Gehäuse aus gebürstetem Aluminium aus- und wieder eingefahren werden. Auch eine Zwischenstufe zum Anzeigen bestimmter Inhalte ist möglich.

Mit dem LG Signature OLED TV R stellt LG auf der CES den weltweit ersten OLED-TV mit einrollbarem Bildschirm vor. Das Gerät mit der Modellbezeichnung 65R9 macht es möglich, einen 65 Zoll Fernseher unaufdringlich im Raum zu platzieren.

Der OLED Bildschirm kann nach Bedarf aus dem minimalistisch gestalteten Gehäuse aus gebürstetem Aluminium aus- und wieder eingefahren werden. Dabei gibt es mit Line View eine Zwischenstufe, um bestimmte Inhalte anzuzeigen, wenn das Fernsehprogramm nicht genutzt wird. Der OLED-Bildschirm bietet in jedem Fall die durch den neuen Alpha 9 Gen 2 Prozessor und die Deep Learning-Algorithmen erzeugte hervorragende Bildqualität. Auch Amazon Alexa und Apple AirPlay 2 sind an Bord, so dass Videos von iTunes und anderen Anwendungen sowie Musik und Fotos von Apple-Geräten direkt abgespielt werden können. Mit dem Apple-Home-Kit-Support lässt sich der Signature 65R9 auch mit der Home App oder mit Siri steuern.

Bei komplett eingerolltem Bildschirm kann der Fernseher mit seinem integrierten 4.2-Soundsystem mit 100 Watt Ausgangsleistung und Dolby-Atmos Musik abspielen. Der Termin der Markteinführung in Deutschland und der Preis stehen noch nicht fest.

LG stellte auf der CES auch neue Premium-Soundbars vor, die gemeinsam mit dem britischen Spezialisten für High-Resolution Wiedergabe, Meridian Audio, entwickelt wurden.

optischen Alexa-Funktionen begleiten, am Fernseher Familien-Terminpläne organisieren und Bestellungen bei Amazon kontrollieren.

Mit ihrer verbesserten Spracherkennung können die neuen LG TVs mit ThinQ AI auch den Kontext von Kommandos verstehen, so dass die Nutzer nicht immer wieder die gleichen Befehle wiederholen müssen, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Der Dienst wird in über 140 Ländern, darunter auch Deutschland, verfügbar sein.

8K und NanoCell

Der Alpha 9 Gen 2 Prozessor ist auch das Herzstück des neuen LG 8K-LCD-TV-Spitzenmodells SM99 mit 75-Zoll-Bilddiagonale. Die 2019er LCD-Spitzenmodelle von LG werden unter der neuen Bezeichnung NanoCell TV eingeführt. NanoColor steht für die Verbesserung der Bildqualität, NanoAccuracy für präzisere Farbwiedergabe mit großem Blickwinkel und NanoBezel für ein elegantes Design mit sehr schmalem Rahmen. Auch bei den LG NanoCell-TVs wird die Bild- und Klangqualität durch den Deep-Learning-Algorithmus und ThinQ AI verbessert.

Alle neuen LG OLED-TVs und ausgewählte NanoCell-Geräte sind mit HDMI-2.1-Ports ausgestattet und unterstützen mit ThinQ AI hohe Bildwechselraten (HFR) bis 120 Bildern pro Sekunde. Das führt zu flüssigeren Bewegungsabläufen bei schnellen Aktionen. Enhanced Audio Return Channel (eARC) ermöglicht die ausgezeichnete Wiedergabe von Audioformaten bei Home-Theater-Anwendungen. Auch für Spiele sind die neuen LG TVs mit Variable Refresh Rate (VRR) und dem Automatic Low Latency Mode (ALLM) hervorragend geeignet.

LG wird dem Fachhandel die CES Innovationen und die 2019er Produktgenerationen in Deutschland auf einer Roadshow präsentieren, die am 21. Februar in Köln (Motorworld) beginnt; die nächsten Stationen sind Hamburg (26. Februar, Cruise Center Hafen City), München (6. März, Ziegelei 101), Berlin (14. März, Hotel Estrel) und Frankfurt am Main (19. März, Haus der Begegnungen).

Auch Bierbrauen soll komfortabler werden: Der LG Home Brew bekam auf der CES-Pressekonferenz von LG Szenenapplaus. Ohne Vorkenntniss kann man fünf verschiedene Biersorten brauen, deren Zutaten in Nespresso-ähnlichen Kapseln geliefert werden. Ob das Gerät nach Deutschland kommt, ist noch nicht entschieden.

Das neue Philips TV-Sortiment 2019

Die Sprachsteuerung der Philips TVs wird mit der Fernbedienung mit Nahbereichs-Mikrofon und einer Aktivierungstaste eingeschaltet.

Mit Alexa und Android TV

Die neue Generation von Philips TVs soll eine noch umfangreichere Unterstützung für Sprachassistenzdienste bieten. Auf der Basis von Android 9 Pie können sie sowohl auf den Google Assistant als auch auf Alexa zugreifen. Auch in die 6814 LCD-TVs mit dem Philips eigenen Smart TV-System Saphi hat TP Vision die Amazon Sprachassistentin integriert.

Alexa wird mit einer speziellen Taste der Fernbedienung eingeschaltet, auf der eine blaue LED die Aktivierung anzeigt; zusätzlich signalisiert das Philips Ambilight mit blauen Lichteffekten, dass die Sprachsteuerung aktiv ist. Dann können die Nutzer u. a. mit ihrer Stimme das Ambilight steuern, den Kanal wechseln und smarte Geräte im Haushalt kontrollieren.

Alle Philips Android TVs 2019 sind mit der neuen Version 9 Pie ausgestattet und bieten zusätzlich einfachen Zugang zum Google Assistant. Die spezielle Fernbedienung mit Nahbereichs-Mikrofon und einer Aktivierungstaste bietet Sicherheit und Komfort, wenn die Nutzer Unterhaltungsangebote aufrufen, Fragen stellen und Geräte im Smart Home ansteuern. Der Assistent hilft auch beim Suchen von Filmen und informiert auf Wunsch über die Spielstände von laufenden Fußballspielen.

Um einen Android TV mit Alexa zu steuern, wird ein kompatibles Gerät wie der Amazon Echo mit dem Fernseher verbunden. Nach dem Setup mit dem Philips Smart TV Voice Control Skill stehen dieselben Fähigkeiten zur Verfügung wie bei Geräten mit eingebauter Alexa Sprachsteuerung.

Bereits existierende Android TVs werden zur Zeit schrittweise mit einem Update für Android Oreo versehen, Android Pie soll im Laufe des Jahres für alle Android Geräte des Modelljahres 2018 sowie für ausgewählte Android TV-Modelle des Modelljahres 2017 folgen.

Mehr als 90 Prozent des neuen Philips Smart TV Sortiments ab der preisgünstigen Serie 6000 bis zur Premium-Serie 8000 sind mit Dolby Vision HDR sowie Dolby Atmos kompatibel und erlauben die Nutzung von Streaming-Diensten über HDMI.

Einzelheiten erfährt der Fachhandel auf der Philips TV Roadshow mit den Stationen:
Hamburg (6. Februar, Prototyp Museum),
Düsseldorf (14. Februar, Classic Remise),
München (19. Februar, BMW Group Classic),
Stuttgart (21 . Februar, Mercedes-Benz Museum),
Frankfurt (26. Februar, Klassikstadt),
Berlin (5. März, Classic Remise und
Leipzig (14. März, Porsche Werk).

Matthias Wietstock jetzt bei TP Vision

Matthias Wietstock bleibt der Marke Philip treu: Seit Jahresbeginn arbeitet der Manager als Marketing Director D/A/CH für Philips TV und Audio bei TP Vision in Hamburg. Wietstock, der bereits seit 1995 für die Marke Philips aktiv ist, war zuletzt Vice President Sales D/A/CH Nordics Benelux bei Gibson Innovations, dem früheren Markenlizenznehmer für Philips Audio-Produkte.

Matthias Wietstock setzt seine Arbeit für die Marke Philips jetzt bei TP Vision fort.

