



Dirt Devil



**BLADE
EINER
FÜR
ALLES.**



Das Kamerageschäft ist besser als sein Ruf



Klasse statt Masse

Jahrelang war über das Segment Foto wenig Positives zu berichten. Die immer besseren Smartphone-Kameras sorgten für drastische Rückgänge im Geräte-Geschäft, das sich zu einer Nische für Spezialisten zu entwickeln schien. In diesem Jahr verzeichnet die Branche aber so etwas wie eine Trendwende. Zwar gingen die Stückzahlen in den ersten neun Monaten dieses Jahres nochmals um 12,6 Prozent auf 1,45 Millionen Einheiten

zurück; der Umsatz stieg allerdings erstmals seit Jahren wieder an, und zwar um 3,8 Prozent auf 648 Millionen Euro. Wenn die Zeichen nicht trügen, ist diese erfreuliche Entwicklung nicht trotz, sondern wegen der Popularität der Smartphones eingetreten. Denn die haben dafür gesorgt, dass praktisch jeder fotografiert. Das macht offensichtlich Appetit auf wirklich gute Fotos, und für die braucht man eine wirklich gute Kamera.

Trotz der inzwischen ausgezeichneten Bildqualität von Smartphone-Schnappschüssen lassen sich die Gesetze der Physik nicht überwinden. Die kleinen Sensoren in den Mobiltelefonen sind von Natur aus nicht besonders lichtempfindlich, und der Brennweitenbereich der winzigen Objektive lässt sich auch mit technischen Tricks wie zwei Linsen statt einer nicht praxisingerecht erweitern. Das gilt übrigens nicht nur für den immer wieder erwähnten

Telebereich. Wer jemals versucht hat, unter beengten räumlichen Verhältnissen ein Gruppenfoto oder gar ein Selfie mit mehreren Personen mit dem Smartphone zu schießen, der weiß, dass der Bildwinkel der eingebauten Kameras viel zu klein ist und sehnt sich nach einem Weitwinkelobjektiv. Natürlich betrifft der neue Umsatzschub im Kamerageschäft nicht alle Produktsegmente. Einfache Kompaktkameras können durch

Smartphones leicht ersetzt werden. Was läuft, sind hochwertige Modelle: Systemkameras sowie Kompakte mit großem Zoombereich, größeren Sensoren und anspruchsvoller Ausstattung.

Auch das klassische Paradeferd der Kamera-Industrie, das Spiegelreflex-Segment, tut sich mit Ausnahme der Profi-Modelle weiterhin schwer. Das liegt aber nicht an einer



Märchenhaft gewinnen!

Rudis verrückte Märchenwelt

Bis zum 31. Dezember 2017

assona

beurer

App-gesteuerte Wärmeunterbetten so macht Wärme Spaß!

works with beurer CozyNight

www.beurer.com www.beurer-gesundheitsratgeber.com



EDITORIAL

Barrierefrei beraten

Manchmal wird einem ein Problem erst richtig bewusst, wenn jemand unverhofft eine Lösung dafür präsentiert. So ähnlich ging es der Redaktion PoS-MAIL, als die Pressemitteilung von Miele über die neue Waschmaschine für Sehbehinderte und Blinde (siehe S. 17 dieser Ausgabe) eintraf. Hand aufs Herz: Wann haben Sie zuletzt darüber nachgedacht, wie Menschen mit Behinderungen ihr Alltagsleben mit unseren immer smarteren Technikprodukten bewältigen können?

Wie es der Zufall will, traf am selben Tag wie die Miele-Meldung auch eine Ankündigung von Samsung ein, die in den Zusammenhang passt: Die Koreaner haben gemeinsam mit Experten eine App entwickelt, die Fehler beim Farbsehen diagnostiziert und auf der Basis dieser Diagnose die Einstellung der QLED- TVs so verändert, dass die Nutzer trotz der Beeinträchtigung des Sehvermögens ein bestmögliches Farbfernseh-Erlebnis haben.

Im Zusammenhang mit smarter Technik, künstlicher Intelligenz und Robotic kommen behinderte und alte Menschen immer wieder vor, jedenfalls in der Theorie. In der Praxis dagegen haben Meldungen wie die oben zitierten Seltenheitswert. Wir können uns jedenfalls nicht erinnern, seit dem Einstieg von PoS-MAIL in die Weiße Ware (das war 2011) jemals eine Meldung über ein Hausgerät für Blinde erhalten zu haben. Wenn es einmal um die wenig erfreulichen Themen Krankheit, Behinderungen etc. ging, dann betraf das ausgesprochene Gesundheitsprodukte von einschlägigen Anbietern wie Beurer, Medisana oder Philips.

Dabei zeigt nicht nur die bekannte demografische Kurve mit der Zunahme alter Menschen, wie groß der Bedarf an Technik ist, die sich auch dann bedienen lässt, wenn das Fitness Armband keine Bestwerte mehr anzeigt. Gerade die Sprachsteuerung könnte hier für viele Menschen zum Segen werden. Der qualifizierte Fachhandel hat hier eine wichtige Funktion, Kunden entsprechend zu beraten und dabei den handfesten Nutzen von Technologien zu erklären, mit denen die Lebensqualität von Menschen deutlich verbessert werden kann. Dazu müssen natürlich mehr Produkte wie die Miele Waschmaschine auf dem Markt sein – und Informationen darüber auch. Wir bleiben in dieser Sache am Ball, versprochen!

Thomas Blömer
Thomas Blömer

Abneigung der Konsumenten gegen Kameras mit Wechselobjektiven, sondern daran, dass immer mehr Kunden zu spiegellosen Systemkameras greifen. Diese Produktkategorie hat seit ihrem Start durch Panasonic auf der photokina 2008 stetig zugelegt und ist auch jetzt das Rückgrat des Umsatzanstieges im Kamerageschäft. „Der Absatz von kompakten Systemkameras erreichte laut GfK in den ersten drei Quartalen einen bemerkenswerten Mengenzuwachs von 22 Prozent“, berichtete Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes. „Das damit generierte Umsatzplus lag sogar um 40 Prozent höher als im Vorjahr.“ Getrieben von dieser Nachfrage brachten es auch die Wechselobjektive für kompakte Systemkameras in den Monaten Januar bis September auf einen Wertzuwachs von 23 Prozent. „Das sind positive Signale für das Jahresendgeschäft, bei dem Fotoprodukte jeder Art ihre stärkste Absatzphase haben“, zeigte sich Führes optimistisch.

Besser ohne Spiegel?

Dass mit dem Vorsitzenden des Photoindustrie-Verbandes ausgerechnet ein Manager des Spiegelreflex-Marktführers Canon die Erfolgszahlen für spiegellose Systemkameras verkündet, entbehrt nicht der Ironie. Während die Treiber der spiegellosen Technologie (Fujifilm, Olympus, Panasonic und Sony) in den letzten Jahren zum Teil polemisch gegen Spiegel argumentierten, konzentrierten sich die beiden großen DSLR-Platzhirsche Canon und Nikon



Auch in der DSLR-Klasse gibt es Innovationen: Die im September gestartete Nikon D850 mit 45,7 MP-Sensor nimmt 4K-Filme ohne Crop-Faktor auf und kann Zeitraffervideos in 8K erstellen.

weiterhin auf die traditionelle Technologie. Das war durchaus nicht ganz erfolglos, denn die Leistungen der heutigen Spiegelreflex-Topmodelle in Sachen Auflösung, Lichtstärke und Autofokus-Präzision haben ein Niveau erreicht, das Experten lange für völlig unmöglich gehalten haben. Das ist einer der Gründe, warum sich die „jungen Wilden“ ohne Spiegel vor allem im Profi-Segment immer noch schwer tun. Berufsfotografen sind von Natur aus konservativ und wechseln ungern das System, für das sie oft Objektive im Wert fünf- oder gar sechsstelliger Eurobeiträge besitzen. Deshalb konzentrieren sich Panasonic und Olympus selbst bei ihren Spitzenmodellen nicht auf die klassische Berufsfotografie, sondern auf neue, kommerzielle Anwendungen, und das mit durchaus respektablem Erfolg. Panasonic verbindet bei seinen G Modellen (und auch bei hochwertigen Kompaktkameras) hohe Fotoleistung mit innovativen Funktionen, die auf 4K-Video beruhen. Das bringt nicht nur Vorteile beim Festhalten des richtigen Moments, für den z. B. die Lumix GH5 in 4K-Auflösung (18 MP) eine „Serienbildfunktion“ mit 60 Bildern/s zur Verfügung stellt – undenkbar mit einer Spiegelreflexkamera. In 6K-Auflösung (18 MP) sind es immer noch 30 Bilder/s. Natürlich versucht die Spiegelreflex-Industrie dagegen zu halten und hat 4K-Video inzwischen in immer mehr Modelle integriert. Canon kann dabei auf profunde Erfahrungen aus seinen Cine EOS Modellen für die Film-Industrie zurückgreifen. Anders als die spiegellosen Mitbewerber hat Sony nach großen Erfolgen in der Systemkamera-Mittelklasse



Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: „Positive Signale für das Jahresendgeschäft.“

genügend Selbstbewusstsein und Technologien entwickelt, um das Profisegment anzugreifen. Die in diesem Jahr vorgestellte Alpha 9 bleibt zwar mit dem 24,2 MP Vollformatsensor in der Auflösung hinter den Topmodellen von Canon und Nikon zurück, übertrifft aber deren Leistung mit einem Tempo von 20 Bildern/s bei voller Schärfenachführung, 4K-Video in verschiedenen Formaten, hoher Lichtempfindlichkeit und einem rasanten Autofokus-System mit 693 Messpunkten bei anderen Parametern. Alle Hersteller von spiegellosen Systemkameras brechen die hervorragenden Leistungsmerkmale ihrer Spitzenmodelle inzwischen auf populäre Preisklassen herunter und sprechen auf diese Weise immer größere Zielgruppen an. So gibt es das Sony Vollformat-Modell Alpha 7 inzwischen in sieben Varianten. Die drei Modelle der 6000er Serie mit APS-C Sensor bieten in einem extrem kompakten Gehäuse ebenfalls große Foto- und Videoleistung. Auch bei den Panasonic G Modellen werden die Kunden in populären Preisklassen leicht fündig, wenn sie auf schnelle, scharfe Bilder und hohe Videoleistung Wert legen.

Eine Frage der Bedienung

Die Marktentwicklung dieses Jahres zeigt, dass die Konsumenten bereit sind, für gute Kameras auch gutes Geld auf den Tisch zu legen. Der Durchschnittspreis stieg gegenüber dem Vorjahr um sagenhafte 18,8 Prozent von 376 auf 446 Euro. Das ist eine im gesamten Technikmarkt konkurrenzlose Zahl. Zum Vergleich: Die TV-Branche freut sich derzeit über einen Zuwachs um 1,3 Prozent – allerdings bei steigenden Stückzahlen.

Mit der Alpha 9 attackiert Sony erstmals mit einer spiegellosen Systemkamera das klassische Profi-Segment. Vor allem in der Schnelligkeit sind Kameras ohne Spiegel klassischen DSLRs häufig überlegen.



Als Hindernis für noch bessere Ergebnisse im Kameramarkt sehen viele Experten die immer noch komplizierte Bedienung der Modelle. Zwar gibt es Fotohändler, die davon durchaus profitieren, indem sie mit Erfolg Fotoseminare anbieten. Aber viele Konsumenten erwarten von Technikprodukten zu Recht, dass sie ohne Gebrauchsanweisung oder gar Schulung genutzt werden können. Auch hier gibt es Bewegung im Markt. So stattete Olympus sein neuestes Modell OMD E-M10 Mark III mit einer Bedieneroberfläche aus, die an die eines Smartphones erinnert und sehr gut aufgenommen wurde. Man darf erwarten, dass andere Hersteller in absehbarer Zeit nachziehen.

Auch der Markt für spiegellose Systemkameras könnte im kommenden Jahr weitere Impulse bekommen – und zwar ausgerechnet durch die Spiegelreflex-Spezialisten. Canon hat innerhalb der letzten 12 Monate das eher halbherzig gestartete (und von manchen bereits totgesagte) Sortiment der spiegellosen EOS M Kameras um drei Modelle ausgebaut, die sich (noch?) stark an ihren EOS Pendanten mit Spiegel orientieren. Man darf erwarten, dass der DSLR-Marktführer im kommenden Jahr in dieser Klasse mehr zu bieten hat. Auch von Nikon wird in dieser Hinsicht einiges ohne Spiegel erwartet. Die legendäre Spiegelreflex-Marke hatte mit der Nikon 1 bereits vor Jahren ein spiegelloses System auf dem Markt, das zeitweise gar



Selbst ein Einstiegsmodell wie die Systemkamera Lumix GX800 von Panasonic bietet nicht nur 4K-Video, sondern auch 4K-Fotofunktionen, die es möglich machen, mit 30 Bildern/s den entscheidenden Moment mit einer Auflösung von 8 MP einzufangen.

nicht so schlecht lief, aber mit seinem kleinen Bildsensor und relativ geringer Lichtstärke die physikalischen Vorteile der spiegellosen Technologie nicht wirklich auf die Straße brachte und deshalb eher mit Kompakt- als mit System- oder gar Spiegelreflexkameras konkurrierte. Für das nächste Jahr wurde halb offiziell die Vorstellung eines ganz neuen spiegellosen Nikon Systems in Aussicht gestellt.

Keine Eintagsfliege

Die Branche ist jedenfalls sicher, die erfolgreiche Entwicklung auch im kommenden Jahr fortsetzen zu können. Darauf deuten auch die jüngsten Zahlen des Verbandes der japanischen Kameraindustrie (CIPA) hin: Sie weisen erstmals seit vielen Jahren ein Wachstum der Kamera-Exporte aus.



Ein Sonderfall: Sofortbild wächst und wächst

Dass man nicht nur mit teuren Systemkameras die Konsumenten ansprechen kann, zeigt die Marktentwicklung im Sofortbild-Segment. Hier hat vor allem Fujifilm in den letzten Jahren mit seinen lange als analoges Relikt belächelten instax Sofortbildkameras und Filmen eine sensationelle Erfolgsgeschichte geschrieben und allein im letzten Jahr mit 6,5 Millionen Einheiten mehr als doppelt so viele Kameras verkauft wie Polaroid in seinen besten Zeiten. Das brachte nicht nur erfreuliche Umsätze, sondern auch eine schon fast verloren geglaubte Generation in den Kameramarkt zurück. Denn die überwiegende Mehrzahl der Sofortbild-Modelle wird von Menschen im Teenager-Alter bis Mitte 30 gekauft, und zwar vor allem von Mädchen und jungen Frauen.

Fujifilm befeuert diesen Trend durch Kameras in hippen Farben, ein beeindruckendes Zubehör-Sortiment und massiven Werbedruck. Nachdem im Frühjahr und Sommer über zielgruppengerechte Kanäle bereits 76 Millionen Kontakte in Deutschland erzielt wurden, soll die aktuelle Weihnachtskampagne für eine Gesamtzahl von 150 Millionen Kontakten in diesem Jahr sorgen. Zudem hat Fujifilm 2017 den Sofortbildkamera-Markt nach oben erweitert. Neben den preisgünstigen analogen Kameras instax mini und instax Wide stellte das Unternehmen mit der instax Square SQ10 sozusagen die Quadratur des analog/digitalen Kreises vor. Das hybride Modell nimmt die Bilder auf einem CMOS Sensor auf, so dass sie leicht in sozialen Netzwerken geteilt und bereits in der Kamera mit digitalen Effekten versehen werden können. Wenn das Ergebnis passt, genügt ein Knopfdruck, um das Sofortbild auszugeben. Die instax Square erzeugt, wie der Name nahelegt, quadratische Fotos (62 x 62 mm) im Stil der beliebten Plattform Instagram. Mit einem Preisschild von 289 Euro (UVP) hat das Modell durchaus Potentiale, nicht nur für weiter wachsende Stückzahlen, sondern auch für höhere Durchschnittspreise im Sofortbild-Geschäft zu sorgen.

