



## Die Trends der CES 2020

### Tagesaktuelle

### News aus der Welt der Consumer Electronics

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



Besuchen Sie

PoS-MAIL

im Internet!

www.pos-mail.de



Fotos: CES

# Alles ist Technologie

Wer sich gerne von großen Zahlen beeindrucken lässt, war auf der CES 2020 in Las Vegas gut aufgehoben. Die Consumer Technology Association (CTA), die den gewaltigen Technologie-Event am Anfang jedes Jahres veranstaltet, hat rund 20.000 Neuheiten gezählt, die von über 4.400 ausstellenden Unternehmen auf mehr als 270.000 Quadratmetern Fläche präsentiert wurden. Die Zahl der Vortragsveranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Seminare dürfte in die Hunderte gegangen sein, und auf denen standen mehr als 1.000 Referenten auf der Bühne. 175.000 Besucher (einschließlich

Standpersonal) sollen es am Ende gewesen sein, und die konnten tatsächlich manche Inspiration mit nach Hause nehmen. Die Messe war – wie immer – zwar ein ziemliches Durcheinander, das längst die Kapazität des Las Vegas Convention Center und des Sands Expo Centers gesprengt hat und sich auf drei oder vier zusätzliche Standorte verteilt. Das machte den Besuch nicht gerade weniger anstrengend, aber man konnte sich wenigstens immer auf dem Laufenden halten – z. B. durch mehr als 5.000 Tweets #CES in der Stunde. →

Abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter:

pos-mail@cat-verlag.de







## EDITORIAL

### Letzte Chance für Loewe?

Eigentlich hatte niemand mehr auch nur einen Pfifferling darauf gegeben, dass aus den Trümmern der großen deutschen Traditionsmarke Loewe nach der zweiten Insolvenz im vergangenen Jahr noch etwas werden konnte. Als aber die Kerzen an den Weihnachtsbäumen schon fast brannten, gab es aber eine überraschende Wende: Die in Bratislava beheimatete Skytec Group erhielt den Zuschlag für die Traditionsmarke Loewe, mietete einen großen Teil des ehemaligen Stammsitzes in Kronach an und begann zu Beginn des Jahres, ehemalige Mitarbeiter wieder anzustellen. Wenn es nach den neuen Eigentümern geht, soll aus Loewe kein Ramsch-Label werden. Vielmehr will die im Besitz der Familie Khabljev befindliche Skytec Group den Markenkern „Made in Germany“ erhalten und Premium-Produkte auf den Markt bringen.

Schon auf der IFA sollen die ersten Neuheiten zu sehen sein und zum Weihnachtsgeschäft dann die Kassen bei den Handelspartnern klingeln. Bis es soweit ist, will Loewe CEO Aslan Khabljev das aktuelle Produkt-Portfolio wieder in den Handel bringen und die Partner auch mit Ersatzteilen für die zuletzt verkauften Geräte versorgen.

Die Botschaft hört man wohl, und man will sie auch glauben, denn eine Wiedergeburt von Loewe wäre tatsächlich für viele Fachhändler ein wahrer Segen. Dass aber derzeit noch die Skepsis überwiegt, ist verständlich. Viele Loewe-Partner haben durch die zwei Pleiten richtig Geld verloren; die Ergebnisse von ElectronicPartner, über die wir in dieser Ausgabe berichten, sind z. B. nach Angaben der Kooperation von der letzten Insolvenz spürbar beeinträchtigt worden.

Die Skytec Group hat mit Skytec UMC jahrelang Sharp CE-Produkte in Europa vermarktet und viele davon in einer eigenen Fabrik in Polen produziert. Das ist endgültig vorbei, seitdem Sharp im Oktober vergangenen Jahres die restlichen Anteile an Skytec UMC erworben und dabei auch die Fabrik übernommen hat. Wie und wo Loewe Produkte in einer der Marke entsprechenden Qualität kurzfristig gefertigt werden sollen, ist eine der Fragen, welche die Familie Khabljev möglichst schnell beantworten sollte.

Trotz aller Bedenken: Angesichts des dramatischen Preisverfalls auf dem TV-Markt würde ein erfolgreiches Comeback von Loewe vielen Fachhändlern die Möglichkeit zu mehr Wertschöpfung bieten. Schon das ist Grund genug, der Unternehmerfamilie Khabljev bei ihrem kühnen Plan viel Erfolg zu wünschen.

*Thomas Blömer*  
Thomas Blömer



Die Samsung Tochter Star Labs zeigte auf der CES nicht, wie die Gerüchteküche zuvor behauptet hatte, einen künstlichen Menschen, sondern eine Art menschenähnlicher Avatare, die auf Bildschirmen erscheinen und sich überraschend menschlich verhalten können. Dazu erzeugt künstliche Intelligenz mit Hilfe von zahllosen Bildern echter Menschen den Eindruck natürlicher Bewegungen und Emotionen. Das Konzept befindet sich noch im Prototyp- oder Teststadium, weckt aber einige Fantasie, wie die Zukunft von Sprachassistenten – z. B. auch im Einzelhandel als Berater – aussehen könnte. (Foto: PoS-MAIL)

Gary Shapiro, der ebenso selbstbewusst wie charismatische Präsident und CEO der CTA, hat schon wiederholt betont, dass in diesen Zeiten jedes Unternehmen ein Technologie-Unternehmen sei. Das hat der CES nicht geschadet, denn sie hat seit 2010 nach eigenen Angaben um rund 2.000 Aussteller zugelegt. Die veränderte Welt zeigt sich auch an den Namen, die inzwischen im Programm für die Vortragsveranstaltungen stehen. Gaben sich hier früher vor allem die Top-Manager von Samsung, LG, Sony oder Panasonic die Klinke in die Hand, so gehören heute auch Daimler-Benz, Delta Airlines oder Unilever dazu und auch aufstrebende Trendsetter wie Impossible Foods, der mit seinen fleischlosen Bratklopsen in diesem Jahr an die Börse will.

Das vergangene Jahrzehnt, so Shapiro in seinem Ausblick auf die CES, sei geprägt gewesen von Wachstum und Wandel und das letzte Jahr zusätzlich von Donald Trumps Strafzöllen und seinem „Zwei Schritte vorwärts, ein Tweet rückwärts“ Ansatz.

Auf der CES 2020 konnte man durchaus einige Trends entdecken, wie es in den 20er Jahren weitergehen könnte. Nachdem das vergangene Jahrzehnt den Wechsel von 3G zu 4G, von Mobiltelefonen zu Smartphones und Apps und von der digitalen zur vernetzten Welt gebracht hat, dürften in den nächsten Jahren künstliche Intelligenz (KI), Robotics und 5G im Mittelpunkt stehen.

Und dabei ist 5G vielleicht der wichtigste Schlüssel, denn die faszinierenden Fähigkeiten neuer Technologien lassen sich nur auf der Basis von enormen Datenmengen realisieren, die in Echtzeit übertragen werden müssen. Das bedeutet nicht nur technische, sondern auch soziale und ethische Herausforderungen. Das Internet, wie wir es kennen, sei zu Ende, hieß es z. B. auf einer Presseveranstaltung des Konferenz-Organisa-

tors, Living in Digital Time. Denn es müsse mit Daten anders umgegangen werden als bisher, um die Sicherheit und Privatsphäre der Nutzer zu gewährleisten. Umgekehrt werden neue Anwendungen möglich: Das Wearable, das wichtige Gesundheitsdaten in Echtzeit an den Arzt überträgt, ist technisch eigentlich kein großes Problem mehr. Wer möchte, kann seinen eigenen Schlaf kontrollieren, den Nachwuchs von jedem Ort der Welt aus überwachen und seine persönlichen Fitness- oder Trainingsprogramme auf dem Niveau von professionellen Spitzen-Coaches weiterentwickeln.

