



Yamaha macht den Einstieg leicht



musicCast
Wireless Music System



Die MusicCast Multiroom-Welt

Gut zwei Jahre, nachdem Yamaha mit der Einführung von MusicCast das Thema Multiroom-Audio neu definierte, unterstützt der japanische Hersteller den Fachhandel zum Weihnachtsgeschäft besonders wirksam dabei, Kunden zum Einstieg in das umfassendste Multiroom-System der Welt zu motivieren: Bis zum 4. Januar 2018 läuft eine große Cash-back-Aktion. Wer bis dahin bei einem teilnehmenden Händler

ein Yamaha MusicCast-Produkt zusammen mit einem WX-010 oder WX-030 Streaming-Lautsprecher kauft, erhält bis zu 180 Euro zurück. Der genaue Betrag hängt dabei von der jeweiligen Gerätekombination ab. Das konkurrenzlos große MusicCast-Sortiment von Yamaha macht es dem Fachhandel einfach, für jeden Kunden das Produkt zum empfehlen, das am besten zu seinen Bedürfnissen und zu seinem Budget passt.



Welcome. Home.
Loewe bild 5 oled

Modular und
individuell kombinierbar.
Design: Bodo Sperlein
#Loewe #bild5
loewe.tv

LOEWE.

ROMMELSBACHER

- integriertes Parkdeck für heiße, unbenutzte Pfännchen
- Temperatur stufenlos regelbar
- Grillplatte und Pfännchen mit hochwertiger Antihafbeschichtung
- extra langes abnehmbares Kabel
- Flexibler Einsatz, auf bis zu 3 Einzelgeräte mit 12 Pfännchen erweiterbar

RC 800

Grillparty bei Tisch - auch für große Runden



Mehr Informationen unter: www.rommbelsbacher.de



Dabei sein,
lohnt sich!

6. November bis 31. Dezember 2017

assona



EDITORIAL

Wachhund ohne Zähne?

Das Bundeskartellamt hat Ende Oktober angekündigt, im Rahmen einer Sektoruntersuchung die Objektivität von Preis-Vergleichs-Portalen zu prüfen. So bezeichnet man Analysen der Strukturen und Wettbewerbsbedingungen in bestimmten Wirtschaftszweigen zu dem Zweck, Erkenntnisse über die untersuchten Märkte zu gewinnen. Bei den Vergleichsportalen geht es um Themen wie die Kriterien für Bewertungen, Verflechtungen mit anderen Anbietern und die Transparenz bezüglich der Eigeninteressen der Betreiber.

Die Untersuchung betrifft die Bereiche Reisen, Versicherungen, Finanzdienstleistungen, Telekommunikation und Energie. Die Segmente Einzelhandel und Shopping stehen dagegen nicht auf der Liste. Trotzdem ist die Entscheidung des Kartellamts im Prinzip eine gute Idee, denn aus der Sicht des Fachhandels konnte man ja zuweilen den Eindruck gewinnen, dass die Wettbewerbshüter sich am liebsten damit beschäftigen, selektive Vertriebssysteme aus dem Verkehr zu ziehen, mit denen einige Hersteller die Beratungsleistung qualifizierter Verkäufer honorieren.

Verbraucherverbände beklagen seit langem, dass Online-Vergleichsportale in Sachen Zuverlässigkeit, Objektivität und Transparenz häufig hinter dem zurückbleiben, was sie versprechen. Das ist vor allem deshalb ärgerlich, weil deutsche Konsumenten in besonderer Weise dazu neigen, selbsternannten Testern kritiklos zu glauben. Eigentlich ist es schwer zu begreifen, dass bisher niemand auf die Idee gekommen ist, Check24, billiger.de und Co. unter die Lupe zu nehmen.

Dummerweise steht es in den Sternen, was die Untersuchung des Bundeskartellamtes eigentlich bewirken soll. Denn während der Einzelhandel bei jedem Angebot ein gewaltiges Regelwerk beachten muss, gibt es vom Gesetzgeber praktisch keine Vorgaben, nach welchen Kriterien Vergleichsportale bewerten und wie sie die Verbraucher darüber informieren sollen. Selbst wenn die Wettbewerbshüter also Missstände aufdecken sollten, haben die Portale außer schlechter Presse keine Konsequenzen zu fürchten.

Thomas Blömer

Denn im Gegensatz zu anderen Herstellern setzt Yamaha beim Thema Multiroom nicht auf Insellösungen, sondern auf Vernetzung im wahrsten Sinne des Wortes. Die drahtlose MusicCast-Technologie gehört fest zur DNA der aktuellen Produktpalette. Das bedeutet: Vom Streaming-Client-Lautsprecher zum Taschengeldpreis bis zum High-End 9.2 Kanal Aventure AV Receiver steckt MusicCast in mehr als 40 Audio-Komponenten von Yamaha. Selbst der einzigartige hybride Konzertflügel Disklavier Inspire kann in die MusicCast Multiroom-Welt integriert werden und spielt auf Wunsch auch von alleine.



Die Soundbar MusicCast YAS-306 bietet realistischen 7.1-Kanal Surround Sound zum Fernseher und kann auch in MusicCast Netzwerke integriert werden.

Ein entscheidendes Argument für MusicCast ist die wirklich grenzenlose Offenheit des Systems: Es unterstützt Apple AirPlay, akzeptiert populäre Streaming-Dienste wie Spotify, Deezer, Tidal, Qobuz oder Juke, gibt Inhalte von lokalen DLNA-Servern wieder und spielt Internetradio ebenso wie den lokalen TV-Ton. Auch bei den Soundformaten gilt das Prinzip der offenen Grenzen: MusicCast bringt praktisch jeden Ton zum Klingen, der in Bits und Bytes verwandelt wurde – von MP3 bis zu hochaufgelösten Audio-Formaten wie FLAC und Co. Kunden, die bereits ein Multiroom-System besitzen, müssen für den Einstieg in MusicCast ihre vorhandenen Audio-Komponenten nicht ausrangieren: Das System ist Bluetooth-kompatibel und kann entsprechende Lautsprecher oder Kopfhörer in die vernetzte Klang-Welt integrieren. Alle MusicCast-Komponenten lassen sich zudem auch via LAN-Anschluss in Kabelnetzwerken betreiben.

Selbst analoge Geräte können mit MusicCast zu Multiroom-Komponenten werden. Dafür gibt es den ‚MusicCast Add‘ WXAD-10, der jedes beliebige Audio-Gerät, das einen analogen Audio-Eingang hat, ins Netzwerk einbindet. Dazu wird es mit dem Cinch- oder Miniklinken-Ausgang des ‚MusicCast Add‘ verbunden, schon stehen alle Quellen des MusicCast-Netzwerks zur Verfügung, und zwar mit allen Features von der Hires-Audio-Unterstützung bis zum Abspielen von Streaming-Diensten. So wird selbst die alte Jukebox im Partykeller oder der Ghettablaster aus den Achtzigern noch zum Netzwerk-Lautsprecher.



Einfach und komfortabel

Trotz der umfassenden Vernetzungsmöglichkeiten ist MusicCast auch die richtige Empfehlung für Kunden, die ein Multiroom-System eigentlich für zu kompliziert halten. Die Einrichtung und Bedienung erfolgt über eine App, die von Yamaha so intuitiv gestaltet wurde, dass man fast von „idiotensicher“ sprechen kann. So werden die Anwender Schritt für Schritt durch die Erstkonfiguration geführt, bei der nach dem Einschalten der Komponenten und der Verbindung zum lokalen WLAN praktisch alles automatisch passiert. Anschließend wählt man die bevorzugten Streaming-Dienste und Musikquellen aus, dann steht dem Hörerlebnis nichts mehr im Wege.

Auf der IFA stellte Yamaha zudem den ersten MultiCast Skill für die Sprachsteuerung mit Amazon Alexa vor. Damit ist es möglich, die Funktionen des Multiroom-Systems per Sprachkommando an ein Alexa-fähiges Gerät wie Amazon Echo, Echo Dot oder Fire TV zu steuern. Das ist besonders praktisch, wenn man gerade die Hände nicht frei hat oder das Smartphone nicht in Reichweite ist. Die Zahl der über Alexa steuerbaren Funktionen, zu denen bereits das Ein- und Ausschalten von Komponenten, die Wiedergabe-Steuerung und die Anpassung der Lautstärke zählt, soll in Zukunft weiter ausgebaut werden, um auch immer größere Teile des Leistungsprofils der vernetzten AV-Komponenten abzubilden.



Mit insgesamt 46 Lautsprechern erzeugt der MusicCast Soundprojektor YSP-5600 eindrucksvollen 3D-Surround-Sound.

Attraktive Aktionsprodukte

Für die Cashback-Aktion hat Yamaha attraktive Aktionsprodukte ausgewählt, mit denen der Fachhandel unterschiedliche Zielgruppen ansprechen kann. Die beiden Netzwerk-Lautsprecher, deren Erwerb zusammen mit einem Yamaha MusicCast-Produkt für einen Cashback-Betrag von bis zu 180 Euro qualifiziert, sind bestens für den leichten Einstieg in die Multiroom-Welt geeignet. Der kleine WX-010 mit Abmessungen von 12 x 16 x 13 cm macht sich bestens an „Nebenhörplätzen“ wie Küche, Bad oder Schlafzimmer und kann auch an der Wand montiert



Kunden, die zusammen mit einem Yamaha MusicCast-Produkt einen WX-010 oder WX-030 Streaming-Lautsprecher kaufen, bekommen bis zu 180 Euro Cashback zurück.

werden. Mit seiner dreiseitigen Stoffbespannung und der Oberseite in Klavierlack sieht er gut aus, bietet eine Ausgangsleistung von bis zu 25 Watt und macht mit einem Gewicht von 1,7 kg und weichen Gummifüßen einen rundum hochwertigen Eindruck.

Der WX-030 bietet mit einem 3-Wege-System und 50-Watt-Leistung mehr Power und kann auch größere Räume beschallen.

Zu den Aktionsprodukten gehören interessante Komponenten, die sich besonders als klangstarke Ergänzung zu Fernsehern mit großer Bildschirmdiagonale verkaufen lassen. So bietet die Soundbar MusicCast YAS-306 mit Air Surround Xtreme realistischen 7.1-Kanal Surround Sound und unterstützt auch die 192 kHz/24Bit hochauflösenden Musikformate FLAC, WAV und AIFF. Zwei integrierte Subwoofer sorgen für satte Bässe, Clear Voice erhöht die Verständlichkeit von Dialogen. Die Soundbar kann entweder unter den Fernseher gelegt oder an der Wand montiert werden.

Mit ihrem 7.1.2 Kanalsystem und der einzigartigen Yamaha Digital Sound Projector-Technologie bietet der MusicCast YSP-5600 eindrucksvollen 3D-Surround-Sound aus insgesamt 46 Lautsprechern. Das Gerät unterstützt die neuen Formate Dolby Atmos und DTS:X und kann mit zehn Cinema DSP 3D Programmen in drei Kategorien den

Der MusicCast RX-V483 AV-Receiver verbindet erstklassige Heimkino-Leistung mit umfassender MusicCast-Performance.



Mit solchen Motiven wirbt Yamaha für MusicCast und die Cashback-Aktion.

SOUND, DER VERBINDET
Die smarte Multiroom-Lösung für Dein Zuhause

1. Kombiniere ein MusicCast Produkt mit WX-010 oder WX-030
2. Gehe auf www.musiccast-cashback.com
3. Sichere Dir Dein Cashback

CASHBACK

laufenden Inhalten angepasst werden. Dank Dialogue Lift hört man Dialoge von der Mitte des Bildschirms aus. Für mehr Basspower kann auch ein externer Subwoofer per Kabel oder kabellos angeschlossen werden, das SWK-W16 Wireless Subwoofer Kit ist im Lieferumfang enthalten. Dank eines HDMI-Eingangs mit 4K60p Pass-Through und HDCP2.2 ist der Soundprojector YSP-5600 auch für die kongeniale Klangwiedergabe von Ultra HD Inhalten geeignet.

Für Heimkino-Freunde ist der MusicCast RX-V483 AV-Receiver ein attraktives Angebot. Er unterstützt hochauflösende Soundformate, sorgt mit Gapless Playback für lückenlose Wiedergabe ohne Aussetzer und zeigt auch

bei Ultra HD mit voller 4K-Unterstützung (4K/60p 4:4:4), HDR-Video inklusive Dolby Vision sowie der BT.2020-Farbraum-Durchleitung volle Leistung. Mit der neuen AV-Controller-App können die verschiedenen Programme dank der DSP Technologie von Yamaha ganz einfach eingestellt werden, um z. B. Klangfelder wie im Kino oder in der Konzerthalle zu erzeugen. Auch dieses Gerät unterstützt hochauflösende Audio-Formate wie DSD, AIFF, FLAC, DAV und Apple Lossless sowie Dolby True HD und DTS-HD Master Audio. Der diskrete Aufbau des Verstärkers und die Low Jitter PLL-Schaltung sorgen für kristallklare, differenzierte Klänge. Für dieses Leistungsprofil wurde der Yamaha RX-V483 von der EISA als bestes Produkt 2017-2018 in der Kategorie Home Theatre Receiver ausgezeichnet. Yamaha sorgt mit umfassenden Werbemaßnahmen, darunter zielgerichteten Online-Kampagnen, für hohe Aufmerksamkeit für die Vorteile von MusicCast und die Cashback-Aktion. Für den Fachhandel gibt es attraktive PoS-Materialien.

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten

4, 7, 11, 13, 18

Hauptversammlung in Erfurt
expert digitalisiert

4

Westdeutsche HiFi-Tage: 30.9. bis 1.10.2017
Im Westen manch Neues

6



Panasonic kooperiert mit Wisi und Tascam Systems
Neue Hospitality TV>IP-Lösungen

8

LG Electronics rüstet OLED-TVs weiter auf
Upgrade auf Dolby TrueHD

10



Zum Aufwachen und Mitnehmen
Neuheiten von Roberts Radio

10

Erster Fachmarkt mit neuem
Telekom-Partnerkonzept
Premiere in Steinfurt

00



Connected Living veröffentlicht
Smart Home Index 2017

Auf dem Weg zum Massenmarkt

14

Amazon stellt neue Echo Modelle vor
Alexa mit Display

15



Argumente für die Kühlschrank-Innovationen
von LG

Hightech für die Küche

16

Candy kündigt neue smarte Waschmaschine an
Bianca, Telefon!

17



Zwei neue
Nespresso-Maschinen
von De'Longhi
Mit oder ohne Milch

18

Wagners Welt

19

Impressum • PoS-MAIL @

19



Hauptversammlung in Erfurt expert digitalisiert

Unter dem Motto „Von Menschen für Menschen“ stand die diesjährige expert-Hauptversammlung in Erfurt. Das Leitthema stand auch für die Digitalisierungsstrategie, die das expert-Management den Gesellschaftern vorstellte. Zudem hatten die Fachhändler Gelegenheit, den zukünftigen Vorstandsvorsitzenden der Kooperation kennenzulernen und auf der expert-Messe mit über 100 Ausstellern Ware für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft zu ordern.