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 5, 8, 9, 11, 13, 14

Der Jahresschlusssturm von Panasonic
Eine Milliarde Kontakte 6



Philips OLED-TV 9002 siegt im Blindtest
Der Beste von Vieren 8

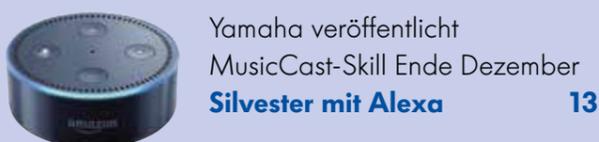
High Power Audio im Portfolio von Mac Audio
Geschenke mit „Wumm“ 9

So wurde Foto Mundus im Online-Geschäft erfolgreich
Wachstum dank PayPal PLUS und Ratenzahlung 10



Die Gigaset E370 Telefone der life series
Für Menschen mit Erfahrung 12

SeeColors App für Samsung QLED TVs
Sehfehler korrigieren 12



Positive Entwicklung auch im dritten Quartal bestätigt
Der Home Electronics Markt wächst 14

Deutschlandweite LG Signature Kampagne
Interieur, Kreation und Design 15



Sparsam, effizient und benutzerfreundlich
Der neue Rebel 26 von Dirt Devil 16

Miele-Waschmaschine für Sehbehinderte
Fühlen und Hören 17

Forschung, Entwicklung und Produktion in Europa
Neue Ideen für Samsung Hausgeräte 18

Wagners Welt 19

Impressum • PoS-MAIL @ 19



Allen Lesern von PoS-MAIL wünschen wir ein frohes Weihnachtsfest und ein erfolgreiches Jahr 2018.

LG baut Vertrieb Home Electronics weiter aus



Henrik Tetzlaff

Im September hat Henrik Tetzlaff die Aufgabe des Head of National Field Sales im Bereich Home Entertainment bei LG übernommen und zeichnet verantwortlich für die Führung der fünf Regional Manager und der entsprechenden Mitarbeiter im Außendienst. Tetzlaff berichtet an den Direktor Home Entertainment Daniel Schiffbauer.

Bevor Tetzlaff für LG tätig wurde, war er seit Sommer 2013 National Key Account Manager bei Samsung. Darüber hinaus war er in unterschiedlichen Funktionen im Vertrieb unter anderem für Vivanco, Thomson und andere Unternehmen tätig.

„Mit Henrik Tetzlaff als Führungskraft konnten wir einen hervorragenden Strategen und Analytiker der Unterhaltungs-Elektronik verpflichten“, erklärte Schiffbauer. „Seine langjährige Erfahrung im Markt wird uns helfen, unsere Vertriebs-Organisation im Außendienst auf eine ganz neue qualitative Ebene zu heben.“

freenet TV kommt weiter voran

Anlässlich des Welttags des Fernsehens am 21. November 2017 zog freenet TV-Betreiber Media Broadcast eine positive Bilanz der Einführung von DVB-T2 HD seit Ende März dieses Jahres. Das neue Antennenfernsehen habe für ordentlich Bewegung in der deutschen Fernsehlandschaft gesorgt, erklärte das Unternehmen. Aktuell haben sich, den Angaben zufolge, bereits mehr als 875.000 Kunden für freenet TV entschieden; bis zum Jahresende sollen es 950.000 Nutzer werden.

„Mit dem Umstieg auf DVB-T2 HD und freenet TV haben wir eine der zukunftsweisenden Entwicklungen im TV-Markt der letzten Jahre realisiert“, kommentierte Wolfgang Breuer, CEO von Media Broadcast. „Nach dem gelungenen Start konnte auch die zweite Ausbaustufe Anfang November erfolgreich abgeschlossen und Millionen von weiteren Zuschauern der Zugang zu gestochenen scharfen Bildern über Antenne ermöglicht werden. Unser Ziel ist es, das beste TV-Erlebnis für jedermann, zuhause und unterwegs zu bieten – mit der höchsten Bildqualität, der einfachsten Handhabung und dem besten Preis.“

Seit der Umstellung auf das neue Antennenfernsehen am 29. März 2017 bietet freenet TV kanal- und geräteübergreifend abwechslungsreiche, preisgünstige und hochaufgelöste Unterhaltung. Als einziger Anbieter in Deutschland bringt das TV-Angebot mit der entsprechenden Hardware auch internetbasierte Fernsehsender direkt in die Kanalliste und spricht damit vor allem die jüngere Generation an. Der Online-Zusatzdienst



Wolfgang Breuer

Christian Sokcevic verlässt Panasonic

Zum 31.12.2017 scheidet Christian Sokcevic, Managing Director DACH-NL bei Panasonic, aus dem Unternehmen, in dem er seit 1999 beschäftigt war. 13 Jahre hatte Sokcevic das B2B Business in Europa maßgeblich mitgestaltet, viele Produktbereiche ausgebaut und erfolgreich etabliert.

Im April 2014 übernahm Sokcevic die Führung von Panasonic Deutschland und Österreich sowie die Panasonic Landesorganisationen der Schweiz und der Niederlande. In seiner Funktion als Managing Director für die Länder DACH-NL entwickelte Sokcevic das Geschäft mit Konsumentenprodukten nachhaltig weiter und hatte maßgeblichen Anteil daran, dass in allen Ländern deutlich Marktanteile dazu gewonnen wurden. Die Landesorganisation in den Niederlanden führte er nach einem umfangreichen Change-Prozess wieder auf Wachstumskurs und in die Gewinnzone.

„Wir sind Christian Sokcevic für seinen großen Beitrag am Erfolg von Panasonic in Europa sehr dankbar und wünschen ihm viel Erfolg und alles Gute auf seinem künftigen Weg“, so Laurent Abadie, Vorsitzender und CEO bei Panasonic Europa.

Ein Nachfolger für die Leitung der DACH-NL Organisation steht bereits fest und wird in Kürze bekanntgegeben. Von Januar bis März 2018 wird Jiro Nakagawa, Deputy Managing Director DACH-NL, kommissarisch die Funktion in Personalunion zu seinen bisherigen Aufgaben übernehmen. Die erfolgreiche Unternehmensstrategie wird vom Sales Director CE, Michael List, und dem Marketing Director CE, Armando Romagnolo, sowie dem restlichen Managementteam in der bekannten Form weitergeführt. Die Schweizer Niederlassung bleibt von der Änderung unberührt und wird weiter von Urs Fischer und seinem Team geleitet.



Christian Sokcevic

freenet TV connect ermöglicht Nutzern direkten Zugang zu weiteren 40 Sendern, Apps und Mediatheken. Mit diesem Leistungsprofil hat die connect Plattform inzwischen auch international Aufsehen erregt: Im Oktober wurde freenet TV für die beste technologische Innovation in Rom mit dem HbbTV Award ausgezeichnet.

expert-Fachberater ist „Das Gesicht des Handels 2017“

Marcus Werner Winter, Kaufmann im Einzelhandel bei expert ESC in Cottbus, ist „Das Gesicht des Handels 2017“. Die renommierte Auszeichnung wird jährlich vom Handelsverband Deutschland (HDE) ausgelobt und richtet sich an die drei Millionen Beschäftigten, die im deutschen Einzelhandel tätig sind. Der 25-jährige Brandenburger ist seit 2014 für expert ESC tätig und überzeugte schon während seiner Ausbildung mit überdurchschnittlich guten Leistungen.

Die Preisverleihung fand vor über 700 geladenen Gästen auf einer Gala-Veranstaltung im Rahmen des Deutschen Handelskongresses statt. HDE-Präsident Josef Sanktjohanser überreichte die Urkunde an Marcus Werner Winter, der sich durch die Auszeichnung in seiner Leidenschaft für den Beruf bestätigt sieht: „Ich arbeite gerne im Handel, weil man auf sehr unterschiedliche Kunden trifft und die Beratung jedes Mal wieder Spaß und Abenteuer bedeutet“, erklärte er.

Winter begann seine Ausbildung bei expert ESC in Senften-



Markus Werner Winter

berg und wechselte Anfang 2017 nach Cottbus. Aufgrund seiner sehr guten Leistungen konnte er die Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel bereits vor Ende der Regelzeit von 3 Jahren erfolgreich abschließen. Im täglichen Umgang mit den Kunden legt der 25-Jährige großen Wert darauf, diese so individuell und umfassend wie möglich zu beraten: „Ich höre meinen Kunden genau zu und frage gezielt nach – nur so bin ich in der Lage, ihnen nicht nur irgendeine, sondern die für sie beste Empfehlung zu geben.“

Carsten Doms, einer der beiden Geschäftsführer von expert ESC, kommentierte die Auszeichnung für seinen Mitarbeiter: „Herr Winter ist uns von Anfang durch seine hohe Kundenorientierung und sein überdurchschnittliches Engagement positiv aufgefallen. Diese Fähigkeiten zu fördern und weiter auszubauen, ist unsere Aufgabe als Arbeitgeber. Daher liegen uns die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besonders am Herzen. Und davon profitieren natürlich auch unsere Kunden.“

Varta Consumer Batteries baut Produktion aus

Varta Consumer unterstreicht sein Bekenntnis zum Standort Deutschland und investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in die nach DIN EN ISO 9001 und 14001 zertifizierte Produktionsstätte Dischingen, um die Kapazität um über 20 Prozent zu steigern. Durch die Modernisierung und Erweiterung von Produktionslinien soll das Produktionsvolumen von AA- und AAA-Batterien auf jährlich 1,7 Milliarden Rundzellen wachsen. Auch das bestehende Hauptgebäude wird um einen neuen Hallenanbau erweitert, um Platz für bereits geplante Produktionsausweitungen zu schaffen.

Nach dem ersten Spatenstich im Herbst 2017 ist der Abschluss der Maßnahmen auf den Sommer 2018 terminiert. Der Regelbetrieb im Werk wird auch während der Modernisierungsarbeiten nahezu unvermindert aufrechterhalten, um Produktionsausfälle und Lieferengpässe zu vermeiden. Mit den Investitionen in Dischingen bekräftigt Varta Consumer seinen Qualitätsanspruch „Made in Germany“, der international geschätzt und anerkannt ist.

Das Unternehmen konnte in den vergangenen zwei Jahren die Produktion für den europäischen Markt um mehr als 400 Millionen Alkali-Mangan Zellen erweitern. „Die kontinuierliche Nachfrage nach Varta Batterien spiegelt das Vertrauen und die Zufriedenheit der Endkonsumenten weltweit wider“, erklärte Peter Werner, General Manager Consumer Batteries Europe/Middle East Africa & Australia. Die bekannte Marke ist Marktführer in Deutschland, Österreich, der Schweiz und elf weiteren europäischen Ländern.

LG ernennt Director Marketing Westeuropa



Mit Merlin Wulf hat LG Electronics erstmals die Position des Director Marketing Westeuropa besetzt.

Seit dem 1. Dezember zeichnet Merlin Wulf für die gesamten Marketingaktivitäten von LG in der Region Westeuropa mit den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz (D/A/CH), sowie Belgien, den Niederlanden und Luxemburg (BeNeLux) verantwortlich. Damit hat der High-Tech-Konzern erstmals die Position des Director Marketing Westeuropa besetzt.

Der 47-jährige Wulf hat rund 20 Jahre Berufserfahrung. Nach verschiedenen Stationen bei Full-Service-Werbeagenturen in Hamburg, darunter KNSK und Wire Advertising, wechselte der gelernte Kommunikationswirt 2008 zu Panasonic Marketing Europa nach Wiesbaden, wo er als Head of Communications Europe für die gesamteuropäischen Marketing-, PR- und Branding-Aktivitäten verantwortlich zeichnete.

Seit 2015 unterstützte Wulf als freier Berater namhafte Unternehmen und Agenturen bei der Entwicklung und Ausführung von interdisziplinären Markenstrategien und Marketingkampagnen.

In seiner neuen Funktion berichtet er an Wayne Park, Europapresident und CEO von LG Electronics Westeuropa. Im Tagesgeschäft wird er sich eng mit Jinhwan Im, Head of Product Directors LG Westeuropa, abstimmen.

De'Longhi Kaffeefullautomaten ausgezeichnet



Nachdem De'Longhi für seine Servicequalität von der Stiftung Warentest ausgezeichnet wurde, wurde jetzt das De'Longhi Flaggschiff PrimaDonna Elite Experience im ETM Testmagazin mit dem Urteil „sehr gut“ (95,4 Prozent) ausgezeichnet. Die aktuelle Markneuheit PrimaDonna Class belegt den Spitzenplatz (1,2) im Magazin

Haus & Garten Test. Der Kaffeefullautomat Dinamica aus dem mittleren Preissegment konnte sich bei Stiftung Warentest mit einem guten Ergebnis von 2,0 sogar gegen das teuerste Modell durchsetzen. Alle De'Longhi Produkte zeichnen sich durch hochwertige Qualität aus und bieten echten italienischen Kaffeegenuss mit dichter, goldbrauner Crema, vollmundigem Kaffeegeschmack und feinporigem Milchschaum. Bei der Stiftung Warentest erzielt die De'Longhi Dinamica das Testurteil „gut“ (2,0) und kann sich im Test mit nur 0,1 Prozentpunkten Unterschied sogar dem Vergleich mit dem teuersten getesteten Modell stellen. Die besonders feinporige und cremige Konsistenz überzeugte den Barista-Experten von Stiftung Warentest. Zudem sind beim leisesten Produkt im Test auch noch die kurze Aufheizdauer und die intuitive Bedienung positiv aufgefallen. Die auf der IFA 2017 vorgestellte PrimaDonna Class setzt sich im Verbrauchertest mit sieben weiteren Geräten im Magazin Haus & Garten Test an die Spitze. Mit der Endnote 1,2 kann der neueste De'Longhi Kaffeefullautomat – abgesehen von intuitiver Bedienung, Verarbeitung und Funktion – auch mit einem vollmundigen Kaffee mit sehr guter Crema und einem perfekten Milchschaum punkten, hieß es in einer Pressemitteilung. Markus Heinig, Brandmanager De'Longhi Deutschland GmbH, erklärte: „Die Testsiege festigen unsere Marktposition und bekräftigen unseren Anspruch, echte italienische Genussmomente im eigenen Zuhause zu ermöglichen, und das auch noch ganz einfach.“

freenet TV, Samsung und Disney: Attraktives Entertainment-Paket

Ab sofort bieten freenet TV, Samsung und Disney gemeinsam ein attraktives Entertainment-Paket für die ganze Familie an. „Kauf 1, bekomme 3“ lautet das Motto des besonders preisgünstigen Produkt-Bundles, das aus der Media Box Lite freenet TV von Samsung inklusive einem Jahr freenet TV gratis und einem Disney Store Gutschein über 20 Euro besteht. Das limitierte Angebot ist für 99 Euro statt 169 Euro bis zum 14. Januar 2018 – solange der Vorrat reicht – im Handel und unter www.freenet.tv erhältlich.

Zusätzlich zu zwölf Monaten Fernsehgenuss mit allen privaten Top-Programmen in bester Full HD-Bildqualität über DVB-T2 HD ermöglicht die Media Box Lite von Samsung Zugang zu freenet TV connect. Um das kostenfreie Zusatzangebot mit weiteren 40 Sendern, Apps und Mediatheken empfangen zu können, muss der Receiver einfach nur mit dem Internet verbunden werden. Für strahlende Gesichter bei allen Disney-Fans sorgt der Gutschein. Er kann online unter www.disneystore.de vom 1. Januar bis

30. September 2018 eingelöst werden. Beworben wird die Aktion im Rahmen einer bundesweiten Kommunikations-offensive, die Maßnahmen via TV, Radio, Online, Social Media und am Point-of-Sale umfasst.