## Viel Geld im Spiel

Weltweit wird immer mehr Geld für Technik-Produkte ausgegeben, allein in den USA werden das für das Jahr 2020 laut einer Prognose der CTA rund 422 Milliarden US-Dollar werden. Zu den Wachstums-Champions zählt der Verband drahtlose Audio-Komponenten (Lautsprecher + 14 Prozent, Kopfhörer + 31 Prozent) Gesundheitsprodukte (+ 16 Prozent), Software und Streaming-Dienste (+ 11 Prozent) und Smartphones (+ 3 Prozent). Für Smart Home Produkte werden die Amerikaner in diesem Jahr mit 4,3 Milliarden US-Dollar rund 4 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr; dafür sollen sie gut 35 Millionen Komponenten kaufen, die durchschnittlich 122 US-Dollar wert sind. Auch für das TV-Geschäft wird zumindest in den obo-



Keine CES ohne Kuriositäten: Das smarte WC des japanischen Unternehmens Toto arbeitet sehr leise und bietet außerordentlichen Komfort, den die Messebesucher auf dem Stand aber nicht testen wollten. (Foto: PoS-MAIL)



Der persönliche Favorit der PoS-MAIL Redaktion ist aus gegebenem Anlass die Capillus genannte Kappe, die sich nicht nur als kleidsame Kopfbedeckung eignet, sondern dabei auch das Haar wieder zum Wachsen bringen soll. Das funktioniert (so behauptet jedenfalls der Hersteller) mit Hilfe von Lasertechnologie. Je nach Leistung ist die Kopfbedeckung schon für 999 US-Dollar (410 Milliwatt) zu haben, kann aber bis zu 2.999 US-Dollar (1.360 Milliwatt) kosten. Wir haben noch keine erworben, sind aber gerne bereit, die Veröffentlichung von Anwenderberichten zu prüfen. (Foto: PoS-MAIL)



ren Kategorien Wachstum erwartet. 8K TVs sollen bereits 2020 für 1,6 Milliarden US-Dollar Umsatz sorgen; 2019 wurden dafür 192 Millionen US-Dollar ausgegeben.

## Die Intelligenz der Dinge

Ist 5G die Voraussetzung für schnelle Datenübertragung, so macht es künstliche Intelligenz erst möglich, die Datenmengen sinnvoll zu nutzen. Anwendungen gibt es inzwischen in praktisch jedem Sektor, von der Gesundheit, wo KI Systeme Diagnosen schneller und vielleicht auch sicherer stellen können als Menschen, über das autonome



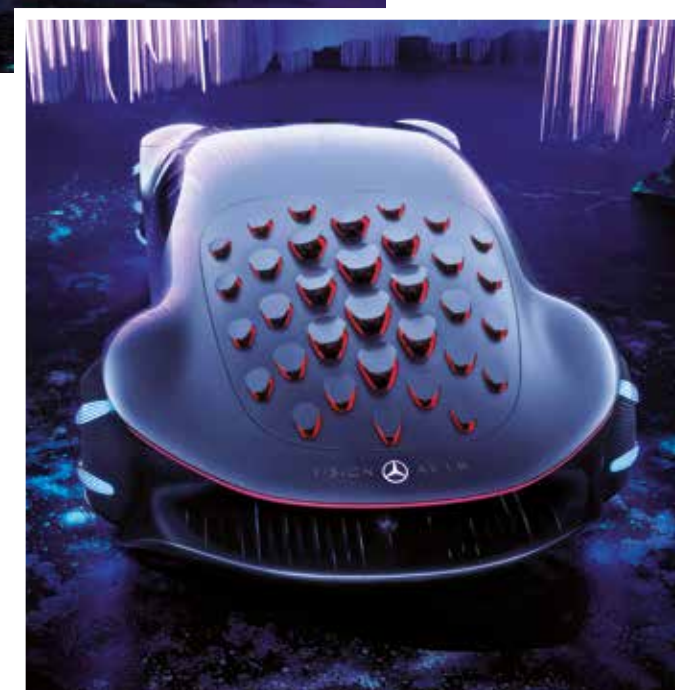
Entschuldigung für die nicht besonders gute Bildqualität. Es war sehr dunkel an der Stelle des TCL-Standes, wo der chinesische Hersteller einen revolutionär dünnen QLED-TV zeigte. Die seitliche Ansicht macht deutlich, dass dieses Gerät nicht sichtbar dicker ist als ein OLED-TV. (Foto: PoS-MAIL)



Das Mercedes Konzeptfahrzeug Vision AVTR bezieht einen Teil der benötigten Energie aus 33 multidirektional beweglichen Oberflächen-Elementen, die Solarstrom produzieren und damit eine neuartige, praktisch schadstofffreie Batterie speisen sollen. (Fotos: Mercedes-Benz)

Fahren bis zur Bildverbesserung von Fernsehgeräten, die selbst HD-Signale auf (nahezu) 8K-Qualität bringen können.

KI und 5G sollen in diesem Jahrzehnt auch das große Thema Mobilität treiben, und zwar nicht nur beim autonomen Fahren. Toyota zeigte auf seinem Stand die Vision einer smarten Stadt (Woven City), in der unterschiedliche Verkehrssysteme und smarte Technologien zusammenspielen. Ola Källenius, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG, präsentierte mit dem Vision AVTR, das gemeinsam mit dem Regisseur und dreifachem Oscar-Preisträger James Cameron (Titanic/Avatar) entwickelt wurde, ein Konzeptfahrzeug von Mercedes, das zwar keine herkömmlichen Türen hat, aber 33 multidirektional bewegliche Oberflächen-Elemente, die Solarstrom produzieren und damit eine revolutionäre Batterie auf der Basis organischer Zellchemie speisen, die ohne seltene Erden oder giftige Metalle funktionieren soll und zu 100 Prozent recyclingfähig ist. Damit soll das visionäre Vehikel rund 475 PS stark werden, und es soll nicht nur gut fahren, sondern auch den Puls, die Atemfrequenz und andere Gesundheitsdaten des oder der Insassen messen und mit seinem Fahrer und den Passagieren zu einem „symbiotischen Organismus“ verschmelzen.



Dagegen nimmt sich ein Prototyp wie der Vision S, den Sony gemeinsam mit Partnern konstruiert hat, schon geradezu konservativ aus.

Natürlich gab es in Las Vegas nicht nur Visionen, sondern auch konkrete Produkte, die der High-Tech-Fachhandel in den nächsten Monaten verkaufen kann. Darüber informieren wir Sie an vielen Stellen in dieser Ausgabe und in den kommenden Monaten.

# INHALT

ElectronicPartner meldet Umsatzminus für 2019  
**Schwieriges Geschäftsjahr** 4

**PoS-Aktuell**  
**Nachrichten und Neuheiten** 5, 17

Elektroindustrie meldet schwache Nachfrage  
**Stabile Entwicklung 2020** 6

telering setzt auch 2020 auf die Stärken des IQ-Fachhandels  
**Wissen, Können, Leidenschaft** 7



Neue UHD-Produktfamilie von Metz  
**Vielseitigkeit mit Calea** 8

DAB+, Internetradio und Network-Player  
**Der Mehrzweck-Streamer** 8

Skytec Group kauft die Traditionsmarke Loewe  
**Neustart in Kronach** 9

LG entwickelt KI-Technologien weiter  
**Intelligenz im Alltag** 10



Das neue OLED Flaggschiff von Panasonic  
**Noch mehr Hollywood** 11

TCL erweitert Sortiment in Europa  
**QLED-TVs und Hausgeräte** 12



Sony mit neuen 8K Full Array- und 4K OLED-TVs  
**Zeichen für Zukunft** 13

Samsung setzt auf Innovationen für Menschen  
**Fernsehen auf neue Art** 14



Erster Handstaubsauger von Roborock  
**Läuft leicht und lange** 16

Siemens Hausgeräte feiert 10 Jahre studioLine  
**Jubiläumsaktion für den Fachhandel** 16

Telekom investiert weiter in Partner  
**Führungskräfte entwickeln** 18

**Leserbrief** 19

**Wagners Welt** 19

**Impressum • PoS-MAIL @** 19



# ElectronicPartner meldet Umsatzminus für 2019

## Schwieriges Geschäftsjahr

ElectronicPartner hat für das Geschäftsjahr 2019 einen Zentralumsatz von 1,516 Milliarden Euro gemeldet. Das entspricht einem bereinigten Minus von 5,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In den Zahlen für Deutschland habe sich die negative Gesamtmarktentwicklung sowie die Insolvenz von Loewe, die nicht kompensiert werden konnte, niedergeschlagen, erklärte die Koopeation. Die europäischen Landesgesellschaften verbuchten dagegen ein bereinigtes Wachstum von 1,1 Prozent.



ElectronicPartner Vorstand Karl Trautmann: „Wir sind auch in Zukunft verlässliche Partner in einer spannenden Branche.“

Neben externen Faktoren hätten auch Maßnahmen zur eigenen Neuausrichtung zu den Ergebnissen beigetragen, erklärte Vorstand Karl Trautmann: „Wir haben wichtige Entscheidungen getroffen, um unsere Fachmarktlinie Medimax wieder auf die Erfolgsspur zu bringen.“



Die EP: Fachhändler schnitten auch 2019 deutlich besser ab als der Markt.