Im Laufe des Jahres will TP Vision sein Portfolio von Philips TVs mit einem Sortiment von Philips Audio-Produkten und Kopfhörern erweitern.

„Mit der Zusammenführung der Bereiche Philips TV und Audio bei TP Vision wächst zusammen, was zusammengehört", kommentierte Wietstock. „Als Lieferant für Consumer Electronics mit einem umfangreichen Portfolio und einer starken A-Marke werden wir neue, spannende Möglichkeiten für den Handel bieten."

Panasonic stellt neues 4K OLED Flaggschiff vor

Hollywood in Bild und Ton

Neben exzellenter Bildqualität bieten die GZW2004 Fernseher von Panasonic auch Netzwerkfunktionen mit Sprachsteuerung.

Mit dem GZW2004 hat Panasonic auf der CES ein neues OLED-Spitzenmodell vorgestellt. Mit seinem maßgefertigten Master HDR OLED Professional Edition Panel, dem neuen HCX PRO Intelligent Processor und Hollywood-Tuning unterstützt der mit mit Bildschirmdiagonalen von 55 und 65 Zoll erhältliche GZW2004 sämtliche HDR Standards von HDR10 und HDR10+ über Dolby Vision bis zu HLG und dem neuen HLG Photo Format. Einzigartig sind zudem die nach oben abstrahlenden Tuned by Technics Lautsprecher für raumfüllenden Dolby Atmos Klang.

Das neue Master HDR OLED Professional Edition Panel wurde von Panasonic in Zusammenarbeit mit dem führenden Hollywood-Koloristen Stefan Sonnenfeld so abgestimmt, dass die wichtigsten Parameter für die Bildqualität individuell kontrolliert werden können. Sonnenfeld gilt als einer der wenigen Bildkünstler, denen zugeschrieben wird, allein mit Color Gradings eigene Geschichten zu erzählen und Emotionen entstehen zu lassen. Das gelang ihm in Zuasmmenarbeit mit führenden Regisseuren zum Beispiel bei Filmen wie A Star is Born, Wonder Woman, Man of Steel, Beauty and the Beast und Star Wars: Das Erwachen der Macht. Beim GZW2004 konnte im Vergleich zu anderen Geräten vor allem das durchschnittliche Helligkeitsniveau sichtbar erhöht werden. Dank eines ebenfalls erhöhten Kontrastes werden HDR Inhalte noch wirkungsvoller wiedergegeben. Das funktioniert auch bei Szenen mit stark variierenden Helligkeits- und Kontrastwerten, z. B. bei Sportübertragungen und actiongela-

Weitere Funktionen für die Lumix S-Serie angekündigt

Panasonic hat auf der CES weitere Ausstattungsdetails für die auf der photokina 2018 angekündigten spiegellosen Lumix S Vollformatkameras bekanntgegeben. So werden die Lumix S1R und die Lumix S1 einen HLG Photo Modus für besonders kontrastreiche Bilder und eine High Resolution Funktion für extrem hochaufgelöste Fotos bieten. Die Kameras sollen wie geplant im März dieses Jahres auf den Markt kommen.

Rekordverdächtig ist der Echtbild-OLED-Sucher der neuen Modelle. Er bietet mit 5,76 Mio. Pixel die aktuell höchste Auflösung bei elektronischen Suchern und eine Bildwiederholrate von 120 B/s. Zudem steht ein stabiler, um drei Achsen schwenkbarer LCD-Monitor zur Verfügung.

Der neue HLG Photo Modus ermöglicht es, HDR-Bilder mit höherem Kontrastumfang in natürlichen Farben aufzunehmen, die der visuellen Wahrnehmung sehr nahe kommen. Grelle Lichter soll dabei ohne Über- und dunkle Schatten ohne Unterbelichtung abgebildet werden. Diese besonders lebendig wirkenden Bilder werden als HSP Dateien gespeichert und können z. B. auf den aktuellen HLG-kompatiblen Fernsehern von Panasonic oder auf anderen Endgeräten, die HLG unterstützen, abgespielt werden. Der HLG Photo Modus eignet

Auf der CES wurde die Lumix S1 in ihrem endgültigen Design gezeigt.

sich nach Angaben von Panasonic besonders gut für die Bildpräsentationen professioneller Fotografen.

Im High Resolution Modus nimmt die Kamera automatisch vom Motiv acht Einzelbilder schnell hintereinander auf; dabei wird der Sensor nach jeder Aufnahme minimal verschoben. Anschließend errechnet der neue Bildprozessor Venus Engine aus den acht Fotos eine besonders hochaufgelöste Bilddatei, die im RAW-Format gespeichert wird: Bei der Lumix S1 ist sie 96-Megapixel (12.000 x 8.000), bei der S1R sogar 187 Millionen Pixel (16.736 x 11 .168) groß, die als RAW-Datei gespeichert werden.

Die ins Gehäuse integrierte I.S. Bildstabilisierung soll je nach Motiv und Lichtverhältnissen die Nutzung des High Resolution Modus' auch aus der Hand ermöglichen. In Situationen, in denen sich die Motive bewegen, können Verzerrungseffekte unterdrückt werden. Man darf gespannt sein, wie das in der Praxis funktioniert.

Die angekündigten Funktionen ergänzen die Ausstattung der Lumix S-Kameras, die Panasonic auf der photokina angekündigt hatte. Dazu gehören neu entwickelte Vollformat-Sensoren mit 47 Megapixel (Lumix S1R) bzw. 24 Megapixel (Lumix S1) Auflösung und die Videoaufzeichnung in 4K/60p. Zudem sollen die neuen Modelle als erste spiegellose Vollformat-Kameras ein Dual I.S. Bildstabilisierungssystem mit Verwacklungskorrektur in Kamera und Objektiv bieten sowie mit je einem SD- und XQD-Speicherkarteneinschub und einem stabilen, um drei Achsen schwenkbaren LCD-Monitor ausgestattet sein. Der Leica L-Bajonettanschluss wird nicht nur die Verwendung neuer Lumix S Objektive, sondern auch die der L-Mount Alliance-Partner Leica und Sigma erlauben. Panasonic will sein Angebot an kompatiblen Objektiven für die Kameras der S Serie mit L-Bajonett zügig ausbauen. Bereits 2020 soll die Palette mehr als zehn Modelle umfassen, darunter eine 1,4/50mm-Festbrennweite, ein Standardzoom 24-105mm und ein Telezoom 70-200mm.

Die unverbindliche Preisempfehlung für das Lumix S1 Gehäuse liegt bei 2.499 Euro, für die Lumix S1R bei 3.699 Euro.

Die neuen Kameras sollen im HLG Photo Modus auch HDR-Fotos mit besonders großem Kontrastumfang aufnehmen können.

denen Spielfilmen. Nach zahlreichen Anfragen professioneller Nutzer aus Hollywood hat Panasonic die Anzahl der Kalibrierungsschritte der RGB- und Gamma-Skalen erhöht und deren Intervalle am dunkelsten Ende der Skalen reduziert. Der GZW2004 ist zudem einer der ersten Fernseher, die die CalMAN PatternGen Testmuster der CalMAN Software mit AutoCal-Funktion von Portrait Displays unterstützen. Die Kalibrierungseinstellungen der Imaging Science Foundation (isf) werden ebenfalls unterstützt.