Mit der Digitalisierungsstrategie will expert den Fokus noch stärker auf die Bedürfnisse der Konsumenten konzentrieren. „Die heutigen Kunden erwarten, dass sie verschiedene Kanäle nutzen können, um sich über Produkte zu informieren und einzukaufen“, erläuterte Dr. Stefan Müller, Vorstand für IT und Logistik der expert SE. „Deshalb kommt man im Fachhandel am Thema Digitalisierung einfach nicht mehr vorbei. Wir haben das verstanden und schon vor über zwei Jahren mit der Neugestaltung unserer Prozesse aus Kundensicht begonnen.“

Das hat auch Konsequenzen für die Kundenansprache: „Mit unseren integrierten, kanalübergreifenden Marketing-Maßnahmen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, genau auf dem Weg mit uns in Kontakt zu treten, der für sie der richtige ist – sei es über unsere Werbebeilage, TV-Kampagnen, Online-Kanäle oder direkt in unseren Fachmärkten“, sagte Dietmar Bauer, Geschäftsbereichsleiter Marketing. Zum Gesamtkonzept gehören auch die Einführung der dezentralen Onlineshops und der Tablet-Anwendung „expert Neo“, die bereits an zahlreichen expert-Standorten zum Einsatz kommt. Mit all diesen Maßnahmen will die Kooperation erreichen, dass sich ihre Kunden künftig noch besser verstanden und beraten fühlen sowie noch leichter mit dem Unternehmen interagieren können.

Zukunftsorientierte Weiterbildung

Neben der stärkeren Fokussierung auf die Kundenbedürfnisse setzt expert auch auf einen deutlichen Ausbau der

Qualifizierungsmaßnahmen: „Damit befähigen wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der expert-Standorte, unsere digitalen Lösungen als Hilfsmittel erfolgreich ein- und umzusetzen. Dabei ist es uns sehr wichtig, dass die Technik die Menschen unterstützt, aber nicht ersetzt“, betonte Dr. Stefan Müller.

Im Rahmen der Hauptversammlung 2017 hatten die mehr als 500 anwesenden experten die Möglichkeit, sich umfassend sowohl über geplante als auch bereits erfolgte Maßnahmen zu informieren. Auf dem expert-Messestand, der das Thema Digitalisierungsstrategie auch optisch widerspiegelte, konnten Innovationen wie „expert Neo“ direkt erlebt und ausprobiert werden.

Auch aktuelle personelle Veränderungen waren auf der Hauptversammlung ein wichtiges Thema: Jochen Ludwig, der im April 2018 die Nachfolge als expert-Vorstandsvorsitzender antreten wird, stellte sich im Rahmen der Tagung erstmals persönlich dem gesamten Gesellschafter-Plenum vor. Verabschiedet wurde dagegen das langjährige Aufsichtsratsmitglied der expert SE, Manfred Schlumm, der sich in diesem Jahr nicht erneut zur Wahl stellte. Sein Amt übernimmt ab sofort Jan Brinkmann, der von den Aktionären mit großer Mehrheit gewählt wurde.



expert Vorstandsvorsitzender Volker Müller und sein designierter Nachfolger Jochen Ludwig informierten sich auf dem expert-Messestand über Neuheiten.

PoS-Aktuell

TCL will in Europa weiter wachsen



Amandine Wang

Der chinesische TV-Hersteller TCL Media will seine Kommunikation in Europa stärken und stellt Amandine (Jiangyue) Wang als neue Public Relations Managerin für Europa vor. Die gebürtige Chinesin Wang lebt seit sieben Jahren in Paris. Bevor sie zu TCL wechselte, verantwortete sie bereits Marketing und Media Relations des chinesischen Luxusspirituosenherstellers

Moutai.

Amandine Wang ist 29 Jahre alt und verfügt über einen Bachelor-Abschluss in Französisch von der Heilongjiang Harbin Universität in China und einen Master-Abschluss in Marketing Management an der EDHEC Business School in Lille, Frankreich.

Darüber hinaus hat TCL Multimedia Anfang des Jahres die Agentur PPR Worldwide für Media und Influencer Relations in europäischen Kernmärkten engagiert. In Deutschland verantwortet Maria Pia Scotti, Head of PPR Worldwide Germany, die lokale Corporate- und Produkt-PR in enger Abstimmung mit dem zentralen Büro in Paris und den PPR Teams in Frankreich, Italien und Skandinavien (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden), sowie der Pankowski Agentur in Polen.

assona startet Weihnachtsaktion mit Rentier Rudi

Seit dem 16. Oktober können sich die Partnershops des Berliner Unternehmens zur diesjährigen weihnachtlichen Händler-Aktion mit Rentier Rudi anmelden. Neben wertvollen Sachpreisen – zum Beispiel Smartphones, Kaffeevollautomaten und TV-Geräten – winken den teilnehmenden Elektronik- und Telekommunikationsmärkten zahlreiche Extraprovisionen.



Wie auch in den vergangenen Jahren können sich die Märkte im assona-Partnerportal für die Teilnahme registrieren. Auch noch während der Aktion ist die Anmeldung möglich. Vom 6. November bis zum 31. Dezember heißt es dann: Mitmachen und fleißig Preise absahnen!

Nachdem der Vierbeiner in den vergangenen Jahren Backstuben unsicher gemacht, Schneeballschlachten veranstaltet und sogar auch schon das Weihnachtsfest gerettet hat, taucht er in diesem Jahr in die wundersame Welt der Märchen ein. Getreu dem Motto „Rudis verrückte Märchenwelt“ fangen die fantastischen Geschichten rund um Rotkäppchen, Rapunzel und Co. zwar allesamt mit „Es war einmal...“ an, doch nehmen sie bei der assona-Rotnase einen ganz und gar nicht klassischen Verlauf, heißt es in einer Pressemitteilung.

Mehr Infos zur Aktion gibt es im assona-Partnerportal. Bei Fragen hilft die Händlerbetreuung des Versicherungsvermittlers gerne weiter: per Telefon unter 030 208 666 66 oder per E-Mail an sales@assona.net. Auch für interessierte Fachhändler, die noch nicht mit assona kooperieren, ist die Händlerbetreuung Ansprechpartner Nummer eins.

Anga Com 2018

Ab sofort können sich Aussteller für die Anga Com 2018, Europas führende Kongressmesse für Breitband, Kabel & Satellit, anmelden. Die Standbuchung ist online unter www.angacom.de möglich. Die Anga Com wird vom 12. bis 14. Juni 2018 erneut in den neuen Ausstellungshallen in Köln stattfinden. Ausgebaut werden im nächsten Jahr insbesondere die Themenbereiche Gigabit Networks, Glasfaser, Smart Home und OTT.

Mit 19.000 Teilnehmern und 460 Ausstellern hat die Anga Com den Umzug in moderne Ausstellungshallen im letzten Juni mit neuen Bestwerten abgeschlossen. Die Kongressmesse erzielte einen erneuten Besucherzuwachs von 5 Prozent. Mit einem Anteil internationaler Teilnehmer von 50 Prozent bietet sie Netzbetreibern, Ausrüstern und Inhalteanbietern einen auf Breitband und audiovisuelle Medien fokussierten Marktplatz für ganz Europa.

„Mit dem Umzug in die neuen Hallen hat die Anga Com ein völlig neues Level erreicht. Getreu unserem Motto „Where Broadband meets Content“ haben wir die Breitband- und Medienbranche in der neuen Location glanzvoller denn je zusammengebracht“, erklärte Dr. Peter Charissé, Geschäftsführer der Anga Com. Dafür haben wir in diesem Jahr besonders viel Lob bekommen – und dies gleichermaßen von Netzbetreibern wie Deutsche Telekom oder Vodafone und Ausrüstern wie Arris oder Cisco.“

TechniSat startet eigenes Online Magazin

Ab sofort präsentiert TechniSat unter blog.technisat.com ein Online Magazin rund um das Thema „digitales Entertainment“. Es richtet sich sowohl an Technikversierte als auch an Laien und erklärt auch die Hintergründe zu wichtigen Themen.

Im Fokus des Online-Magazins stehen Beiträge, die als Ratgeber oder Hilfestellung für die Leser fungieren und thematisch relevant sind.

„Heute ist das Internet die allererste Anlaufstelle bei Fragen und Problemen. Mit unserer umfassenden Internetseite und dem neuen Online Magazin sehen wir uns online perfekt aufgestellt, um Nutzern den Zugang zu wichtigen Informationen zu erleichtern und den bestmöglichen Service zu leisten“, so Tyrone Winbush, Leiter Marketing und Kommunikation. „Mit diesem in Form eines Blogs gestalteten Magazins möchten wir gerne einen informativen Mehrwert für unsere Nutzer schaffen, indem wir über die aktuellen News rund um das Thema „digitales Entertainment“ berichten.“

S+M Rehberg stellt feuerbeständige Copter-Plakette vor

Für die seit dem 1. Oktober 2017 bestehende Kennzeichnungspflicht für Drohnen und Modellflugzeugen ab 250 g bietet S+M Rehberg mit der Copter-Plakette digiGo eine dauerhafte, witterungsbeständige und feuerfeste Aluminiumplakette an. Das Schild muss laut dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) Name und Anschrift des Besitzers ausweisen und dauerhaft an der Drohne befestigt sein.

Sollte es zu einem Unfall kommen, ist die Adresse des Besitzers zu jeder Zeit erkennbar. Nach Angaben des Herstellers ist die eingravierte Anschrift des Besitzers selbst dann noch lesbar, wenn sich das Schild im Bereich des Schmelzpunktes (bis 660 Grad) unter seinem Eigengewicht verformt.

„Wir wissen genau, worauf es bei der Kennzeichnung von unbemannten Flugkörpern ankommt und kennen das Order-Gutschein-System sehr gut, denn seit über zehn Jahren fertigen wir für unsere Kunden über das Order-Gutschein-System passgenaue Displayfolien unter dem Namen digiCover“, betont Matthias Rehberg, Geschäftsführer der S+M Rehberg GmbH.

digiGo ist ab Mitte November 2017 zum UVP von 14,99 Euro lieferbar.

Varta Consumer weitet Produktion in Dischingen aus

Mit einem zweistelligen Millionenbetrag investiert Varta Consumer in die Produktionsstätte Dischingen. So soll durch die Modernisierung und Erweiterung von Produktionslinien zur Herstellung von AA- und AAA-Batterien das Produktionsvolumen auf 1,7 Milliarden Rundzellen jährlich gesteigert werden. Darüber hinaus wird das bestehende Hauptgebäude um einen neuen Hallenanbau erweitert, um ausreichend Raum für bereits geplante künftige Produktionsausweitungen zu schaffen. Der Spatenstich findet im Herbst 2017 statt. Der Abschluss der Maßnahmen ist auf den Sommer 2018 terminiert.

Der Regelbetrieb im Werk wird auch während der Modernisierungs- und Erweiterungsarbeiten aufrechterhalten. Sowohl

die Werksleitung als auch der Betriebsrat stehen hinter den Maßnahmen und freuen sich besonders, dass die Investitionen am Standort Dischingen getätigt werden. Damit bekräftigt Varta Consumer seinen Qualitätsanspruch „Made in Germany“, der international geschätzt und anerkannt ist. Der Produktionsausbau stärkt nicht nur die Position des Unternehmens, sondern setzt ein klares Zeichen der Standort- und Arbeitsplatzsicherung an die Region, heißt es in einer Pressemitteilung. „Die kontinuierliche Nachfrage spiegelt das Vertrauen und die Zufriedenheit der Endkonsumenten weltweit wider“, so Peter Werner, General Manager Consumer Batteries Europe/Middle East Africa & Australia. Der Marktführer in Deutschland, Österreich, der Schweiz und elf weiteren europäischen Ländern reagiert mit dem Werksausbau auf die steigende Nachfrage und rüstet sich so für die Zukunft.

R — LINE —

YOUR MUSIC.
REDISCOVERED.
RELIVED. RELOVED.



PREMIUM SMARTRADIO



S300 FM/DAB/DAB+/INTERNET RADIO UND MULTIROOM

Das S300 ist leistungsvoll und schön, intuitiv und bepackt mit Features. Sein Reichtum an Tiefe und Klang setzt neue Maßstäbe für Home-Audio. Hierzu trägt auch das Farbdisplay, die Bedienung durch Knöpfe auf dem Gerät, sowie DAB+ / FM, Internetradio, Spotify, USB und SD bei. Dank Bluetooth mit NFC kannst du deine Musik vom Smartphone direkt zum Lautsprecher streamen. Dieser Alleskönner hat sogar einen CD-Player. Jede Linie, jeder Knopf und jedes einzelne Element wurde designed, gefertigt und poliert bis zur Perfektion.



S1 WIRELESS STEREO MULTI-ROOM SPEAKER



S2 WIRELESS STEREO MULTI-ROOM SPEAKER

robertsradio.com/de



Powered by
UNDOK

ROBERTS

Westdeutsche HiFi-Tage: 30.9. bis 1.10.2017

Im Westen manch Neues

Am 30. September / 1. Oktober verwandelte sich das Maritim-Hotel in Bonn erneut in eine Pilgerstätte für Fans. Der renommierte Fachhändler Linzbach veranstaltete dort traditionell die bewährten „Westdeutschen HiFi-Tage“, die zu den etablierten und bestbesuchten Audio-Events der Republik zählen. In den Salons des Maritim gab es beeindruckende Demonstrationen, z. B. von B&W, Dynaudio oder Fischer & Fischer, wo man seit rund 40 Jahren edelste Lautsprecher-treiber in 350 Millionen Jahre altes, akustisch superbesseres Schiefergestein hüllt. In zwei großen Sälen im Erdgeschoss konnten interessierte Besucher die „Kalt“-Ausstellung durchlaufen und sich mit den Fachleuten austauschen, draußen standen mehrere Fahrzeuge, die den Klang von Car HiFi näherbringen sollten. Auch die High End Society ist als Interessenverband und Veranstalter der „HighEnd“ mittlerweile bei den wichtigen Regionalveranstaltungen mit von der Partie.

Im Hoteltrakt waren auf insgesamt drei Etagen in entsprechend wohnraumähnlicher Umgebung rund 100 Marken/ Aussteller untergebracht.

Möbel und Raum

Zubehör ist ein bedeutsamer Markt. Das betrifft keineswegs nur „Voodoo“, das es zweifellos auch gibt, sondern reicht vom Pflegeset oder gar der Plattenwaschmaschine (die freilich eher einem Plattenspieler mit Absaugvorrichtung als einem Waschautomaten ähnelt) bis zu hochwertigen Kabeln und speziellen Audio-Möbel. Es gibt einige Hersteller wie Creaktiv, Empire, Lovan oder



Einmal im Herbst verwandelt sich das Bonner Maritim in ein Mekka für HiFi-Fans.