Dabei sind wir einen großen Schritt vorangekommen, auch wenn das mit einer Verringerung der Verkaufsfläche einherging. Die Qualitätsoffensive 2.0 hat sich derweil erneut als richtiger Weg für den EP: Fachhandel bewiesen, der sich wieder deutlich über Markt bewegt.“

### Licht und Schatten

Im vergangenen Jahr haben sich die Warenbereiche bei ElectronicPartner unterschiedlich entwickelt: Das TV-Geschäft verlief ebenso wie die Ergebnisse im Segment Multimedia unbefriedigend, physische Bild- und Tonträger verloren weiter stark an Bedeutung. Auch im Bereich Elektrogroßgeräte gab es ein leicht rückläufiges Ergebnis. Eindeutiger Gewinner unter den Warengruppen waren dagegen die Elektrokleingeräte, deren Umsatz deutlich zulegte, dicht gefolgt vom Mobilfunkgeschäft, das ebenfalls positiv verlief.

Für Medimax hat die Verbundgruppe die Weichen in Richtung Unternehmertum neu gestellt. Die angestrebte Umwandlung in eine reine Franchiseorganisation läuft planmäßig, erste Standorte konnten an neue und bestehende Franchisenehmer übergeben werden. Diesen Kurs will ElectronicPartner auch 2020 fortsetzen.

### EP: 8,3 Prozent über Markt

Die Marke EP: hat sich im abgeschlossenen Geschäftsjahr um 8,3 Prozent besser entwickelt als der Kanal Fachhandel insgesamt. Damit schreiben die Fachhändler der Verbundgruppe bereits im fünften Jahr ihre Erfolgsgeschichte fort.

Bemerkenswert sei diese Entwicklung besonders vor dem Hintergrund der Loewe Insolvenz und eines fehlenden Umsatzschubs, wie er 2018 durch die Umstellung auf DVBT-2 ausgelöst wurde, betonte Trautmann: „Diese Entwicklung und zahlreiche Serviceauszeichnungen sind eine eindeutige Bestätigung dafür, dass unser Konzept

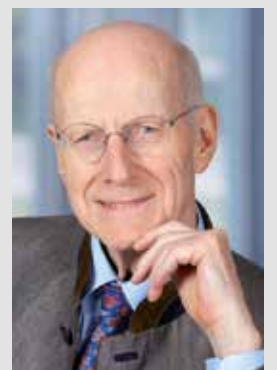
beste Erfolgschancen für den qualifizierten Elektrofachhandel bietet.“

Auch im Technologie-Netzwerk comTeam mit rund 800 Partnern gab es 2019 erneut eine positive Umsatzentwicklung. Dabei profitierten die Partnerunternehmen besonders von den allgemein steigenden Investitionen in das Thema Digitalisierung. Auch das Start-up Netzwerk growr wächst weiter und bringt immer mehr erfolgreiche Unternehmer mit innovativen Geschäftsideen hervor.

„Der technische Fortschritt und die Dynamik des Marktes stellen uns regelmäßig vor neue Herausforderungen“, erklärte Trautmann. „ElectronicPartner begegnet diesen stets offensiv, verantwortungsvoll und mit bewussten Entscheidungen. Daran halten wir fest und sind auch in Zukunft verlässliche Partner in einer spannenden Branche.“

### Hartmut Haubrich legt Verwaltungsratsmandat nieder

Zum Ende des Jahres 2019 hat eine lebende Legende den Verwaltungsrat der ElectronicPartner Handel SE verlassen. Nach 14 Jahren hat Hartmut Haubrich sein Amt als Vorsitzender niedergelegt und ist aus dem Gremium ausgeschieden. Sein Nachfolger ist Prof. Stefan Feuerstein, der dem Verwaltungsrat bereits seit 2011 angehört.



Hartmut Haubrich

Weitere Mitglieder des Verwaltungsrates sind Michael Haubrich (stellv. Vorsitzender), Rüdiger Haubrich und Dr. Christian Mielsch.

Seit 1970 hat Hartmut Haubrich zunächst als geschäftsführender Gesellschafter, später als Verwaltungsratsvorsitzender die Geschicke der ElectronicPartner Gruppe gelenkt, die er gemeinsam mit seinem Bruder Edgar gegründet hat. Als Vorsitzender des Verwaltungsrates und geschäftsführender Direktor der Haubrich Holding SE, der Muttergesellschaft der ElectronicPartner Handel SE, bleibt er dem Unternehmen weiterhin eng verbunden.



## Neuer Sales Director bei Magnat und Heco

Christian-A. Müller ist neuer Sales Director bei Magnat und Heco und für alle Vertriebstätigkeiten der beiden Marken zuständig. Der 53jährige war bislang u. a. von 2008 bis 2014 General Manager bei Harman Deutschland und danach als Director of Sales beim dänischen Hersteller Libratone.



Christian-A. Müller

„Wir freuen uns sehr, Christian-A. Müller als unseren neuen Sales Director an Bord willkommen zu heißen“, so Shandro Fischer, Director of Product Development & Marketing und Prokurist. „Seine herausragende Kompetenz und Erfahrung auf allen Gebieten von Vertrieb und Handel sind ein echter Zugewinn für unsere Firmengruppe.“

## Neuer Leiter Vertrieb & Marketing bei Thorens

Jürgen Wolters übernimmt ab sofort bei Thorens die Funktion des Leiters Vertrieb & Marketing. Nach seiner langjährigen Tätigkeit bei Dynaudio war Wolters zuletzt Betriebs- und Vertriebsleiter bei ATR-Audio Trade.



Jürgen Wolters

„Nach der Neuausrichtung im Jahr 2018 und dem damit verbundenen qualitativen Wachstum, ist dies ein weiterer Schritt, den gestiegenen Ansprüchen unserer Kunden gerecht zu werden“, so Inhaber Gunter Kürten. Die regionale Betreuung der Händler durch die Handelsvertretungen Tholen e.K. und Simpro GmbH bleiben davon unberührt und arbeiten Hand in Hand mit der neu geschaffenen Position des Vertriebs- und Marketingleiters, heißt es in einer Pressemitteilung.

## Neuer Sales Leader Philips Personal Health DACH

Seit dem 2. Januar 2020 zeichnet Lars Biederbick in der Funktion als Sales Leader Personal Health bei Philips DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) verantwortlich. Er ist Nachfolger von Holger Kretschmer, der mit Wirkung zum selben Zeitpunkt innerhalb von Philips die internationale Position des Head of international Accounts übernommen hat.



Lars Biederbick

Biederbick verfügt über eine 16-jährige Erfahrung im Bereich Sales; der Fokus seiner Arbeit lag bisher hauptsächlich auf dem Lebensmitteleinzelhandel. Nach einer Station beim britischen Pharmaunternehmen GlaxoSmithKline im Bereich Consumer Care wechselte er 2009 zum Konsumgüterkonzern Unilever in Hamburg und arbeitete dort für Marken wie Axe, Langnese oder Knorr. Dort war Biederbick als Customer Director für Key-Kunden über alle Kategorien hinweg verantwortlich. Nach seiner letzten Station als Geschäftsführer bei Upfield Deutschland, einer ehemaligen Sparte von Unilever, ist der gebürtige Niedersachse nun seit Anfang dieses Jahres bei Philips DACH als Sales Leader Personal Health für die Geschäftsplanung- und Steuerung mit Key-Kunden zuständig, sowohl online als auch offline. In seiner Rolle berichtet Biederbick an Marlies Gebetsberger, Market Leader Philips Personal Health DACH. „Gemeinsam mit meinem Team möchte ich an die erfolgreiche Arbeit meines Vorgängers anknüpfen und den Bereich Sales weiter kontinuierlich an die Marktbedingungen anpassen, um so auch zukünftig einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Gesundheit der Menschen durch innovative Produkte und

## Philips prüft Abspaltung des Geschäftsbereiches Domestic Appliances

Der auf Gesundheitstechnologien spezialisierte Konzern Royal Philips hat bekanntgegeben, für sein Hausgeräte-Geschäft Optionen für neue Eigentumsverhältnisse zu prüfen. Dazu soll der Geschäftsbereich Domestic Appliances in eine eigenständige Rechtsform innerhalb der Philips Gruppe überführt werden. Philips erwartet, den Prozess in 12 bis 18 Monaten abzuschließen.

Der Geschäftsbereich Domestic Appliances erzielte 2019 in den Bereichen Kitchen Appliances, Coffee, Garment Care und Home Care einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro und ist damit nach Angaben von Philips der weltweite Marktführer in diesen Segmenten. Zum Portfolio gehören u. a. der Airfryer XXL, der Kaffeefullautomat LatteGo, die Dampfbügelstation Perfect Care Elite, verschiedene Luftreiniger und der Akkusauger SpeedPro Max Aqua.

Ziel von Philips sei es, die Gesundheit der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden Produkten und Lösungen in allen Phasen des Gesundheitskontinuums zu begleiten, erklärte Philips. Das betreffe das gesunde Leben ebenso wie die Prävention, Diagnostik, Therapie und die häusliche Pflege. Nach eigenen Angaben ist das Unternehmen führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Der Konzern beschäftigt etwa 80.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2019 einen Umsatz von 19,5 Milliarden Euro.