Neuer Prozessor

Der GZW2004 ist nach Angaben von Pansonic der weltweit erste OLED TV, der die dynamischen HDR Standards HDR10+ und Dolby Vision ebenso unterstützt wie HDR 10 und das neue HLG Photo Format, das die Fotografie und die HDR Welt verschmelzen lässt.
Zur Steuerung des Panels hat Panasonic in den GZW2004 den leistungsstärksten Prozessor eingebaut, den das Unternehmen jemals entwickelt hat. Der HCX PRO Intelligent Processor analysiert praktisch in Echtzeit die Farben, den Kontrast und die Klarheit von 4K-Inhalten, um sie zu verbessern und das OLED Panel präzise anzusteuern. So wird unabhängig von der Signalquelle immer die bestmögliche Bilddarstellung erreicht. Besonders Sportfans und Gamer können mit brillanter 4K HDR Darstellung und äußerst schnellen Reaktionszeiten rechnen.
Die OLED TV-Modelle der GZW2004 Serie sind mit dem bewährten Quattro Tuner mit Twin-Konzept ausgestattet und verfügen über je zwei Tuner für Kabel, Satellit und Antenne. Zusätzlich kann TV>IP Server & Client TV-Signale aus dem Heimnetzwerk empfangen oder sie in das Heimnetzwerk einspeisen. Gegenüber DLNA-Streaming bietet TV>IP den vollen TV-Komfort inklusive USB-Recording, EPG, Videotext, HbbTV und der Pay-TV Entschlüsselung.

Dolby Atmos Sound

Der GZW2004 ist als erster Fernseher mit integrierten, nach oben abstrahlenden Lautsprechern für beeindruckenden Dolby Atmos Sound ausgestattet. Das komplette Audiosystem wurde von erfahrenen Technics Ingenieuren abgestimmt. Es ist zudem mit der einzigartigen Jeno Engine von Technics ausgestattet. Bluetooth Audio Link erlaubt die kabellose Verbindung mit Bluetooth-Lautsprechern sowie mobilen Abspielgeräten.

My Home Screen 4.0

Mit dem neuen My Home Screen 4.0, dessen Oberfläche individuell die Bedürfnisse der Nutzer angepasst werden kann, ist der GZW2004 sehr komfortabel zu bedienen. Das grafische Interface vereinfacht den Zugang zu Video-on-Demand-Diensten und Inhalten der TV Sender, und gibt Shortcuts zum Live TV, angeschlossenen Geräten und Apps wie Netflix, Amazon und YouTube. Nutzer können TV-Sender auf dem Home Screen hinzufügen und ihre Lieblingsapp auf der My-App-Taste der Metallfernbedienung hinterlegen. Der GZW2004 kann mit Hilfe von Google Assistant und Amazon Alexa auch mit der Stimme gesteuert werden. Die Unterstützung der wichtigsten Sprachassistenten sowie der Smart Home-Komponenten von Crestron und Control4 ermöglicht auch die Integration in neue und bestehende Smart Home-Systeme.
Auch die Optik passt mit dem dunklen, metallischen Finish und dem zentrierten Standfuss zur hochwertigen Ausstattung des Gerätes.
Der genaue Einführungstermin und Preise werden noch bekanntgegeben.

Bessere TV-Bilder und Rundum-Sound Innovationen von Sony

Sony stellte auf der CES mit den 98 und 85 Zoll großen 8K HDR Full Array LED Fernsehern der ZG9 Serie und den 4K HDR OLED TVs der AG9 Serie in 77, 65 und 55 Zoll neue Flaggschiff-Modelle der Master Series vor. Innovativ zeigte sich das Unternehmen auch mit 360 Reality Audio, einem neuen Eco System für Musik-Kreation, Distribution und Wiedergabe.

Die 8K HDR Full Array LED Fernseher wird es in Größen bis zu 89 Zoll/248 cm geben.

Die beiden TV-Serien sind mit dem neuesten X1 Ultimate Prozessor ausgerüstet, der im vergangenen Herbst in den ersten Master Series Modellen AF9 und ZF9 seine Premiere feierte. Mit einem einzigartigen, speziell für 8K entwickelten Algorithmus kann der Prozessor laut Sony jedes einzelne Objekt im Bild erkennen und analysieren, um es mit außergewöhnlichem Kontrast und großer Detailfülle wiederzugeben.
Für die 8K-Wiedergabe arbeitet der Prozessor X1 Ultimate mit von Sony entwickelten Algorithmen und einer neuen, speziell auf 8K ausgelegten Datenbank, um Signale aus praktisch jeder Quelle so zu verbessern, dass sie nahezu 8K-Bildqualität erreichen. Auch die LED Displays wurden aufgerüstet und sollen mit Backlight Master Drive Technologie und ultra-dichten, einzeln gesteuerten LED-Modulen, die vollflächig hinter dem Display angebracht sind, bis zu 20-mal höhere Kontraste als konventionelle Fernseher erzielen. 8K X-tended Dynamic Range Pro führt zur intelligenten Steigerung der Helligkeit in den Bereichen, in denen es nötig und vom Regisseur gewünscht ist. Auch der Netflix Calibrated Modus und die IMAX Enhanced Technologie dienen der Wiedergabe nach den Vorstellungen des Regisseurs.

Mehr Leuchtkraft für OLED

Bei der neuen 4K OLED-Serie AG9 kombiniert Sony den X1 Ultimate Prozessor mit einem Pixel Contrast Booster, um in den hellen Bereichen noch mehr Farben und Kontraste darstellen zu können. Dank der Android TV Oberfläche können die Nutzer auf Inhalte wie Google Play, YouTube, Netflix, Prime Video etc. zugreifen. Auch der Google Assistant ist – ebenso wie beim ZG9 — in den ZG9 und den AG9 integriert. Die Acoustic Surface Audio+ Technologie, bei der der Ton über den gesamten Bildschirm übertragen wird, sorgt nicht nur für klaren und satten TV-Sound; im TV Centre Speaker Modus gibt es auch die Möglichkeit, den Fernseher als Mittellautsprecher in einem Heimkino-System einzusetzen.

OLED-typisch schlank sind die AG9-Modelle der Master Series.

Rundum was auf die Ohren

Mit 360 Reality Audio hat Sony in Kooperation mit Fraunhofer ISS ein komplettes Musik-Ökosystem angekündigt, in dem die Nutzer ein dreidimensionales Soundfeld mit objektbasierter Spatial Audio Technologie erleben können. Dabei arbeitet das Unternehmen u. a. mit Live Nation zusammen, zu dem Ticketmaster, Live Nation Concerts und Live Nation Sponsorship gehören. So soll es mglich werden, bei Konzerten von Künstlern wie The Wombats, AJR, Good Charlotte, Chris Lane, Jorja Smith oder Kodaline die Live-Atmosphäre dreidimensional einzufangen. 360 Reality Audio basiert auf einem neuen Format, das mit MPEG-H 3D Audio kompatibel sein soll und ein Musikerlebnis bietet, bei dem Stimmen, Instrumente und Effekte rund um den Hörer platziert werden können. Dafür wird es Content Creation Tools von Sony geben, mit denen Musik-Labels und Künstler Inhalte erzeugen können, die über Dienste wie Deezer, nugs.net, Qobus und Tidal distribuiert werden. Auch existierende Tonaufnahmen, die über mehrere Tonspuren verfügen, können in 360 Reality Audio umgewandelt werden.
Was die Hardware angeht, ist für den Genuss von 360 Reality Audio nicht zwingend eine Neuanschaffung nötig. Derzeit wird die Kompatibilität von Kopfhörern und Lautsprechern geprüft. Sony arbeitet zudem an einer App, die es Musikliebhabern ermöglicht, Fotos ihrer Ohren mit dem Smartphone zu erstellen. Die Analyse dieser Bilder erlaubt es 360 Reality Audio dann, ein individuell abgestimmtes Klangfeld zu erzeugen. Bei Lautsprechern, die Musik in verschiedene Richtungen abstrahlen, arbeitet Sony ebenfalls an einem passgenauen 360 Reality Audio Erlebnis. Dabei können auch Geräte anderer Hersteller, die das Format unterstützen, eingebunden werden.

PoS-Aktuell

Neuheiten

Neuer Hexakopter von Yuneec

Yuneec hat zur CES den Hexacopter H520 RTK vorgestellt, dessen Herzstück ein RTK-System (Real Time Kinematics) ist, das vom mehrfach ausgezeichneten Schweizer Unternehmen Fixposition entwickelt wurde und für höchste Präzision und schnellstmögliche Einsatzbereitschaft auch unter schwierigen GPS-Bedingungen, wie Städten, Schluchten oder Wäldern sorgt.