Tabula Rasa, die Parkhäuser für HiFi-Equipment anbieten, die angeblich sogar klanglich positive Wirkungen entfalten sollen. Darunter sind auch Ausführungen mit ansehnlichem Design für optisch anspruchsvolle Kunden. Auch Raumakustik-Maßnahmen liegen im Trend. Musste man früher noch mit Schaumgiganten in der Ecke vorliebnehmen, so sind auch hier – Anbieter wie die Hörzone aus München zeigen das – Lösungen am Markt, die etwa unerwünschtem Hall, zu starken Reflexionen oder im Bass wummernden Raummoden entgegenwirken, ohne den Raum zu verunzieren. Noch ein klarer Trend sind Aktivboxen, also Lautsprecher, die den Leistungsverstärker – und nicht selten noch mehr – gleich mit eingebaut haben. Häufig aus der Studioteknik kommend, erlauben sie umfangreiche Eingriffe in die Elektronik, etwa Raumkorrekturen, und lassen zum Teil das drahtlose Zuspield von Smartphone, Tablet, PC oder HiFi-Anlage zu. Dann reicht sogar ein Lautsprecherpaar und das iPhone, und man hat Musik satt. Damit in unmittelbarem Zusammenhang steht der Einsatz digitaler Signalprozessoren (DSP) – sei es als externe Zusatzgeräte wie „Mini DSP“ oder als integrierte Hard-/Software wie etwa bei Ascendo.

Preiswert & gut?

Aufgrund der vorgegebenen Hotelzimmer-Dimensionen kamen in Bonn auch vermehrt Kompakt- und kleinere Standlautsprecher zu ihren Ehren, während in München

auf der High End die Boliden in fünf- und sechsstelligen Preisregionen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Hier am Rhein dagegen waren gute Ergebnisse schon für freundlichere Kurse zu hören. So etwa bei den kompakten Epic-Boxen, wo die Preisliste bei 450 Euro Paarpreis star-



Am Stand von Voxx (Heco, Magnat, Oehlbach) war die Heco DirektLine der Superstar.

tet oder bei PMC, wo man unseres Erachtens mit einer Kompaktbox namens Twenty5.22 an einem italienischen Audio Analogue-Vollverstärker einen der besten Sounds der Show auf die Beine stellte. Nennenswert sind auch die dänischen Dynaudio-Jubiläumslautsprecher „Special 40“, die zur Crème de la Crème der handlichen Schallwandler gezählt werden müssen.

Mit Dali, einem weiteren dänischen Spezialisten, hat in den letzten Jahren ein Anbieter in einem eher stagnierenden Marktsegment Anteile erobert, der mit seinen Serien Spektror und Zensor sogar dem Einsteiger Schallwandler anbietet, deren Qualität zu Preisen ab 200 Euro das Paar (!) klanglich verblüfft.

Der HVH-Vertrieb aus dem Westerwald offerierte gar eine komplette Anlage aus spanischer Vieta-Elektronik und italienischen Indiana Line-Boxen samt hochwertiger Netz- und Signalverkabelung unter 2.000 Euro. Das sind erfreuliche Gegenbewegungen zu den Preisexplosionen am



Vieta-Elektronik, Indiana Line-Lautsprecher und Melodika-Kabel formen bei HVH ein Komplettpaket unter 2.000 Euro.

oberen Ende des Angebots, die oft für Kopfschütteln sorgen und den Fan beim größeren Publikum in die Spinnerecke drängen.

Das Oberhaus

T+A aus Herford bietet mit der 2500R-Kombination aus Multiplayer und Vollverstärker jetzt die Technologie aus der Flaggschiff-Reihe HV zu zwar immer noch ambitionierten, aber doch für mehr Leute zumindest ansparbaren Preisen an. Die Klangeindrücke sind sehr gut, und die Materialqualität rechtfertigt die Preise.

Heco aus der Vox-Gruppe, zu der auch Magnat und Oehlbach zählen, zeigte neben modernen Kreationen mit der „Direkt“-Linie, wie man Design, mutig-voluminöse Abmessungen und fast schon historische Materialtechniken wie „geschöpftes Kraftpapier“ zu überzeugenden Lautsprechern formt.

Verblüffte Technics zunächst mit seinem Comeback, reißen



Nach den beiden SL-1200/1210-Versionen folgt von Technics die nächste Analoglegende: SP-10R.

nun die Produktneuheiten nicht ab. Neben jeden Wohnraum zierenden Lifestyle-Klangobjekten wie „Ottava“ wurde nun der nächste Nachfolger einer einst sensationellen, analogen Plattenspieler-Schöpfung lanciert, der SP-10R. Das SP-10-Laufwerk galt als DER ultimative Direktantrieb, ein Prinzip also, bei dem die Plattentellerachse quasi zugleich die Motorachse des Antriebs darstellt – und natürlich lässt sich das, so Technics, heutzutage mit entsprechendem Materialaufwand noch etwas besser

machen. Die ganze Branche ist gespannt, denn der Analog-Boom setzt sich ungebremst fort.

Zu viele Messen?

Neben der High End im Mai in München und den Norddeutschen HiFi-Tagen (Hamburg) im Februar sind die Westdeutschen HiFi-Tage gesetzt. Um die Publikums- und Ausstellergunst buhlen aber auch noch die Mitteldeutschen HiFi-Tage in Leipzig und demnächst noch die Süddeutschen in Stuttgart. Das sind nur die größten, hinzu gesellen sich vermehrt lokale Veranstaltungen, etwa die „Braunschweiger Funkausstellung“ oder eine WEKA-Veranstaltung in Darmstadt. Die Aussteller werden wahrscheinlich selektieren müssen, wo sie in Erscheinung treten. Aber die gesteigerte Präsenz des Themas HiFi vor größerem Publikum ist erstmal eine gute Idee, die dem Fachhandel neue Kunden in die Geschäfte bringen kann. Denn noch viel zu wenige wissen, wie Musik klingt, wenn sie perfekt wiedergegeben wird.

Neuheiten/Nachrichten



Jura bietet exklusives Zugabe-Paket an

Zur verkaufstärksten Saison des Jahres stattet Jura die Espresso-/Kaffee-Vollautomaten J6, Z6 und Z8 mit einem exklusiven Zugabe-Paket aus. Es enthält alles, was für 250 Tassen maximalen Kaffeegenuss gebraucht wird – von stilvollen Gläsern bis hin zu hochwertigen Kaffeebohnen.

Wer sich zwischen dem 1. November und dem 31. Dezember 2017 zum Kauf des Vollautomaten J6, Z6 oder Z8 entscheidet, bekommt von Jura ein ganz besonderes Genusspaket im Wert von 80 Euro gratis dazu. Es enthält ein Set Latte-Macchiato-Gläser sowie acht 250-Gramm-Packungen Jura Premium Espresso. Zusätzlich enthält das Paket noch ein Rezeptheft mit Tipps für Kaffeevariationen mit spezieller Finesse und eine Kaffeebroschüre. Speziell für diese Initiative hat Jura eine Landing-Page eingerichtet, auf der sich der Endkunde registrieren und sein Genusspaket abrufen kann. Ebenfalls ab dem 1. November 2017 können die Kunden ein Zufriedenheitsfeedback abgeben. Zur Landing-Page führt ein QR-Code, den die Kunden überall im autorisierten Fachhandel finden. Zudem wird die Aktion natürlich auch crossmedial auf Facebook und der offiziellen Jura Webseite unterstützt.

Braun bringt neuen Standmixer

Der neue Braun PowerBlend 7 Standmixer bietet ein robustes Edelstahlgehäuse, einen 1000-Watt-Motor mit automatischer Leistungsadaption sowie das innovative SmoothCrush-Messersystem. Zwei BPA-freie Smoothie-to-go-Becher mit einem speziellen Messeraufsatz, die direkt auf den Motor gesetzt werden können, komplettieren das Set. Mit seinem stabilen Edelstahlfuß und dem elegant geschwungenen 1,6-Liter-Mixbehälter aus hitzebeständigem ThermoResist-Glas macht der neue Standmixer auch bei schweren Kücheneinsätzen eine gute Figur. Die in die Edelstahlfront eingelassenen, randlosen Bedienelemente sind leicht abwischbar und runden mit ihrer dezenten Beleuchtung das Gesamtbild ab.



Ein 1000 Watt starker Motor treibt das innovative SmoothCrush-Messersystem an. Das Getriebe des PowerBlend 7 verfügt über fünf Geschwindigkeitsstufen, die alle zusätzlich über die Impulsstufe betätigt werden können. Dank der PowerAssist-Technologie erkennt der Standmixer sogar den Inhalt und behält selbst bei höchsten Herausforderungen konstant die optimale Mixgeschwindigkeit.

Ein weiteres praktisches Feature des neuen PowerBlend 7 sind die zwei Smoothie-to-go-Becher. Mit einem Fassungsvermögen von 350 ml sind sie für eine schnelle, vitaminreiche Zwischenmahlzeit geeignet, auch unterwegs. Die Becher können mit den frischen Zutaten befüllt und dank des zusätzlichen Messeraufsatzes direkt auf den Motor gesetzt werden. Anschließend einfach den Deckel mit der Trinköffnung aufsetzen, und fertig ist der Smoothie to go.

Der neue PowerBlend 7 von Braun ist für 199,99 Euro (UVP) erhältlich.

De'Longhi: Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden

Passend zum kommenden Winter hat De'Longhi mit dem neuen Keramikheizer, Konvektor und Luftbefeuchter innovative und leistungsstarke Geräte geschaffen, die sich dank ihres modernen, formschönen Designs nahtlos in jeden Raum integrieren. Der Keramikheizer ist besonders leise und überzeugt mit einer geringen Staubbelastung auch Allergiker. Der Konvektor punktet mit einer effizienten Wärmeverteilung. Trockener Raumluft wirkt der Luftbefeuchter entgegen und reduziert dank Microcloud Technology lästige Bakterien.

Mit Hilfe der intelligenten Keramiktechnologie wird ausströmende Luft nach außen geblasen und im Raum verteilt. Das 1.800 Watt starke Gerät ist wahlweise in den Farben Grau und Weiß erhältlich und liefert Wärme schnell und energieeffizient. Dank des PTC-Elements wird die Heizleistung angepasst, sobald die Temperatur im Raum steigt. Zwei Leistungsstufen garantieren ein Höchstmaß an Komfort und Wärmeleistung. Der Keramikheizer ist geeignet für Räume bis zu einer Größe von 55 qm und arbeitet dank Silence System besonders leise. Der neue Konvektor HX65L22 gibt seine Wärme durch Luftumwälzung ab und ist zusätzlich mit einem Keramikheizelement versehen. Der praktische 24 h-Timer wärmt das Zuhause bereits vor der Rückkehr gemütlich auf. Der Konvektor kann in Räumen bis zu einer Größe von 65 qm genutzt werden. Drei Leistungsstufen und ein digitales Raumthermostat runden die Ausstattung ab.



Der neue Luftbefeuchter UHX17 sorgt für die optimale Luftfeuchtigkeit im Raum. In Sachen Sicherheit punktet das Gerät ebenfalls. Austretende Luft kühlt es auf 50–65 °C runter. Zudem schaltet es sich automatisch ab, sobald der Tank leer ist.

Die De'Longhi Heizgeräte – der Keramikheizer HFX30C18.IW in elegantem Weiß bzw. HFX30C18.AG in zeitlosem Grau und der Konvektor HX65L22 sowie der Luftbefeuchter UHX17 – sind im Handel erhältlich. Die UVPs liegen bei 44,99 Euro für den De'Longhi Keramikheizer HFX30C18.AG/IW, 99 Euro für den De'Longhi Luftbefeuchter UHX17 sowie 179 Euro für den De'Longhi Konvektor HX65L22.

Kenwood: „My Chef“ Aktion

Mit der ab sofort laufenden „My Chef“-Aktion will Kenwood in diesem Jahr für doppelte Freude unter dem Weihnachtsbaum sorgen. Denn beim Kauf einer Kenwood Küchenmaschine – alle Geräte der Chef Range, Cooking Chef und Cooking Chef Gourmet sowie die neue kMix Küchenmaschine – bis 15. Januar 2018 erhält der Käufer ein Zubehörteil seiner Wahl im Wert von bis zu 149,99 Euro (UVP) kostenfrei dazu.

Das Zubehör kann für alle Küchenmaschinen genutzt werden – sowohl für das Flaggschiff, die 1.500 Watt starke Kenwood Cooking Chef Gourmet mit integrierter Induktionstechnologie, als auch für die neue kMix Küchenmaschine. Die Cooking Chef Gourmet ermöglicht mit ihrem großen LC-Display eine intuitive Bedienung und einfache Einstellung der Zeit, der Rührintervalle und der Temperatur – gradgenau bis auf 180 Grad. 24 voreingestellte Programme führen durch den Zubereitungsprozess.

Auch die Kenwood Chef Titanium zählt zu den Topmodellen im Premiumsegment. Wahlweise ausgestattet mit einem 1.500 oder 1.700 Watt starken Motor und Rührelementen aus Edelstahl, erfüllt die Küchenmaschine mit Rührschüssel-Innenbeleuchtung zur besseren Kontrolle des Rührvorgangs selbst höchste Anforderungen. Die intuitive Bedienung sowie die stufenlose Geschwindigkeitsregelung samt Impuls- und Unterhebfunktion und Start/Stop-Knopf ermöglichen eine einfache Handhabung. Die Teilnahme an der Aktion ist einfach: Die Küchenmaschine wird nach dem Kauf über kenwoodworld.com/mychef-aktion registriert und nach der erfolgten Kaufbelegsprüfung ein Zubehörteil im Wert von bis zu 149,99 Euro (UVP) ausgewählt. Alle an der „My Chef“-Aktion teilnehmenden Küchenmaschinenmodelle und Zubehörteile sind auf der Aktionswebsite kenwoodworld.com/mychef-aktion einsehbar.





Durch die Ausstattung mit dem TV>IP-Client sind Panasonic Fernseher hervorragend für den Einsatz in Hospitality-Netzwerken geeignet.

Im Segment Hotel-/Hospitality-TV gehört Panasonic zu den führenden Anbietern, denn durch die Ausstattung mit dem TV>IP-Client sind die Fernseher des Modelljahrs 2017 besonders gut dazu geeignet, TV-Signale ohne zusätzliche Empfangsboxen aus dem Netzwerk zu empfangen. Jetzt will das Unternehmen durch eine Kooperation mit dem Breitband-Systemanbieter Wisi und dem Systemintegrator Tascan die Weichen für die Medienverteilung von morgen stellen.