Lösungen leisten zu können“, so Biederbick. Kretschmer, der seine Karriere bei Philips vor rund 20 Jahren begann, berichtet in seiner neuen Position als Head of international Accounts an John Smith, Head of BD PH International Markets.

## Oliver Kastalio neuer CEO der WMF Group

Der Aufsichtsrat der WMF Group hat Oliver Kastalio zum Vorsitzenden der Geschäftsführung (CEO) der WMF Group GmbH berufen. Der Manager, der die neue Position zum 2. Januar 2020 übernommen hat, folgt Dr. Volker Lixfeld, der nach 19 Jahren bei der Groupe SEB das Unternehmen verlassen und in den Ruhestand getreten ist.



Oliver Kastalio

Kastalio wird seinen Sitz in Geislingen an der Steige haben und direkt an Thierry de La Tour d'Artaise, CEO und Chairman der Groupe SEB, berichten. Lixfeld kam 2001 als Generaldirektor für Nordeuropa zur Groupe SEB und weitete 2005 seinen Verantwortungsbereich auf weitere Länder in Europa aus. Von September 2010 bis Oktober 2015 war er Geschäftsführer für Nordamerika. Seit Dezember 2016 hält er die Position des Vorsitzenden der Geschäftsführung der WMF Group.

Oliver Kastalio hat einen großen Teil seiner beruflichen Laufbahn bei Procter & Gamble verbracht, bevor er 2005 die Leitung des in Genf ansässigen Geschäftsbereiches Global Prestige Products übernahm. 2010 wechselte er als CEO zur Rodenstock-Gruppe in München, wo er bis 2019 tätig war.

## Bidlingmaier übernimmt vorläufig Geschäftsführung der Bauknecht AG Schweiz



Christoph Bidlingmaier

Sandy Oppliger, Geschäftsführerin der Bauknecht AG Schweiz, hat das Unternehmen zum Jahresende 2019 verlassen. Nach zwei Jahren in der DACH Organisation hat sie sich entschlossen, ihr Wissen, ihre Energie und Kompetenzen anderweitig einzusetzen, heißt es in einer Pressemitteilung. Bis auf Weiteres wird Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH DACH, ihre Tätigkeitsbereiche

übernehmen. Oppliger wechselte 2018 zu Whirlpool, wo sie zunächst die Position Sales Leader in der Schweiz verantwortete. Seit dem 1. August 2018 war sie Geschäftsführerin der Bauknecht AG Schweiz. 2018 wurde Oppliger außerdem von der Schweizer Zeitschrift „Woman in Business“ zur „Woman of the Year 2018“ gewählt.

„Ich möchte mich bei Sandy für die sehr professionelle und immer gute Zusammenarbeit herzlich bedanken. Ich wünsche ihr für ihre berufliche und private Zukunft nur das Beste“, sagte Jens-Christoph Bidlingmaier.

## Smart Home DACH wird zu avidsen

Das international agierende Unternehmen SmartHome France, das im deutschsprachigen Raum auch unter der Bezeichnung SmartHome DACH aktiv ist, hat die offizielle Umbenennung in avidsen bekanntgegeben. Durch die neue Namensgebung, die seit Anfang des Jahres gilt, strebt die Firmengruppe eine klarere Marktpositionierung und eine bessere Wiedererkennbarkeit an. Die Firmenwerte wie Nähe zu den Kunden, Qualität, Vertrauen

und Umweltverantwortung sollen so kontinuierlich und dauerhaft vermittelt werden, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Die Unternehmensgruppe SmartHome France ist im Jahr 2018 aus der Fusion der Unternehmen avidsen, Extel und Misonic hervorgegangen und unterhält europaweit mehrere Niederlassungen. Die deutsche Dependence ist in Düsseldorf ansässig. Neben zahlreichen Eigenprodukten im Bereich Hausautomation und Smart Home entwickelt und vertreibt avidsen Smart Home-Produktlinien wie „Welcome Eye und Welcome Bell“ für Philips und „At Home“ Thomson in Lizenz.

Der Name avidsen, unter dem die Unternehmensgruppe nun gemeinschaftlich auftritt, steht für Lösungen im vernetzten Zuhause, ist international bekannt und verfügt auf dem Markt für Zutrittsmanagement, Sicherheit, Hausschutz, Energieeinsparung und Hausautomation über einen guten Ruf. Unter dem neuen Firmennamen will das Unternehmen Bekanntheit und Attraktivität gewinnen, um seine internationale Entwicklung voranzutreiben.

avidsen hat sich in diesem Zusammenhang ausdrücklich verpflichtet, die Umweltauswirkungen seiner Aktivitäten und Produkte zu reduzieren, wo immer das möglich ist. Dafür hat das Unternehmen bereits Maßnahmen ergriffen und entwirft heute bereits verbrauchsarme Produkte. In diesem Zusammenhang wurden auch bereits erste Produkte vorgestellt, deren Energieversorgung anstelle von Batterien auf Kinetik basiert und die aus recyceltem Kunststoff sowie Naturmaterialien wie Bambus hergestellt werden.



# Elektroindustrie meldet schwache Nachfrage

## Stabile Entwicklung 2020

**Die deutsche Elektroindustrie konnte 2019 nur bei den Exporten ein Wachstum verzeichnen. Das gab der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V. (ZVEI) bekannt. Produktion, Umsatz und Auftragseingang hingegen mussten Rückgänge hinnehmen. Als große Themen für dieses Jahr hat der Verband die Datenökonomie im Rahmen der Digitalisierung und die Nachhaltigkeit für den Klimaschutz identifiziert.**

„Die deutsche Elektroindustrie ist stark in die globalen Wertschöpfungsprozesse eingebunden“, erklärte ZVEI-Präsident Michael Ziesemer die Lage. „Die gleichzeitige weltweite Schwäche von Handel, Investitionen und Industrieproduktion im vergangenen Jahr hat die Branche getroffen.“ Das lässt sich aus den Zahlen leicht ablesen: So fiel die preisbereinigte Produktion in der Elektrobranche von Januar bis November 2019 um 4,2 Prozent geringer aus als im Jahr zuvor; der Umsatz gab um 1,2 Prozent auf 175,6 Milliarden Euro nach und dürfte im Gesamtjahr bei 191 Milliarden Euro gelegen haben. Für 2020 erwartet der ZVEI bei der Produktion im besten Fall eine stabile Entwicklung.

Trotz der konjunkturellen Abschwächung ist die Zahl der Beschäftigten in der deutschen Elektroindustrie nahezu



Mit den „Leitlinien der deutschen Elektroindustrie zum verantwortungsvollen Umgang mit Daten und Plattformen“ hat der ZVEI einen Diskussionsvorschlag zum Thema Datennutzung vorgelegt.

gleich geblieben und liegt aktuell bei 888.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

### Vorschlag zur Datennutzung

Angesichts der überwältigenden Menge von Daten, die täglich anfällt, fordert der ZVEI klare Regeln für die Daten- und Plattformökonomie. Sie sollten vor allem das gesellschaftliche Vertrauen sicherstellen, das eine notwendige Voraussetzung für eine erfolgreiche Datenwirtschaft sei, betonte Ziesemer: „Personenbezogene Daten sind besonders schützenswert. Dennoch ist

es wichtig, dass sie in anonymisierter Form zur Verfügung stehen, wenn sie gesamtgesellschaftlichen Nutzen stiften können.“ Ein Beispiel dafür sei der Gesundheitssektor.

Der ZVEI fordert eine intensive Auseinandersetzung über die künftige Datennutzung in Deutschland und Europa und hat dafür mit den „Leitlinien der deutschen Elektroindustrie zum verantwortungsvollen Umgang mit Daten und Plattformen“ einen Diskussionsvorschlag vorgelegt. Wichtig sei, vorhandene Daten künftig besser für industrielle Innovationen und neue Geschäftsmodelle nutzen zu können. „Die Datenökonomie ist eine Chance, insbesondere die Industrie in Europa im internationalen Wettbewerb zu stärken“, sagte der ZVEI-Präsident. „Die EU-Kommission muss den digitalen Binnenmarkt jetzt vollenden: Er ist der Schlüssel zur technologischen Souveränität unseres Kontinents.“

### Mehr Klimaschutz

Die Klimaziele der Bundesregierung werden vom ZVEI unterstützt, der technologische Innovationen als unverzichtbar für einen effektiven Klimaschutz ansieht. „Gerade die Elektroindustrie hält schon heute zentrale Lösungen bereit – und zwar für alle relevanten Sektoren Verkehr, Gebäude, Energie und Industrie“, erklärte Wolfgang Weber, seit 1. Januar 2020 als neuer Vorsitzender der ZVEI-Geschäftsführung amtiert. „Die Elektrifizierung ist dabei ein wichtiger Hebel für weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.“ Strom müsse deshalb der wichtigste Energieträger werden, die flächendeckende adäquate Bepreisung des Treibhausgases CO<sub>2</sub> sei richtig.