Dank Real Time Kinematics Satellitennavigation kann der neue H520 RTK in Zukunft zentimetergenau in der Luft stehen und so äußerst präzise wiederkehrende Fotos, ein schnelleres 3D Mapping sowie genauere, auch automatisierte, Inspektionsflüge durchführen.

Der H520 RTK wird nicht nur als Komplettsystem erhältlich sein – ein bereits vorhandener H520 lässt sich auch zu einer RTK Version, mit den gleichen technischen Eigenschaften wie das Komplettsystem, upgraden.

LG erweiterte zur CES Xboom-Portfolio

Das zur CES erweiterte XBoom-Portfolio umfasst Minikomponenten und All-in-One-Produkte, portable Xboom Go Bluetooth-Lautsprecher und Xboom AI ThinQ Smart-Lautsprecher. Die neue Xboom Minikomponente (Modell CL 98) bietet eine Ausgangsleistung von 3500 W und enthält ein Kompressionshorn zur Erzeugung eines klareren, detaillierteren Klangs bei den höheren Frequenzen.

Das Xboom High-End-Produkt (Modell OL100) liefert eine Ausgangsleistung von 2000 W unter Verwendung eines speziellen

Xboom CL 98

Drucklautsprechers, der mit Hilfe einer gefalteten Luftführung hinter dem Treiber einen besonders hohen Schalldruck erzeugt. Eine Besonderheit ist der Meridian Mode, entwickelt in Zusammenarbeit mit den Experten der renommierten britischen Firma Meridian Audio. Diese exklusive Soundeinstellung ermöglicht eine klarere Gesangswiedergabe und lebhafte Bässe, besonders geeignet für den anspruchsvollen Musikgenuss zu Hause.

Ein weiteres neues Xboom Design unterstützt den aptX HD-Codec (verfügbar für Modell RK 7) für verlustloses, hochauflösendes Audio-Streaming über Bluetooth. Durch den verbesserten Wireless Party Link lassen sich mehrere Lautsprecher für ein noch eindrucksvolleres Hörerlebnis zusammenschalten (verfügbar für Modell RK 7, OL-Serie und CL-Serie).

Das LG Xboom Produktportfolio ist in verschiedenen Baugrößen verfügbar, so dass die Anwender die am besten zu ihnen passende Lösung auswählen können. Die Premium All-in-One-Einheit (Modell OL100) bietet ein spezielles „Grab & Move"-Design mit einem Griff und Rollen für maximale Mobilität. Die Xboom Freestyle-Lautsprecher (Modelle RK7 und RL4) können senkrecht oder waagrecht positioniert werden und lassen sich durch den X-Grip-Tragegriff bequem transportieren.

Die ebenfalls auf der CES 2019 neu vorgestellten LG Xboom Lautsprecher der Serie Go PK liefern trotz ihrer kompakten Bauform und ihres geringen Gewichtes einen hervorragenden HiFi-Sound. Diese portablen Lautsprecher unterstützen den aptX HD-Codec für verlustloses 24-Bit-Audio-Streaming von modernen Smartphones wie z. B. dem LG G7.

„LG wird sein Xboom-Portfolio weiter ausbauen, um den Anwendern durch leistungsfähigen Sound eine angenehme Atmosphäre für jede Gelegenheit zu schaffen", sagte Kim Dae-chul, Leiter des Bereichs Audio und Video der LG Home Entertainment Company. „Wir sind begeistert von den heutigen und zukünftigen Möglichkeiten der Marke LG Xboom und werden unser Angebot und unsere Position im Party-Audio-Markt weiter stärken."

Sharp mit vier neuen Big Aquos 4K TVs

Mit vier neuen Modellen erweitert Sharp seine Palette von 4K UHD LED Smart TVs: Die Fernseher mit Direct- oder Edge-LED sind jeweils mit Bildschirmdiagonalen von 60 oder 70 Zoll erhältlich. Gemeinsam haben sie ein zeitgemäßes Design, ein integriertes Soundsystem von harman/kardon, gute Bildqualität und vielfältige smarte Funktionen.

Die neuen Modelle bieten dank der Aquos Displays von Sharp detailgetreue Bildwiedergabe und brillante Farben dank Wide Colour Gamut Technologie. HD-Inhalte werden mit einer Upscaling-Funktion automatisch auf 4K-Auflösung hochgerechnet, die integrierte HDR+ Technologie sorgt bei entsprechenden Inhalten für besonders hohen Kontrast und große Helligkeit. Die Active-Motion-Technologie von Sharp erhöht zudem durch die Berechnung von Zwischenbildern die Bewegungsschärfe und vermindert Geisterbilder. Zu den Bildern liefert das hochwertige 2.1 harman/kardon Lautsprechersystem mit einem externen Subwoofer sowie integrierten Seidenhochtönern satte Bässe und feine abgestufte Höhen. Die DTS Studio Sound-Technologie gibt mit speziellen Surround-Sound-Algorithmen den Ton von Spielfilmen besonders plastisch wieder.

Die neuen Sharp TVs, hier der 70UI7652, sind ab sofort lieferbar.

Auf ihrer Smart TV-Oberfläche bieten die Geräte Zugriff auf zahlreiche Inhalten und Anwendungen wie Netflix, YouTube oder Rakuten. Inhalte von Android basierten Smartphones und Tablets können kabellos abgespielt werden. Ein integrierter Triple-Tuner empfängt Fernseh-Programme per Kabel, Satellit und Antenne. Für das Empfangen von Freenet TV Sendern ist kein zusätzlicher Anschluss nötig, externe Geräte wie UHD Blu-ray Player oder Soundbars können über die drei HDMI-Ports verbunden werden. Darüber hinaus haben die neuen Sharp Fernseher drei USB-Eingänge und einen SD-Kartenslot, der 4K Inhalte unterstützt.

Die Direct-LED Modelle LC-60UI7652E und LC-70UI7652E sind ab sofort für 799 bzw. 1.299 Euro (UVP) erhältlich. Die Edge-LED-TVs LC-60UI9362E sowie LC-70UI9362E gibt es ab sofort 999 bzw. 1.599 Euro (UVP).

Neuheiten von Technics zur CES

Auf der CES stellte Technics erstmals den direktgetriebenen Plattenspieler SL-1210MK7 vor. Ähnlich wie seine Vorgänger zeichnet sich auch der Neuzugang durch Bedienungsfreundlichkeit, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit aus. Abgerundet wird der Plattenspieler durch neue Features wie dem eisenkernlosen Direktantriebsmotor, DJ-spezifischen Funktionen, wie dem Reverse Playback, und anderen klangoptimierenden Technologien. Mit dem SL-1210MK7 bringt Technics den ersten neuen Standard-DJ Plattenspieler seit etwa neun Jahren auf den Markt.

Darüber hinaus hat Technics die Einführung des neuen direktgetriebenen Plattenspielers der Premium-Klasse SL-1500C bekanntgegeben. Die eingebaute Phono-Entzerrung vereinfacht den Anschluss an eine Vielzahl von Audiokomponenten. Zusätzlich im Lieferumfang enthalten ist das hochwertige MM Tonabnehmersystem Ortofon 2M Red. Der SL-1500C ist ein leicht bedienbarer Plattenspieler, der neben Audio-Enthusiasten auch für Neueinsteiger geeignet ist.

Durch die Einführung des neuen Netzwerk-/Super Audio CD-Spieler SL-G700 wird das aktuelle Neuheiten-Portfolio abgerundet. Der SL-G700 ist ein digitaler Multiformat-Spieler, der die heutzutage meistgebräuchlichen Medien – von CD/SACD bis hin zu den neuesten Hi-Res-Formaten und Streamingdiensten – abdeckt, heißt es in einer Pressemitteilung. All diese Quellen werden in den jeweils höchstmöglichen Tonstandards wiedergegeben.