Dazu wollen die drei Unternehmen innovative Technologien zu maßgeschneiderten, integrierten Hospitality-Lösungen kombinieren, welche die Versorgung mit hochwertigen deutschen und internationalen TV-Programmen in HD und SD-Qualität ebenso ermöglichen wie den Zugriff auf Infotainment-Systeme und interaktive HbbTV-Lösungen. Zielgruppen sind Einrichtungen, die viele Fernseher von einer zentralen Stelle aus mit Signalen versorgen müssen, z. B. Hotels, Krankenhäuser und Seniorenzentren. Erste Projekte mit führenden internationalen Gruppen der gehobenen Business-Hotellerie wurden bereits in Düsseldorf, Hamburg und Oberstaufen realisiert. Für die integrierte All-IP Medienversorgung verbindet Tascan die in alle aktuellen Panasonic TV-Geräte integrierte TV>IP Technologie mit der besonders flexiblen Wisi-Kopfstellenplattform Tangram. Dabei macht es Panasonic mit TV>IP möglich, den Betreibern von Versorgungsanlagen eine Reihe attraktiver zusätzlicher Anwendungen anzubieten. Dazu gehören der Empfang von frei empfangbaren und verschlüsselten HD und SD TV-Sendern, Smart-TV-Funktionen wie Streamingdienste oder HbbTV, der Zugriff auf mehrere Server durch Multicast-Unterstützung sowie ein Hotelmodus mit individuellen Einstellungsmöglichkeiten. Tascan setzt die Panasonic-Geräte auch für die Wiedergabe von Infotainment-Angeboten wie Hotel-TV ein, die in der Kopfstelle eingespeist werden. Darüber hinaus bieten die Panasonic Smart-TVs den Gästen, Patienten und Bewohnern die Möglichkeit, Videos, Bilder und andere Inhalte von Smartphones, Notebooks und Tablets aus auf den Bildschirm zu spiegeln. Die Tascan-Lösung unterstützt sowohl Android- als auch IOS-Endgeräte.

Flexibel und kostengünstig

Die Wisi Headend-Plattform Tangram wandelt Programme aus unterschiedlichen Signalquellen wie DVB-S/S2, DVB-C und DVB-T2-HD in IPTV-Signale um und verteilt diese an die angeschlossenen Panasonic TV-Geräte.

Tangram zeichnet sich durch geringe Betriebskosten und große Energieeffizienz aus. Die Betreiber können dabei zwischen verschiedenen Lösungen wählen, die zur Größe und zum Zweck der Hospitality-Einrichtung passen.

„Im Zuge des harten Wettbewerbes und der steigenden Ansprüche der Business- und Freizeitgäste setzt insbesondere bei unseren Kunden in der Hotelbranche ein Umdenken ein“, erklärte Jochen Ostermeier, Geschäftsführer Tascan Systems. „Schritt für Schritt kombinieren erste Hotelgruppen schnelles Internet mit TV-Angeboten und stellen auf eine durchgängige TV>IP-Versorgung um. Dank der Partner Panasonic und Wisi können wir auf diese rasch steigenden Nachfrage mit marktführenden Lösungen antworten.“

„Wisi hat den Anspruch, rund um den Globus führende Technologien für Breitbandnetze, Breitband-Glasfasertechnik, Empfang, Verarbeitung und Modulation digitaler

TV- und Radio-Signale sowie Multimediatechnik im Haus bereitzustellen“, ergänzte Michael Eberle, Leiter Marketing & Vertrieb Handel Inland bei Wisi. „Mit Panasonic und Tascan können wir die Einsatzmöglichkeiten unserer Systeme gezielt verbreitern und Kunden aus dem Hospitality-Bereich optimal bedienen.“

Die Partner wollen ihre Hospitality-Lösungen ständig weiter entwickeln. So wird Wisi im nächsten Schritt die Bereitstellung von Programmlisten in die Tangram Plattform integrieren. Dies vereinfacht die Inbetriebnahme, Konfiguration und Aktualisierung der Panasonic TV-Geräte. So aktualisieren sich die Programmlisten in den Fernsehern in einem voreingestellten Zeitrahmen automatisch, wenn z. B. einige TV-Sender in der zentralen Kopfstelle angepasst werden. Mit dem innovativen IMS-Server von Wisi wird zudem die Verwaltung von mehreren Programmlisten und zusätzlichen Diensten möglich.

Firmware-Update für Lumix GH5

Noch mehr Leistung

Mit der neuen Firmware-Version 2.0 macht Panasonic sein Systemkamera-Flaggschiff Lumix GH5 noch leistungsfähiger. Dabei hat das Unternehmen zahlreiche Anregungen umgesetzt, die aus Interviews mit professionellen Fotografen und Videofilmmern aus aller Welt gewonnen wurden. Das Ergebnis ist eine deutliche Steigerung der Kameraleistung bei Foto und Video. So stellt die Kamera bei Aufnahmen von kontrastarmen Gegenständen präziser scharf, das AF-Tracking bei Videoaufnahmen wurde spürbar verbessert. Mit der neuen Firmware lässt sich während der Live-Betrachtung fortlaufend im Multi AF- und im Custom Multi AF-Modus der individuelle Autofokusbereich anzeigen. Sobald dieser im Multi AF-Modus den Rand erreicht, kann er auf eine andere Begrenzung (Seite, oben, unten) verschoben werden. Den Startpunkt des Scharfstellens können die Nutzer jetzt vor dem AF Tracking auf dem Live-Bildschirm der Kamera auswählen. Zudem macht es die neue Firmware möglich, im Burst Mode, bei 6K-Foto und bei 4K-Fotoaufnahmen sowie bei halb gedrücktem Auslöser den Autofokusbereich zu verändern.

Die 4K/Full-HD Videooptionen wurden um den ALL-Intra Modus mit 4:2:2/10bit erweitert. Im 4K-HDR-Videomodus steht jetzt das Hybrid Log Gamma (HLG)-Format zur Verfügung. Dabei nimmt die Kamera Videos mit einer Gamma-Kurve nach ITU-R BT.2100 Standard auf – auf Wunsch auch als 4K-HLG-Inhalt mit niedriger Bitrate. Diese können auf HEVC-kompatiblen Geräten wie den 4K HDR TVs von Panasonic wiedergegeben werden. Das Update ermöglicht zudem die Aufnahme hochauflösender, anamorpher Videos mit effektiven 18 Megapixeln. Die Funktion I.S. Lock für Videoaufnahmen stabilisiert die Aufnahme auch bei fixiertem Bildwinkel. Zudem gleicht der Bildstabilisator der GH5 Verwackler nun auch bei der Nutzung von 2.0x und 1.33x anamorphen Linsen aus.

Auch die Netzwerkfunktionen wurden erweitert. So kann die bluetoothgestützte Fernbedienungsfunktion auch mit der Image App

genutzt werden, die ebenfalls aktualisiert wurde. Wird die Kamera ausgeschaltet, obwohl die drahtlose Bildübertragung noch nicht abgeschlossen ist, nimmt die GH5 die Übertragung automatisch wieder auf, sobald die Kamera erneut angeschaltet wird.

Die neue PC-Software Lumix Tether ermöglicht es Nutzern, die GH5 über eine USB-Verbindung an einen PC anzuschließen und die Kamera darüber zu bedienen. So können beispielsweise die Bilder während einer Aufnahmesession parallel auf einem großen Bildschirm angesehen werden. Ebenso ist es möglich, die Ordner, in denen die Bilddateien abgelegt werden sollen, direkt am PC auszuwählen.



Nach dem Firmware-Update bietet Panasonics Systemkamera-Flaggschiff Lumix GH5 noch mehr Möglichkeiten beim Fotografieren und Filmen.

Jetzt Termin vormerken!

28. Februar – 1. März 2018, Congress-Centrum Ost, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“

LG Electronics rüstet OLED-TV's weiter auf

Upgrade auf Dolby TrueHD

LG Electronics stattet alle OLED-TV-Geräte der aktuellen 2017er Produktfamilien über eine Firmware-Aktualisierung mit Dolby TrueHD aus. Mit dieser verlustfreien Audio-Technologie von Dolby wird der Ton von Filmen und Serien genau so wiedergegeben, wie die Regisseure es beabsichtigt haben. Die ersten Filme mit diesem neuen Audio-Format sind bereits auf dem Markt. In Verbindung mit den strahlenden OLED-Bildern entsteht ein besonders eindrucksvolles TV-Erlebnis.

LG hat die farbstarke Bildqualität und die tiefen Schwarzwerte seiner OLED-TV's bereits in der Vergangenheit mit weiteren digitalen Technologien ergänzt. Zum Standard der aktuellen Produktpalette gehört die Kompatibilität mit allen HDR-Formaten wie Dolby Vision, HDR 10, Hybrid Log Gamma (HLG) und Advanced HDR von Technicolor. Auch die Tonwiedergabe wurde mit Dolby-Atmos auf ein hohes Niveau gebracht. Mit Dolby TrueHD geht LG noch einen Schritt weiter: Sie versetzt die OLED-TV's in die Lage, mit Dolby AC-4-Dekodierung objektbasierte Audiosignale der nächsten Generation zu verarbeiten.

Damit erhält der Zuschauer das Gefühl, akustisch ins Geschehen einzutauchen. Das neueste Dolby TrueHD-Update enthält außerdem Codec MAT-Unterstützung (Metadata-enhanced Audio Transmission), um beim Spielen von Konsolenspielen Dolby TrueHD-Audio-Bit-Streaming zu unterstützen. Mit einer kompatiblen Soundbar können diese Klangerlebnisse noch intensiver gestaltet werden. Neben dem Update bietet LG den Besitzern aktueller OLED-TV-Modelle noch einen weiteren Vorteil: Über die integrierte Dolby Access App ihrer Fernseher können sie Inhalte zu Themen wie Reisen, Sport und Kunst abrufen, die durch



Die OLED TVs von LG bieten mit Dolby TrueHD jetzt einen noch besseren, räumlichen Klang, der die Zuschauer mitten ins Geschehen versetzt.

die Kombination von Dolby Vision und Dolby Atmos faszinierende Bildqualität mit beeindruckendem 3D-Sound verbinden. Der jüngste Quartalsbericht von LG Electronics zeigt, dass sich die marktführende Stellung bei OLED-TV's nicht nur positiv auf Marktanteile im Premium-Segment auswirkt, sondern auch die Profitabilität des Unternehmens erhöht. So trugen OLED-Geräte wesentlich dazu bei, dass die LG Home Entertainment Company mit 404,39 Millionen US-\$ den höchsten operativen Gewinn melden konnte, der jemals in einer Drei-Monats-Periode erzielt wurde. In den ersten neun Monaten hat LG bereits die Zahl der im Gesamtjahr 2016 verkauften OLED-Geräte erreicht – die hatte sich gegenüber 2015 bereits mehr als verdoppelt.

Zum Aufwachen und Mitnehmen

Neuheiten von Roberts Radio

Zum Weihnachtsgeschäft erweitert Roberts Radio seine Produktpalette um zwei interessante Neuheiten. Revival Uno ist eine kleinere, platzsparende Version des Revival RD60 Radios und gut für unterwegs geeignet. Bei den Ortus Radioweckern gibt es ein neues Spitzenmodell.

Wie bereits die „große Schwester“ verbindet auch das Revival Uno populäres Retro-Design mit wohlklingendem Sound und DAB-Technologie. In dem mit Abmessungen von 20,7 x 12,9 x 8,5 cm sehr kompakten Gehäuse stecken neueste Technologie und praktische Features. Über DAB/DAB+ und FM empfangen Hörer die Signale in bester Soundqualität, denn das robuste Holzgehäuse sorgt für eine gute Akustik. Es können beliebig viele Sender vor eingestellt und mit nur einem Tastenклик abgerufen werden. Dabei wird der Sendername auf dem Display angezeigt, für ungestörten Musikgenuss gibt es einen Kopfhörer-Anschluss. Wer die Titel aus seiner privaten Musiksammlung abspielen möchte, kann das Smartphone oder den MP3-Player mit einem AUX-Kabel mit dem Uno verbinden, das dann als Lautsprecher fungiert.

Dank seines kompakten Formats findet der Uno auch auf einem kleinen Nachttisch Platz und kann zudem die Funktion des Radioweckers übernehmen, um seine Besitzer mit DAB/FM Radio oder dem Buzzer zu wecken. Mit dem Sleep Timer, der nach spätestens 90 Minuten die Wie-



Klassisch im Stil der 1950er Jahre: das Revival Uno von Roberts Radio

dergabe stoppt, kann man auch zu seiner Lieblingsmusik einschlafen.

Das Revival Uno läuft auch über Batterie und lässt sich so überall mit hinnehmen. Das Gerät im klassischen Design der 1950er-Jahre ist in den vier Farbvarianten Schwarz, Dove Grey, Pastel Cream und Duck Egg für 199 Euro (UVP) erhältlich.

Ortus Time

Mit dem Ortus Time stellt Roberts Radio das neue Spitzenmodell seiner Ortus-Linie in hochwertigem Design mit ausgereiften Funk-

tionen vor. Die analoge Zeitanzeige signalisiert auf den ersten Blick das Äußere eines gewöhnlichen Weckers. Bei genauem Hinsehen fällt aber auf, dass in dem hochwertigen, mit echtem Holz veredelten Gehäuse mehr steckt als ein gelungenes Chronometer.

Der Ortus Time bietet DAB/DAB+ und FM-Empfang und ermöglicht seinem Besitzer, direkt mit dem Lieblingssender in den Tag zu starten. Auch ein klassischer Alarm steht zur Wahl, zudem sind eine Schlummerfunktion und ein Dimmer, der wie alle anderen Funktionen über das Display gesteuert wird, vorhanden. Bis zu 20 Radiosender können gespeichert werden, ein Equalizer sowie separate Bass- und Treble-Einstellung sorgen für guten Ton. Über einen USB-Anschluss lassen sich Smartphones, Tablets und zusätzliche Geräte aufladen. Zudem gibt es eine weitere Eingangsbuchse, um Musik direkt vom MP3-Player abzuspielen.

Der 13,7 x 14 x 7,7 cm kleine und nur 490 Gramm leichte Radiowecker Ortus Time ist ab sofort für 179 Euro (UVP) erhältlich.



Der Ortus Time sieht auf den ersten Blick aus wie ein analoger Wecker.

Nachrichten

PoS-Aktuell

Revox verstärkt das Vertriebsberater-Team



Martin Schalkamp

Mit der Ernennung von Martin Schalkamp als neuer Vertriebsleiter verstärkt Revox sein Vertriebsberater-Team. Ab sofort fungieren acht neue Vertriebsberater – fünf in Deutschland, zwei in Österreich und einer in der Schweiz, als direkter Ansprechpartner der Revox Fachhändler. Vor seinem Eintritt bei Revox war

Martin Schalkamp als Vertriebsleiter bei Bose tätig.

Als Teil des Vertriebsteams unterstützen zusätzlich zwei Revox-erfahrene Technikspezialisten die Revox-Handelspartner bei der Planung und Installation komplexer Multiroom-/Multiuser-Systeme.