German Design Award 2018 für Bosch

Gleich zwei Hausgeräte aus der Kategorie „Kitchen“ von Bosch wurden mit dem German Design Award 2018 ausgezeichnet: Vario Style, der erste Kühlschrank, der seine Farbe ändern kann, und das Induktionskochfeld mit integriertem Dunstabzug. Es vereint nach Herstellerangaben modernste, sensorgesteuerte Lüftungstechnologie mit zeitgemäßer FlexInduction und hoch entwickelter Koch- und Bratsensorik.

Der PerfectCook Kochsensor und der PerfectFry Bratsensor sorgen für eine schonende Zubereitung der Speisen. Zugleich werden Gerüche und Kochdunst effizient und ohne Einschränkung des Arbeits- oder Sichtfeldes direkt am Topf abgesaugt. Die Gussabdeckung der Lüftungseinheit ist nicht nur formschön, sondern auch hitzebeständig, kratzresistent sowie spülmaschineneeignet.

Je nach Lust und Laune, Lebenssituation und Geschmack können Nutzer ihre Wunschfarbe(n) aus insgesamt 19 zeitgemäßen, frischen Tönen wählen und die Kühl-Gefrier-Kombination zum persönlichen Designobjekt machen. Dank eines Befestigungssystems mit verdeckt angebrachten Halterungen und Magneten lassen sich die Türfronten aus hochwertigen, langlebigen Materialien im Handumdrehen und ohne Werkzeug austauschen.

Märchenhafte Weihnachten und ein frohes neues Jahr 2018!

Rudis verrückte Märchenwelt

XMAS
AKTION

bis 31.12.
2017



Bis zum Jahresende verzaubern wir Sie mit gar prächtigen Sachpreisen und Extraprovisionen. Also spielen Sie sich glücklich und zufrieden bis zum 31. Dezember 2017.

Dabei sein lohnt sich!

Der Jahresschlusspurt von Panasonic

Eine Milliarde Kontakte

**PURE
MAGIE
ERLEBEN**

Panasonic

**BIS ZU
1.000€
ZURÜCK**

WIR LEBEN TECHNIK
Lassen Sie sich verzaubern von der neuen Welt des Entertainments. Mit einem Premium Elektronik-Produkt von Panasonic und bis zu 1.000€ Cashback. NUR VOM 20.11.2017 – 07.01.2018. Infos unter panasonic.de/cashback

Die Cash Back-Aktion macht den Kauf von Panasonic TVs, Blu-ray Recordern und -Playern sowie Kameras noch attraktiver.

Mit einer fulminanten Werbeoffensive legt Panasonic den Grundstein für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft. Nicht weniger als eine Milliarde Kontakte soll die Kampagne „Pure Magic erleben“ bis zum 7. Januar 2018 erzeugen. Dabei wird die Nachfrage beim Fachhandel mit Cash-Back-Beträgen von bis 1.000 Euro unterstützt. Auch produktseitig legt der japanische Technologiekonzern nach einem lebhaften Jahr 2017 noch einmal nach: Ein neues Spitzenmodell hebt das Qualitätsniveau der Lumix Systemkameras weiter an.

Mit Auftritten im TV, Radio, Print, Digital, Social Media und Out of Home macht die reichweitenstarke Media-Kampagne Appetit auf Panasonic Produkte unter dem Weihnachtsbaum. Unter dem Titel „Pure Magic erleben“ stehen auch die PoS Materialien, die Kunden im Fachhandel Orientierung geben und die Kampagne in die Geschäfte verlängern. Für teilnehmende Händler gibt es im Partner-Portal von Panasonic weitere Informationen und Material. Die Cashback-Aktion macht den Kauf großer Teile des Panasonic Sortiments für die Kunden noch attraktiver. Bei den Fernsehern gibt es je nach Modell zwischen 40 (TX-40EXW734) und 1.000 (TX-77EZW1004) Euro zurück – dazwischen stehen 28 weitere TVs zur Wahl. Ergänzt werden können sie mit Blu-ray Recordern und Playern (30 bis 80 Euro Cashback) sowie Soundbars (50 Euro). Im Systemkamera-Sortiment wird der Abverkauf von 11 Modellen bzw. Varianten mit Beträgen von 25 bis 100 Euro unterstützt.

Der Ablauf ist den Konsumenten und den Handelspartnern aus den Vorjahren bekannt: Kunden, die bis einschließlich 7. Januar 2018 eines der vielen Aktionsprodukte bei einem teilnehmenden Händler erwerben, können den

Kauf online registrieren und den Kaufbeleg hochladen. Sind alle Bedingungen erfüllt, überweist Panasonic je nach Produkt zwischen 25 und 1.000 Euro direkt an den Kunden.

„1 Milliarde Werbekontakte und bis zu 1.000 Euro Cash Back – mit diesen Zahlen sorgen wir dafür, dass viele Kunden den Weg zu unseren Partnern im Fachhandel finden“, so Armando Romagnolo, Marketing Director CE bei Panasonic Deutschland. „Unser Ziel: Wir wollen unser bereits jetzt sehr erfolgreiches Geschäftsjahr mit einem hervorragenden Weihnachtsgeschäft im Fachhandel krönen.“

Bilder in Profiqualität

Mit der Lumix G9 hat Panasonic ein neues Spitzenmodell

angekündigt, das im Januar auf den Markt kommt. Mit einem weiter verbesserten Bildstabilisator, deutlich beschleunigtem Autofokus und umfassender Ausstattung kann die neue Systemkamera auch professionelle Ansprüche erfüllen und bietet die höchste Bildqualität im Lumix-Sortiment.

Möglich wird das durch die Kombination des 20,3 Megapixel-Digital-Live-MOS-Sensors mit dem Venus-Engine-Bildprozessor, der mit Multipixel-Luminanz-Analyse Farbton, Sättigung und Helligkeit erkennt. So wird eine natürliche Farbwiedergabe mit hoher Sättigung in dunklen und hellen Bildbereichen möglich. Im neuen High-Resolution-Modus erzeugt die Lumix G9 mit Pixel-Shift detailreiche Fotos mit einer Auflösung von 80 Megapixeln (10.368 x 7.776), die wahlweise als JPEG- oder RAW-Datei gespeichert werden können.

Der in das Gehäuse der Lumix G9 integrierte Bildstabilisator wurde weiter verbessert. In Kombination mit dem O.I.S. der Lumix Objektive (2-Achsen) erlaubt der 5-Achsen Body Image Stabilizer der Lumix G9 um bis zu 6,5 EV-Stufen längere Verschlusszeiten aus freier Hand. Der Dual-I.S. funktioniert auch bei Videoaufnahmen; die Kamera-interne Bildstabilisierung kompensiert Bewegungen auch dann, wenn Objektive ohne O.I.S. eingesetzt werden.

Das Autofokus-System der Lumix G9 arbeitet mit Kontrast-AF und DFD-Technologie sowie einer beschleunigten Sensor-Auslesung von 480 Bildern/s; so wird eine Reaktionszeit von nur 0,04 Sekunden möglich. Die Zahl der AF-Felder wurde gegenüber dem Vorgänger von 49 auf 225 erweitert. Sie können vom Anwender frei gruppiert, in der Größe verändert und verschoben werden. Wie bisher stehen Gesichts-/Augenerkennung, Tracking-AF, 1-Bereich-AF Punkt-AF und benutzerdefinierte Einstellungen zur Verfügung.

Mit dem schnellen Autofokus kann die Lumix G9 in voller



Als erste Lumix Kamera hat die G9 ein Status-Display auf der Oberseite.

Die Lumix G9 ist staub- und spritzwassergeschützt.



Mit ihrem professionellen Leistungsprofil ist die Lumix G9 für unterschiedliche Aufgaben geeignet und fängt auch temporeiche Szenen souverän ein.



Joakim Odelberg



Horst Gottfried

20,3 MP-Auflösung 20 Bilder/s mit und 60 Bilder/s ohne Schärfenachführung festhalten. Dazu kommt die von der Lumix GH5 bekannte 6K-Fotofunktion mit 30 18-MP-Bildern/s (4K-Foto: 60 Bilder/s mit 8 Megapixeln). Videos nimmt die Lumix G9 in 4K/60p auf; im Full-HD Modus können Zeitlupen mit bis zu 180 Bildern/s gefilmt werden. Mit einem Vergrößerungsfaktor von 1,66x/0,83x (KB) bietet der elektronische OLED-Sucher der Lumix G9 mit einer Auflösung von 3,68 Millionen Bildpunkten eine hervor-

gehende Übersicht. Der 7,5 cm große berührungsempfindliche Monitor auf der Kamera-Rückseite mit 1,04 Millionen Bildpunkten ist schwenk-, dreh- und klappbar. Die Lumix G9 ist mit einem Doppel-SD-Kartenlaufwerk für schnelle UHS-II Karten ausgestattet; ein vorderer und hinterer Rahmen aus Magnesium-Legierung sorgt beim Gehäuse für Stabilität. Alle Fugen, Räder und Tasten sind gegen das Eindringen von Spritzwasser und Staub geschützt. Die ständige Verbindung mit einem Smartphone/Tablet ist dank Bluetooth 4.2 bei geringem Stromverbrauch möglich. Auch eine schnelle WiFi-Funktion ist eingebaut.

Die Lumix G9 ist ab Januar 2018 für 1.699 Euro (UVP Gehäuse) lieferbar. Wer bis zum 24. Dezember die Kamera beim Fachhändler vorbestellt, erhält kostenlos einen Akku-Handgriff dazu.

Empfehlung für Fußballfans

Seit Beginn der aktuellen Fußballsaison teilen sich Sky und Eurosport die Übertragungsrechte. Um alle Bundesligaspiele sehen zu können, sind deshalb Abonnements bei beiden Anbietern nötig. Panasonic TV und Blu-ray Recorder mit zwei CI Slots bieten dafür die technische Voraussetzung, ohne dass der Nutzer die Module der Anbieter zwischen den Spielen wechseln muss.

Der Empfang von Sky ist sowohl über Satellit als auch über Kabelempfang möglich, Eurosport steht auf verschiedenen Wegen per Internet oder ebenfalls als Satellitenprogramm zur Verfügung. Anders als bei dem Empfang über das Internet, bei dem die Entschlüsselung über eine App oder die Eingabe von Zugangsdaten erfolgt, muss bei dem Empfang über eine Satellitenschüssel, der immerhin bei 46 Prozent der deutschen Haushalte üblich ist, eine Smartcard des jeweiligen Anbieters in ein CI Modul gesteckt werden. In der Regel verfügen Fernseher und Receiver aber höchstens über einen Steckplatz für das CI Modul. Bei Panasonic hingegen haben die TV Modelle ab der Modellreihe EXW734 aufwärts und die aktuellen Blu-ray Recorder standardmäßig zwei Steckplätze. „Damit entfällt die Notwendigkeit, die Smartcards der Pay TV Anbieter zwischen den Fußballspielen auszutauschen, da die Geräte automatisch beide Karten nach Bedarf nutzen“, erklärte Dirk Schulze, Head of Product Marketing TV/Home AV bei Panasonic. „Mit Panasonic sind Fußballfans also bestens auf eine abwechslungsreiche Saison vorbereitet.“

Auch für Zuschauer, die Fußball-Übertragungen streamen wollen, bietet Panasonic eine gute Lösung: Alle 2017er TV Modelle ab der Modellreihe ESW504 sind für die Wiedergabe von Livestreams gerüstet.

Für Kunden, die mehr als ein CI-Modul einsetzen, sind die Panasonic Geräte mit zwei Slots eine gute Empfehlung.



Lautsprecher SC-GA10 kommt früher

Panasonic bringt den im August auf der IFA angekündigten HiFi-Lautsprecher mit integriertem Google Assistant früher als erwartet nach Deutschland: Bereits im Dezember 2017 wird der SC-GA10 in den Farben Weiß und Schwarz (UVP je 249 Euro) erhältlich sein. Der sprachgesteuerte Lautsprecher unterstützt alle großen Musik Streaming-Apps inklusive Spotify, Google Play Music, Tuneln Radio und Deezer. Deren Inhalte gibt das intelligente Gerät dank der Audio-Technologien von Panasonic mit raumfüllendem Klang mit kraftvollen Bässen wieder. Zudem hört er nicht nur beim Start des gewünschten Titels aufs Wort, sondern kann seine Besitzer auch beim Erledigen vieler Alltagsaufgaben unterstützen. Die Eröffnung „Ok Google“ veranlasst den GA10, seine „Ohren“ aufzusperren. So kann man bequem Wetter- und Verkehrsinfos abrufen, den Einkaufszettel ergänzen, den Timer stellen und vieles mehr. Darüber hinaus lassen sich kompatible Geräte vom Licht bis zur Heizung auf Zuruf steuern. Auch eine Multi-room-Audiofunktion



Der Panasonic SC-GA10 mit Google Assistant kommt noch vor Weihnachten in die Geschäfte.

steht über Google Assistant zur Verfügung. In Verbindung mit Chromecast Audio oder Lautsprechern mit Chromecast built-in Technologie lässt sich Musik über mehrere Boxen steuern und synchron abspielen. Parallel zur Einführung des SC-GA10 kündigt Panasonic die neue Panasonic Music Control App an. Damit können die Kunden nicht nur Musik vom Smartphone, Tablet-PC oder NAS-Speicher über ihren Lautsprecher hören, sondern auch Equalizer-Einstellungen vornehmen. Ein Software Update Anfang 2018 soll außerdem Stereo-Pairing sowie das Weitergeben von Bluetooth- und AUX-Soundquellen synchron auf mehrere Lautsprecher ermöglichen.

Klingt gut

Dank seines Volumens und seiner hochwertigen Lautsprecher-Konfiguration bietet der SC-GA10 eine überraschend gute Klangqualität. Die optimale Ausrichtung der zwei 20mm Soft Dome Hochtöner mit applizierter Seidenmembran ermöglicht es, jede Ecke des Raumes zu erreichen und Stimmen klar wiederzugeben. Dank des eigens entwickelten Schall-Diffusors breiten sich die Höhen im 180 Grad Winkel im Raum aus. Für den Bass ist ein 8cm Tieftöner mit Doppelschwingspule verantwortlich. Im Vergleich mit der herkömmlichen Einzelschwingspule werden Anstiege von Impedanzen in den Mittel- und Hochtonbereichen wirksam vermieden. Das trägt auch zur natürlichen Stimmwiedergabe bei. Eine gerollte Gummikante in Kombination mit einem netzartigen Diaphragma reduziert Verzerrungen im Tieftonbereich, ein langes Bassreflexrohr unterstützt die Dynamik.

Passt gut

Der Panasonic SC-GA10 passt mit seinem modern-schlichten Design zu jeder Einrichtung. Der schlanke Korpus erscheint wie ein Kunstwerk und lässt Raum für viel Klangvolumen. Hier befinden sich Form und Funktion in bester Harmonie. Für zeitlose Eleganz sorgt sein Mix aus kühlem Aluminium und abgestimmten Textilien.

Philips OLED-TV 9002 siegte im Blindtest



Der Philips OLED-TV 9002 setzte sich im Blindtest gegen Geräte von LG, Panasonic und Sony durch.

Der Beste von Vieren

Nach dem Gewinn der EISA-Awards als „Best Buy OLED-TV 2017-2018“ hat sich der Philips OLED-TV 9002 von TP Vision in einem direkten Vergleich von vier Geräten als klarer Gewinner positioniert. Der Blindtest wurde mit Unterstützung von AVForums organisiert und fand Mitte November im Londoner Film Museum statt. Das Ergebnis zeigte unter anderem sichtbare Unterschiede bei der Bildqualität von OLED-TVs und belegte, dass teure Geräte nicht automatisch besser abschneiden. Als Juroren fungierten 28 versierte Leser von AVForums, die zu diesem Event eingeladen worden waren.