HumanEyes mit neuer Vuze XR Dual-Mode-Kamera auf der CES

Die Vuze XR verfügt über ein neues Design, das es Verbrauchern, Content-Schaffenden, Prosumern und VR-Profis ermöglicht, Inhalte und Momente in stereoskopischem 3D VR180 oder 2D 360° aufzunehmen und zu teilen. Neben 5,7K 30 fps Videos und 18 MP-Fotos bietet die Vuze XR auch Videostabilisierung, In-Camera-Stitching und vieles mehr. Die Updates umfassen die Kamera-Firmware, ihre mobilen Apps für Android und iOS sowie die Vuze Studio 3.2-Desktop Softwaresuite.

„Nicht zuletzt aufgrund ihrer Vielseitigkeit hinsichtlich der Aufnahmemöglichkeiten, ihrer hervorragenden Bildqualität und ihres hochattraktiven Preises hat die neue Vuze XR bei Presse, Verbrauchern und Fachleuten enormen Anklang gefunden und ein ausnahmslos positives Echo ausgelöst", so Shahar Bin-Nun, CEO von HumanEyes. „Wir freuen uns, das Jahr 2019 mit guten und wichtigen Updates für alle unsere Softwareplattformen beginnen zu können, einschließlich der DLNA-Integration für die problemlose Integration des Oculus Go-Headset."

Die Vuze XR verfügt über eine umfassende All-in-One-Desktop-Bearbeitungssoftware, die eine große Anzahl an Bearbeitungs- und Stitchingfunktionen für VR180 und 360°-Inhalte unterstützt. Neben einer neuen Benutzeroberfläche wartet das Software-Studio mit verbesserten Benutzer-Aktivierungsfunktionen, einer nochmals verbesserten Stabilisierung und einer ganzen Reihe von Nachbearbeitungstools auf. Das Vuze-Studio ist sowohl für Mac als auch für PC erhältlich. Die UVP für die Vuze XR liegt bei 439 US-$.

Hisense und Gorenje marschieren gemeinsam

Nach der Übernahme des Hausgeräte-Herstellers Gorenje durch den chinesischen Technolgiekonzern Hisense wollen beide Unternehmen 2019 auch in Deutschland gemeinsam Flagge zeigen. Dabei sollen die Marken ebenso erhalten bleiben wie die bewährten Vertriebsteams. Hisense soll dabei vor allem für TV-Unterhaltungselektronik und Premium-Kühlgeräte stehen, während Gorenje ein breites Sortiment von Hausgeräten abbildet.

Hisense Senior Vice-President Hans Wienands (rechts) sowie (v. l.) Julian Lietzau, Head of Marketing + PR Gorenje), Uwe Paul (Commercial Director DE & AT Hisense) und Claudia Rehm (Marketing & Public Relations Gorenje) erwarten von der parallelen Vermarktung beider Marken eine Verstärkung der Marktposition.

Die Kraft der zwei Marken

Dabei können beide Marken auf europäisches Knowhow zurückgreifen. Hisense-Produkte werden vom Industrial Design Center in Düsseldorf inspiriert, viele Fernseher stammen aus der eigenen Fabrik in Tschechien. Die Gorenje-Gruppe ist als europäischer Hersteller in zahlreichen Ländern einschließlich Deutschland bereits gut in den Handelsstrukturen vertreten. Sie vertreibt ihre in Slowenien, Tschechien und Serbien hergestellten Produkte in insgesamt 90 Ländern und beschäftigt weltweit 11.000 Mitarbeiter aus 42 Ländern.

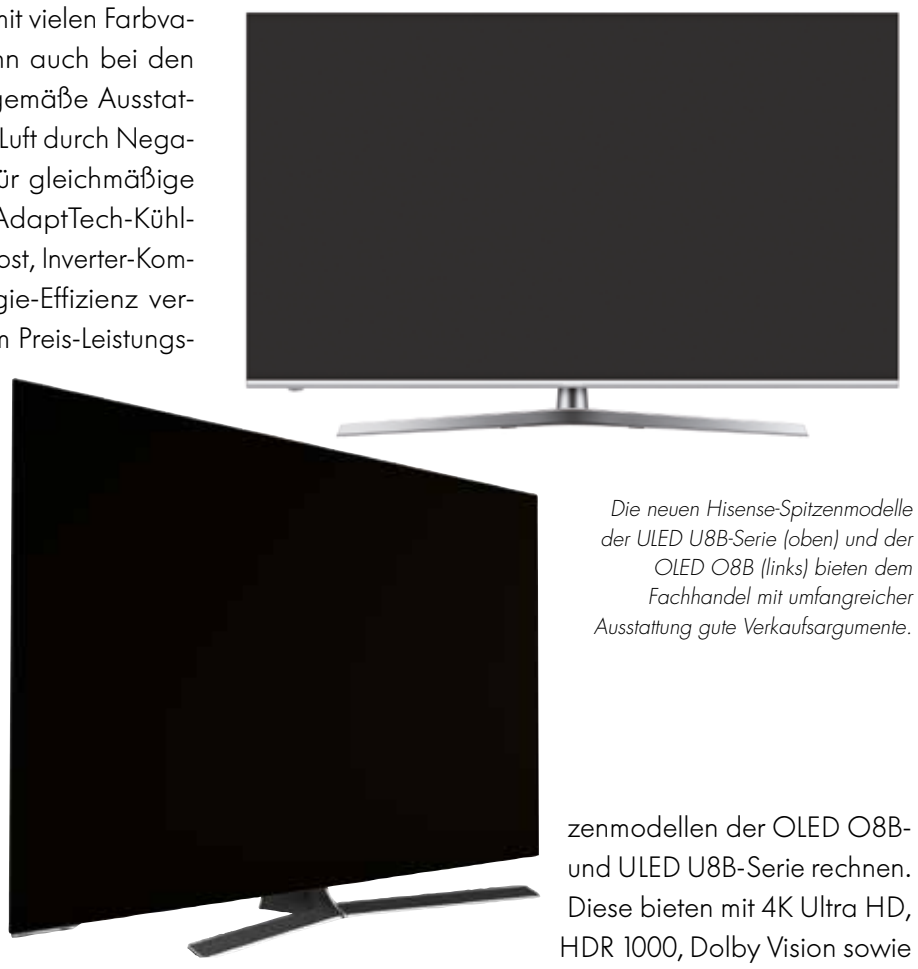
In den Bereichen Waschen und Trocknen verfügt Gorenje über eine solide Marktposition, die durch die auf der IFA 2018 vorgestellten Maschinen der WaveActive-Serie (siehe PoS-MAIL 9/2018, S. 24) untermauert wurde. Für die Küche bietet das Unternehmen ein breites Sortiment von Kochfeldern, Dunstabzugshauben und Backöfen an. Darüber hinaus bieten die SmartFlex Geschirrspüler mit vollautomatischer Türöffnung dem Fachhandel gute Verkaufsargumente. Bei Kühlgeräten ist die slowenische Marke mit ihren Produkten im Retro-Design mit vielen Farbvarianten besonders erfolgreich und kann auch bei den Geräten der Ion-Generation auf zeitgemäße Ausstattungen wie frische und sauerstoffhaltige Luft durch Negativ-Ionen, das MultiFlow360°-System für gleichmäßige Luftverteilung, das sensorgesteuerte AdaptTech-Kühlsystem für konstante Temperaturen, NoFrost, Inverter-Kompressoren, Zero-Zone und hohe Energie-Effizienz verweisen. Diese Palette mit attraktivem Preis-Leistungsverhältnis wird durch die 12 Side-by-Side Kombis sowie Multi- und French-Door-Geräte von Hisense sinnvoll nach oben abgerundet, denn im Side-by-Side-Segment ist die chinesische Marke in Deutschland bereits die Nummer Drei. Seit dem 1. Februar werden die Sortimente beider Marken von der Gorenje-Organisation vertrieben. Das Sponsoring von Hisense bei der Fußball-Europameisterschaft 2020 wird auch auf die Marke Gorenje erweitert.

Die auf der IFA vorgestellten Waschmaschinen und Trockner der WaveActive-Serie von Gorenje sind inzwischen flächendeckend verfügbar.