Media Broadcast gewinnt internationalen HbbTV Award

Für die Entwicklung des „Dash Direct Plays“ erhielt Media Broadcast bei den HbbTV Awards den Preis in der Kategorie „Best Technology Innovation in an HbbTV Product or Service“. Das innovative Tool ist integrierter Bestandteil des HbbTV-Angebots freenet TV connect und ermöglicht den Wechsel von Internet- und Fernsehinhalten. Rund 20 Streamingangebote können so mit mehr als 50 DVB-T2-Programmen gemeinsam auf einer Kanalliste erscheinen und vom Zuschauer angewählt werden.

In ihrer Begründung bezeichnete die internationale Jury unter dem Vorsitz von Matthew Huntington, CTO von Freesat, den Dash Direct Play als eine beeindruckende technische Lösung. Die HbbTV Awards feierten in diesem Jahr Premiere und wurden am 17. Oktober im Rahmen des sechsten „Annual HbbTV Symposiums“ in Rom verliehen.

freenet TV connect ergänzt die Programmvvielfalt des neuen Antennenfernsehens und bietet Zugang zu weiteren 40 Sendern, Apps und Mediatheken – und das kostenfrei. Mit welchen Receivern das internetbasierte Zusatzangebot empfangbar ist, erkennen Verbraucher am freenet TV connect-Logo.

Aktuell entsprechen die Media Box Lite freenet TV von Samsung und einige TechniSat-Receiver sowie viele Smart TV Geräte, unter anderem die 2017er Modelle mit DVB-T2-Receiver von Samsung, dem Standard. Weitere Modelle sollen folgen.

High End on Tour in Bochum

Am 2. und 3. Dezember 2017 findet im RuhrCongress in Bochum die Publikumsmesse High End on Tour statt. Für die Besucher bietet sich die Möglichkeit, Gerätschaften nicht nur zu sehen, sondern auch zu erleben. Das präsentierte Spektrum reicht von modernen und interaktiven Systemen des digitalen Zeitalters bis hin zu analoger Vinylwiedergabe. Zusätzlich zu den Industrieunternehmen ist auch der qualifizierte Fachhandel der Region mit einem Infostand anwesend, um den Besuchern bei Bedarf und Interesse neutrale und kompetente Auskünfte geben zu können. Hier erhält der Besucher Informationen aus „erster Hand“ von Fachleuten der Branche. Der Eintritt ist frei. Mehr Informationen gibt es unter www.highendsociety.de

AEG mit dem höchsten Kundenvertrauen

Auch im diesjährigen „Kundenvertrauens-Ranking 2017“ der WirtschaftsWoche konnte sich AEG das Qualitätssiegel „Höchstes Kundenvertrauen“ sichern. Mit einem Kundenvertrauensindex von 90,6 Prozent liegt AEG auf Platz eins der abgefragten Unternehmen aus der Branche der Haushaltsgeräte. Mit 90,6 Prozent KVI erreichte AEG nicht nur ein überdurchschnittliches Ergebnis, sondern konnte sich auch den ersten Platz im Gesamtranking sichern. Auch im branchenspezifischen Vergleich setzte sich AEG an die Spitze. Als einziger Hausgerätehersteller mit dem Qualitätssiegel „Höchstes Kundenvertrauen“ ausgezeichnet, behauptet

sich AEG deutlich vor den Mitbewerbern. Das besondere Kundenvertrauen spiegelt sich auch in der äußerst positiven Abweichung vom branchenüblichen Durchschnittswert wider. Mit einem KVI, der um 19,4 Prozent höher ist als der Mittelwert unter den Hausgeräteherstellern, steht AEG unangefochten an der Spitze der Branche, heißt es in einer Pressemitteilung. Brian Fogh, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH in Deutschland, ist stolz auf das Ergebnis: „Unser Ziel, den Konsumenten in den Mittelpunkt zu stellen, kommt bei den Kunden an, sowohl in Hinblick auf die technische Entwicklung unserer Hausgeräte als auch in puncto Servicequalität – das bestätigt unser gutes Abschneiden bei dem Kundenvertrauens-Ranking der WirtschaftsWoche und spornt uns dazu an, unsere Strategie fortzusetzen.“

Es war einmal...

Was wäre Weihnachten ohne Märchen?!

Am 6. November öffnet Rudi für Sie sein ganz persönliches Märchenbuch. Tauchen Sie ein in Rudis verrückte Märchenwelt und sichern Sie sich märchenhafte Sachpreise und Extraprovisionen.

...und dann kam es doch ganz anders.

**XMAS
AKTION
2017**



6. November bis 31. Dezember 2017

Nähere Infos erhalten Sie im assona-Partnerportal oder sprechen Sie uns einfach an.
Telefon 030 208 666 66 E-Mail rudi@assona.net

assona



Erster Fachmarkt mit neuem Telekom-Partnerkonzept

Der im Frühjahr angekündigte Ausbau der T-Partnerkonzepts ist wie geplant angelaufen. Anfang Oktober wurde im expert Media-Park im westfälischen Steinfurt der erste Telekom Shop-in-Shop eröffnet, der speziell auf die Anforderungen von stationären Elektrofachmärkten abgestimmt wurde. Er soll den Kunden ein besonders positives Einkaufserlebnis bieten und den Partnern eine weitere Möglichkeit eröffnen, sich vom Onlinehandel abzuheben.

Premiere in Steinfurt

Dass der erste Telekom Partnershop dieser Art im expert Media-Park in Steinfurt steht, ist kein Zufall. Bereits seit Jahren sehen die beiden Geschäftsführer Ansgar Balzer und Thomas Wagner, die das Unternehmen seit seiner Gründung im Jahr 1998 leiten, in der qualifizierten Vermarktung von Telekommunikation ein wichtiges Geschäftsfeld, dessen Bedeutung in den letzten Jahren durch Smart Home noch zugenommen hat. Als Mitglied des T-Partner Händlerbeirats hat Balzer auch bei der Konzeption der neuen, speziell auf Fachmärkte abgestimmten Shop-in-Shop-Lösung mitgewirkt. „Unsere Stärke ist die hohe Beratungs- und Servicekompetenz unserer Mitarbeiter“, betonte Balzer bei der Eröffnung der neuen Verkaufsfläche. „Das Fachhandelskonzept der Telekom bietet uns die Möglichkeit, diese Stärke in besonderem Maße unter Beweis zu stellen und unsere Kunden noch besser, noch gezielter zu beraten.“

Durch die stetige Erweiterung des Telekom-Portfolios von der klassischen Festnetz- und Mobiltelefonie über Internet-Dienste bis zur Content-Vermarktung mit EntertainTV und Smart Home ist Beratung wichtiger denn je. Rund 45 Minuten müsse ein Verkäufer für eine Komplettberatung einplanen, wenn er den Bedarf einer ganzen Familie ausloten und dann die richtige Kaufempfehlung geben wolle, erklärte Balzer. Deshalb sei das umfassende Qualifizierungs- und Schulungsangebot, das die Telekom für ihre Partner bereitstelle, besonders wichtig. Dieses Angebot nehmen die Verantwortlichen bei expert Media-Park nicht nur für das sechsköpfige Team von TK- und IT-Spezialisten unter den 15 Mitarbeitern im Verkauf an. Auch die drei Berater aus der CE/TV-Abteilung sollen weiter qualifiziert werden, denn dort gibt es eine Zweitplatzierung für EntertainTV. Und seit der IFA 2017 sind Balzer und Wagner auch sicher, dass Smart Home in Kürze auch in der Hausgeräte-Abteilung eine große Rolle spielen wird. Der hohen Geschwindigkeit der Innovationen wird die



In angenehmer Lounge-Atmosphäre können Dienste wie EntertainTV live demonstriert werden.

Telekom mit einem nachhaltigen Qualifizierungskonzept für Partner gerecht, das nicht auf einmalige Schulungen, sondern auf ständige Weiterbildung setzt.

Hochwertiger Ladenbau

Für die neu entwickelte Shop-in-Shop-Fläche werden besonders hochwertige Materialien und moderne Design-Elemente eingesetzt, um den Kunden eine Wohlfühlatmosphäre mit Lounge-Charakter zu bieten. Dabei können die wichtigsten Dienste wie EntertainTV live erlebt werden, auch Smart Home Umgebungen werden mit Elementen wie vernetzten Leuchten, „echten“ Fenstern und entsprechenden Sensoren realistisch demon-



Am interaktiven Display kann Verkaufsbereiter Stefan Wernicke die Verfügbarkeit von Diensten sofort prüfen und auf digitale Beratungs- und Verkaufstools zurückgreifen.

Mit dem traditionellen Durchschneiden des Absperrbandes eröffneten (v.l.) Marcus Eppe, Geschäftsführer Operatives Geschäft, Deutsche Telekom Privatkunden-Vertrieb GmbH, die expert Media-Park Geschäftsführer Ansgar Balzer und Thomas Wagner sowie Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner, den ersten Telekom-Partnershop für Fachmärkte in Steinfurt.



striert. An einem großen Touch-Display kann die Verfügbarkeit von Breitband-Angeboten sofort geprüft werden; zudem stehen dem Verkaufspersonal verschiedene digitale Beratungs- und Verkaufstools zur Verfügung, um die Kunden bestmöglich zu informieren und Möglichkeiten für Cross- und Upselling wahrzunehmen.

Vorreiter für expert

Mit der erfolgreichen Vermarktung von Telekommunikation und Smart Home nimmt expert Media-Park innerhalb der Verbundgruppe eine Vorreiterrolle ein, denn expert will in diesen Segmenten in den nächsten Jahren deutlich wachsen – und zwar besonders mit der Telekom. „Unsere Kooperation ist mit über 400 Standorten in Deutschland flächendeckend vertreten und darüber hinaus für beste Service- und Beratungsleistungen bekannt“, erklärte Jochen Ludwig, stellvertretender Vorstandsvorsitzende der expert SE. „Damit sind wir ein attraktiver Partner – wir wiederum profitieren vom starken Markenimage der Telekom. Gemeinsam werden wir das Einkaufserlebnis der Kunden auf ein neues Level heben.“ Für die Telekom ist der Start der neuen Shop-in-Shop-Lösung für Fachmärkte ein wichtiges Element in ihrer Strategie, ihre Partner in allen relevanten Vertriebswegen wirksam zu unterstützen: „Wir haben zusammen mit expert und weiteren Kooperationspartnern dieses Konzept zur Integration in den stationären Fachhandel gemeinschaftlich weiterentwickelt“, sagte Marcus Eppe, Geschäftsführer Operatives Geschäft, Deutsche Telekom Privatkunden-Vertrieb GmbH. „Eine solche Kooperation zwischen einer Elektrofachhandelskooperation und einem Telekommunikationsunternehmen hat es noch nie gegeben. Das ist einzigartig.“ Diese Zusammenarbeit sei für beide Seiten von Vorteil, fügte Eppe hinzu. Während die Telekom die besten Produkte fürs „vernetzte Leben“ im besten Netz biete, stünden die expert Elektrofachmärkte für positive Kundenerlebnisse durch kompetente Beratung und ein umfangreiches Produktsortiment. Außerdem werde durch die neue Lösung auch ein weiteres Differenzierungsmerkmal zum Onlinehandel geschaffen.

Bundesweiter Roll-Out

Nach der Premiere in Steinfurt soll die neue Shop-in-Shop-Lösung für Fachmärkte noch in diesem Jahr bei vier weiteren Telekom-Partnern an den Start gehen. „Kooperationsübergreifend waren alle Partner sehr schnell überzeugt von unserem neuen Konzept“, erklärte Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner. „2018 werden weitere 25 Elektrofachmärkte hinzukommen. Die Nachfrage ist allerdings viel höher, da viele Partner auch für sich erkannt haben, dass sie dadurch in einer zunehmend vernetzten Welt fit für die Zukunft werden können.“

AEG Mini Mixer

Der neue PerfectMix Mini Mixer SB2900 von AEG bietet neben der bekannten Smoothie-to-Go-Variante weiteres reichhaltiges Zubehör. So bleiben dank mitgeliefertem Kühlakku Smoothies oder Sorbets in den abnehmbaren BPA-freien Tritan-Trinkflaschen länger gut gekühlt. Mit ihrem praktischen Trinkverschluss und dem neuen Tragegriff sind die Trinkflaschen der ideale Begleiter für den Sport, fürs Auto oder das Fahrrad, denn sie passen in alle herkömmlichen Halterungen.



Neu sind die austauschbaren Kreuz- und Flachklingen aus hochwertigem Edelstahl. So können auch Frühstückskaffee ganz frisch oder Cerealien für die energiereiche Smoothie Bowl fein gemahlen werden. Mit bis zu 23.000 U/Min und seinem 0,4 PS-Power-Motor, der individuell in zwei Geschwindigkeitsstufen eingestellt werden kann, zerkleinert der kompakte SB2900 sowohl weiche als auch harte Zutaten.

Das 4-Klingen Edelstahlmesser eignet sich besonders zum Zerkleinern, Mixen, Rühren, Pürieren und Schlagen/Aufschlagen. Die Flachklinge eignet sich hingegen zum Mahlen und Hacken. Der SB2900 arbeitet mit zwei Geschwindigkeitsstufen, die per Drehregler ausgewählt werden können. Im umfangreichen Zubehör sind drei to-Go-Mix-/Trinkflaschen (eine mit 600 Millilitern und zwei mit 300 Millilitern) enthalten. Als weiteres Extrazubehör legt AEG einen Zerkleinerer (500 Milliliter) für cremige Pestos oder das Mahlen von Nüssen bei. Das hochwertige und zugleich schicke Edelstahlgehäuse mit speziellen Saugfüßen sorgt für die nötige Standfestigkeit und Sicherheit. Der AEG Perfect Mini Mixer ist im Handel erhältlich; der UVP beträgt 89,95 Euro.

Neuer TV Funklautsprecher von Sony

Mit dem tragbaren Funklautsprecher SRS-LSR100 von Sony können Nutzer jetzt den Ton dahin mitnehmen, wo er gebraucht wird. Dazu stellt der Benutzer ihn beim Fernsehen einfach neben sich auf. Der kabellose Lautsprecher gibt nicht nur einen deutlichen, klaren Fernsehton aus, sondern analysiert darüber hinaus gesprochene Audioinhalte auf intelligente Weise. Film-dialoge oder Sportkommentare können so lauter gedreht werden, ohne dass die Gesamtlautstärke erhöht werden muss. Die Installation des Funklautsprechers ist einfach: Dazu wird die Ladestation an den Fernseher angeschlossen, und schon ist er einsatzbereit. Das Gerät funktioniert dabei mit nahezu jedem Fernseher und ist sogar als Fernbedienung einsetzbar: Alle wichtigen TV-Funktionen lassen sich mit den übersichtlich angebrachten Bedienelementen steuern.

Zum Aufladen wird der Lautsprecher in die mitgelieferte Ladestation gestellt. Ein Ladevorgang reicht für eine

Betriebszeit von bis zu 16 Stunden.

Der SRS-LSR100 ist sofort in Weiß erhältlich; der UVP beträgt 199 Euro.