Im Blindtest zeigten sich die Unterschiede in den jeweiligen Bildverbesserungstechnologien von vier 55-Zoll-OLED-TVs, die mit identischen OLED-Panels ausgestattet waren. An den Start gingen neben dem Philips 9002 der Panasonic Z952, der Sony A1 und der LG C7. Die Geräte waren für den Blindtest maskiert und durch das Redaktionsteam von AVForums kalibriert worden. Der Jury wurden sechs Videoclips gezeigt, die jeweils zwei Mal von einem Media PC und als Netflix-Stream über eine X-Box S wiedergegeben wurden.

Das Ergebnis des Vergleichs der kalibrierten Geräte fiel mit 33 Prozent der Stimmen zugunsten des Philips 9002 aus. LG erreichte mit 22 Prozent den zweiten Platz, während 21 Prozent der Stimmen keine Präferenz ausdrückten. Im Anschluss wurden die Geräte auf den Vivid-Modus

umgestellt, um die volle Leistungsfähigkeit der jeweiligen Bildverbesserungstechnologien sichtbar zu machen. Anschließend wurden wieder die sechs Clips zwei Mal vom Media PC und als Netflix-Stream gezeigt, dieses Mal ergänzt um drei HDR-Clips von einem 4K Blu-ray Player.

Eindeutiges Votum

Die Ergebnisse im Vivid-Modus fielen noch eindeutiger aus als in der ersten Runde: 68 Prozent der Experten stimmten für den Philips TV, gefolgt von 14 Prozent für das Panasonic-Gerät auf dem zweiten Platz.

Nach der Bekanntgabe der Ergebnisse wurden auf Bitten des Teams von AVForums dieselben Clips nochmals im Movie-Modus gezeigt, wobei die TVs weiterhin unkenntlich waren. Danach hätten die Jury-Mitglieder die Möglichkeit gehabt, ihr Votum zu ändern, machten davon aber keinen Gebrauch.

„Wir haben mit der Hilfe des Teams von AVForums große Anstrengungen unternommen, um faire Bedingungen für den Vergleich herzustellen“, kommentierte Danny Tack, Director bei TP Vision. „Im Endeffekt waren wir ein wenig überrascht von den Ergebnissen beim Vergleich mit den kalibrierten Einstellungen. Schlussendlich wird der Vivid-Modus von allen Herstellern verwendet, um die Fähigkeiten des Bildprocessings zu zeigen. Und natürlich wussten wir bereits, wie leistungsstark und hochentwickelt unser neuer P5 Prozessor ist. Deshalb habe ich mich besonders auf die Gelegenheit gefreut, dies in einem Blindtest zu beweisen.“

Die Internet-Plattform AVForums wurde im Jahr 2000 gegründet und ist mit monatlich mehr als 3,6 Mio. Einzelnutzern die größte Home Entertainment, Tech- und AV-Community in Europa. Viele Konsumenten informieren sich hier vor dem Einkauf über Home Entertainment-Produkte.

Der Philips 55POS9002 ist zum Preis von 2.499 Euro (UVP) erhältlich. Neben der hohen Bildqualität ist die Ausstattung mit der Ambilight-Technologie von Philips ein weiteres wichtiges Verkaufsargument.



Mit einer besonders großen Rechenleistung spielt die Philips P5 Perfect Picture Engine ihre Stärken vor allem bei der Wiedergabe von 4K- und HDR-Inhalten aus.

Bosch Qualitätsoffensive auch in 2018

Bosch setzt seine Qualitätsoffensive Anfang 2018 mit einer Cashback-Aktion fort: Zwischen dem 1. Januar und dem 28. Februar erstattet das Unternehmen den Kunden beim Kauf eines der Aktionsmodelle bis zu 100 Euro vom Kaufpreis zurück. Ein ausgewähltes Portfolio von 36 Exklusiv-Geräten mit innovativen Features macht die Auswahl leicht und setzt Impulse für ein lebhaftes Jahresauftaktgeschäft.

Das Portfolio der Cashback-Aktion 2018 umfasst 36 Wäschepflegegeräte, Geschirrspüler, Kühl- und Gefrierschränke sowie Herd-Kochfeld-Kombinationen, einen Backofen und ein Kochfeld. Die Top-Modelle verfügen über Sensorik, Assistenzfunktionen oder Home Connect. Besonderes Highlight im Bereich der Wäschepflege ist das Modell WAYH289. Es besitzt die i-DOS Dosierautomatik, die von selbst und immer richtig dosiert. Mit i-DOS können Haushalte über 7000 Liter Wasser pro Jahr sparen, außerdem bleiben keine Waschmittelrückstände in der Wäsche zurück. Der leistungsstarke EcoSilenceDrive Motor ist besonders langlebig und dank seiner Laufruhe auch für den Einsatz in Wohnräumen geeignet. Die Bedienung erfolgt über ein großzügiges und übersichtliches TFT-Display. Eine Fleckenautomatik löst bis zu 16 Flecken. Ergänzt wird das Spitzenmodell durch den Wäschetrockner HomeProfessional WTYH778. Der selbstreinigende, wartungsfreie Kondensator stellt sicher, dass die Wäsche ein Geräteleben lang gleichbleibend sparsam getrocknet wird. Zur Aktion gehören neben den PerfectDry Geschirrspülern auch die vernetzbare Kühl-Gefrier-Kombination KGF39EI46 mit VitaFresh pro. Der vernetzte Kühlschrank weist per Push-Nachricht auf Smartphone oder Tablet auf Störungen wie eine offen gelassene Tür hin und gibt Tipps für die perfekte Lebensmittellagerung. Zudem lassen sich Grundeinstellungen wie die Temperatur, die Funktion „SuperKühlen“ oder der Urlaubsmodus bequem von unterwegs steuern – ein



Komfort, den man sich jetzt mit 100 Euro Cashback-Vorteil sichern kann. Auch die Kombination aus Herd und Kochfeld, die HND676MS60, oder der Backofen mit Dampfunterstützung sind Teil der Aktion. Hier überzeugen Mehrwerte wie Pyrolyse, AutoPilot Programme sowie vielfältige Heizarten, beim Kochfeld ist es vor allem die Induktionstechnologie in Kombination mit der komfortablen CombiZone und der bequemen DirectSelect-Steuerung, heißt es in einer Pressemitteilung. Für den Handel hat Bosch die Eigenschaften seiner Aktionsmodelle in einem Prospekt übersichtlich zusammengestellt. Darin sind die Mehrwerte der unterschiedlichen Geräte gegenüber dem jeweils niedrigeren Modell optisch besonders klar hervorgehoben. Für die Teilnahme an der Cashback-Aktion müssen die Käufer lediglich die Teilnahmekarte ausfüllen und zusammen mit dem Kaufbeleg an die angegebene Adresse einsenden oder online einreichen. Bei der Umsetzung der neuen Kampagne unterstützt Bosch seine Händler umfassend, unter anderem durch entsprechende Informationen und die Verlinkung zu teilnehmenden Partnern auf www.bosch-home.de, aber auch durch eine Display-Kampagne sowie Google AdWords Maßnahmen.

Alle verfügbaren Werbe- und PoS-Materialien wie Geräteaufkleber, Dekopakete oder Online-Toolkit stehen Händlern ab 15.12.2017 auf der neuen Händlerplattform zur Verfügung. Sie ist erreichbar unter www.tradeplace.com.

High Power Audio im Portfolio von Mac Audio

Geschenke mit „Wumm“



Ob Stereo-Anlage, Soundturm mit Karaoke oder mobile Musik-Station: Mit den neuen Produkten von Mac Audio wird es auf jeden Fall laut.

Die auf der IFA vorgestellten neuen Produkte von Mac Audio sind jetzt lieferbar.

Dem Firmenmotto „The New Loud“ entsprechend, bieten die Stereo-Anlagen, Party-Speaker, Bluetooth-Plattenspieler oder mobilen Outdoor-Boxen High Power Audio, oder ganz einfach „Wumm“. Bei vielen Produkten untermalen eingebaute LEDs die lauten Töne auch noch mit einer eindrucksvollen Lichtshow. Die Preise sind auf das Portemonnaie der Zielgruppe zugeschnitten.

Im neuen Portfolio gibt es hochwertige Verarbeitung, ausgefallenes Design und großen Party-Sound für kleines Geld, ohne dass die Kunden auf Dynamik, Präzision und Pegelfestigkeit verzichten müssen – selbst bei maximaler Lautstärke. So bringt die Stereoanlage MPS 801 (UVP: 399 Euro) im angesagten Carbon-Look mit ausgefallenen bronzefarbenen Bedienelementen satte 800 Watt Impulsleistung jederzeit kontrolliert auf die Straße bzw. auf die Ohren – ohne Verzerrungen, Übersteuern oder eine verfälschte Wiedergabe. Dabei können Audio- und MP3-CDs sowie Bluetooth- und USB-Quellen eingesetzt wer-

den, auch ein Line-In (3,5mm-Klinke) und zwei Stereo-Cinch-Eingänge sind vorhanden. Zusätzlich gibt es noch ein DAB+-Modul für digitalen Radioempfang. In die Tieftöner integrierte LED-Ringe sorgen mit einer passenden Lichtshow für echtes Disco-Feeling.

Party-Turm mit Karaoke-Maschine

Wer seine Party mit dem Mac Audio MMC 900 (UVP: 399 Euro) beschallt, bekommt nicht nur 400 Watt Leistung, sondern auch eine Karaoke-Maschine dazu. Über den Mikrofon-Eingang können Gäste und Gastgeber ihren musikalischen Ambitionen freien Lauf lassen. Die integrierte LED-Lichtshow mit vier Programmen setzt die akustischen Impulse optisch um. Zugespielt wird per Bluetooth oder USB-Anschluss. Für Hobby-Produzenten findet sich auf dem Sound-Turm ein regelbarer 5-Band-Equalizer.

Lautstärke auf Rädern

Für jede Menge Power unterwegs sorgt die mobile Outdoor-Soundstation Mac Audio MRS 777 (UVP: 299 Euro) mit 150 Watt Leistung. Der 10 Kilo schwere Alleinunterhalter lässt sich mit einem praktischen Teleskopgriff und robusten Rollen leicht dorthin bringen, wo er gebraucht wird. Dort spielt er mit leistungsstarkem Akku mindestens zwölf Stunden lang Musik von USB-Sticks und SD-Karten, per Bluetooth, über den integrierten FM-Tuner oder den AUX-Eingang. Wer gerne selber laut ist, nutzt den Mikrofon-Eingang und die Karaoke-Funktion.

Streaming trifft Vinyl

Wer im 21. Jahrhundert seine Vinylplatten hören will, ist mit dem Mac Audio Plattenspieler TT 100 BK E (UVP: 199 Euro) gut bedient. Ein LED-Leuchtring unter dem Plattenteller ergänzt den zeitlosen Sound mit modernen Lichteffekten. Auch die Anschlussmöglichkeiten können sich sehen lassen: Ein integrierter Phono-Vorverstärker macht die Verbindung mit Stereo-Anlagen möglich, und per Bluetooth kann die Musik kabellos mit passenden Lautsprechern oder HiFi-Anlagen wiedergegeben werden.



PoS-Aktuell Neuheiten

Neues von Roberts Radio

Das neue Blutune T2 von Roberts Radio zeichnet sich durch ein elegantes Design aus und bietet neben einer Bluetooth-Funktion zahlreiche Features sowie digitale Soundqualität.

Neben einer klassischen Radiofunktion verfügt das Digitalradio über einen USB-Anschluss sowie eine AUX-Eingangsbuchse, mit der Musik vom iPod oder jedem anderen kompatiblen Gerät abgespielt werden kann. Das Gerät bietet ein hochauflösendes Farbdisplay, über das sämtliche Funktionen gesteuert werden. Es verfügt außerdem über eine Kopfhörerbuchse.

Das Blutune T2 empfängt DAB+ Digitalradio in digitaler Soundqualität, kann aber auch Radiosender, die noch nicht umgestiegen sind, per UKW-Signal empfangen. Das T2 verfügt über 60 Senderspeicherplätze.

Das T2 von Roberts Radio bietet eine Schlummerfunktion und zwei Alarmfunktionen, die entspanntes Aufwachen mit sanften Klängen ermöglichen. Alle Uhrzeit- und Alarmfunktionen werden per Batterie betrieben. Das Roberts Radio T2 kann bequem anhand des angebrachten Lederriemens transportiert werden. Das Blutune T2 ist ab sofort erhältlich, der UVP beträgt 179 Euro.

Das neue Smart Radio Stream 94i zeichnet sich durch besonders feinen Klang und ein hochwertiges Design aus. Mit dem Radiogerät lässt sich Musik von zahlreichen Quellen wiedergeben. Das akustisch abgestimmte Holzgehäuse verleiht dem 94i nicht nur einen edlen Look, sondern liefert auch ein kraftvolles Sounderlebnis per 2.1 Stereo Ton. Zu den weiteren smarten Ausstattungsmerkmalen gehören WLAN-Konnektivität, Spotify Connect, Alarmfunktion und die Bedienung per Smartphone oder Fernbedienung.

Über Bluetooth lässt sich die gesamte Musikbibliothek des Smartphones oder Tablets abspielen. Auch die auf einem USB-Stick zusammengestellten Lieblingssongs können über



das Smart Radio abgespielt werden. Wer über einen Spotify Account verfügt, kann seine Playlists ebenfalls über das 94i streamen. Mit dem Heimnetzwerk verbunden

lässt sich die auf dem PC, Mac oder NAS gespeicherte Musiksammlung abspielen. Durch das integrierte WLAN oder den kabelgebundenen Ethernet-Anschluss kommt man in den Genuss von über 20.000 Radiosendern und Podcasts weltweit. Radioempfang ist über DAB/DAB+ und FM möglich. 120 Radiosender sind bereits voreingestellt.

Das akustisch getunte Holzgehäuse sorgt für einen raumfüllenden Stereosound und gibt Musik in präzisen und sattem Klang wieder. Unterstützt werden auch unkomprimierte Dateiformate wie FLAC und ALAC, die eine hohe Wiedergabequalität garantieren.

Mit der Undok Smartphone App für iOS und Android wird die Steuerung des Stream 94i zum Kinderspiel. Genauso leicht lässt sich das Smart Radio vollständig am Gerät selbst oder mit Hilfe der mitgelieferten Infrarot-Fernbedienung bedienen. Das Smart Radio Stream 94i ist ab Dezember für 349 Euro (UVP) erhältlich.



So wurde Foto Mundus im Online-Geschäft erfolgreich

Wachstum dank PayPal PLUS und Ratenzahlung

Gerade für inhabergeführte Fachgeschäfte ist der eigene Online-Shop immer noch eine echte Herausforderung. Dabei gibt es Lösungen, die nicht nur den Einstieg einfach machen, sondern auch mit deutlichen Wachstumsraten Schritt halten. Wie das funktionieren kann, zeigt mit Foto Mundus ein Beispiel aus dem Fotohandel. Das Unternehmen, das 1985 mit einem Geschäft in Meppen begann, gehört inzwischen zu den bedeutendsten Online-Händlern für Foto-, Video- & Medientechnik in Deutschland. Gelungen ist das mit einer Kombination von persönlicher Beratung und flexibler Zahlung über PayPal.

Rundum-Versorgung mit PayPal PLUS

Mit PayPal PLUS können Onlinehändler ihren Kunden einfach und bequem das Bezahlen per PayPal, Lastschrift, Kreditkarte und Rechnung ermöglichen. Die speziell für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelte Bezahlösung bietet die vier beliebtesten Zahlarten der Deutschen aus einer Hand. Händler können so das Bezahlen in ihrem Online-Shop besonders einfach machen und Kaufabbrüche aufgrund fehlender Bezahlarten reduzieren. Darüber hinaus haben sie mit PayPal PLUS alle Zahlungen im Überblick, da diese stets dem PayPal-Konto des Händlers gutgeschrieben werden. Gebühren fallen dabei rein auf Transaktionsbasis an.