Neues TV-Sortiment

Auf der CES setzte Hisense die ersten Schwerpunkte für das neue TV-Sortiment. Dabei will das Unternehmen, das 2018 weltweit über 20 Millionen Fernseher verkauft hat, nicht nur mit den aktuellen Bildschirmtechnologien punkten, sondern auch den Zugang zu einem großen Angebot von Inhalten besonders komfortabel machen. Dazu gibt es die verbesserte Version 3.0 der Vidaa Plattform mit einer großen Anzahl vorinstallierter Apps und der Möglichkeit, bevorzugte Anwendungen individuell anzuordnen. Hubs für neue Apps, Trends und Benachrichtigungen sollen das Benutzererlebnis weiter personalisieren.

In Deutschland kann der Fachhandel mit den neuen Spitzenmodellen der OLED O8B- und ULED U8B-Serie rechnen. Diese bieten mit 4K Ultra HD, HDR 1000, Dolby Vision sowie einer Fernbedienung mit integrierter Sprachsteuerung eine erstklassige Ausstattung. Dazu kommen die Serien U7B (ULED), B7500, B7300, B7100 (jeweils UHD) und B5600 (Full HD) und der kanalexklusive Design-Fernseher 32A584.



Die neuen Hisense-Spitzenmodelle der ULED U8B-Serie (oben) und der OLED O8B (links) bieten dem Fachhandel mit umfangreicher Ausstattung gute Verkaufsargumente.

Auf der CES machte Hisense auch deutlich, dass dem Thema Laser-TV mit Kurzdistanz-Projektoren weiterhin große Aufmerksamkeit gilt. Das Unternehmen entwickelt für dieses Segment Geräte mit Trichroma-Laser, die eine Bilddiagonale von bis zu 150 Zoll/381 cm erreichen können – und das mit einer Leuchtkraft, die nach Angaben des Unternehmens in hellen Umgebungen sogar OLED übertreffen soll.

Ecovacs Robotics kündigt Deebot Ozmo 960 an

Sehen und verstehen mit KI

Neben Smart-Home-Lösungen und dem Fensterputz-Roboter Winbot X stellte Ecovacs Robotics auf der CES den neuen Saug- und Wischroboter Deebot Ozmo 960 an. Mit Künstlicher Intelligenz erstellt das Gerät nicht nur seinen eigenen Putzplan, sondern erkennt auch Hindernisse wie Kabel oder Socken und weicht diesen selbstständig aus.

Mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz identifiziert der Deebot Ozmo 960 Hindernisse und weicht ihnen aus.

Dafür kombiniert Ecovacs seine Smart Navi 3.0 Mapping & Navigation Technologie mit der neuen KI-Technologie AIVI (Artificial Intelligence and Visual Interpretation). Damit erkennt der Roboter seine Umgebung, um einen Putzplan zu erstellen, und nimmt zudem viele Hindernisse wie Kabel oder Socken wahr, um diesen ausweichen zu können. So soll das Aufräumen vor dem Putzen entfallen. Bislang erkennt AIVI etwa 500 verschiedene Objekte, lernt aber ständig dazu. Mit Software-Updates sollen so im Laufe des Jahres immer mehr potentielle Hindernisse erkannt werden können. „Alle Daten, die AIVI erhebt, unterliegen selbstverständlich europäischen Datenschutz-Richtlinien", betonte Andreas Wahlich, General Manager Europe von Ecovacs Robotics. „Bilder werden nicht gespeichert oder an Dritte übertragen. Auf freiwilliger Basis können Nutzer ihre Daten aber mit Ecovacs teilen, um den Lernprozess bzw. die Weiterentwicklung der Technologie zu unterstützen."
Ein Termin für den Verkaufsstart des Deebot Ozmo 960 steht noch nicht fest.

Deebot Pro930 ab sofort lieferbar

Der neue Deebot Pro930 von Ecovacs Robotics ist ab sofort zum Preis von 849 Euro (UVP) erhältlich. Die Kombination von Saugroboter und kabellosem Handstaubsauger ist mit der innovativen Ozmo Wischtechnik ausgestattet und kann praktisch alle Böden bürsten, saugen und wischen. Mit Hilfe von Sensoren wird der Wischmodus automatisch ein- und ausgeschaltet, um eine gründliche Tiefenreinigung zu erzielen. Für die Reinigung an schwer zugänglichen Stellen gehört zum Lieferumfang auch ein handlicher Akku-Sauger mit Zubehör wie einem Saugrohr und verschiedenen Aufsätzen, die platzsparend an der Ladestation untergebracht werden können. Der 150-Watt-Motor sorgt für gute Reinigungsleistung, das geringe Gewicht von ungefähr drei Kilo für komfortable Handhabung.

Der Deebot selbst ist mit der Smart NaviTM 3.0 Mapping and Navigation Technologie ausgestattet. Sie scannt mit Lasertechnologie die Umgebung und erstellt einen detaillierten Grundriss, der in der App gespeichert wird. So lassen sich Putzpläne erstellen, Intensiv-Reinigungsbereiche definieren oder virtuelle Grenzen für den Deebot setzen. Ultraschallsensoren stellen sicher, dass z. B. Teppiche trocken bleiben.

Zum Lieferumfang des Deebot Pro930 gehört auch ein handlicher Akkusauger mit Zubehör.

Zwei neue Vakuumierer von Rommelsbacher

Die beiden neuen Vakuumierer VAC 285 für kleine und große Haushalte sowie der VAC 485 für Hobbyköche und Profis zeichnen sich durch eine komfortable Einhand-Bedienung aus und eignen sich für den Langzeitbetrieb. Zahlreiche Ausstattungsmerkmale – wie das individuelle Absaugen oder manuelles Versiegeln – runden die Ausstattung ab. Die Zusatzfunktion „Behälter vakuumieren" ermöglicht neben dem Gebrauch von Folienbeuteln auch die Verwendung von wiederverwendbaren Behältern.
Dank des großen Handgriffs und dem robusten, standfesten Gehäuse lässt sich der VAC 285 leicht öffnen und schließen. Wird klassisch im Folienbeutel vakuumiert, kann zwischen vollautomatischem und manuellem Absaugen und Versiegeln gewählt werden. Im vollautomatischen Modus saugt die Pumpe bis zu 97 Prozent der Luft aus dem Vakuumierbeutel und versiegelt ihn mit einer stabilen 2,5 mm-Naht in nur einem Arbeitsgang. Im manuellen Modus lässt sich das Absaugen der Luft und die Versiegelung individuell steuern, je nachdem wie druckempfindlich die Lebensmittel sind. Mit der Funktion „Behälter vakuumieren" werden Soßen, Suppen und Getränke lange frisch gehalten.

Für Hobbyköche und Profis: der VAC 485

Der VAC 485 ist aufgrund seiner vielseitigen Funktionen und seines Vakuumiervolumens ideal für Profiköche und Selbstversorger, eignet sich aber auch für private Haushalte, die mehr individuelle Möglichkeiten beim Vakuumieren wünschen. Das Gerät ist, dank des großen Griffs, mit einer Hand sicher und ohne Kraftaufwand zu öffnen und zu schließen. Praktisch ist das integrierte Folienfach mit Schneidevorrichtung. Köche können ihren Vakuumierbeutel dem Volumen der Lebensmittel anpassen. Der VAC 485 kann Folien bis zu einer Breite von 30 cm verarbeiten.
Beim vollautomatischen Vakuumieren sorgt die leistungsfähige Kolbenpumpe dafür, dass in kürzester Zeit 97 Prozent der Luft aus dem Behältnis gesaugt wird. Danach erfolgt das Versiegeln automatisch mit einer stabilen Doppelnaht mit je 2,5 mm Stärke. Wer druckempfindliche Lebensmittel vakuumieren möchte, kann dies entweder vollständig manuell tun, oder er wählt die 2-Stufen-Funktion beim Abpumpen und Versiegeln. Eine Auffangrinne, die sich leicht reinigen lässt, sammelt die Restflüssigkeit, die beim Abpumpen entstehen kann. Flüssigkeiten wie Saucen, Suppen oder Getränke werden in speziellen Vakuumierbehältern über die Funktion „Behälter Vakuumieren" frischgehalten.
Der VAC 285 (230 V/110 Watt) ist zum Preis von 127,99 Euro (UVP) und der VAC 485 für 159,99 (UVP) erhältlich. Vakuumierbehälter, Verschlüsse, Rollen und Beutel gibt es als Zubehör in verschiedenen Größen und Formen.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Samsung Home Appliances stellt Weichen für 2019

„Das Jahr des W(h)andels"

Nach einem erfolgreichen Jahr 2018 hat der Unternehmensbereich Samsung Home Appliances im Rahmen eines Fachpressegespräches im Samsung Showcase in Frankfurt seine strategische Ausrichtung für 2019 vorgestellt. Alexander Zeeh, Director Home Appliances, Samsung Electronics GmbH, sprach dabei über neue Vertriebskonzepte, aber auch über die Herausforderungen, die den Fachhandel erwarten.