„Ziel muss sein, dass CO<sub>2</sub>-Emissionen teurer und sauberer Strom billiger werden – nur so entstehen Anreize, von fossilen Energien auf Erneuerbare umzustellen.“ Dazu müsse das gesamte System aus Energieumlagen, -abgaben und -steuern auf den Prüfstand, forderte Weber: „Die Energiewende muss als System gesteuert werden, bei dem die Vielzahl von Einzelmaßnahmen endlich aufeinander abgestimmt sind. Und zwar am besten gleich auf europäischer Ebene.“

### Absatz von Ultra HD-Fernsehern wächst

Ultra HD-Fernseher haben 2019 ihren Anteil am TV-Gesamtmarkt laut GfK Retail & Technology auf fast 65 Prozent gesteigert und dabei im vierten Quartal 2019 sogar über 70 Prozent erreicht – Tendenz weiter steigend. Das gab die Deutsche TV-Plattform bekannt. Für 2020 rechnet die Organisation deshalb damit, dass drei von vier verkauften Fernsehern Ultra HD-Geräte sein werden. Insgesamt wurden in Deutschland 2019 rund 4,2 Mio. UHD-Displays verkauft (plus 12 Prozent gegenüber 2018) und seit 2014 kumuliert rund 14 Mio. Stück abgesetzt.

Der Trend zu größeren Fernsehern hielt auch 2019 weiter an. Am beliebtesten waren 55-Zoll-Flachbildschirme mit knapp 1,5 Mio. verkauften Geräten. Den stärksten Zuwachs verzeichnete die Klasse der 65-Zoll-Bildschirme mit einem Plus von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

„Schon heute sind sehr viele Zuschauer technisch in der Lage, das steigende Angebot von erstklassigen UHD-Inhalten wie z. B. Formel 1, Live-Fußball, Shows, Serien und Dokumentation zu genießen“, erklärte Andre Prah, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. „Insbesondere mit HDR liefert UHD im Vergleich zu HD eine deutlich bessere Bildqualität. Das ist aber noch längst nicht bei allen Zuschauern angekommen, deswegen haben wir das Infoportal uhdr.de gestartet. Auch in der Arbeitsgruppe Ultra HD werden wir die Markteinführung weiter intensiv begleiten.“



ZVEI-Präsident Michael Ziesemer: „Die gleichzeitige weltweite Schwäche von Handel, Investitionen und Industrieproduktion im vergangenen Jahr hat die Branche getroffen.“



# teling setzt auch 2020 auf die Stärken des IQ-Fachhandels

## Wissen, Können, Leidenschaft

Mit umfassenden Marketing-Aktivitäten will teling den Kunden auch 2020 deutlich machen, dass der Fachhandel so leistungsstark ist wie nie. Dafür finden die 2.000 IQ-Fachhändler im teling-Marketing-Magazin auf 24 Seiten zahlreiche Ideen und Werbemittel unter dem Motto Wissen, Können, Leidenschaft. Neben der Ankündigung verschiedener Prospekt- und Imageaktionen gibt es Hilfen für die Gestaltung und Aktualisierung von Internetseiten, Unterstützung bei Aktivitäten in sozialen Netzwerken und bei Google-My-Business. Zudem werden Ladenbau- und Fassadensysteme präsentiert.



Das 24-seitige teling-Marketing-Magazin enthält wieder zahlreiche Ideen und Angebote für wirksame Werbeaktionen.

Als Qualitätsbotschafter ist wieder der sympathische Professor IQ im Einsatz, der mit frechen Sprüchen die Werbetrommel für die Fachhändler rührt. Mit seiner humorvollen Art und seinem besonderen Charme kommt er bei den Kunden gut an und gibt dem IQ-Fachhandel ein prägnantes Gesicht.

teling-Geschäftsführer Franz Schnur ist überzeugt, mit dem neuen Marketing-Konzept den Nerv der Zeit zu treffen. Denn er hat festgesellt, dass bei den Verbrauchern gerade ein Umdenken stattfindet, das sich z. B. in schwindendem Vertrauen zum Internetriesen Amazon

zeigt. „Ob es nun die unwürdigen Arbeitsbedingungen in den Amazon-Lagern sind, die miserabel entlohnten Paketzusteller, der exorbitante Anstieg des Verbrauchs von Pappe und Papier oder die Verödung von Innenstädten und Dörfern – die negativen Folgen des Internethandels werden den Menschen immer deutlicher bewusst“, betonte Schnur. „Nun gilt es, darauf aufmerksam zu machen, dass es eine leistungs- und servicestarke Alternative zum Online-Handel gibt. Die IQ-Fachhändler, die sich anhand des teling-Marketing-Magazins ihren maßgeschneiderten Werbeplan erstellen, werden von den Verbrauchern in ihrem Umfeld mit Sicherheit nicht übersehen werden.“

### Zahlreiche Prospektaktionen

Wie bei teling üblich, sind die Mitglieder bei der Sortimentsgestaltung und Dienstleistungsauswahl frei. Deshalb setzen die Mainzer seit Jahren auf ein Baukastensystem, um auch für individuelle Bedürfnisse stimmige Werbemittelpakete anbieten zu können. Kernstück der Aktionen ist jeweils ein gedruckter Prospekt, der in der gewünschten Auflage geliefert wird und zeitgleich als digitaler Blätterkatalog auf der IQ-Homepage erscheint. Ergänzt wird er durch passende Anzeigen- und Mailingvorlagen, ein Produktposter sowie einen Post von Professor IQ, den die IQ-Fachhändler auf ihrer Facebook-Seite teilen können. Darüber hinaus arbeitet die teling mit einem Dienstleister zusammen, der für die Mitglieder auch individuelle Auftritte, beispielsweise für einen „Tag der offenen Tür“ oder eine besondere Dienstleistung, im Corporate Design der Kooperation erstellt.

Für dieses Jahr sind zusätzlich drei Imageaktionen geplant, über die zu gegebener Zeit informiert werden soll.

### Digital gut aufgestellt

Nach wie vor unterstützt teling die IQ-Fachhändler engagiert bei der Gestaltung ihrer Präsenzen im Internet. Dank des einfach zu handhabenden MarkenKliq-Homepage-Generators haben mittlerweile fast alle Mitglieder ihre eigene Internetseite, die individuell an das jeweilige Sortiment und die angebotenen Dienstleistungen angepasst ist. Vor allem der Produktbereich mit dem Sortiment des IQ-Fachhändlers komme sehr gut an, berichtete Schnur: „Die IQ-Fachhändler haben keinen Aufwand damit, denn die Datenbank wird von der Zentrale gepflegt und ist so stets aktuell. Zudem können die Kunden über ein integriertes Online-Formular mit dem IQ-Fachhändler ganz einfach persönlich in Kontakt treten.“

Damit die IQ-Fachhändler auch gefunden werden, bietet die Kooperation auch Unterstützung bei der Erstellung von Google-My-Business-Einträgen an. Denn rund 95 Prozent aller Suchanfragen im Internet laufen über Google. „Deshalb ist es für unsere IQ-Fachhändler



teling-Geschäftsführer Franz Schnur ist überzeugt, mit dem neuen Marketing-Konzept den Nerv der Zeit zu treffen.

unverzichtbar, sowohl über die Google-Suche als auch über Google Maps gefunden zu werden“, betonte Schnur. Ähnliches gelte auch für soziale Netzwerke, fügt er teling-Geschäftsführer. „Für unsere IQ-Fachhändler, die bei Facebook aktiv sind, bieten wir deshalb regelmäßig fachhändlerspezifische Inhalte zum Teilen an. Dazu gehören humorvolle Posts von Professor IQ zu Produkt- und Servicethemen, aber auch redaktionelle Artikel auf unserer Beratungsplattform Kliq.de. Was zum jeweiligen Produkt- und Servicespektrum passt, kann von den IQ-Fachhändlern ganz einfach geteilt werden.“

### Kundenerlebnisse am PoS

Wenn das Interesse der Verbraucher geweckt ist, sollen deren Erwartungen in den Geschäften vor Ort nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen werden. Dafür bietet teling den Fachhändlern ein attraktives Fassadensystem an und hält auch für die Ladenräume ein modulares System im IQ-Look bereit. Es lässt sich gut an die Architektur und das Sortiment des jeweiligen Standorts anpassen und erlaubt es auch, ohne viel Aufwand umzugruppieren, um z. B. Themenwelten rund um Kaffee, Staubsauger, HiFi oder Heimkino zu inszenieren. Bereits Anfang Mai werden die teling-Mitglieder zur Jahreshauptveranstaltung 2020 in Berlin zusammenkommen, um sich mit dem Management, den Industriepartnern und untereinander auszutauschen und vom umfangreichen Programm inspirieren zu lassen.