Bauknecht: Mikrowelle ohne Drehteller

Bauknecht erweitert sein Mikrowellen-Portfolio um ein neues Modell ohne Drehteller. Extra Space Crisp bietet neben der Koch-, Back-, Brat- und Dampfgar-Funktion eine quadratische Crisp-Platte, die 20 Prozent mehr Raum bietet. Die ebenfalls neuen Mikrowellen der Serie COOK 30 decken mit innovativen Funktionen die gesamte Bandbreite des Kochens ab und verfügen über einen 30 Liter-Garraum. Die Spitzenmodelle warten zudem mit einem leistungsstarken 900 Watt-Grill auf. Alle neuen Geräte sind mit praktischen Zeitsparfunktionen ausgestattet, wie etwa die Kochfunktion AutoCook und die Reinigungsfunktion AutoClean.

Anders als bei einer herkömmlichen Mikrowelle, bei der die Fläche um den Drehteller nicht genutzt wird, steht im neuen 800 Watt-Ofen Extra Space Crisp der gesamte 25 Liter-Garraum zum Kochen zur Verfügung. Dies bedeutet nach Herstellerangaben 20 Prozent mehr an Fassungsvermögen, was der Nutzfläche eines 32 Liter-Modells mit einem klassischen Drehteller entspricht. Nach Angaben von Bauknecht wird das möglich durch eine rotierende Antenne unter dem Boden des Garraums, so dass Gerichte im gesamten Garraum gleichmäßig gegart werden. Zusätzlich können auch mehrere Speisen auf einmal zubereitet werden.



Das Modell Extra Space Crisp ist mit einer Kochfunktion ausgestattet: Zusätzlich zu 13 klassischen Gerichten hält es zehn weitere Crisp-Rezepte bereit. Für die Dampfgar-Funktion gibt es zudem sieben automatische Rezepte.

Die Reinigung der neuen Bauknecht Mikrowellen erfolgt auf Knopfdruck: Dank des Designs ohne Drehteller müssen beim Reinigen keine Teile entfernt werden; mit Hilfe des intuitiv zu bedienenden Reinigungsprogramms wird der Innenraum der Mikrowelle einfach mit Dampf hygienisch und ohne Chemikalien wieder sauber. Mit seinem außergewöhnlichen Design und elegantem Bedienfeld ist die Cook 30-Serie ein Blickfang für jede Küche. Dank der berührungsempfindlichen Tasten und eines kristallklaren, weißen LED-Displays, das nahtlos in die Glastür eingearbeitet ist, sind alle Funktionen einfach abrufbar. Die neuen Mikrowelle Extra Space Crisp und die Modelle der Cook 30-Linie sind ab sofort erhältlich.



Ecovacs Robotics stellt neue Zubehör Sets vor

Um der Nachfrage seiner Kunden nach einem Care Paket für ihre Staubsaugerroboter nachzukommen, bringt Ecovacs jetzt die neuen Accessory Value Packs.

Ausgestattet mit Seitenbürsten, Hauptbürste und Filtersätzen für das jeweilige Deebot Modell, deckt das neue Set den Jahresbedarf an austauschbarem Zubehör ab.

Im Vergleich zum Einzelwerb sparen Roboter-Besitzer beim Kauf der neuen Packs so bis zu 38 Prozent. Erhältlich sind die neuen Kits ab sofort ab 29,99 Euro (UVP).



★EUROSPORT 2^{HD} XTRA
★EUROSPORT PLAYER



17.11.2017 um 20:30 Uhr

VFB STUTTGART - BORUSSIA DORTMUND

Empfangen Sie alle Bundesliga-Spiele? Glauben wir nicht!

Es sei denn, Sie haben auch das Eurosport-Paket bei HD+. Damit erleben Sie 45 Bundesliga-Spiele live und in brillanter HD-Qualität.

- ✓ alle Spiele am Freitag, Montag und Sonntagmittag und die Relegation
- ✓ für nur 5 € pro Monat zusätzlich oder 55 € für 12 Monate
- ✓ monatlich kündbar

hd-plus.de

HD

+

Connected Living veröffentlicht Smart Home Index 2017

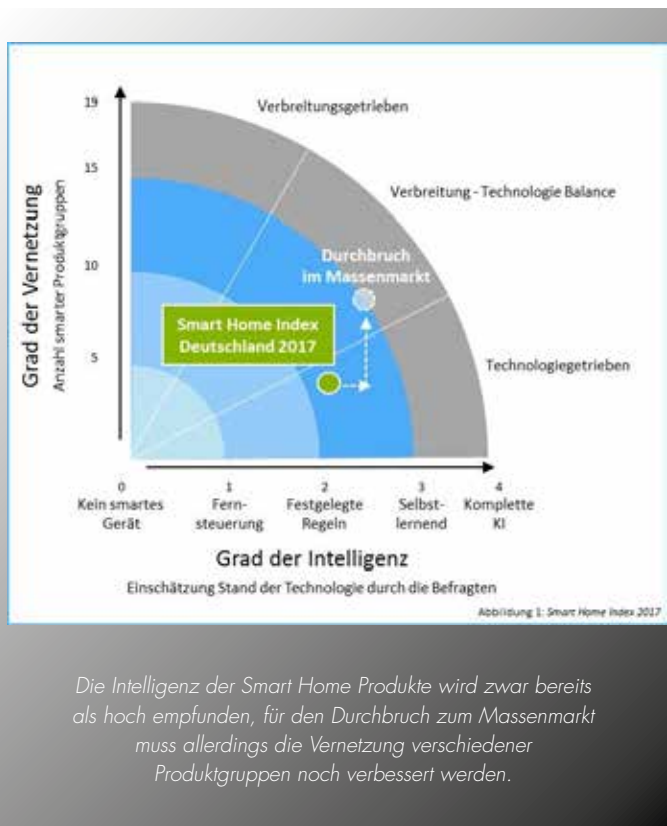
Auf dem Weg zum Massenmarkt

Das Innovationszentrum Connected Living e.V. hat die Ergebnisse einer Studie vorgestellt, für die in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen Mücke, Sturm & Company GmbH knapp 1.000 Teilnehmer zur Verbreitung und dem Stand der Technologie von smarten Geräten in deutschen Haushalten befragt wurden. Die Ergebnisse ergeben ein zwiespältiges Bild: Während Kunden, die bereits in die vernetzte Welt gestartet sind, ihre Anwendungen ausbauen wollen, suchen andere noch nach konkreten Vorteilen durch die neuen Technologien.

Herumgesprochen hat sich die Idee vom vernetzten Haus allerdings schon: 80 Prozent der Befragten kennen den Begriff Smart Home, 40 Prozent besitzen jedoch kein einziges smartes Gerät. Dagegen verfügen Smart Home-Nutzer im Durchschnitt schon über intelligente Geräte aus 4,1 von insgesamt 19 Produktgruppen. Zur Zeit werden derzeit am häufigsten Lösungen aus den Segmenten Entertainment und Energie eingesetzt. Den Intelligenzgrad der Geräte schätzen die Nutzer durchaus als hoch ein, was den Rückschluss erlaubt, dass die Steuerung von Smart Home-Systemen im Durchschnitt bereits regelbasiert erfolgt. Die wichtigsten Kriterien für den Kauf smarter Lösungen sind für die Endkunden – wenig überraschend – die einfache Bedienung und die Datensicherheit.

Zwar kommen immer mehr smarte Geräte auf den Markt, aber das smarte Zuhause ist deutschlandweit noch nicht im Massenmarkt angekommen. Smart Home-Nutzer besitzen bisher Endgeräte aus durchschnittlich 4,1 der 19 abgefragten Produktgruppen. Betrachtet man die Smart Home-Verbreitung nach Altersgruppen, zeigt sich, dass 85 Prozent der sogenannten Digital Natives zwischen 25 und 34 Jahren mindestens ein smartes Gerät im Haushalt installiert haben, wohingegen nur 59 Prozent der Digital Immigrants im Alter zwischen 45 und 54 Jahren Smart Home-Nutzer sind.

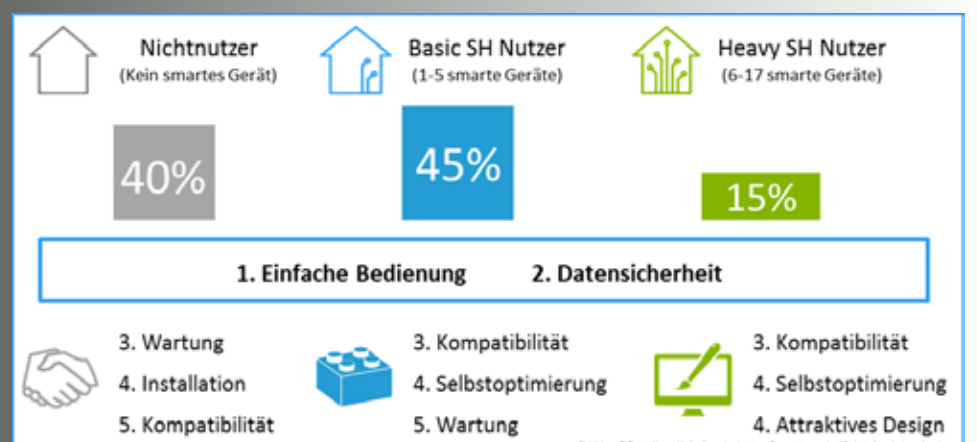
Wie hoch die Intelligenz der genutzten Smart Home-Produktgruppen durch die Befragten eingeschätzt wird, hängt wesentlich vom Grad der Vernetzung ab, der sich darin ausdrückt, wie viele unterschiedliche smarte Produktgruppen in den Haushalten installiert sind. Bemerkenswert ist, dass die Nutzer einerseits die Intelligenz ihrer Geräte als hoch einschätzen, obwohl der Vernetzungsgrad als Indikator für die Verbreitung gering ausfällt. Das



Problem: Offensichtlich werden smarte Lösungen jeweils für einen Bereich installiert, die anwendungsübergreifende Kommunikation der Geräte untereinander ist offensichtlich noch nicht weit genug fortgeschritten.

„Um in Zukunft den tatsächlichen Durchbruch von Smart Home in Deutschland zu verwirklichen, muss insbesondere eine höhere Balance aus Verbreitung und Technologie angestrebt werden“, kommentierte Michael Mücke, Vorstandsmitglied von Connected Living und Geschäftsführer von Mücke, Sturm & Company. „Wirklich smart ist das Zuhause erst, wenn die Vielfalt an smarten Produktgruppen im Haushalt zunimmt. Denn nur durch die Vernetzung der Geräte untereinander entstehen echte Vorteile.“

Während einfache Bedienung und Datensicherheit für alle Kundengruppen wichtig sind, unterscheiden sich die weiteren Kaufkriterien von Nichtnutzern, Anfängern und Intensivnutzern deutlich.



Nutzer wollen mehr

Haben die Nutzer den Nutzen von Smart Home-Lösungen erst einmal selbst erlebt, zeigen sie eine höhere Kaufabsicht für weitere Netzwerkprodukte. Folgerichtig ist das Interesse an neuen Lösungen bei den Konsumenten am größten, die über mindestens sechs smarte Produktgruppen verfügen. 60 Prozent von ihnen geben an, sich für den Ausbau ihres vernetzten Zuhauses zu interessieren, 25 Prozent beabsichtigen sogar den Kauf zusätzlicher smarter Geräte. Bei den Nichtnutzern sieht das Bild deutlich anders aus: Nur 40 Prozent interessieren sich für Smart Home, und lediglich vier Prozent befinden sich in der konkreten Kaufplanung.

Damit zeigt sich deutlich, dass Nutzer, die über Geräte aus mindestens einer smarten Produktgruppe verfügen und den Nutzen ihrer Lösungen bereits erfahren haben, eine höhere Motivation aufweisen, ihr Smart Home mit zusätzlichen Anwendungen zu erweitern. Der Fachhandel tut also gut daran, diesen Nutzen mit Erlebniswelten am PoS zu zeigen und den Start mit attraktiven Einstiegspaketen leicht zu machen. Das bringt nicht nur Umsatz, sondern trägt auch zur Kundenbindung bei. Denn bei der Erweiterung ihrer Smart Home Lösungen werden die Kunden auf den Lieferanten setzen, der sie schon einmal gibt bedient und fachkundig beraten hat.

Neben einfacher Bedienung und Datensicherheit gibt es gerade für Neueinsteiger noch weitere wichtige Kaufkriterien, die vom Fachhandel besonders gut erfüllt werden können. Denn diese Kundengruppe erwartet Unterstützung bei der Installation; auch Wartung und Service haben einen hohen Stellenwert. Dagegen sind Konsumenten, die ihr Smart Home bereits intensiv nutzen, eher an Heavy Kompatibilität und Design interessiert.



Kunden interessieren sich nur dann für Smart Home, wenn sie einen konkreten Nutzen erkennen können.

Amazon stellt neue Echo Modelle vor

Alexa mit Display

Amazon hat die zweite Generation seiner smarten Echo Lautsprecher angekündigt, mit denen der Cloud-basierte Sprachdienst Alexa noch vielseitiger werden soll. Zusätzlich gib es einen speziellen Adapter für Festnetztelefone und neue Echo Buttons. Software-Entwickler erhalten Programmierschnittstellen für die Entwicklung weiterer Gadgets.

Auf seinem farbigen Display zeigt der Echo Show jetzt auf Zuruf Video Flash Briefings, Songtexte, Fotos, Wettervorhersagen, To-do- und Einkaufslisten; zudem kann er Bilder und Videos von Smart Home Kameras empfangen. Der Echo Show lässt sich unter anderem mit Kameras, Leuchten und Thermostaten von Ring, Philips Hue, TP-Link, Tado etc. verbinden. Zudem können seine Besitzer andere Menschen, die über einen Echo Show oder die Alexa



Mit Echo Connect wird aus jedem Echo Lautsprecher ein Festnetztelefon.

App verfügen, per Videotelefonat anrufen. Sprachtelefonie und Textnachrichten können auch mit den Modellen Echo, Echo Dot oder Echo Plus ausgetauscht werden. Schon zur Einführung gibt es für den Echo Show speziell entwickelte Skills, unter anderem von Tagesschau, Deutsche Bahn, comdirect, Das Örtliche, KitchenStories, Mercedes me, Ring und TorAlarm.

Der Echo Show ist mit Dolby-Lautsprechern ausgestattet, die laut Amazon raumfüllenden Sound mit glasklarer Gesangswiedergabe und kraftvollen Bässen erzeugen. Mit dem Skill Multi-Room Music kann dasselbe Programm gleichzeitig von mehreren Echo Geräten abgespielt werden.

Auf der Oberseite des Gehäuses befindet sich eine Reihe von acht Mikrofonen. Damit soll der Echo Show mit Hilfe der Amazon Richtstrahltechnologie und der Geräuschunterdrückung seine Nutzer von überall im Raum klar hören können, auch wenn Musik läuft. Bei mehr als einem Echo Show, Echo, Echo Plus oder Echo Dot im Raum entscheidet Alexa mit Hilfe von ESP (Echo Spatial Perception), welches Gerät dem Fragesteller am nächsten ist und reagieren sollte.