„Der Unternehmensbereich Samsung Home Appliances blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. 2018 war das Jahr der Werte", erklärt Alexander Zeeh. „Die Marke Samsung Haushaltsgeräte konnte sich im vergangenen Jahr nochmals verbessern und mit vielen Innovationen punkten. Allerdings sind die umsatzstarken Jahre im deutschen Weiße-Ware-Segment vorbei. 2018 gab es leichte Umsatzeinbußen im Home Appliances Bereich, und es ist nicht davon auszugehen, dass im neuen Jahr mit einem bahnbrechenden Aufschwung zu rechnen ist." Die Samsung Electronics GmbH sehe sich jedoch für 2019 gut aufgestellt und auf die neuen Herausforderungen vorbereitet.

Ausgezeichnet

Samsung wurde im vergangenen Sommer als erstes Unternehmen im Bereich Household Appliances mit dem German Innovation Award ausgezeichnet. Dabei gab es gleich mehrere Preise. Prämiert wurde unter anderem die WW8800 Waschmaschine mit QuickDrive Technologie. Bei diesem patentierten Feature drehen sich Trommel und Rückwand in entgegengesetzte Richtungen und erzeugen eine mehrdimensionale Bewegung der Wäsche. Durch diese Mechanik kann die Waschzeit um bis zu 50 Prozent verkürzt und dabei bis zu 20 Prozent Energie eingespart werden – und das bei hoher Waschleistung. Ausgezeichnet wurde auch der Family-Hub Kühlschrank mit WiFi-fähigem 21.5" Full-HD-LCD Touchscreen, der als digitales White Board für die ganze Familie eingesetzt werden kann.

Dank patentierter QuickDrive Technologie drehen sich Trommel und Rückwand der WW8800 in entgegengesetzte Richtungen und erzeugen eine mehrdimensionale Bewegung der Wäsche. Durch diese Mechanik können die Waschzeiten bis zu 50 Prozent verkürzt und dabei bis zu 20 Prozent Energie eingespart werden. Dafür wurde Samsung als erstes Unternehmen im Bereich Household Appliances mit dem German Innovation Award ausgezeichnet.

Florian Dilger, Marketing Communications Manager, und Diana Diefenbach, Head of Communications Home Appliances, nahmen für Samsung den German Innovation Award entgegen.

Auch der vernetzte Geschirrspüler mit Waterwall-Technologie erhielt einen Preis. „Mit Geräten wie dem Family Hub bieten wir intelligente Lösungen am Puls der Zeit, die den Wohnraum der Zukunft mitgestalten können", sagte Zeeh. „Die doppelte Auszeichnung im Bereich Smart Living sowie die Gold-Auszeichnung für die Innovationsleistung unserer QuickDrive Waschmaschine zeigen, dass wir mit diesen Produkten genau richtig liegen und Samsung Hausgeräte unseren Nutzern einen Mehrwert im Alltag bieten können."

Aussichten

2019 möchte der Unternehmensbereich Samsung Home Appliances an die bisherigen Erfolge anknüpfen und die Markenpositionierung weiter ausbauen. Standen im Jahr 2018 die vier tragenden Säulen Innovation, Design, Qualität und Funktionalität im Mittelpunkt der Unternehmensphilosophie, sollen in diesem Jahr weitere wichtige Aspekte dazu kommen. „Wir gehen allerdings davon aus, dass 2019 das Jahr der rauen See wird", betonte Zeeh. „Der Handel verändert sich und muss sich – wie die gesamte Branche – neuen Herausforderungen stellen. Wir sprechen in diesem Zusammenhang von Retail 4.0. Dabei ist es nicht einfach abzuschätzen, in welche Richtung es geht."

„Der Handel verändert sich und muss sich – wie die gesamte Branche – neuen Herausforderungen stellen. Wir sprechen in diesem Zusammenhang von Retail 4.0", so Alexander Zeeh, Director Home Appliances, Samsung Electronics GmbH.

Es gibt nach Ansicht von Zeeh viele Fragen, die zu beantworten sind: Welchen Einfluss hat die fortschreitende Digitalisierung auf die Macht der Verbraucher? Inwieweit werden automatische Bestellvorgänge die Vertriebsabläufe neu strukturieren? Wie lassen sich neue Fachhandelskonzepte gestalten? „Der Handel wird sich auch der Frage stellen müssen: Wie kann ich mich differenzieren?", erklärte Zeeh. „Die heutigen Verbraucher sind bestens informiert und haben meistens ganz klare Vorstellungen, was gekauft werden soll." Für Samsung soll jedenfalls das Jahr 2019 das Jahr des Handels und des Wandels, also des „W(h)andels" werden.

Dabei setzt Samsung weiterterhin auf die bewährte Vier-Säulen-Strategie. „Diese Säulen sind: Marke, Produktportfolio, Kanal und Küchenmöbel", sagte Zeeh. „Im Bereich Produktportfolio wird das Thema Trocknen in diesem Jahr einen wichtigen Stellenwert einnehmen – ebenso wie das Segment Küchen-Einbaugeräte." Hier hat sich Samsung im vergangenen Jahr mit Martin Alof, Head of Sales Built-In Home Appliances, verstärkt. Seit dem 1. August 2018 steht der Kölner an der Spitze des Vertriebsteams im Bereich Einbaugeräte. Alof bringt über 20 Jahre Expertise aus unterschiedlichsten Branchen mit in das Unternehmen. Das Fachwissen im Bereich Einbau gewann er u. a. aus seiner vorherigen Position bei der Plana Lizenz & Marketing GmbH Deutschland.

Weitere Stationen, wie zuletzt bei der BoConcept GmbH, haben den Vertriebsmann geprägt, der in diesem Jahr die strategische Ausrichtung in seinem Verantwortungsbereich weiter vorantreiben will.

De'Longhi hat für 2019 ehrgeizige Pläne

Weiter nach oben

Nach deutlichem Wachstum im Jahr 2018 will De'Longhi Deutschland auch in diesem Jahr Marktanteile gewinnen. Dafür soll die Präsenz der drei Marken De'Longhi, Kenwood und Braun im Fachhandel weiter verstärkt und die Konsumentenansprache intensiviert werden. So sollen unter anderem TV-Spots dazu beitragen, die Bekanntheit der Marken in Deutschland weiter zu erhöhen.

Mit der neuen Maestosa will De'Longhi ein gewichtiges Wort im Luxus-Segment mitreden.

Die Verantwortlichen sind sich bewusst, dass weiteres Wachstum nicht von alleine kommen kann, denn die Nachfrage nach Elektrokleingeräten entwickelte sich im Jahr 2018 zwar weiter positiv, das Wachstumstempo nahm aber deutlich ab. Deshalb setzt De'Longhi Deutschland mit allen Marken verstärkt auf den Premiumbereich.

Stephan Patrick Tahy, Geschäftsführer der De'Longhi Deutschland GmbH: „Der Fachhandel ist für uns ein entscheidender Erfolgsfaktor."