# Neue UHD-Produktfamilie von Metz

## Vielseitigkeit mit Calea

**Metz startet mit der Vorstellung einer neuen TV-Serie in das Jahr 2020. Die UHD-Geräte mit dem Namen Calea kombinieren effiziente Bildverarbeitung und ausgereifte Prozesstechnik mit zeitlosem Design in neuer Farbgebung. Sie sind in den Größen 49 und 43 Zoll erhältlich.**

Die neuen Geräte bieten vielseitige Funktionen und ergänzen so das Metz Classic Angebot des fränkischen Premium-TV-Herstellers. Das Ultra-High-Definition-Panel des Metz Calea TY62 UHD twin arbeitet mit Direct-LED 400Hz MetzVision-Bildtechnologie. Damit entstehen detail- und kontrastreiche Fernsehbilder, die auch schnelle Bewegungen flüssig darstellen. Das Local-Area-Dimming verbessert zusätzlich die Wiedergabe in hellen und dunklen Bildpartien und sorgt dabei auch noch für mehr Energieeffizienz.

Für guten Klang sorgt auch bei den Calea-TVs die

bewährte MetzSoundPro-Technologie mit gekapseltem 2-Wege-System und Bassreflex-Kanal. Die mit grauem Akustikvlies bezogene Soundbar unter dem Bildschirm erzeugt mit sechs nach vorne abstrahlenden Lautsprechern und dem von Metz entwickelten Soundprocessing differenzierte Klänge mit klaren Höhen und satten Tiefen; zudem verleiht sie dem Fernseher einen edlen und zeitlosen Look, der durch den hochwertigen drehbaren Tischfuß aus Metall und Glas gut ergänzt wird.

### Viele Features

Zahlreiche Anschlussmöglichkeiten machen den Calea zu einem vollwertigen Mitglied des heimischen Entertainment-Systems. Drei HDMI-Anschlüssen (davon einer mit ARC), zwei USB-Buchsen und Cinch erlauben den



Das Akustikvlies der integrierten Soundbar in edlem Graphitgrau setzt einen dezenten optischen Akzent, der die Eleganz der Calea Geräte unterstreicht.

Betrieb zahlreicher Zuspieler und Peripheriegeräte. Das intuitive Metz Bedienkonzept lässt sich den individuellen Vorlieben anpassen und macht die Nutzung von Komfortfunktionen wie USB-Recording oder zeitversetztes Fernsehen einfach. WLAN, der Zugriff auf Online-Angebote sowie ein Twin-Multi-Tuner (2x DVB-C/T2/S2), der den Fernseher für alle aktuellen Empfangstechniken rüstet, runden die Ausstattung ab.

Der Calea 49 TY62 UHD twin (Energieeffizienzklasse A) soll 1.399 Euro (UVP) kosten, der Calea 43 TY62 UHD twin (Energieeffizienzklasse B) 1.199 Euro (UVP).

# DAB+, Internetradio und Network-Player

## Der Mehrzweck-Streamer

**Eine interessante Neuheit von Sangean kombiniert zeitgemäße Radionutzung und Musik-Streaming im Heimnetz in einem Gerät. So kann man mit dem Fusion 600 (WFT-3) über UKW, DAB+ und das Internet zahlreiche Stationen linear hören, aber auch Musikdateien über drahtlose und drahtgebundene Netzwerke streamen.**

Das Fusion 600 unterstützt Spotify Connect und liefert dank seiner Webradio-Funktion Zugriff auf über 15.000 Webradio-Stationen weltweit sowie 200.000 informative Podcasts. Noch mehr Radio stellen die integrierten UKW- und DAB+ Tuner bereit. Damit ist das Fusion 600 zukunftssicher für den Empfang terrestrischer Signale ausgestattet. Je fünf Speicherplätze für DAB+, UKW und Webradio ermöglichen den schnellen Zugriff auf die Wunschsender.

Für den Zugriff auf die private Musiksammlung im Heimnetzwerk unterstützt das Fusion 600 alle Geräte mit UPnP/DLNA. So lassen sich Computer und andere Datenträger leicht ansteuern, um Dateien via WiFi oder LAN nahtlos zu streamen. Schnellen Zugriff auf Audio-Dateien bietet auch der integrierte USB-Steckplatz, der die Zahl der nutz-

baren Audioquellen erweitert. Über die Undok-App (iOS, Android) lässt sich der Streamer einfach konfigurieren.

Das 3,2 Zoll TFT-Farbdisplay des Gerätes zeigt Slideshows (DAB+), Album-Cover und die Logos von Webradio-Stationen ebenso an wie die aktuelle Uhrzeit (NTP) und erforderliche Service-Daten. Zudem ermöglicht es die leichte Navigation durch das übersichtlich angelegte Menü.

### Gute Ausstattung

Neben diesen Features bieten sinnvolle Zusatzausstattungen weitere Verkaufsargumente. So lässt sich der gewünschte Klang über sieben Presets abrufen, zwei Alarm-Timer wecken den Nutzer mit DAB+, UKW, Internetradio oder einem Buzzer. Ein Sleep-Timer sowie eine Snooze-Funktion komplettieren die Weckfunktion. Über eine Infrarot-Fernbedienung kann das Fusion 600 bequem vom Sofa oder Bett aus gesteuert werden.

Als digitaler Anschluss steht SPDIF (koaxial, optisch) zur Verfügung, dazu gibt es einen Line-out und einen



Das Fusion 600 von Sangean kann zahlreiche terrestrische und IP-basierte Sender empfangen sowie Musikdateien über das Netzwerk streamen.

Kopfhöreranschluss. RJ-45 und USB A zum Aufladen von Mobilgeräten machen die Schnittstellen komplett. „Das Fusion 600 / WFT-3 lässt sich optimal in das heimische AV-Setting integrieren und kann durch die Streaming-Funktion die eigene Musiksammlung spielend leicht im ganzen Haus verbreiten“, so Maurice Wijnands, Produkt Manager bei Sangean. „Und Radiofreunde können auf die einzigartige Vielfalt von terrestrischen und IP-basierten Radiostationen zurückgreifen.“

Das Sangean Fusion 600 (WFT-3) ist ab sofort für 399 Euro (UVP) erhältlich.



# Skytec Group kauft die Traditionsmarke Loewe

## Neustart in Kronach

**Die in Bratislava beheimatete Skytec Group hat kurz vor Weihnachten 2019 den Zuschlag für die Übernahme der Traditionsmarke Loewe erhalten.**

**Mit einem diversifizierten Portfolio und dem Erhalt des Markenkerns „Made in Germany“ wollen die neuen Eigentümer die Marke international im Premiumsegment positionieren und auf die Bedürfnisse einer designorientierten, jungen und zunehmend mobilen Zielgruppe zuschneiden. Dafür hat sich das neue Management mit der Stadt Kronach über die Anmietung von rund 25.000 Quadratmetern am traditionsreichen Stammsitz in der Industriestraße geeinigt; zugleich werden die ersten 45 Mitarbeiter eingestellt.**



*Aslan Khabliev, CEO der inzwischen neu gegründeten Loewe Technology GmbH, will Loewe wieder als internationale Premiummarke für anspruchsvolle Unterhaltungselektronik positionieren.*

Ein Team aus zunächst neun erfahrenen Vertriebskräften soll schon im Februar mit der Betreuung bestehender und dem Aufbau neuer Handelspartnerschaften beginnen. Für den Neustart bekommen Loewe und die neuen Eigentümer nach eigenen Angaben umfangreiche Unterstützung von Lieferanten und Technologiepartnern wie LG Display sowie anderen Herstellern von Panels und Schlüsselkomponenten. Das ist eine wichtige Voraussetzung dafür, das bekannte Loewe-Portfolio weitgehend wieder verfügbar zu machen. Dabei streben die neuen Eigentümer die bewährte und vielfach ausgezeichnete Produktqualität an, die bereits in der Vergangenheit einen wesentlichen Teil der Markenreputation von Loewe ausgemacht hat.

„Wir haben nach der Übernahme von Loewe sehr schnell den Kontakt zu den Lieferanten und Industriepartnern gesucht und dabei extrem positives Feedback und umfassende Unterstützung für unsere Pläne erfahren“, fasste Vladislav Khabliev, CEO von Skytec, die Ereignisse der letzten Wochen zusammen.