Mehr unter www.paypal.de/paypal-plus



Der Online-Shop ist professionell gestaltet und bietet praktisch alle gängigen Zahlungsmöglichkeiten.



„Es geht unseren Kunden nicht nur um den günstigsten Preis, sondern auch um zusätzliche Informationen, die es nur in der Beratung gibt,“ kommentiert Prokurist Benjamin Bergknecht. „Das ist wichtig, denn viele unserer Kunden sind Profis oder ambitionierte Hobbyfotografen. Diese Kunden besitzen zumeist schon gute Vorkenntnisse. Aber ein guter Fotograf muss nicht zwingend technisch bewandert sein. Hier helfen wir gerne weiter.“

Beratung und persönlicher Kontakt sind eigentlich nicht gerade die Stärke von Online-Shops. Foto Mundus löst diesen Widerspruch durch Telefonsupport, bei dem der Kunde nicht in der Warteschleife eine Geduldprobe bestehen muss, sondern von der Zentrale umgehend zu einem Fachberater weitergeleitet wird, der Spezialist für seine individuellen Aufträge ist. Das Unternehmen verzichtet bewusst auf Callcenter; auch E-Mails werden bei

Foto Mundus immer individuell von einem persönlichen Ansprechpartner beantwortet.

Vielfalt im Shop und bei den Zahlungsarten

Beim Shopdesign ist die Übersichtlichkeit wichtig. „Der Kunde erwartet wie bei einer Speisekarte im Restaurant nicht zu viele und nicht zu wenige Artikel“, so Bergknecht. „Zudem sind eine einfache Kaufabwicklung und natürlich das Angebot sämtlicher Zahlungsarten wichtig. Durch PayPal PLUS und Ratenzahlung Powered by PayPal bieten wir praktisch alle Zahlungsmöglichkeiten an, die es gibt. Damit können wir jeden Kunden zufriedenstellen.“ Foto Mundus hat sich schon beim Start von PayPal in Deutschland entschieden, diese Zahlungsmöglichkeit anzubieten. Die Erfahrungen sind durchweg positiv – das liegt an der einfachen Bezahlung und der Sicherheit für die Kunden und den Händler. „Zahlungsausfälle seit dem Start im Jahr 2001 kann man an einer Hand abzählen“, resümiert Bergknecht. Kunden und Händler können dank dem Käufer- beziehungsweise Verkäuferschutz von PayPal sorglos Transaktionen abschließen – geht etwas schief, ist jede Seite abgesichert.

Ratenzahlung und PayPal PLUS

Anfang 2017 kam mit der Ratenzahlung eine neue Möglichkeit dazu, nachdem Foto Mundus schon Mitte 2016 PayPal PLUS eingeführt hatte. „Wir sind bei beiden Möglichkeiten sofort eingestiegen“, berichtet Bergknecht. „Und beide kommen sehr gut an. Der Kunde muss nicht umdenken, und auch der Händler hat alles aus einer Hand. Wir können zum Beispiel Zahlungseingänge und -ausgänge an einer Stelle überwachen.“ Die Einbindung der neuen Zahlungsmöglichkeiten in den Shop war kein großer Aufwand. „Dank der Plug-ins von PayPal waren die neuen Zahlungsmöglichkeiten mit einem Aufwand von



Kompetenz auf den ersten Blick:
das Fachgeschäft von Foto Mundus.

vielleicht ein bis zwei Stunden im System“, stellt der Prokurist zufrieden fest. Foto Mundus nutzt das verbreitete System Shopware, das speziell auf den Mittelstand zugeschnitten ist.

Derzeit lässt PayPal für Benjamin Bergknecht keine Wünsche offen; die Akzeptanz ist nach der Erfahrung von Foto Mundus sehr hoch. „Wenn doch ein Kunde mal kein PayPal-Konto hat, kann er per Kreditkarte, Lastschrift oder Rechnung bei uns bezahlen. Auch hier vertrauen wir auf PayPal bei der Abwicklung – was jedoch nur im Hintergrund geschieht.“



Mit Sicherheit mehr verkaufen

Beim Kauf auf Rechnung überweist der Kunde das Geld direkt an PayPal, von dort wird es zum Händler weitergeleitet. Auf der Rechnung erscheint zwar der Briefkopf des Händlers, als Bankverbindung werden jedoch die Daten von PayPal angegeben. Der Händler genießt dabei die gleichen Vorteile wie bei der normalen Abwicklung per PayPal: Das Geld ist in Sekunden auf seinem PayPal-Konto, während PayPal auf die Zahlung des Kunden wartet.

Bergknecht hat von Anfang an die Erfahrung gemacht, dass sich die Gebühren für PayPal in einem Onlineshop praktisch von selbst finanzieren, da man automatisch auch mehr verkauft, wenn man PayPal und eine breite Auswahl von Zahlungsmöglichkeiten anbietet. „Die Gebühren sind sehr gerechtfertigt“, stellt der Foto Mundus-Prokurist fest. „Es ist nicht zu unterschätzen, welchen Wert es hat, wenn beim Checkout diese Sicherheit angeboten wird. Ich persönlich kaufe auch bei keinem Shop, der keine PayPal-Zahlung anbietet. Hier weiß ich als Kunde: Wenn ich Probleme habe, bekomme ich sofort Hilfe.“

Ohne Risiko: Ratenzahlung Powered by PayPal

Mit der einfach zu integrierenden Ratenzahlungsoption können Onlinehändler Wachstum erzielen, indem sie ihren Kunden anbieten, die in ihrem Shop erworbene Ware in Raten zu bezahlen. Diese Lösung funktioniert dabei komplett online und medienbruchfrei. Käufer erhalten so bei größeren Anschaffungen einfach und schnell mehr finanzielle Flexibilität, Händler wiederum können über das Angebot eines Ratenkaufs höhere Warenkörbe erzielen, neue Kunden gewinnen und die Kundenzufriedenheit erhöhen. PayPal übernimmt für sie den kompletten Zahlungseinzug und das Risikomanagement.

Mehr unter www.paypal.de/ratenzahlung

Neuheiten

Neues Elektro Fondue Set von Rommelsbacher

Das neue Elektro Fondue Set F 350 von Rommelsbacher lässt sich als Öl-, Bouillon-, Käse- oder Schokofondue nutzen. Das hochwertige Gerät im edlen Design ist ein Schmuckstück für jeden Tisch und sorgt durch sein wärmeisoliertes Gehäuse und das extra lange Kabel für sicheren Fondue-Genuss. Das neue Gerät verfügt über ein integriertes Heizgerät für maximale Energieeffizienz und ist stufenlos regelbar. Der Fonduepfopf mit seiner hochwertigen Keramikbeschichtung fasst 0,8 Liter und kann einfach aus dem doppelwandigen und wärmeisolierten Gehäuse herausgenommen werden. Damit ist er auch besonders bequem zu reinigen. Neben dem außergewöhnlichen Design, welches das Fondue zu einem optischen Highlight macht, wird bei Rommelsbacher sehr auf die Sicherheit geachtet. Das F 350 verfügt neben einem besonders langen Kabel von 1,9 Metern über einen Überhitzungsschutz sowie eine Kontrolllampe.



Der stabile Spritzschutzinsatz aus Edelstahl dient gleichzeitig als Halterung für die Fonduegabeln. Im Lieferumfang ist außerdem ein Glasdeckel enthalten, durch den ein schnelles Erhitzen des gewünschten Fondues möglich ist. Das Elektro Fondue Set F 350 ist für 74,95 Euro (UVP) erhältlich.

maxdome jetzt auf Hisense Smart TVs

Die Streaming-App maxdome ist ab sofort für viele aktuelle Hisense Fernseher verfügbar. Insgesamt bieten nun acht TV-Serien von Hisense das umfangreiche Film- und Serienangebot von maxdome an. Hisense ermöglicht damit den Zugriff auf die größten Anbieter per leicht zu bedienender Apps.

Die maxdome App wird automatisch auf den Fernsehgeräten installiert – Nutzer können bequem sofort auf die große Film- und Serienauswahl mit über 50.000 Titeln zugreifen.

„Wir freuen uns, mit maxdome einen weiteren großen Video-on-Demand-Dienst auf unseren Hisense Fernsehgeräten anbieten zu können“, so Hans Wienands, Senior Vice President Hisense Germany GmbH. „Unsere Kunden erwarten neben einem großartigen Bild und einer intuitiven Bedienung auch einfach zugängliche Video-on-Demand-Angebote per App. Eine große Auswahl an Inhalten ist dabei



PoS-Aktuell

besonders wichtig. Damit setzen wir für den Handel ein weiteres Zeichen, dass Hisense die Konsumentenbedürfnisse versteht und umsetzt. Ein starkes Verkaufsargument auch für anspruchsvolle Kunden!“

Auf folgenden Hisense TV-Serien ist maxdome ab sofort verfügbar: Hisense NU9700, Hisense NU8700, Hisense N6800, Hisense N5755, Hisense N5705, Hisense NEC6500, Hisense NEC5655 und Hisense NEC5605.



Herzhaft süßer Genuss mit Graef

Mit dem Waffeleisen WA 80 und dem Hörncheneisen HE 80 von Graef lassen sich zahlreiche Waffelspezialitäten zubereiten. Mit dem Waffeleisen von Graef lassen sich Waffeln in Herzchenform und mit 20 cm Durchmesser auf den Tisch zaubern. Mit dem HE 80 lassen sich hauchdünne, nur 0,8 mm dicke Waffeln zu Hörnchen oder Hippen verarbeiten.

Beide Geräte verfügen über Bedienfelder, über die man den Bräunungsgrad des Gebäcks ganz nach Geschmack auf verschiedene Stufen einstellen kann. Sie überwachen die Temperatur ihrer Backplatten elektronisch und geben ein optisches und akustisches Signal ab, sobald die Waffeln oder Hörnchen fertig sind.

Beide Geräte sind in silber-matt erhältlich und haben jeweils einen UVP von 99,99 Euro.

Mit Medisana zu Hause entspannen



Mit dem neuen 2in1-Relaxsessel RC 410 hat Medisana eine Kombination aus entspannender Massage und modernem Wohnaccessoire für zu Hause geschaffen. Nach Herstellerangaben ermöglicht die Variation aus verschiedenen Einstellungen eine intensive

und individuell abstimmbare Massage für den gesamten Rückenbereich. Traditionelle Shiatsu- und moderne Spot-Massage können jeweils in zwei Massageintensitäten und drei Massagezonen beliebig kombiniert werden. Die zuschaltbare Wärmefunktion unterstützt den Behandlungseffekt und rundet die Massage zu einem außergewöhnlichen Wohlfühlerlebnis ab.

Sämtliche Funktionen lassen sich komfortabel per Fernbedienung mit integrierter Timer-Funktion steuern – so werden per Knopfdruck verkrampfte Muskeln gelockert, die Durchblutung gefördert und das körperliche Wohlbefinden zuverlässig verbessert. Durch seine klassisch-moderne Optik fügt sich der RC 410 in jedes Wohnambiente ein und stellt auch ohne Massagefunktion eine ansprechende und gemütliche Sitzgelegenheit für die eigenen vier Wände dar.

Der 2in1-Relaxsessel RC 410 von Medisana ist zum Preis von 399,95 Euro (UVP) erhältlich.

Die Gigaset E370 Telefone der life series Für Menschen mit Erfahrung

Mit den Großtastentelefonen der life series macht Gigaset die Kommunikation für Senioren, auch „Menschen mit Erfahrung“ genannt, besonders komfortabel. Die Neuheiten E370, E370A (mit Anrufbeantworter) und das Router-Telefon E370HX sind bestens als Geschenk für ältere Menschen geeignet. Dafür gibt es schlagkräftige Verkaufsargumente.

Denn Gigaset setzt bei den Telefonen der life series konsequent auf einfache

Bedienung, hervorragende Tonqualität, beste Lesbarkeit der Display-Inhalte und nicht zuletzt eine haptische Qualität und ein Design, das auch die Erwartungen anspruchsvoller Senioren erfüllt. Das lässt sich im Verkaufsgespräch gut auf den Punkt bringen:

Der separate Anrufbeantworter lässt große Freiheit bei der Wahl des Aufstellungsortes.



Besser hören: Mit verschiedenen Akustik-Profilen, einer besonderen Lautstärkeregelung mit Extra-laut-Taste und Hörgeräte-Kompatibilität können die Gigaset E370 Telefone den Vorlieben ihrer Nutzer individuell angepasst werden.

Besser sehen: Das Display zeichnet sich durch eine klare, kontrastreiche Darstellung und große Schriften aus. Texte und Ziffern werden in einem orangefarbenen Balken besonders groß dargestellt. Wenn die Breite für die komplette Darstellung der Zeile nicht ausreicht, wird der Text zur Laufschrift.

Besser wählen: Große Tasten machen es auch Nutzern mit Sehschwäche oder motorischen Beeinträchtigungen möglich, sicher die gewünschte Rufnummer zu wählen. Unterstützt wird das durch sorgfältig definierte Druckpunkte und die einfache Bedienung. Zur letzteren gehören Sonderfunktionen, mit denen z. B. ein Notruf mit Ansagetext an vier voreingestellte Rufnummern gesendet wird, eine Babyruf-Funktion und die Möglichkeit zur Raumüberwachung wie mit einem Babyphone.

Design und Flexibilität

Neben der präzise auf die Zielgruppe abgestimmten Funktionalität zeichnen sich die Gigaset E370 Telefone durch ein gelungenes modernes Design aus. Beim Modell

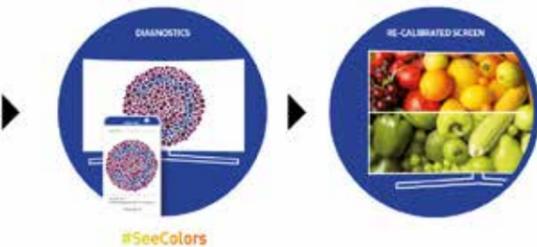
Die klare, große Schrift auf dem Display wird farbig hervorgehoben, das Router-Telefon Gigaset E370HX ist voll kompatibel mit Fritz!Box- und Speedphone-Geräten.



E370A können Anrufbeantworter und Ladeschale separat jeweils am gewünschten Platz aufgestellt werden. Der Anrufbeantworter zeigt die Zahl der neuen Nachrichten mit einer Ziffernanzeige.

Das Gigaset E370HX passt gut zu DECT-fähigen Routern und ist z. B. mit Fritz!Box- und Speedphone-Geräten der Telekom voll kompatibel. Auch die Notruf-Funktion kann über den Router genutzt werden.

SeeColors App für Samsung QLED-TVs Sehfehler korrigieren



Die SeeColors App diagnostiziert individuelle Farbsehstörungen und passt die Bildschirmstellungen von Samsung QLED-TVs entsprechend an.

Weltweit leiden fast 300 Millionen Menschen unter einer Farbsehstörung, oftmals ohne es zu wissen. Mit der neuen SeeColors App für Samsung QLED-TVs können sie trotzdem in korrekter Farbqualität fernsehen. Denn die App hilft dabei, Farbsehstörungen zu diagnostizieren und das Display individuell zu kalibrieren, um die Fehlsichtigkeit des Nutzers auszugleichen.

Dafür werden die Farbeinstellungen des Displays so angepasst, dass die Nutzer ein Fernseherlebnis mit korrekter Farbdarstellung genießen können. Das funktioniert

laut Hersteller mit allen Samsung QLED-TVs, weil diese ein Farbvolumen von 100 Prozent abbilden können. Die SeeColors App steht ab sofort im Samsung Smart Hub zum Download bereit, kann aber auch über Google Play und den Galaxy App Store auf den Galaxy Smartphone-Modellen S6, S6 Edge, S6 Edge+, S7, S7 Edge sowie dem S8 und S8+ installiert werden. Sobald das Galaxy Smartphone mit dem QLED-TV verbunden wird, passt der Fernseher automatisch die Farbeinstellungen gemäß der individuellen Diagnose für den Nutzer an.