Nachdem De'Longhi die Marktführerschaft im Segment Vollautomaten erfolgreich verteidigte und jetzt mit einem Marktanteil von 25 Prozent (Wert) an der Spitze liegt, soll das neue Flaggschiff Maestosa den Weg in das Luxussegment ebnen. „Dafür ist der Fachhandel ein entscheidender Erfolgsfaktor", betonte Stephan Patrick Tahy, Geschäftsführer der De'Longhi Deutschland GmbH in einem Gespräch mit der Fachpresse. „Vollautomaten in der Preisklasse über 2.000 Euro können nur mit kompetenter Beratung verkauft werden. Unterstützung können die Handelspartner unter anderem durch die Cook and Coffee Academy zur Schulung des Verkaufspersonals und attraktive Elemente für die Präsentation der Geräte am PoS erwarten."

Das gilt natürlich nicht nur für das Spitzenprodukt. „Als einziger Anbieter bieten wir dem Fachhandel Geräte von der Einstiegsklasse bis ins Premium- und Luxussegment an – und zwar für jede Art, Kaffee zuzubereiten", betonte Tahy. Um die Nachfrage anzukurbeln und die Marke De'Longhi als Autorität für Kaffee noch stärker ins Bewusstsein der Konsumenten zu rücken, wird die Markteinführung der Maestosa von einer großen Medienkampagne begleitet, so Marketing Director René Némorin, die den Luxusvollautomaten „emotional in Szene setzt" .

Bügeln mit Emotionen

Auch bei Kenwood und Braun setzt De'Longhi aufs Fernsehen, um möglichst viele Konsumenten zu erreichen. So konnte das Unternehmen die Markenbekanntheit von Kenwood im vergangenen Jahr durch TV-Spots und die Präsenz in der Sat.1-Serie „Das große Backen" deutlich erhöhen und dabei auch jüngere Zielgruppen ansprechen. Anfang dieses Jahres kam dann die Designmarke Braun über TV-Werbung in die Wohnzimmer. In einem prägnanten 15-Sekünder wurden die Produktvorteile der neuen Dampfbügelstation CareStyle Compact dynamisch visualisiert. Dabei ging es vor allem um die innovative FreeGlide 3D Bügelsohle, die das Bügeln wesentlich beschleunigt. Sie gleitet in dem Spot so rasant über Knöpfe wie ein Snowboard über die Skipiste, während der starke Dampfstoß durch den kraftvollen Ausbruch eines Geysirs illustriert wird. Zwischen dem 7. Januar und dem 3. Februar 2019 konnte De'Longhi mit der Bügelkampagne auf den Sendern ARD, ZDF, RTL, Super RTL, Vox, Sat1, kabel eins und Sky eine Gesamtreichweite von über 200 Millionen Kontakten erzielen. In den digitalen Medien wurde die Maßnahme durch Onlinewerbung und Suchmaschinen-Marketing unterstützt. Auch umfangreiche PoS-Maßnahmen im stationären Handel gehören zur Kampagne.

Für die innovative Dampfbügelstation CareStyle Compact wurde ein TV-Spot ausgestrahlt, der mehr als 200 Millionen Kontakte erzielte.

Beim Service will De'Longhi die vor einem Jahr begonnene Umstellung von einer lokal orientierten zu einer zentralen Servicestruktur fortsetzen. Die Erfahrungen der ersten zwölf Monate sind ausgesprochen positiv, denn die Dienstleistungen kommen sowohl bei den Konsumenten als auch beim Fachhandel gut an. In diesem Jahr soll der im vergangenen Jahr gestartete Vor-Ort-Service bei den Endkunden für hochwertige Kaffeevollautomaten ausgebaut werden. Zudem sollen Prozessveränderungen die Abläufe im eigenen Repair-Center in Marktheidenfeld noch einmal schneller, einfacher und effizienter machen.

Wechsel an der Vertriebsspitze

Susanne Behrens hat zum 1. Februar 2019 als Commercial Director die Verantwortung für die Vertriebsaktivitäten von De'Longhi Deutschland übernommen. Die 38-Jährige folgt auf Olaf Pauly, der das Unternehmen verlassen hat, und das Wachstum der Marken De'Longhi, Kenwood und Braun Household in Deutschland gemeinsam mit Geschäftsführer Stephan Patrick Tahy weiter vorantreiben.

„Wir konnten mit Susanne Behrens eine ausgewiesene Konsumgüter- und Vertriebsexpertin gewinnen, die durch ihre langjährige Erfahrung und Branchenexpertise neue Impulse im Vertrieb unserer drei Premiummarken De'Longhi, Kenwood und Braun setzen wird", kommentierte Tahy.

Die studierte Volkswirtin hat mehr als 14 Jahre Erfahrung im Bereich Sales. Nach dem Start ihrer Karriere bei der Philips GmbH in Hamburg war sie in Führungspositionen bei Philips Consumer Lifestyle in Amsterdam und Philips Consumer Lighting in Eindhoven tätig; zuletzt arbeitete sie für Philips wieder in Hamburg als Commercial Director Consumer Lighting DACH.

Susanne Behrens hat Olaf Pauly als Commercial Director bei der De'Longhi Deutschland abgelöst.

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-Informationsdienst 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 bestimmten 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

Bei Glasbruch kommt das FBI

Als Rentner muss ich zugeben, dass es heute in der Branche Dinge gibt, die früher undenkbar gewesen wären. Jedenfalls kann ich mich nicht daran erinnern, dass zu meiner Zeit auf einer Messe das FBI mitgehört hätte, wenn sich ein Hersteller mit einem potentiellen Lieferanten trifft. Genau das ist auf der CES 2019 aber passiert, und angesichts der Nachrichten der letzten Monate nimmt es nicht Wunder, dass der Hersteller Huawei heißt.

Der Lieferant war ein amerikanisches Start-up, das ein Spezialglas für Smartphone-Displays entwickelt hat, das viel härter ist als das üblicherweise eingesetzte Gorilla-Glas. Das wollte die Firma natürlich gerne an Huawei verkaufen und hatte den Chinesen darum ein Muster in deren Forschungslabor in Kalifornien geschickt. Misstrauisch wurden die Amerikaner erst, als das Muster zunächst gar nicht und dann, nach Anmahnung, in Trümmern zurückkam, obwohl vertraglich vereinbart worden war, die Probe dürfe nicht beschädigt werden. Weil zu allem Überfluss auch noch Teile des Glases fehlten, befürchtete das Start-up endgültig den Diebstahl geistigen Eigentums und schaltete das FBI ein.

Das nun wiederum hatte die feine Idee, auf der CES die Start-up Delegation bei ihrem Treffen mit den Huawei Einkäufern sorgfältig zu verkabeln, um das ganze Meeting mithören zu können. Was dort gesprochen wurde, ist nicht bekannt. Wenige Wochen später jedenfalls wurde das Huawei Forschungslabor vom FBI durchsucht – wie die Geschichte ausgeht, ist noch nicht bekannt.

Im Licht dieser spektakulären Ereignisse erscheint ein anderer Vorfall in neuem Licht. Zwei Huawei Mitarbeiter hatten auf dem Twitter-Account des Herstellers einen Neujahrsgruß veröffentlicht und dafür ausgerechnet ihre iPhones benutzt. Dass sie dafür von ihren Vorgesetzten degradiert wurden, ist bekannt. Noch nicht bekannt ist, ob sie ihre iPhones erst zertrümmert und dann an Apple zurückgeschickt haben.

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:
Franz Wagner

Anzeigen:
Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 21 v. 1. Januar 2019.

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 Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen 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

Panasonic

100th Anniversary

HOLLYWOOD ZUHAUSE ERLEBEN

DER OLED TV FZW954 – FERNSEHEN WIE NIE ZUVOR

Der FZW954* definiert Bildqualität neu: Optimiert von Spezialisten aus Hollywood erfüllt er allerhöchste Bildstandards und begeistert mit einem Sound, den Technics Ingenieure getunt haben. Richtig rund wird das High Dynamic Range (HDR)-Erlebnis mit den Ultra HD Blu-ray™ Recordern DMR-UBS90/C90.

Genießen Sie mit diesem Dreamteam atemberaubende Heimkino-Erlebnisse!

*Energieeffizienzklasse: 65″: A; 55″: B [Skala A++ bis E].

panasonic.de/hollywood

Tuned by Technics

4K PRO HDR

OLED