Diese Unterstützung schließt auch den chinesischen Konzern Hisense ein, der ebenfalls um die Übernahme von Loewe geboten hatte. Dies wurde von Aslan Khabliev, CEO der inzwischen neu gegründeten Loewe Technology GmbH, nach einem Treffen mit der Führungsriege von Hisense auf der CES in Las Vegas bestätigt. Demnach soll die seit 2013 bestehende Technologiepartnerschaft zwischen beiden Unternehmen bestehen bleiben und sogar weiter ausgebaut werden.

### Neuheiten auf der IFA

Erste neue Fernseh- und Audioprojekte von Loewe sollen bereits auf IFA 2020 präsentiert werden und zum Weihnachtsquartal 2020 in den Handel kommen. Zudem will Khabliev an die Geschichte des Unternehmens als Branchen- und Innovationsführer anknüpfen und neue Technologien entwickeln. Die Handelspartner können auf der IFA zudem den Start einer neuen Plattform für Loewe After Sales- und Support-Leistungen erwarten, die auch zügig in weitere europäische Länder ausgerollt werden soll.

Für 2021 ist dann der Start der neuen Produktkategorie Smartphones im Rahmen des Mobile World Congresses sowie die Einführung von Produkten im Bereich der Weißwaren geplant.

„Wir möchten zügig in die Entwicklung neuer Produkte am traditionsreichen Standort in Kronach einsteigen“, versprach Aslan Khabliev. „Bis diese marktreif sind, werden wir das aktuelle Portfolio im TV-Segment und in anderen Bereichen weitgehend weiterführen. Für den Handel bedeutet das Planungssicherheit. Aber auch Endkunden können sich weiter auf die Marke Loewe verlassen, da die Versorgung mit Ersatzteilen garantiert ist. Unser Ziel ist es, Loewe als internationale Premiummarke für anspruchsvolle Unterhaltungselektronik neu zu positionieren. Bis es soweit ist, können wir nun gegenüber

dem Handel und auch unseren Endkunden und Fans der Marke Kontinuität bei gewohnt hoher Produktqualität zusichern. Dies ist auch ein starkes Signal an unsere Partner im Handel, die in Zukunft weiter auf Loewe vertrauen können, wenn es um stilvolles Entertainment und ikonisches Design ‚Engineered in Germany‘ geht.“

# LOEWE.

Mit seinem Bekenntnis zum Erhalt des Standorts Kronach hat Skytec das Versprechen abgegeben, ein Zentrum für Forschung und Entwicklung zu etablieren und den Technologiestandort Bayern zu fördern. Dabei setzt Aslan Khabliev auch auf eine gute Zusammenarbeit mit der Bayerischen Staatsregierung und will den politischen Mandatsträgern aus der Region die Hand reichen: „Wir verfügen über umfangreiche Erfahrung in der Neupositionierung und Führung von Lizenzmarken wie Blaupunkt oder Sharp und bieten Loewe ideale Voraussetzungen für eine neue Erfolgsgeschichte“, erklärte der Unternehmer. „Zugleich ist dieses Kapitel auch eine Herausforderung für unser Unternehmen, da wir erstmals die Firma komplett übernehmen, anstatt eine Marke zu lizenzieren. Loewe wird Teil unseres Familienunternehmens und erhält als unsere eigene Marke die volle Aufmerksamkeit und all unsere Ressourcen. Das bedeutet für uns, eine auf langfristiges Engagement, kluge Investitionen und internationale Nachhaltigkeit angelegte Geschäftsstrategie zu entwickeln und umzusetzen.“

### Sharp übernimmt UMC komplett

Sharp, einer der weltweit führenden Elektronik-Hersteller, hat Skytec UMC zu einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft gemacht. Zuvor war das japanische Unternehmen mit 56,7 Prozent an seinem europäischen Partner beteiligt.

Im Januar 2015 hatte Sharp zunächst die Lizenzrechte für das europäische TV-Geschäft an die Skytec Universal Media Corporation (UMC) übertragen. Mit dem Erwerb der Mehrheitsbeteiligung an der Skytec UMC im Februar 2017 übernahm das japanische Unternehmen, das sich mehrheitlich im Besitz des Technologieproduzenten Foxconn befindet, die Markenrechte sowie die Herstellung und den Vertrieb von Sharp-Produkten wieder in die eigene Regie und ebnete damit den Weg zurück in den europäischen Markt. Die offizielle Übernahme der restlichen Anteile erfolgte am 9. Oktober 2019.

Zur Akquisition von Skytec UMC gehören das Werk in Polen sowie eine gut vernetzte Infrastruktur mit bestehenden Vertriebswegen. Damit will Sharp nicht nur das TV-Geschäft, sondern auch die Bereiche Audio, SDA und Mobile Phones in Europa stärken. Zur globalen Strategie gehört zudem der Ausbau der Bereiche 8K+5G und AIoT.

Als neuer CEO hat Kazuhiro Kitamura, Head of Europe Business & President des Geschäftsbereichs TV Systems BU, vorübergehend die Leitung von Sharp UMC übernommen. In dieser Funktion ersetzt er den vormaligen CEO von Skytec UMC, Aslan Khabliev, der aus dem Unternehmen ausscheidet. Die Familie Khabliev hatte mit ihrer in Bratislava beheimateten Skytec Group kurz vor Weihnachten den Zuschlag für die Übernahme der Traditionsmarke Loewe erhalten.





# LG entwickelt KI-Technologien weiter

Auf einer Pressekonferenz in Las Vegas stellte Dr. I.P. Park, President und Chief Technology Officer von LG Electronics (LG), die vier Ebenen vor, auf denen sich KI weiterentwickelt.

## Intelligenz im Alltag

**Die Weiterentwicklung von künstlicher Intelligenz (KI) war das große Thema des CES-Auftritts von LG Electronics. Dabei ergänzt der koreanische Konzern seine eigene technologische Durchschlagskraft mit Partnerschaften, die das Anwendungsspektrum von KI erweitern und es möglich machen, durch die Intelligenz smarter Systeme den Alltag in praktisch allen Bereichen komfortabler und effizienter zu gestalten.**

So zeigte Dr. I.P. Park, President und Chief Technology Officer von LG Electronics (LG), auf der Pressekonferenz des Unternehmens, wie die Marke LG ThinQ in Zukunft ein zusammenhängendes System aus Produkten und Dienstleistungen ermöglichen soll, mit dem sich Menschen auch unterwegs so fühlen können, als wären sie zu Hause. In seiner Rede unter dem Motto „Anywhere is home“ wurde Park von Jean-François Gagné unterstützt, dem Mitbegründer und CEO von Element AI, einem im kanadischen Montreal ansässigen Unternehmen, das sich auf die Implementierung künstlicher Intelligenz spezialisiert hat. Gemeinsam stellten sie vier Ebenen vor, auf denen sich KI schon jetzt oder in Zukunft erfahren lässt.

### Vier KI-Ebenen

Effizienz, die erste Ebene, beschreibt die technische Möglichkeit, bestimmte Geräte- und Systemfunktionen durch simple Befehle zu automatisieren. Dies ist bereits mit den meisten spracherkennungs- und KI-fähigen Produkten auf dem Markt möglich. Ein Beispiel dafür sei die LG ThinQ-Klimaanlage, die über einen intelligenten Sensor verfügt, der die Anwesenheit von Personen in einem Raum erkennt und die Temperatur sowie den Luftstrom entsprechend anpasst, erklärte Park.

Die zweite Ebene, Personalisierung, betrifft die Fähigkeit von Geräten, Muster zu erkennen, um ihre Funktionen zu personalisieren. Dafür sammeln sie Daten aus Interaktionen mit ihrer Umgebung und ihren Anwendern, um ihre Aufgaben besser zu erfüllen. So werden z. B. die LG

R9-Staubsaugerroboter der nächsten Generation in der Lage sein, selbstständig aus Fehlern (z. B. dem Hängenbleiben an Kanten oder in Ecken) zu lernen, um sie danach zu vermeiden.

Bei Vernunft, der dritten Ebene, lernt die KI, die kollektive Intelligenz eines aus verschiedenen Geräten und Diensten bestehenden Systems so zu nutzen, dass sie die Ursache für bestimmte Muster und Verhaltensweisen erkennen und dieses „Wissen“ für die Verbesserung der Leistung jedes Geräts einsetzen kann. Das breite Produktportfolio macht es LG möglich, die Intelligenzen verschiedener Geräte besser miteinander zu kombinieren als ein Hersteller, der nur auf wenige Produkte für bestimmte Anwendungen spezialisiert ist.

Das ultimative Ziel für LGs KI sei die vierte Ebene, Exploration, betonte Park. Darunter versteht er experimentelles Lernen, bei dem die KI selbstbestimmte Hypothesen aufstellt und durch Tests überprüft, um stetig dazuzulernen und zu neuen Schlussfolgerungen zu gelangen, mit denen sich die Leistung von Produkten weiter verbessern lässt,

als es selbst ihre Entwickler geplant haben. Die Verwirklichung dieser Ebene liege allerdings noch weit in der Zukunft, schränkte Park ein.