Samsung hat die QLED-TVs von Anfang an für natürliche Farbwiedergabe entwickelt.

Bei der Entwicklung der App hat Samsung anerkannte Experten zu Rate gezogen und u. a. mit Klara Wenzel, Leiterin der Abteilung für Mechatronik, Optik und Maschinenteknik an der technischen und wirtschaftswissenschaftlichen Universität Budapest, zusammengearbeitet, um den Colorlite Test oder C-Test in Fernseher und Mobilgeräte zu integrieren. Dieses digitale Diagnoseverfahren nutzt Farbfilter und Modelle zur mathematischen Modellierung, um den Grad der Farbsehstörung zu bestimmen. Zur App beigetragen hat auch das ungarische Unternehmen Colorlite, das zertifizierte Technologien für Brillengläser anwendet, um Menschen mit Farbsehstörungen zu helfen. Mit der SeeColors App wird der Colorlite Test, der auf 20 Jahren wissenschaftlicher Forschung basiert, erstmals für Fernseher und Smartphones eingesetzt. „Samsung hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Alltag der Menschen durch Technologie und Innovation smarter und komfortabler zu machen“, kommentierte Hyeongnam Kim, Vice President of Visual Display Business bei Samsung Electronics. „Die Veröffentlichung der SeeColors App für QLED-TVs verkörpert diese Mission, indem sie Nutzern einen Weg bietet, mit Hilfe der neuesten Technologien und Displays eine der weltweit größten Herausforderungen in Sachen Fehlsichtigkeit zu adressieren.“

Yamaha veröffentlicht MusicCast-Skill Ende Dezember

Der auf der IFA angekündigte MusicCast-Skill für Amazon Alexa wird Ende Dezember scharf geschaltet. Dann wird es möglich sein, das komplette Yamaha Multiroom-System in Verbindung mit Amazon Echo, Echo Plus, Echo Dot und Echo Show komfortabel mit Sprachbefehlen zu bedienen. Mehr als 60 MusicCast Produkte hören dann aufs Wort.

Silvester mit Alexa

Das gilt nicht nur für die zahlreichen HiFi- und AV-Receiver, Soundbars, Design-Musiksysteme und Streaming-Lautsprecher der MusicCast-Welt von Yamaha; auch die sechs Klaviere und Flügel der disklavier Enspire Reihe lassen sich intuitiv per Zuruf steuern.

Dafür hat Yamaha einen speziellen Skill für die Amazon Sprachsteuerung entwickelt, der die komfortable Sprachsteuerung des gesamten Multiroom-Systems und aller kompatiblen Geräte ermöglicht. Skills heißen die Apps für Alexa, mit denen der Funktionsumfang der Amazon Sprachassistentin beliebig erweitert werden kann. Die Sprachbefehle werden von den Amazon-Lautsprechern Echo, Echo Plus, Echo Dot oder Echo Show registriert und dann vom MusicCast-Skill an die entsprechenden Geräte übertragen.

Damit ist nicht nur das Ein- und Ausschalten der einzelnen Komponenten möglich, auch die Lautstärke lässt sich verändern. Und selbst für das Koppeln von verschiedenen Räumen für simultane Wiedergabe reicht ein einfacher



Sprachbefehl. Komfortabler kann man ein Multiroom-System eigentlich nicht betreiben, und das ohne große zusätzliche Kosten, zumal viele Kunden bereits einen Alexa-fähigen Lautsprecher zu Hause haben dürften. Wenn nicht, reicht das günstigste Amazon-Produkt mit Alexa, der Echo Dot Lautsprecher, völlig aus, um Multiroom-Performance auf höchstem Komfort-Niveau zu erleben. Denn für die Musikwiedergabe selbst sind MusicCast-Besitzer ja von Yamaha bereits hervorragend ausgestattet.

Umfassendes Multiroom-System

MusicCast ist keine Insellösung, sondern eine vielfältige Welt von aktuellen Yamaha Audio-Komponenten, die

Multiroom-Musikgenuss auf hohem Niveau gewährleisten und sämtliche angeschlossenen Quellen – vom Mobilgerät über die Mini-Anlage bis zum High-End-AV-Receiver – in jedem Zimmer zu Gehör bringt. Wer ein disklavier Enspire von Yamaha besitzt, kann sogar die Virtuosität des Pianisten oder die Töne eines selbstspielenden Pianos in jedes Zimmer bringen. Das bietet kein anderes Musiksystem – schon gar nicht mit Klängen von akustischen Flügeln und Klavieren.

Bis zur Veröffentlichung des Alexa-Skills Ende Dezember 2017 müssen die Yamaha MusicCast-Komponenten noch „von Hand“ per Smartphone oder Tablet bedient werden. Aber auch das ist mit der kostenlosen App für Android und iOS ein Kinderspiel.

Nachrichten

Wechsel in der Geschäftsführung der Elac Electroacoustic GmbH

Die in Kiel ansässige Elac Electroacoustic GmbH hat einen Wechsel in der Geschäftsführung bekanntgegeben. Zum 1. Dezember 2017 hat Lars Baumann die Geschäftsführung von Gunter Kürten (53) übernommen, dessen berufliche Zukunft ihn in die Selbstständigkeit führen wird. Mit dem 47-jährigen Baumann konnte ein international erfahrener Manager gewonnen werden, der neben einem fundierten technologischen Hintergrund sowie innovativem und strategischem Denken profundes Wissen in der Klangerzeugung mitbringt. Der Betriebswirtschaftler und Toningenieur soll mit seiner langjährigen Erfahrung in der Produktplanung, Entwicklung und Vermarktung einen wichtigen Bestandteil der Elac-Unternehmensziele fortführen.

Baumann bekleidete zu Beginn seiner Karriere unterschiedliche Stellen als Projektleiter und Produktmanager im Pro Audio-Bereich. In den letzten zehn Jahren verlagerte er seine Schwerpunkte in den Bereich der vernetzten Hardware für Konsumenten sowie Industriekunden. Leitende Positionen hat

te Baumann sowohl in den USA als auch in Deutschland inne, u. a. bei Firmen wie Pinnacle, Euphonix, Yamaha und Avid.

Hisense übernimmt TV-Sparte von Toshiba

Hisense hat die globale TV-Sparte des japanischen Technologiekonzerns Toshiba übernommen. Der chinesische Hersteller erwarb 95 Prozent der Aktienanteile an Toshiba Visual Solutions Corporation (TVS) im Gesamtwert von ca. 97,4 Millionen Euro. Damit erhält Hisense die Rechte am TV-Geschäft einschließlich des Vertriebs sowie an der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Toshiba. Die Lizenzvereinbarungen mit Vestel werden von der Transaktion nicht beeinflusst. Das Unternehmen hatte 2016 die Lizenz für die Produktion und den Vertrieb der Toshiba TVs in Europa übernommen. Als bisher hundertprozentige Tochtergesellschaft der Toshiba Corp. setzt TVS mit zwei Produktionsstandorten in Japan und zahlreichen Mitarbeitern im Bereich Forschung und Entwicklung den Schwerpunkt seiner Aktivitäten auf Fernseher

Hisense
TOSHIBA

sowie auf kommerzielle Display-Anwendungen. Zum Portfolio gehören auch zahlreiche Patente zur Verbesserung der Bild- und Tonqualität von TV-Geräten. Hisense hat auch die Markenrechte von Toshiba in Europa, Südostasien und weiteren Märkten für die kommenden 40 Jahre übernommen, um in Zukunft unter dem bekannten Namen Produkte anbieten zu können. In Deutschland und Europa werden Toshiba TV-Produkte auch weiterhin von den jetzigen Lizenzpartnern vertrieben.

Mit der Übernahme von Toshiba will Hisense als drittgrößter TV-Hersteller der Welt sein globales Geschäft weiter strategisch ausbauen. „Langfristig verfolgt Hisense das Ziel, Ressourcen in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Vertrieb und Belieferungskette zu bündeln“, erklärte Liu Hongxin, CEO der Hisense Group. „Mit Toshiba stärkt Hisense seine Stellung auf dem Weltmarkt weiter und sichert sich schnelles Wachstum in Japan.“ Dort ist Hisense bereits der größte nicht-japanische Anbieter von Fernsehern. Gemeinsam halten Hisense und Toshiba derzeit einen Anteil von 20 Prozent am TV-Markt in Japan.

PoS-Aktuell

Positive Entwicklung auch im dritten Quartal bestätigt

Der Home Electronics Markt wächst

Der Home Electronics Markt in Deutschland zeigt sich auch nach neun Monaten weiter im Plus. Der gemeinsam vom Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), der GfK Retail and Technology GmbH und der gfu herausgegebene Markt-Index HEMIX weist für die Quartale eins bis drei 2017 einen Umsatzzuwachs von 2,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aus. Dabei ist sowohl im Segment Consumer Electronics als auch bei den Elektro-Groß- und Kleingeräten Wachstum zu verzeichnen.

Der Umsatz im Bereich Consumer Electronics stieg um 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf über 18,6 Milliarden Euro. Das Segment Unterhaltungselektronik konnte mit einem Plus von 9,8 Prozent deutlich zulegen, auch die privat genutzte Telekommunikation verzeichnete eine Steigerung (+ 2,6 Prozent). Nur die privat genutzten IT-Produkte mussten einen Rückgang um 6,6 Prozent hinnehmen.

Mit Fernsehgeräten erzielte die Branche in den ersten drei Quartalen 2017 einen Umsatz von knapp 2,9 Milliarden Euro; das bedeutet ein Wachstum von 6,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dabei stieg die verkaufte Stückzahl um 4,9 Prozent auf knapp fünf Millionen Geräte, der Durchschnittspreis lag mit 580 Euro um 1,3 Prozent höher als in den ersten drei Quartalen 2016. Weiterhin außergewöhnliche Zuwächse verzeichnet der Bereich der Set-Top-Boxen: 4,4 Millionen verkaufte Set-Top-Boxen bedeuten ein Plus von knapp 136 Prozent gegenüber dem Vorjahr und damit ein Umsatzwachstum von knapp 217 Prozent auf 480 Millionen Euro. Diese Steigerungen sind nach wie vor durch die Umstellung der DVB-T-Ausstrahlung in Deutschland auf DVB-T2 HD sowie die Abschaltung der analogen Signalübertragung in drei Bundesländern bedingt.

Kameras im Plus

Digitale Kameras konnten ebenfalls ein Umsatzplus verzeichnen. Durch den Absatz höherwertiger Produkte stieg der Umsatz um 3,8 Prozent auf 648 Millionen Euro; das war angesichts weiterhin rückläufiger Stückzahlen (- 12,6

Prozent auf 1,45 Mio. Einheiten) den deutlich gestiegenen Durchschnittspreisen zu verdanken, die um 18,8 Prozent auf 446 Euro zulegten. Auch die Produktparten Audio-/Video-Zubehör (Umsatz + 18,8 Prozent) und Videospiel-Konsolen (Umsatz + 32,0 %, Stückzahl + 37,6 Prozent) trugen deutlich zum Wachstum der Unterhaltungselektronik bei. Im Home Audio Segment ist eine Stabilisierung eingetreten. Der Umsatzrückgang ist mit minus 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr in den ersten neun Monaten 2017 deutlich geringer ausgefallen als noch im ersten Halbjahr.

Für das Umsatzplus bei den Produkten der privat genutzten Telekommunikation sorgten vor allem die Wearables mit einem deutlichen Zuwachs (Umsatz + 34,5 Prozent, Stückzahl + 21,0 Prozent). Auch der Bereich der Smartphones trug hierzu mit einem Umsatzplus von 1,5 Prozent bei, die Zahl der verkauften Geräte ging allerdings um 4,5 Prozent zurück. Gleichzeitig stiegen die Durchschnittspreise um 6,3 Prozent auf 428 Euro.

Bei den privat genutzten IT-Produkten setzte sich der negative Umsatztrend fort, wenngleich der Verlust geringer ausfiel als in den ersten beiden Quartalen. Alle drei PC-Segmente (insgesamt -7,2 Prozent) und Recording Media (-8,6 Prozent) sind davon maßgeblich betroffen. Bei den PCs zeigen die durchweg gestiegenen Durchschnittspreise einen Trend zum Kauf von höherwertigen Geräten.

Weißer Ware positiv

Im Segment der Elektro-Hausgeräte setzte sich der positive Trend auch in den Quartalen eins bis drei fort: So zeigte sich der Umsatz sowohl bei den Großgeräten (+ 1,9 Prozent) als auch bei den Kleingeräten (+ 3,0 Prozent) weiterhin im Plus.

Für das verbleibende Jahr 2017 wird eine weiterhin positive Entwicklung des Home Electronics Marktes in allen drei Segmenten Consumer Electronics, Elektro-Groß- und Kleingeräte erwartet, denn mit dem Weihnachtsgeschäft ist das vierte Quartal traditionell die umsatzstärkste Periode des Jahres.

PoS-Aktuell

Denon und Marantz statten AV-Receiver mit DTS Virtual:X-Unterstützung aus

Denon und Marantz, führende Hersteller hochwertiger Audio- und Home-Entertainment-Lösungen, statten ausgewählte AV-Receiver kostenlos mit dem innovativen Feature DTS Virtual:X aus. Der neue Klangmodus DTS Virtual:X unterstützt jede Eingangsquelle von einfachem Stereo (2.0, 2.1) bis 7.1.4 (11.1 Kanäle) und ermöglicht so virtuelle Surround- und Höhen- sowie Überkopfeffekte – ohne eine Lautsprecherkonfiguration besitzen zu müssen, die über Höhen-, Dolby- oder Deckenlautsprecher verfügt. Ermöglicht wird dies durch spezielle psychoakustische Algorithmen.

Das kostenlose Firmware-Update ist ab sofort bereits für folgende 2017er AV-Receiver-Modelle von Denon erhältlich: AVR-X1400H, AVR-X2400H und AVR-X3400H. Zu den unterstützten



Geräten aus dem Hause Marantz zählen aktuell der NR1608 und SR5012. Ab Frühjahr 2018 sollen weitere Modelle von Denon (unter anderem AVR-X4400H, AVR-X6400H) und Marantz (u. a. SR6012, SR7012, SR8012, AV7704) die Unterstützung für DTS Virtual:X erhalten.



Constructa mit neuem Internetauftritt

Im neuen Online-Auftritt der Marke Constructa unter www.constructa.com/de ist ab sofort auch das Fachhandelsprogramm Constructa energy integriert. Mit einer verbesserten Suchfunktion kann der Fachhändler vor Ort jetzt einfach online gefunden werden. Dazu bietet die Web-Präsenz einen bequemen Zugang zu wissenswerten Themen, die den Haushaltsalltag einfacher machen. Mit dem Produktvergleich lassen sich unterschiedliche Ausstattungsmöglichkeiten einfach und schnell

vergleichen. Darüber hinaus stehen Tipps und Tricks zur Verfügung, wie Hausgeräte den Alltag clever unterstützen können: Dabei geht es um Energiesparen, Rezepte, die schnell gelingen, sowie praktische Funktionen, mit denen Backofen, Waschmaschine & Co. das Leben im Haushalt komfortabler gestalten. Interessierte Kunden können auf der Webseite mit nur wenigen Klicks für ihr Wunschgerät auch den passenden Fachhändler vor Ort finden. Dafür steht die Händlersuche direkt unter www.constructa.com/de/haendlersuche zur Verfügung.