Bei allen Alexa-fähigen Produkten bietet der neue Skill Alexa Calling und Messaging die Möglichkeit, auf neue Art und Weise zu kommunizieren. Bittet man z. B. um einen Anruf bei seiner Mutter, wird man per Video mit ihrem Echo Show oder ihrer Alexa App verbunden. Mit dem neuen Feature Drop-In können sich die Kunden mit anderen Echo Geräten im Haus verbinden lassen, um z. B. nach der Essenszeit zu fragen, in einen Wohnraum zu

Die neue Echo Lautsprecherfamilie von Amazon erweitert die Anwendungsmöglichkeiten des Cloud-basierten Sprachdienstes Alexa erheblich.



schauen oder nach einem Mitbewohner zu sehen. Dieser kann die Funktion allerdings auch abschalten. Zudem können die Zugriffsrechte und die Geräte, mit denen Drop-In genutzt werden kann, per Vorauswahl festgelegt werden.

Den Echo Show gibt es für 219,99 Euro (UVP) in Schwarz und Weiß.

Echo und Echo Plus

Die beiden neuen Alexa Lautsprecher Echo und Echo Plus stehen für die zweite Generation dieser Produktkategorie. Der Echo-Nachfolger kostet 99,99 Euro (UVP) und der Echo Plus mit integriertem Smart Home Hub 149,99 (UVP). Beide Komponenten sind in verschiedenen Farben und Oberflächen erhältlich. Im Vergleich zum Vorgänger hat der Echo trotz des um 80 Euro reduzierten Preises eine verbesserte Lautsprecherarchitektur mit Dolby Processing. Der Echo Plus ist zusätzlich mit einem integrierten Smart Home Hub ausgestattet, der eine kinderleichte Anbindung von smartem Zubehör ermöglichen soll. Auf Befehl sucht Alexa automatisch alle kompatiblen Komponenten

wie Lichter oder Stecker und richtet sie selbsttätig ein. Wie der Echo Show beinhalten der Echo und der Echo Plus Richtstrahltechnologie und Geräuschunterdrückung; sie können nicht nur die neuen Calling- und Messaging-Funktionen nutzen, sondern auch Routinen starten. Mit nur einem Sprachbefehl kann dann eine Kombination von Aktionen ausgelöst werden; so schaltet Alexa z. B. am Morgen das Licht und die Kaffeemaschine an und liest dabei die aktuellen Nachrichten vor.

Echo Connect

Das neue Zubehör Echo Connect macht ab Anfang 2018 aus jedem Echo ein Festnetz-Telefon mit Freisprechfunktion. Das soll sowohl mit einer klassischen Telefonleitung als auch mit VoIP funktionieren. Auf Sprachbefehl kann Alexa dann jeden Anschluss aus der Kontaktliste anrufen, dem Empfänger wird dabei die eigene Festnetznummer als Identifizierung angezeigt. Ruft ein Bekannter auf dem Anschluss zu Hause an, nennt Alexa dessen Namen aus der Kontaktliste. Das Gespräch lässt sich dann ganz einfach per Sprachbefehl annehmen.

Fire TV jetzt mit HDR

Auch Fire TV hat Amazon weiter aufgerüstet: Das Zubehör im neuen rautenförmigen Design bietet jetzt neben 4K Ultra HD-Streaming auch HDR und Dolby Atmos Audio. Mit der Alexa Sprachfernbedienung kann Fire TV zudem Smart Home-Geräte von Anbietern wie Philips Hue, TP-Link und tado steuern, in Kürze soll auch die Unterstützung von Smart Home-Kameras verfügbar sein. Dann werden Live Video-Feeds von kompatiblen Produkten von Ring, Nest und Logitech möglich. Mit einem Preis von nur 79,99 Euro ist das neue Fire TV im Vergleich zum Vorgänger deutlich günstiger und bietet gegenüber dem populären, preiswerteren Fire TV-Stick erheblich mehr Leistung.



Das neue Fire TV passt gut hinter jeden Fernseher.



Die Echo Buttons machen es möglich, mit Alexa zu spielen.

Echo Buttons

Die neuen Echo Buttons, die im Doppelpack nur 19,99 Euro kosten, sind Gadgets, die unterhaltsame und spielerische Erlebnisse mit Alexa ermöglichen. Sie können auf Knopfdruck zahlreiche interaktive Multiplayer-Spiele wie Beat the Intro von Musicplode aktivieren. Die smarten Knöpfe sind die Vorboten einer ganzen Reihe von Alexa Gadgets, mit denen Amazon den Unterhaltungswert seines Sprachdienstes vergrößern will. Dazu sollen auch unabhängige Entwickler beitragen, für die das Unternehmen Programmierschnittstellen bereitstellt. Damit können nicht nur neue Anwendungen, sondern auch neue Alexa-fähige Eingabegeräte entwickelt werden.



Nützliche Innovationen und Lifestyle-Atmosphäre: Der LG InstaView-Door-in-Door-Kühlschrank ist eine gute Empfehlung für anspruchsvolle Kunden.

Argumente für die Kühlschranks-Innovationen von LG

Hightech für die Küche

LG ist im Segment Weiße Ware in Deutschland zwar immer noch ein Newcomer, bringt es aber gerade im Premium-Segment, z. B. bei Side-by-Side Kühlgeräten, auf spürbare Wachstumsraten. Das ist kein Zufall: Der koreanische Technologiekonzern will seine Marktanteile nicht mit aggressiven Preisen, sondern mit Innovationen ausbauen. Und in dieser Disziplin hat das Unternehmen langjährige Erfahrung.

So haben LG-Ingenieure viel dazu beigetragen, dass sich der Kühlschrank von der einfachen Kältebox zum smarten Hightech-Gerät entwickelt hat, das nicht nur smarte Funktionen, sondern auch moderne Lifestyle-Atmosphäre in die Küche bringt und auf aktuelle Verbraucherwünsche wie Energieeffizienz die richtigen Antworten gibt. Bereits 1998 stellte LG die erfolgreiche „Homebar“ vor, deren Leistungsprofil auch noch fast 20 Jahre später sehr zeitgemäß anmutet. Das damals neue Barfach ließ sich von außen bedienen, ohne dass die Kühlschranktür geöffnet werden musste. Zudem konnte es wahlweise als Regal, als

zusätzlicher Kühler oder als klassische Hausbar genutzt werden. Dafür ließ sich das angehängte Homebar-Rack einfach herausziehen, damit die Kunden ihre Drinks ohne wiederholtes Öffnen des Kühlschranks zubereiten konnten. Ein weiterer Vorteil der Homebar: Reste von Getränken oder Snacks ließen sich in diesem Extrafach bequem aufbewahren und frischhalten.

Nützliche Innovationen

Der auf der IFA vorgestellte InstaView-Door-in-Door-Kühlschrank von LG zeigt, wie man das damals sensationelle Konzept der Homebar in die Hightech-Welt des 21. Jahrhunderts verlängert. Das Gerät im Edelstahl-Look wird durch seine innovative Glasscheibenfront und die „Knock-on“-Funktion zum Blickfang. Denn damit genügt Anklopfen, damit die zuvor undurchsichtige Scheibe transparent wird und den Blick in das dann beleuchtete Innere des Kühlschranks freigibt, ohne dass durch geöffnete Türen Kälte verloren geht. Erfahrungen im Fachhandel zeigen, dass die wenigsten Kunden der Versuchung, das Anklopfen auszuprobieren, widerstehen können. Diese Interaktion mit dem Kühlgerät ist ein guter Start für erfolgreiche Verkaufsgespräche, in denen man auch den Kundennutzen dieser Technologie erklären kann: Durch das Öffnen der Kühlschranktür und den damit verbundenen Kaltluftverlust

können in einem Haushalt jedes Jahr zwischen 50 und 120 kWh Strom verschwendet werden. Die InstaView-Technologie ist also keine Spielerei, sondern trägt zur Energieeffizienz des Kühlgeräts bei, die durch LGs Inverter-Linear-Kompressor ohnehin erheblich höher ist als bei Kühlschränken mit konventionellen Kompressoren. Zudem arbeiten Kühlschränke mit dieser Technik besonders leise.

LG-interne Verbraucherbefragungen zeigen, dass vier von zehn Verbrauchern sich nicht daran erinnern, was genau in ihrem Kühlschrank lagert, obwohl sie dessen Türen im Durchschnitt etwa 79 Mal am Tag öffnen. Das führt zum unnötigen Verderben von Lebensmitteln. LG entwickelte darum schon 2010 seine praktische Door-in-Door-Technologie als eine Art Kühlschrank im Kühlschrank. Dort gibt es nicht nur mehr Platz als in der Homebar, sondern auch schnelleren Zugriff auf häufig benötigte Snacks oder Getränke bei nur geringem Kälteverlust. 2014 ermöglichte LG dann mit dem weltweit ersten dualen Door-in-Door-System eine noch flexiblere und intelligentere Lagerung von Lebensmitteln. Dazu kommen innovative Frischefunktionen (z. B. „Pure N Fresh“) mit individueller Temperatur- und Feuchtigkeitsregelung. Sie machen Hightech-Geräte wie den LG InstaView-Door-in-Door-Kühlschrank zur richtigen Empfehlung für anspruchsvolle Kunden, denen nicht nur Design und Lifestyle, sondern auch durchdachte Funktionalität und sparsamer Umgang mit Ressourcen wichtig sind.

LG Home Appliance startet attraktive Cashback-Aktionen

Mit attraktiven Promotion-Aktionen macht LG seinen Kunden die Entscheidung für den Kauf eines neuen Kühlgeräts oder einer innovativen Mikrowelle jetzt besonders leicht: Noch bis Ende des Jahres können LG Kunden bis zu 300 Euro sparen. Die Vorteilsaktionen betreffen aktuelle LG NeoChef Mikrowellenöfen sowie ausgewählte LG Kühlgeräte, darunter auch Geräte mit Saffiano-Optik.

Noch bis zum 17. November 2017 erhalten LG Kunden beim Kauf einer LG Kühl-Gefrierkombination in edler Saffiano-Optik bei einem der Aktions-Händler eine Vorteilsprämie von 200 Euro. Einzige Voraussetzung: Sie müssen ihr LG Aktionsgerät bis zum 30. November unter www.lg.de/SAFFIANOCashback registrieren. Die Vorteilsprämie wird dem Käufer dann innerhalb von 60 Werktagen gutgeschrieben.

Die an der Cashback-Aktion teilnehmenden Kühl-Gefrierkombinationen sind mit einer besonders edlen Premium-Saffiano-Beschichtung ausgestattet. Als Anti-Fingerprint-Oberfläche bleiben Fingerabdrücke

nicht haften. Auch bei intensiver Nutzung bleibt die Saffiano-Beschichtung dauerhaft hygienisch rein und strahlend.

Noch bis zum Jahresende können sich Kunden beim Kauf eines Geräts aus der aktuellen LG NeoChef Serie in Kombination mit ausgewählten LG Aktions-Kühlgeräten einen attraktiven Kombi-Vorteil sichern. Die NeoChef Mikrowellenöfen zeichnen sich durch die leistungsstarke Smart Inverter Technologie in glänzendem Premium-

Design sowie einen großen Garraum aus. Weitere Vorteile sind moderne Quarzgrill- und EasyClean-Funktionen sowie vielfältige Gar-Programme, die sich intuitiv bedienen lassen. Die aktuelle Kombi-Promotion für die LG NeoChef Familie gilt in Verbindung mit Kühl-Gefrierkombinationen sowie verschiedenen Side-by-Side und Side-by-Side-Multi-Door-Geräten.

Alle Kunden, die bis zum 17. Dezember 2017 eine LG NeoChef Mikrowelle sowie ein LG Aktions-Kühlgerät bei einem der teilnehmenden Händler kaufen, erhalten nach Registrierung ihrer Aktionsgeräte bis zum 31. Dezember unter www.lg.de/ChefkochPremiumVorteil innerhalb von 60 Werktagen einen attraktiven Kombi-Vorteil. Die Höhe des Kombi-Vorteils richtet sich dabei nach dem erworbenen LG NeoChef Modell. Kunden können beim Aktionskauf z. B. in Verbindung mit dem 4-in-1 Premium-Hybrid-Heißluftofens MJ3965ACS gleich 300 Euro sparen.

LG macht seine Kunden auch online und am Point of Sales auf die laufenden Aktionen aufmerksam.



EINE LG KÜHL-GEFRIERKOMBINATION MIT SAFFIANO OBERFLÄCHE KAUFEN UND BIS ZU 200 € CASHBACK SICHERN.



Die Bianca von Candy bietet nicht nur innovative Netzwerkfunktionen, sondern auch kurze Waschzeiten in allen Programmen.

Mit Bianca hat Candy eine neue Waschmaschine angekündigt, die intuitive Bedienung mit hervorragenden Waschergebnissen verbinden soll. Die netzwerkfähige Haushaltshelferin arbeitet mit der neuen Zoom-Funktion besonders schnell und ist die erste Waschmaschine der Welt, mit der ihre Besitzer per Smartphone sprechen können.

Bei ihrem Wachstumskurs, der im vergangenen Geschäftsjahr zu einem Rekordumsatz von mehr als einer Milliarde Euro führte, setzt die Candy Group besonders auf

Candy kündigt neue smarte Waschmaschine an Bianca, Telefon!

Konnektivität. Nach eigenen Angaben ist das Unternehmen im Segment Smart Appliances mit Marktanteilen von 46,8 Prozent in Italien, 61,9 Prozent in Frankreich und 44,6 Prozent in Russland die Nummer Eins in Europa. Auch Bianca kann mit der Candy simply-Fi App gesteuert werden, die den Zugriff auf zahlreiche Zusatzprogramme, Verbrauchskontrollen und Nachrichten ermöglicht.

Auch ohne App ist die Waschmaschine dank der von Candy entwickelten Smart-Ring-Benutzeroberfläche intuitiv zu bedienen. Über das Touchscreen-Circle-Display im typisch italienischen Design werden alle Hauptprogramme und Optionen aktiviert. Die Ingenieure haben sogar daran gedacht, das Display um 11° zu neigen, damit die Anwender sich nicht unnötig nach unten beugen müssen.

Ein Unikum ist die „Talking Bianca“-Funktion: Damit können die Nutzer zum ersten Mal überhaupt über das Smartphone mit einer Waschmaschine sprechen. So soll Bianca durch natürliche Dialoge individuelle Bedürfnisse verstehen, den Anwendern bei der Auswahl des richtigen Programms helfen, sie über den Zustand der Maschine informieren, ihre Gewohnheiten speichern und wertvolle Waschtipps geben.

Schnelle Wäsche

Wenn es besonders schnell gehen muss, verkürzt die neue Zoom-Funktion deutlich die Waschzeit. Dazu bringt die Mix Power Jet Plus-Technologie das Waschmittel direkt an die Kleidung, damit die Maschine in allen Programmen in weniger als einer Stunde fertig ist – und zwar trotz der kurzen Zeit mit erstklassigen Waschleistungen, wie Candy verspricht.