DJI: Neue Funktionen für das AeroScope-Identifikationssystem

AeroScope identifiziert und verfolgt Flugverläufe von Drohnen und erlaubt Sicherheitsbehörden, auf bedenkliche Flüge zu reagieren. Darüber hinaus gibt AeroScope Behörden ein Werkzeug, um auf Beschwerden über Drohnenflüge einzugehen und weitere Ermittlungen einzuleiten. Drohnen von DJI übermitteln ihre Position, Geschwindigkeit, Flugrichtung und Seriennummer an AeroScope-Empfänger, jedoch keinerlei persönliche Informationen. Die DJI GO 4 App verfügt jetzt in den Einstellungen der Fernsteuerung über einen neuen Reiter namens „Fernidentifikation“. Das Menü gibt Piloten die Möglichkeit, ihre „UUID“ zu übermitteln, einen Identifikationscode, der an das Benutzerkonto des Piloten gebunden ist. Die Option „Identifikation & Fluginformation“ bietet die Möglichkeit, weitere Informationen anzugeben. Standardmäßig sind beide Optionen deaktiviert.

Nachrichten

Deutschlandweite LG Signature Kampagne

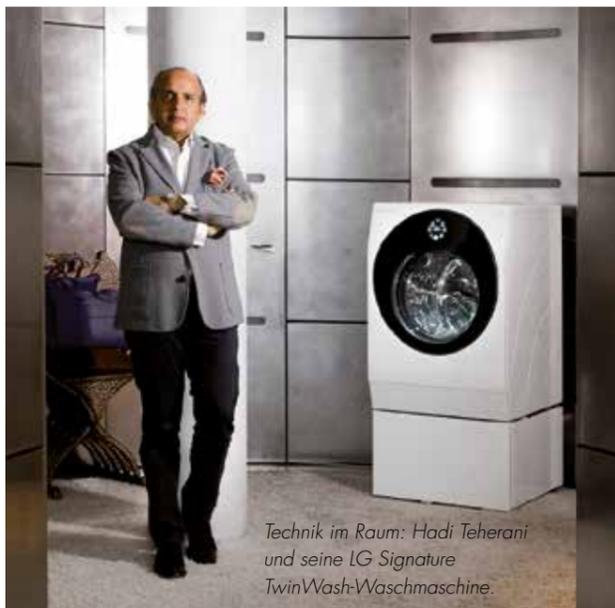
Interieur, Kreation und Design



Die Premium-Marke LG Signature steht für die Reduktion auf das Wesentliche und die Verschmelzung von Form, Funktion und Design.

Nachdem LG im vergangenen Jahr die Ultra-Premium-Marke LG Signature auf dem Markt brachte, hat das Unternehmen jetzt eine neue Marketingkampagne für das Nobel-Label gestartet, um die dahinterstehende Design-Philosophie zu unterstreichen, die auf eine klare Formensprache und eine aufs Wesentliche reduzierte Funktionalität setzt. Als kreative Köpfe konnten die LG Verantwortlichen den Hamburger Architekten Hadi Teherani und den Münchener Industriedesigner Stefan Diez für eine Zusammenarbeit gewinnen.

Die Kampagne 2017/2018 legt den Schwerpunkt auf die Themen Interieur, Kreation sowie Design, um deutlich zu machen, wie LG Signature innovative Unterhaltungselektronik und Hausgeräte durch eine puristische Gestaltung zu außergewöhnlichen Designobjekten macht und bietet damit im Ultra-Premium-Bereich ein außergewöhnliches Alleinstellungsmerkmal. Dafür wurde auch eine Print- und Online-Medienkooperation mit dem Stil- und Interior-Design-Magazin AD Architectural Digest des Condé Nast Verlags vereinbart. Bereits in der am 15. November erschienenen deutschen Ausgabe bot AD einen Einblick in die mit den innovativen LG Signature Geräten ausgestatteten Apartments der beiden Kreativen. In exklusiven Begleit-Interviews erläuterten Hadi Teherani und Stefan Diez ihr Verständnis des Design-Konzepts der neuen Marke und beschrieben auch ihre Nutzererlebnisse mit LG Signature. Die Kampagne wird zusätzlich im Social-Media-Umfeld auf Facebook, Instagram, Twitter und YouTube unterstützt und bietet auf diesen Kanälen auch zusätzliche Bewegtbilder. Die aktuelle Ausgabe von AD mit dem LG Signature Special ist noch bis



Technik im Raum: Hadi Teherani und seine LG Signature TwinWash-Waschmaschine.

zum 10. Januar 2018 erhältlich. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Hadi Teherani und Stefan Diez zwei der aktuell einflussreichsten Gestalter im Architektur- und Designumfeld als Testimonials für unsere Kampagne gewinnen konnten“, erklärte Kai Thielen, Head of Marketing bei LG Electronics. „LG Signature steht für die Reduktion auf das Wesentliche und die Verschmelzung von Form, Funktion und Design – genau diese Botschaft wird mit dem Blick beider Influencer auf unsere Premium-Kollektion perfekt auf den Punkt gebracht.“

Namhafter Architekt: Hadi Teherani

Der renommierte Hamburger Architekt Hadi Teherani, der auch als Produkt- und Interieur-Designer tätig ist, hat sich mit vielen bedeutenden Bauwerken einen Namen gemacht, darunter die Tanzenden Türme an der Hamburger Reeper-

bahn, die Krankhäuser im Kölner Rheinauhafen oder das Dockland an der Elbe in Hamburg. Seinen Anspruch, Architektur, Produkt- und Interieur-Design ganzheitlich zu betrachten und zu verbinden, verdeutlichen u. a. die Kiton Showrooms in New York, Tokio, Mailand, Rom oder London sowie seine Gestaltung für die Zayed University in Abu Dhabi. Viele internationale Auszeichnungen dokumentieren die erfolgreiche Verbindung von Architektur, Produkt- und Interieur-Design in seinem Schaffen. In Kooperation mit verschiedenen Herstellern realisiert er Designprojekte, vom Bürostuhlprogramm („Silver“/Interstuhl 2004) über weitere Sitzmöbel, Sideboards, mobile Office-Module bis zu Leuchten, Teppich-Kollektionen, Tapeten und Küchen (+Artesio/Poggenpohl 2010) sowie seinem bekannten Hadi Teherani e-Bike (2011).

Innovativer Industriedesigner: Stefan Diez

Der Industriedesigner Stefan Diez hat sich als einer der innovativsten und international erfolgreichsten Kreativen in der deutschen Designszene etabliert. Seine Arbeiten wurden bereits vielfach ausgezeichnet, u. a. mit dem „Designpreis der Bundesrepublik Deutschland“, dem „iF Gold Award“ sowie dem „Red Dot Best of the Best Award“. Der Münchener beschäftigt sich in seinen Entwürfen intensiv mit Materialien und Technologien, um Dinge des Alltags neu zu entdecken und ihre Grenzen auszuloten. Gemeinsam mit seinem Team entwickelt Diez zweckmäßige Produkte mit klaren Linien und in schlichter Optik, die neue Technologien in zeitgemäße Ausdrucksformen bringen. Diez arbeitet mit vielen internationalen Kunden zusammen, darunter u. a. bekannte Marken wie e15, HAY, Thonet, Wilkhahn, Wagner, Rosenthal und Vibia. In diesem Jahr präsentierte das Kölner Museum für Angewandte Kunst unter dem Ausstellungstitel „Full House: Design by Stefan Diez“ einen Querschnitt seines vielfältigen Schaffens (2017).

Das LG Signature Portfolio umfasst aktuell einen Door-in-Door-Kühlschrank, eine TwinWash Waschmaschine, einen speziellen Luftreiniger sowie den vielfach ausgezeichneten OLED-Wallpaper-TV „W“ in zwei Bildschirmgrößen. Als erste dedizierte Premium-Marke von LG Electronics soll LG Signature das Beste aus LG Technologie und LG Design kombinieren und besonders anspruchsvolle Kunden mit subtiler Eleganz, bester Funktionalität, kompromissloser Qualität und einem auf das Wesentliche reduzierten Design überzeugen. Seit ihrer Einführung ist die Produktlinie mit zahlreichen Innovations- und Designpreisen ausgezeichnet worden und erhielt u. a. den CES Best of Innovation Award 2017, den iF Gold Award 2016 und den Red Dot Design Award 2016.



Design im Raum: Stefan Diez und sein LG Signature OLED-TV-W.

Sparsam, effizient und benutzerfreundlich

Der neue Rebel 26 von Dirt Devil

Der neue beutellose Singlecyclone Bodenstaubsauger Rebel 26 zeichnet sich durch einen besonders niedrigen Stromverbrauch aus (A+) und bietet neben einer effizienten Reinigungsleistung auch zahlreiche Ausstattungsmerkmale, die für komfortable Bedienung sorgen.

Zur Reinigung der Böden ist der Rebel 26 mit der Direct Airpath Technologie ausgestattet, die für mehr Leistung sorgt. Zusätzlich spart der auf 10,5 Meter erweiterte Aktionsradius häufiges Steckdosenwechseln. Neben einem 8 Meter langen Kabel sorgt auch der 1,6 Liter fassende Staubbehälter, der mit Hilfe der Direct Access Technologie einfach entleert werden kann, für komfortable Bedienung. Praktisch ist der transparente Auffangbehälter, in dem sich versehentlich eingesaugte Kleinteile schnell wieder finden lassen. Benutzerfreundlich sind auch die Reinigung des Filtersystems und die gelegentliche Wartung des Geräts.



Der neue Dirt Devil Rebel 26 bietet starke Saugleistung und spart gleichzeitig Strom.

„Noch nie war es so einfach, schnell, gründlich und sparsam Böden zu reinigen, denn die Rebel 26 Familie, die auf der IFA 2017 vorgestellt wurde, bietet überzeugende Saugleistung bei äußerst niedrigem Stromverbrauch. Ein weiteres Argument für das Verkaufsgespräch am PoS ist, das praktisch keine Folgekosten entstehen“, erklärte Markus Monjau, Geschäftsführer der Royal Appliance International GmbH.

Der Rebel 26 ist in zwei Ausstattungsvarianten ab Dezember erhältlich: als Rebel 26 Reach (beinhaltet eine 3in1 Kombidüse & Parkettbürste) in Silber-Rot zum UVP von 179 Euro und als Rebel 26 Total (3in1 Kombidüse, Parkettbürste & Mini-Turbobürste) in Silber-Blau zum UVP von 199 Euro. Letzgenanntes Modell eignet sich besonders zur schnellen und gründlichen Entfernung von Tierhaaren und Fell.

Neue 5-in-1 Mikrowelle von Bauknecht

Der Alleskönner

Mit dem neuen Mikrowellenofen Supreme Chef bietet Bauknecht ein kompaktes Gerät für fünf Garmethoden an. Denn in dem 33 l großen Garraum mit 36 cm Drehteller kann man backen, braten, dampfgaren, aufwärmen und grillen. Zur Inspiration gibt es 60 voreingestellte Rezepte, an deren Entwicklung ein erfahrener Chefkoch mitgewirkt hat.



Der Supreme Chef Multifunktionsofen ist mit dem „Dual-Wave-Emission-System“ ausgestattet. Dabei erwärmen zwei Hitzequellen den Garraum aus verschiedenen Richtungen, damit das Innere der Nahrungsmittel zart und saftig bleibt; eine spezielle Crisp-Platte lässt das Äußere gleichzeitig schön knusprig werden. Festigkeit, Geschmack und Nährwert der Lebensmittel werden geschont.

Der zweifache Dampfgarer bietet mit seinem großen

Fassungsvermögen zahlreiche Einsatzmöglichkeiten. Einerseits lässt er sich wie ein großer Dampfgarer nutzen, andererseits kann man den Garraum in zwei Bereiche unterteilen. So können zwei Gerichte gleichzeitig zubereitet werden, ohne dass sich die Aromen vermischen. Mit einer Kapazität von 2,7 l bietet der Dampfgarer ausreichend Platz, um ein Gericht für bis zu 3 Personen zu kochen.

Für das Grillen stehen 1.200 Watt Leistung zur Ver-

fügung. Der Supreme Chef ist auch gut zum Backen geeignet. Eine Besonderheit ist die genaue Temperaturregelung, mit der die Hitze in 5°C-Schritten angepasst werden kann. Muss der Kuchenteig vorab noch aufgehen, unterstützt die Teiggärung-Funktion die Anwender dabei, die Temperatur konstant auf 38°C zu halten und eine gleichmäßige Teigkonsistenz zu erreichen.

Intelligente Funktionen runden die Ausstattung der Supreme Chef ab. Mit der „Brotauftau“-Funktion wird eingefrorenes Brot nach dem Auftauen außen schön knusprig. Dank der Schmelz-Funktion werden Schokolade, Butter oder Käse gleichmäßig geschmolzen. Zusätzlich ist eine Funktion zur einfachen Herstellung von Joghurt in das Gerät integriert.

Die vorinstallierte Rezeptbibliothek macht das Kochen besonders komfortabel, denn damit wählt das Gerät automatisch die passenden Einstellungen und Garzeiten. Soll das Menü etwas aufwendiger werden, können Hobbyköche mit den Rezepten aus dem Spezial-Menü auch Profi-Kochtechniken ausprobieren. Kalorienbewusste Kunden werden das Crisp Fry-Programm zu schätzen wissen, mit dem kein zusätzliches Öl für knusprig gebratene Gerichte notwendig ist. Die praktische Warmhaltefunktion stellt sicher, dass Speisen, die nicht direkt nach der Zubereitung gegessen werden, mit einer angenehmen Temperatur von 40°C auf den Tisch kommen.

Der neue Mikrowellenofen Supreme Chef von Bauknecht ist ab sofort lieferbar.

Miele-Waschmaschine für Sehbehinderte

Fühlen und Hören

Berührungsempfindliche Displays und Sensortasten sind komfortabel und sehen gut aus, machen die Bedienung von Hausgeräten aber für blinde oder sehbehinderte Menschen schwierig, wenn nicht sogar unmöglich. Mit der neuen GuideLine-Waschmaschine von Miele kann der Fachhandel jetzt ein einzigartiges Gerät anbieten, das mit einer Kombination haptischer Elemente und akustischer Signale den Bedürfnissen sehbehinderter Menschen entgegenkommt. Eine gesprochene Audio-Bedienungsanleitung im Daisy-Format erleichtert den Umgang zusätzlich.

Äußerlich unterscheidet sich die GuideLine, die bereits mit dem Universal Design Consumer Award und dem Universal Design Expert Award ausgezeichnet wurde, von anderen Modellen nur durch eine taktile Linie und erhabene Punkte auf der Bedienblende. Diese Details erweisen sich im Alltag als entscheidende Hilfe: Die Punkte um den Drehwahlschalter markieren die Funktion Ein/Aus und bestimmte Waschprogramme. Entlang der erhabenen Führungslinie wird der Nutzer zum Touch-Bedienfeld geführt, über das sich Temperatur, Schleuderdrehzahl sowie weitere Funktionen einstellen lassen.

Die GuideLine wurde vom Miele Design Center in Zusammenarbeit mit dem DBSV (Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V.) entwickelt; dabei wirkte mit Susanne Wegener-Dreckmann eine Miele-Mitarbeiterin mit, die selbst blind ist. Sie zieht ein positives Resümee ihrer Arbeit: „Ich konnte meine eigenen Erfahrungen einbringen und direkt im Werk prüfen, ob die Umsetzung meiner Vorschläge auch praktikabel war.“ Auch Miele-Designer Alfons Eblenkamp weiß die Anregungen von Betroffenen zu schätzen: „Ohne diese fachkundige Unterstützung wären wir sicher auch mal in eine falsche Richtung gegangen.“

Komfort und Sicherheit

Im praktischen Betrieb der Waschmaschine wird jede Aktion durch akustische Signale begleitet. Das gilt z. B.



Eine taktile Linie und erhabene Punkte auf der Bedienblende (beides blau markiert) ermöglichen die direkte Programmwahl über den Drehschalter und das Einstellen auf dem Bedienfeld. Akustische Signale sorgen für zusätzliche Sicherheit.

für die Bedienung des Drehwahlschalters oder die Einstellung auf dem berührungsempfindlichen Bedienfeld. Variable Töne helfen bei der Einstellung von Temperatur und Drehzahl: Je höher ein Ton, desto höher die gewählte Temperatur oder Drehzahl. Wird ein- oder ausgeschaltet, signalisiert eine unverwechselbare Melodie, dass das Kommando ausgeführt wurde. Dies gibt zusätzliche Orientierung für noch mehr Sicherheit beim Umgang mit der Waschmaschine.

Auch der Fachhandel begrüßt den Start der GuideLine von Miele. Denn die alten Folien als Bedienhilfe für Sehbehinderte, die Miele jahrelang zur Verfügung gestellt



Die GuideLine basiert auf der Miele Baureihe W1 Classic.

hat, sind mit modernen Waschmaschinen nicht mehr kompatibel. „Endlich gibt es wieder ein Gerät, das auch Menschen selbst bedienen können, die nicht gut sehen können“, sagt Jörg Maschke, Inhaber von electroplus Maschke in Hildesheim. „Ich freue mich für meine Kunden.“ Die GuideLine basiert auf der Baureihe W1 Classic. Sie bietet acht Kilogramm Beladungskapazität, schleudert mit maximal 1.400 Umdrehungen in der Minute und unterschreitet den Grenzwert der besten Energieeffizienzklasse A+++ um 10 Prozent. Wie alle Miele-Waschmaschinen ist sie mit der patentierten Schontrummel und der Funktion CapDosing für die Zugabe von Spezialwaschmitteln in praktischen Portionskapseln ausgestattet. Das Gerät ist ab sofort zum Preis von 1.059 Euro (UVP) lieferbar.

Beurer gewinnt Ulmer Marketing Preis 2017

Für innovative Produkte und Apps rund um das Thema Gesundheit und Wohlbefinden wurde das in Ulm ansässige Unternehmen Beurer im November mit dem Ulmer Marketing Preis 2017 des Marketingclub Ulm / Neu-Ulm ausgezeichnet.

Neben zahlreichen Produktauszeichnungen konnte das Unternehmen auch mehrere deutschlandweite Preise wie die „Innovativste Marke“ beim Plus X Award, den German Brand Award und die DIHK Kampagne „We Do Digital“ für sich entscheiden.



„Um sich in einer wirtschaftlich starken Region wie Ulm in einem Wettbewerb wie diesem von den Mitbewerbern abzuheben, muss man innovative Ideen vorzeigen können und hierfür auch mal neue Wege ausprobieren“, erklärte Beurer Mar-

ketingleiterin Kerstin Glanzer bei der Preisverleihung. „Wir freuen uns sehr, dass der Marketingclub unseren Ansatz und Konzept würdigt und unsere Marketingleistung mit Platz 1 beim Ulmer Marketing Preis belohnt. Für Beurer geht damit ein äußerst erfolgreiches Jahr zu Ende.“

Samsungs Fleckenratgeber SAM gestartet

Mit SAM bekommen Konsumenten und Hilfesuchende via Direct Messaging auf Twitter zahlreiche Behandlungstipps und Pflegeanleitungen, um unliebsame Flecken zu entfernen. Samsung testet die digitale Fleckenberatung seit November – bisher kann SAM bereits über 70 #Lifehacks für mehr als 60 Fleckenarten geben. Der digitale Wäscheratgeber ist in Zusammenarbeit mit den Experten des European Research Centres (ERC) in Stuttgart, welches die Samsung Electronics GmbH seit mehr als 10 Jahren zu Forschungs- und Entwicklungszwecken betreibt, entstanden.

Gestartet wird SAM durch Klick auf das Senden einer privaten Nachricht. SAM fragt bereits im nächsten Schritt um welche Art Fleck es sich handelt. Hierbei kann der Nutzer aus über 60 verschiedenen Fleckenarten wählen. Die häufigsten Fleckenar-

ten sind vorab durch Klick in das entsprechende Feld auswählbar. SAMs nächste Frage betrifft die Farbe des betroffenen Kleidungsstückes. Handelt es sich um ein helles, dunkles oder mehrfarbiges Textil? Anschließend folgt die Frage nach dem Material: Natürlich macht es einen Unterschied, ob der Fleck auf Seide, Wolle oder Viskose entstanden ist. Die sechs häufigsten Textilien sind voreingestellt. Was SAM nun noch braucht, um eine Empfehlung auszusprechen, ist die Antwort auf die Frage, ob der Fleck noch frisch oder bereits getrocknet ist. Ist die letzte Frage beantwortet, erfährt der Nutzer, wie der Fleck gut zu behandeln ist. Bereits jetzt bietet SAM 78 sogenannte „Lifehacks“ zum Thema Fleckenberatung.

„Trend- und Konsumforschung sind für Samsung essentielle Innovationstreiber. Was Menschen in ihrem Alltag brauchen und wonach sie suchen, dient uns als Inspiration und Basis bei der Entwicklung unserer Produkte und Technologien“, so Alexander Zeeh, Director Home Appliances Samsung Electronics GmbH. „Mit SAM testen wir in puncto Service eine weitere Stufe. Neben technischen Innovationen, wie AddWash, QuickDrive und SchaumAktiv sowie Produktqualität und Kundenservice, möchten wir im Bereich Wäschepflege einen Mehrwert bieten, der nicht nur unseren Kunden zugutekommt.“



Auf 336.000 Quadratmetern produzieren die 3.800 Mitarbeiter in Wronki bis zu 6.100 Waschmaschinen am Tag.

Samsung ist mit Hausgeräten bereits seit 1982 auf dem deutschen Markt präsent. In den letzten Jahren hat das Unternehmen systematisch die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel intensiviert und eine umfassende Produktpalette auf den Markt gebracht, die mit neuen Technologien und hohem Qualitätsniveau unterschiedliche Zielgruppen in allen Marktsegmenten bis zur Premiumklasse anspricht. Dabei setzt der Konzern auf kundenorientierte Konzepte und verbindet Innovationen aus Korea mit Forschung und Entwicklung in Deutschland. Auch ein großer Teil der Produktion findet in Europa statt, nämlich im polnischen Wronki.

Neue Ideen für Samsung Hausgeräte

Ständige Kontrollen im Produktionsablauf gewährleisten einen hohen Qualitätsstandard.



Dort hat Samsung eines der modernsten Werke für Hausgeräte in Europa errichtet. Auf 336.000 Quadratmetern produzieren hier 3.800 Mitarbeiter bis zu 6.100 Waschmaschinen am Tag. Auch die Geräte für den Produktbereich Kühlen kommen aus dieser High-Tech-Schmiede, in der durch moderne Fertigungsstraßen und weitgehend automatisierte Prozesse nahezu im Minutentakt ein Hausgerät vom Band läuft.

Dass dieses Tempo nicht auf Kosten der Qualität gehen darf, versteht sich von selbst. Im Produktionsablauf sind permanente Kontrollen integriert, um einen gleichbleibenden Standard zu gewährleisten. Das gilt nicht nur für die kompletten Geräte, sondern auch für die zahlreichen einzelnen Komponenten, denn Waschmaschinentüren, Kunststoffteile für Bedienblenden und Kühlschränken sowie eigene Verpackungselemente aus Styropor werden vor Ort gefertigt. Dass sich der Aufwand lohnt, zeigen die Testergebnisse unabhängiger Institutionen wie der Stiftung Warentest. Bereits 7 Mal wurden Samsung Waschmaschinen mit dem Testurteil „Sehr gut“ in puncto Lebensdauer ausgezeichnet. Auch der Kundenservice für Samsung Hausgeräte steht da nicht nach: Er wurde vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) innerhalb der Studie „Großelektrohersteller 2016“ (insgesamt elf Hersteller) mit dem Urteil „Testsieger“ prämiert.



Jede Dritte für den deutschen Markt bestimmte Samsung Waschmaschine kommt aus Polen.

Europäische Ideen

Nicht nur bei der Produktion, sondern auch in der Forschung und Entwicklung setzt Samsung auf Ideen aus Europa. Bereits seit mehr als einem Jahrzehnt unterstützen die Experten aus dem European Research Centre in Stuttgart die internationalen Entwickler am Hauptsitz in Südkorea mit Innovationen aus Deutschland, der Heimat traditioneller Ingenieurskunst. In den Laboren in Stuttgart werden neue Ideen und Technologien für den europäischen Markt getestet und weiterentwickelt, bevor sie in die Produktion in Polen einfließen. Bedeutende Technologien wie Twin Cooling, SchaumAktiv und AddWash sind in den vergangenen zehn Jahren in enger Zusam-

Forschung, Entwicklung und Produktion in Europa

menarbeit zwischen Korea und Deutschland entstanden. Auch bei der jüngsten Samsung-Innovation im Bereich Waschen, QuickDrive, hatte Stuttgart seine Hände im Spiel. Eigene Designzentren in London und Mailand tragen ebenfalls dazu bei, dass Samsung Hausgeräte den Ansprüchen der europäischen Kunden gerecht werden.

Kurze Lieferzeiten

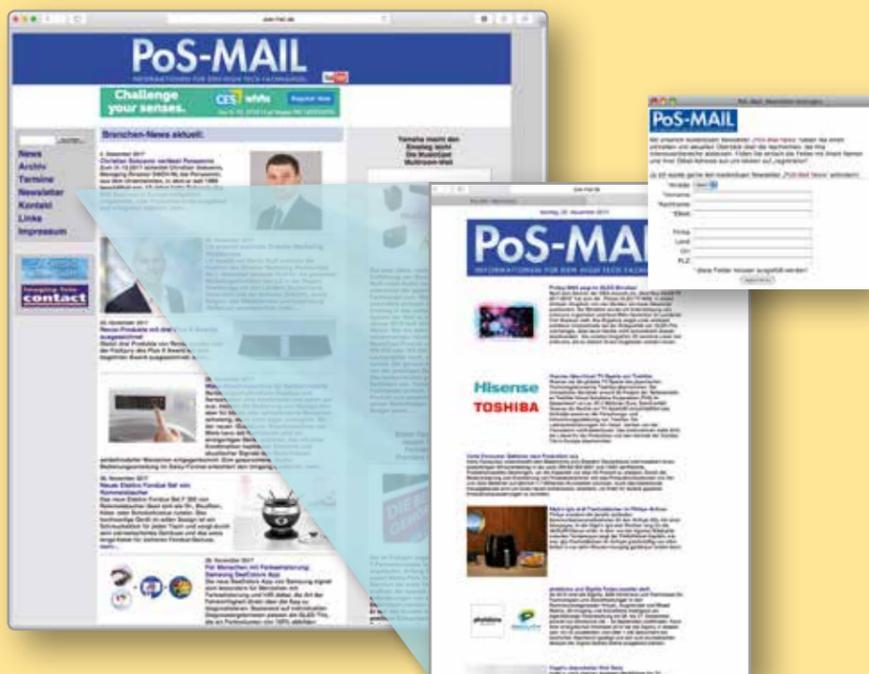
Die zentrale Lage des Werks in Wronki ermöglicht kurze Lieferzeiten innerhalb Europas – ein Gerät erreicht sein Ziel in Deutschland in nur 24 Stunden. Zwei Drittel der für den deutschen Markt bestimmten Samsung-Kühlgeräte werden in Wronki produziert, auch ein Drittel der für den deutschen Markt bestimmten Waschmaschinen kommt aus Polen.

Für die Beschäftigten in Wronki bedeutet das immer mehr Arbeit: Dank innovativer Produkte und der konsequenten Verfolgung der 3-Jahres-Strategie „Vision 2020“ verzeichnete Samsung im ersten Halbjahr 2017 auf dem deutschen Markt ein Wachstum von mehr als 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Samsung Hausgeräte sollen Maßstäbe in Design, Funktion und Langlebigkeit setzen“ erklärte Alexander Zeeh, Director Home Appliances Samsung Electronics GmbH. „Diesen Anspruch tragen wir mit unseren Maßnahmen in den Handel sowie zu unseren Kunden. Das Forschungszentrum in Stuttgart und das Werk in Wronki sind dabei zentrale Pfeiler für die Qualitätssicherung von der einzelnen Schraube bis zur Auslieferung in die eigenen vier Wände. Auch in puncto Service hat die Zufriedenheit unserer Kunden höchste Priorität.“

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

Schwarz ist bescheuert

Während ich im November wie immer mein geruhames Rentnerleben genoss, brach in Deutschland eine Massenhysterie aus, wie ich sie in meinem langen Leben noch nicht gesehen habe. Der Black Friday tobte durch Einkaufszentren, Werbebeilagen und Online-Kampagnen, als ob die ganze Nation am Abend zuvor Thanksgiving gefeiert und Truthähne versepest hätte. Mal ganz im Ernst: Wozu soll ein an den Haaren (hoffentlich nicht denen von Donald Trump) aus den USA herbeigezogener Anlass für ruinöse Rabattschlachten eigentlich gut sein?

Dabei hat der Black Friday in Amerika sogar einen Sinn. Denn der traditionell am vierten Donnerstag im November gefeierte Thanksgiving Day ist das wichtigste amerikanische Familienfest, und die Zahl der Feiertage unter der Woche ist im Land der unbegrenzten Möglichkeiten sehr begrenzt. Deshalb nutzen die Amis den seltenen Brückentag für die ersten Weihnachtseinkäufe. Das ist verständlich, und das würde ich so machen, wenn ich Ami und kein Rentner wäre.

In Deutschland gibt es aber weder Thanksgiving noch einen Black Friday als Brückentag, und deshalb ist es idiotisch, an einem x-beliebigen Freitag die Preise auf breiter Front in den Keller zu donnern. Sollte man meinen...

Da Deutsche bekanntlich alles besonders gründlich tun, war vielen Einzel- und Online-Händlern ein einziger Tag für die Rabattschlacht noch nicht genug. Ein großer Fachmarkt in unserer Region rief eine Black Week aus, und man fragt sich, ob wir 2018 mit einem Black Month oder sogar mit einem Black Year rechnen müssen. Da kann man wirklich nur schwarz sehen.

Warum müssen wir uns eigentlich unbedingt an den USA orientieren, um die Preise kaputt zu machen? In China haben die großen Online-Händler den Singles Day erfunden. Er findet am 11. November statt, damit auch die mal etwas Billigen kaufen, die nicht mit einem Valentin oder einer Valentine liiert sind, die sie am Valentinstag beschenken können. Allein der Internet-Gigant Alibaba verhöckerte am Singles Day in diesem Jahr Waren im Wert von 21,8 Milliarden Euro und kam in Spitzenzeiten auf 256.000 Transaktionen pro Sekunde. Das wäre doch mal ein Modell für Deutschland, zumal die Zahl der Singles auch hier zunimmt.

Wer es lieber europäisch mag, könnte natürlich auch am französischen Nationalfeiertag, dem 14. Juli, „Le Jour Noir“ ausrufen. Der Geburtstag der Queen sollte dagegen tabu sein, denn die Briten haben sich für den Brexit entschieden, und Strafe muss sein. Für Liebhaber des Exotischen käme auch der 15. September in Frage, denn dann ist in Nordkorea Tag des Handels, wobei man sich fragt, was dieser Handel wohl zu verkaufen hat.

Glücklicherweise ist der schwarze Freitag jetzt vorbei, und ich freue mich auf Weihnachten, das hoffentlich nicht schwarz wird. Ihnen wünsche ich entspannte Feiertage und ein gutes Jahr 2018 ohne schwarze Freitage. Und lassen Sie bitte am Heiligen Abend Ihren Laden zu. Das haben Sie und Ihre Mitarbeiter verdient!

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



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“