Kabelloser Staubsauger

Im Wachstumssegment kabellose Staubsauger stellt Hoover mit dem Hoover Rhapsody ein vielseitiges Modell vor, dessen 22 V Lithium-Batterie eine Laufzeit von bis zu 35 Minuten erlaubt. Das Zubehör umfasst verschiedene Düsen für spezielle Zwecke, darunter eine Mini-Turbodüse für das Aufnehmen feinsten Haare, z. B. von Haustieren, und praktische Helfer für die Reinigung von Sitzen und Matten im Auto.

Der Rhapsody ist mit Hoovers Hspin-Core-Technologie ausgestattet. Dabei dreht sich der Kern der Maschine um sich selbst, um einen zusätzlichen Luftstrom zu erzeugen, der Staub, Schmutz und Haare an den Boden des Behälters drückt und damit das Trennsystem sauber lässt. Dadurch ist der Behälter erheblich leichter zu entleeren.

Mit seinen technisch aufwändigen Rädern ist der Staubsauger leicht zu manövrieren; er kann mit dem Easy Driving System um bis zu 180 Grad gekippt werden, um schwer zugängliche Stellen zu erreichen. LED-Lichter an der Bürste sorgen für gute Sicht in dunklen Ecken.

In einer praktischen Wandhalterung, die mit Schlitten Platz für das Basiszubehör und die Mini-Turbodüse bietet, ist der Rhapsody gut zu verstauen.



Der neue Rhapsody Staubsauger von Hoover



**Alles in einem.
Einer für alle!**

Für jeden Bodenbelag
die optimale Reinigung.

DEEBOT OZMO 10
The Floor Cleaning Robot



- Saug-und Wischkombination dank OZMO-Technologie
- Smartphone Steuerung
- Raummapping durch Smart Navi-Technologie
- Automatische Teppicherkennung

Live Smart. Enjoy Life.

Zwei neue Nespresso-Maschinen von De'Longhi

Mit oder ohne Milch

De'Longhi erweitert seine Produktpalette um zwei neue Nespresso-Maschinen, die dem Fachhandel gerade im Weihnachtsgeschäft die Möglichkeit zu Umsätzen in der „Geschenk-Preisklasse“ bieten. Sowohl die kompakte Nespresso Essenza Mini als auch die Lattissima One verbinden italienisches Design mit praxisgerechten Funktionen und aromatischen Kaffee-Spezialitäten.

Die Oberfläche der Essenza Mini glänzt wahlweise in den Farben Pure White, Glossy Red oder Green Lime. Das kompakte Gerät benötigt nur wenig Stellfläche und passt damit auch gut in kleine Küchen oder Kochnischen. Der Pumpendruck von 19 bar sorgt für volles Aroma bei Espresso und Lungo, wird innerhalb von drei Minuten keine weitere Tasse Kaffee mehr produziert, schaltet das Gerät in den Eco-Modus, um Energie zu sparen. Nach weiteren sechs Minuten ohne Aktivität schaltet sich die Kapselmaschine automatisch aus. Der Kapselbehälter reicht für sechs gebrauchte Kapseln, der abnehmbare Wassertank fasst 0,6 Liter.

Im Set mit dem separaten Aeroccino3-Milchaufschäumer kann die Essenza Mini auch für die Zubereitung von leckerem Latte Macchiato oder Cappuccino genutzt werden.



Die Lattissima One ist in den Farbvarianten Silky White und Mocha Brown lieferbar.



Außer in Rot ist die Nespresso Essenza Mini auch in Pure White und Green Lime erhältlich.

Wer die Milch lieber direkt in der Maschine aufschäumt, ist mit der neuen Lattissima One von De'Longhi gut bedient. Das integrierte System ist auf Einzelportionen ausgelegt, so dass zwischen verschiedenen Milchsorten wie Vollmilch, laktosefreier Milch oder Sojadrinks problemlos gewechselt werden kann. Auch für Einpersonen-Haushalte ist die Einzelportionierung sinnvoll. Ein integrierter Eco-Sensor steuert den Milchbezug und passt die Menge so an, dass keine Reste im Behälter zurückbleiben. Ein sinnvolles Ausstattungsdetail ist der flexible Abtropfbehälter. Bei der Verwendung größerer Gefäße, wie Latte-Macchiato-Gläsern, schiebt man ihn einfach unter den Milchtank oder nimmt ihn ganz heraus. Die Lattissima One hat einen 1,0-Liter-Wassertank und einen Kapselsammelbehälter für 8 – 10 gebrauchte Kapseln. Alle abnehmbaren Elemente sind einfach zu reinigen und spülmaschinenfest.

Die Nespresso Essenza Mini gibt es für 99,99 Euro (UVP), im Set mit dem Aeroccino3-Milchaufschäumer für 159,99 (UVP); die Lattissima One ist für 249 Euro (UVP) zu haben.

Neue Kenwood Küchenmaschine

Mit der neuen Multipro Compact stellt Kenwood eine kleine Küchenmaschine vor, die für zahlreiche Aufgaben vom Zerkleinern von Gemüse oder Eiswürfeln über Schlagen von Eiweiß oder Sahne, Mahlen von Gewürzen, Samen oder Körnern bis zum Kneten von Teig geeignet ist. Mit seinem edlen Metalldesign passt das Gerät in praktisch jede Küche und nimmt auf der Arbeitsfläche nur wenig Raum in Anspruch. Die Leistung von 800 Watt kann in zwei Geschwindigkeitsstufen mit Impulsfunktion abgerufen werden. In den 2,1-Liter-Arbeitsbehälter können bis zu 1,2 Liter Speisen zubereitet werden. Um Verletzungen durch das starke Edelstahlmesser zu vermeiden, sind Behälter und Gerätedeckel mit Sicherheitsverriegelungen versehen.

Die Kenwood Multipro Compact ist in verschiedenen Ausführungen erhältlich. In der Grundausstattung (UVP 99,99 Euro) wird sie mit Mixaufsatz (Acryl), Edelstahlmesser, Doppelschneebesen, Gewürzmühle, praktischem Kabelstufach, zwei wendbaren Scheiben für grobes und feines Schneiden oder Raspeln sowie einer Scheibe für extrafeines Schneiden oder Raspeln geliefert. Beim umfangreicher ausgestatteten Modell mit Mixaufsatz aus Glas (UVP 149,99 Euro) gehören zusätzlich eine Zitruspresse, eine Gewürzmühle und ein Zentrifugalensafter dazu.



Die Multipro Compact von Kenwood bietet zu einem günstigen Preis 800 Watt Leistung.

PoS-Aktuell Neuheiten

Für den letzten Schliff: Graef Messerschärfer

Die neuen Messerschärfer der Serie CC 80 bis CC 250 sowie Pronto von Graef zeichnen sich nach Herstellerangaben durch hochpräzise, elastische Winkelführungen aus. Die Handhabung ist kinderleicht, denn die Klinge wird einfach durch die verschiedenen Schleifstufen gezogen, und schon ist sie wieder scharf.

Das Modell CC 120 beispielsweise eignet sich für alle Messer in Haushalt, Freizeit und Gewerbe und arbeitet in drei Phasen:

1. Beim Vorschärfen schleift es das Messer mit seinen Diamantscheiben an und baut einen neuen Grat für die Schneide auf. Dank präziser Elastomerführung der Klinge entsteht ein Grundwinkel von 20°.
2. Beim Schärfen baut der Messerschärfer ebenfalls mit Diamantscheiben die neue Schneide auf. Dabei entsteht eine ballige, also spitzbogige Form, die der Schneide besondere Stabilität und lange Haltbarkeit verleiht.
3. Im Nachgang wird die neue Schneide mittels patentierter Abzieh-/Polierscheiben aus Keramik poliert und macht sie damit rasiermesserscharf.



Das Modell CC 150 ermöglicht mit einem Schleifwinkel von 15°, auch japanische Messer problemlos nachzuschärfen; der CC 250 schärft sogar Keramikmesser. Das 2-Phasen-Hybridgerät CC 80 ermöglicht es, Messer elektrisch zu schärfen und manuell zu polieren. Das platzsparende Modell Pronto wiederum arbeitet komplett manuell und eignet sich damit für den Gebrauch unterwegs.

Sengled Solo 2 RGBW ab Dezember verfügbar

Sengled hat für Dezember die Verfügbarkeit der Sengled Solo 2 RGBW angekündigt. Die Sengled Solo 2 RGBW vereint Sound- und Lichteffekt in einer intelligenten LED-Leuchte. Mit dem eingebauten Bluetooth Lautsprecher lässt sich die Lieblings-Playlist einfach vom Smartphone oder Tablett abspielen. Dazu muss lediglich die App heruntergeladen und das Gerät mit der Lampe per Bluetooth verbunden werden.

Neben der richtigen Musik liefert die Sengled Solo 2 RGBW Lichteffekte passend zum Sound. Aus 16 Millionen Farben und fünf voreingestellten Farbmustern kann das Licht der Musik oder der Stimmung angepasst werden. Mit dem Einschlafmodus der Sengled Solo 2 RGBW klingt der Abend in entspannter Atmosphäre aus. Automatisch wird damit das Licht gedimmt und die Lautstärke der Musik schrittweise reduziert.

Die Sengled Solo 2 RGBW ist voraussichtlich Anfang Dezember für 49,90 Euro (UVP) erhältlich.



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet
die Hightech-Branche



Schon wieder ein dicker Hund

Bereits in der vorletzten Ausgabe musste ich mich über die Konsequenzen aussprechen, die das Internet der Dinge für unser Verhältnis zu Haustieren hat. Und jetzt muss ich sogar über digitale Viechereien schreiben. Schuld daran ist Sony; bekanntlich haben die Japaner uns ja 2006 mit dem Roboterhund Aibo beglückt, den sie kurz darauf einschläfern ließen, weil das possierliche Tier dem damals notleidenden Konzern zu teuer wurde. Jetzt geht es Sony wieder besser, und deshalb leistet sich der charismatische CEO Kazuo Hirai wieder einen Hund. Der heißt immer noch Aibo und ist viel klüger als sein Vorgänger, aber nicht billiger. Umgerechnet rund 1.500 Euro soll das zunächst nur in Japan herumlaufende Digitalvieh kosten, für dessen weitere Erziehung Sony noch einmal 22 Euro im Monat haben möchte. Wem das zu teuer ist, der kann auch 680 Euro für drei Jahre auf einmal bezahlen.

Das possierliche Wesen soll ungewöhnlich klug sein und seine Fähigkeiten ständig erweitern, indem es seinen Besitzer immer besser kennenlernt, Besucher begrüßt, sie sogar wiedererkennt und je nach Behandlung, so Sony, zu „einem liebenden Partner, einem wilden, lebenslustigen Begleiter oder etwas dazwischen“ ausgebildet werden kann. Mit künstlicher Intelligenz findet sich Aibo ganz alleine im Zimmer zurecht, rennt nicht gegen Tischbeine und macht keine Haufen, sondern auf Wunsch Fotos, die in die Cloud hochgeladen werden. Zumindest das Letztere können die mir bekannten echten Hunde nicht, dafür brauchen sie allerdings auch keinen Strom. Und eine App, mit der man die vom Hund geschossenen Bilder angucken, dem Tierchen neue Tricks beibringen und mit dem Hund herumtollen kann, brauchen die auch nicht. Die App, sagt Sony, ist sogar so schön, dass man gar keinen Aibo braucht, um damit Spaß zu haben. Das nenne ich doch einmal digitalen Fortschritt.

Sony preist den neuen Aibo als Wesen an, das „unsere Herzen mit Freude füllen“ und uns mit „Quality Time“ glücklich machen kann. Das mag ja alles sein, aber das entscheidende Verkaufsargument haben die Japaner vergessen. Und ich komme auch nur darauf, weil uns neulich eine Pressemitteilung über eine Smartphone-Hülle aus „veganem Leder“ (was für ein Quatsch!) erreicht hat. Aibo, das liegt auf der Hand, ist der erste vegane Hund der Welt. Wenn man ihn auch noch mit geschmacklosen veganen Schnitzeln füttern könnte, gäbe es für solche überflüssigen Lebensmittel endlich eine sinnvolle Verwendung.

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

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

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



Gesünderes Raumklima

Leise, effektiv, ideal für Allergiker

Ob in den eigenen vier Wänden oder im Büro – die meisten Menschen verbringen bis zu 85 % ihrer Zeit in geschlossenen Räumen. Laut einer Untersuchung der Weltgesundheitsorganisation WHO ist die Luft dort 10 bis 30 Mal verschmutzter als draußen und häufig mit oft unter 30 % relativer Luftfeuchtigkeit auch deutlich trockener. Das kann nicht nur im Herbst und Winter, wenn die Heizung läuft und weniger gelüftet wird, zu irritierter Haut, trockenen Lippen, Halsschmerzen, juckenden Augen und einer erhöhten Anfälligkeit für Erkältungen führen. Philips hat eine Reihe von unterschiedlichen Geräten im Portfolio, die alle dazu beitragen, das Raumklima zu verbessern und vor allem das Leben mit Allergien, Heuschnupfen und Asthma erheblich zu erleichtern.



Für jede Anforderung das passende Gerät

Wann brauche ich welches Philips Air Produkt?



Trockene Luft

Die kalten Wintermonate beginnen und damit auch die Heizperiode. Das Erwärmen der kalten Luft kann zu einer geringen Luftfeuchtigkeit in Räumen führen.

Lösung

Natürliche und hygienische Luftbefeuchtung HU4803/01

Wo Wasser ist, da sammeln sich auch Keime und Bakterien bei herkömmlichen Befeuchtungsmethoden. Philips Luftbefeuchter garantieren 99 % weniger Bakterienausstoß* dank NanoCloud-Technologie und hocheffizientem Filter und halten die relative Luftfeuchtigkeit im optimalen Bereich zwischen 40–60 %.



Allergien

Hohe Innenraumbelastungen durch Pollen, Schimmel, Tierhaare und Hausstaub im Winter verursachen starke Allergiebeschwerden. Dieses führt zu tränenden Augen und juckenden Nasen und vermindert das allgemeine Wohlbefinden.

Lösung

Philips Luftreiniger AC2882/10

Entfernen effektiv 99,97 % der luftübertragenden Allergene. Die Luft wird angesaugt, durch bis zu drei hochwertige Filter gelenkt und so von Partikeln bis zu einer Größe von 0,02 µm bereinigt. Ein besonders leiser Nachtmodus ermöglicht zudem den Betrieb in der Nacht für einen erholsamen Schlaf.



Trockene Luft und Allergien

Lösung

Luftwäscher HU5931/11

Luftwäscher ermöglichen sowohl die Befeuchtung als auch Reinigung der Raumluft. Doppelt effektiv inkl. leisem Nachtmodus.