### Zahlreiche Anwendungen

Die von LG auf der CES neu vorgestellten Produkte, über die PoS-MAIL rechtzeitig zu ihrer Markteinführung ausführlich informieren wird, zeigen eine im Vergleich zur Vorgängergeneration deutlich erweiterte Nutzung von KI. Dabei beginnt das LG ThinQ Home-Erlebnis an der smarten Haustür, an der sich Besucher vor dem Öffnen sowohl mit Gesichtserkennung als auch mit Venen-Authentifizierung identifizieren können. Beim Verlassen des Hauses können auf einem Bildschirm an der Innenseite der Tür nützliche Informationen wie Wettervorhersagen oder Verkehrsmeldungen für die gewünschte Route angezeigt werden. Sind alle Bewohner abwesend, wechselt die Smart Door in den Abreisemodus und weist sämtliche LG ThinQ Geräte an, ihren Energieverbrauch zu reduzieren.

In der Küche werden die neuen Instaview-Kühlschränke mit ThinQ-Technologie der zweiten Generation aufgerüstet. So können sie Lebensmittel, die in den Kühlschrank gelegt oder herausgenommen werden, mit KI-Unterstützung erfassen, um Menüvorschläge auf Basis der verfügbaren Zutaten zu machen oder den Besitzer zu benachrichtigen, wenn ein Produkt zur Neige geht. Mit dem

neuen Craft Ice Feature bereiten die neuen Instaview Kühlschränke nicht nur Eiswürfel, sondern auch Eiskugeln mit etwa 5cm Durchmesser zu, die besonders langsam schmelzen und deshalb den Drink nicht verwässern.

Zunächst für den amerikanischen Markt wurden ThinQ Waschmaschinen und Trockner gezeigt, die mit KI nicht nur Gewicht und Volumen der Wäsche, sondern auch die Art der Textilien erkennen können und dann automatisch das richtige Programm wählen.

Beim Home-Entertainment setzt LG die KI vor allem für die Verbesserung von Fernsehbildern ein. So sind die neuen Real 8K TVs mit dem  $\alpha$  (Alpha) 9 Gen 3 KI-Prozessor ausgestattet, der mit Hilfe von Deep-Learning Inhalte aller Art auf 8K-Qualität in Bild und Ton hochskalieren kann. Für kommerzielle Anwendungen demonstrierte LG auf der CES ein futuristisches Restaurant, in dem LG CLOi Roboter praktisch den gesamten Ablauf von der Bestellannahme über das Kochen und Servieren bis zum Reinigen bewältigen. Ob sie auch Trinkgelder annehmen, ist noch nicht bekannt.



In einem Sektor des LG Standes wurde gezeigt, wie LG CLOi Roboter in einem Restaurant der Zukunft praktisch den gesamten Arbeitsablauf bewältigen können.



# Das neue OLED Flaggschiff von Panasonic

## Noch mehr Hollywood



Das neue OLED-Flaggschiff der HZW2004-Serie wird in den Größen 55 und 65 Zoll (139 cm und 165 cm) erhältlich sein.

**Mit dem HZW2004 stellte Panasonic auf der CES sein neues OLED Flaggschiff vor, das den Erfolg des GZW2004 fortsetzen soll. Dafür hat Panasonic in Zusammenarbeit mit Hollywood Filmproduzenten das neue Master HDR OLED Professional Edition-Panel entwickelt, das im Vergleich mit herkömmlichen OLED-Fernsehern eine um bis zu 20 Prozent erhöhte Spitzenhelligkeit erzielt und sowohl den auf der IFA 2019 angekündigten Filmmaker-Mode mit Intelligent Sensing als auch Dolby Vision IQ unterstützt.**

Dazu kommen wie beim GZW2004 die Formate Dolby Vision, HDR10, HDR10+, HLG und HLG Photo. Für echte Filmfans und Partner in der Postproduktion hat Panasonic die Kalibrierungsmöglichkeiten des Fernsehers erweitert, indem weltweit erstmals zwei zusätzliche Optionen bei den 0,5 Prozent- und 1,3 Prozent-Signalpegeln hinzugefügt wurden. Dadurch kann der Übergang in den Schwarztönen noch präziser gesteuert werden. Zudem lassen sich jetzt erstmals auch Dolby Vision Inhalte kalibrieren.

### Exklusives Panel

Das neue Master HDR OLED Professional Edition Panel wurde von Panasonic mit exklusiven Leistungsmerkmalen aufgerüstet. Dabei haben die Entwicklungsingenieure eng mit Hollywood-Größen zusammengearbeitet. Zu diesen gehört z. B. der Kolorist Stefan Sonnenfeld, der als Gründer und CEO von Company 3 mit einigen der besten Filmemachern der Welt zusammengearbeitet. Der vom

amerikanischen Kultursender NPR als „da Vinci des Films“ beschriebene Experte hat seine Handschrift in Spielfilmen wie A Star is Born, Wonder Woman, Man of Steel, Beauty and the Beast, Star Wars: The Force Awakens und Jurassic World hinterlassen. Bei seiner Arbeit verwendet er wie viele seiner Kollegen OLED-Bildschirme von Panasonic als großformatige Referenzmonitore.

Bei dem neuen OLED-Flaggschiff wurden nicht nur die bei dieser Bildschirmtechnologie besonders kritische Spitzenhelligkeit und die durchschnittliche Helligkeit um rund 20 Prozent erhöht, sondern auch die Kontraste verbessert, um auch schwierige Szenen mit variabler Helligkeit so zu reproduzieren, wie der Regisseur sich das vorgestellt hat.

Besonders gut funktioniert das mit dem von der UHD Alliance entwickelten Filmmaker-Mode, in dem der Fernseher auf Tastendruck die Bildfrequenz, das Seitenverhältnis, die Farbe und den Kontrast des Original-Inhalts übernimmt sowie die automatische Rauschunterdrückung und Schärfeparameter ausschaltet. Der Modus wird vom Who-is-Who der Hollywood-Regisseure unterstützt, darunter Christopher Nolan, Martin Scorsese, Patty Jenkins, Ryan Coogler und Paul Thomas Anderson.

Panasonic hat die Leistung des Filmmaker-Modes bei den HZW2004-TVs mit Intelligent Sensing erweitert, das auch die externen Sensoren des Gerätes nutzt, um das Bild intelligent an das Umgebungslicht anzupassen. So entsteht im Filmmaker-Mode in einem hell erleuchteten Wohnzimmer derselbe Bildeindruck wie in einer abgedunkelten Umgebung, weil die Details auch in sehr dunklen Szenen naturgetreu wiedergegeben werden.

### Auch für Profis

Neben den erwähnten Kalibrierungsmöglichkeiten erlaubt

es der HZW2004 als erstes Consumer-Modell auch professionellen Anwendern, das Tone-Mapping abzuschalten, um das „Hard-Clipping“ für kreative Zwecke zu ermöglichen. Die Tauglichkeit zum professionellen Einsatz zeigt sich auch durch die Unterstützung der CalMan PatternGen-Prüfmuster und der AutoCal-Funktionalität dieser Software. Die Kalibrierungseinstellungen der Imaging Science Foundation (ISF) werden ebenso unterstützt wie die Kalibrierung von Dolby-Vision-Inhalten.

### Besserer Klang

Auch beim Klang soll die HZW2004-Serie den Kunden Kino-Feeling bieten: Trotz ihres beeindruckend dünnen Profils bieten die Fernseher eine kraftvolle und dynamische Tonwiedergabe, die durch einen kräftigen Bass ergänzt wird. Mit 360° Soundscape Pro, dem von Panasonic für Fernseher entwickelten HiFi-Audiosystem, das sich u. a. durch nach oben gerichtete Lautsprecher auszeichnet, unterstützen die Geräte Dolby Atmos; zudem warten die von der High End Audio Marke Technics getunten Audiokomponenten der Fernseher mit Jenö Engine Technologie auf.

Durch die Kompatibilität mit den Sprachassistenten Amazon Alexa und Google Assistant können die Fernseher der HZW2004-Serie nahtlos ins Smart Home integriert werden. Zusätzlich lässt sich per Knopfdruck der kostenfreie Streaming-Anbieter Xumo öffnen, der sowohl Over-the-Air- als auch Over-the-Top-Kanäle für globalen Empfang bereitstellt.

Mit der neuesten Version der Benutzeroberfläche My Home Screen 5.0 sind die HZW2004-Modelle noch benutzerfreundlicher als ihre Vorgänger: Wenn z. B. das Symbol eines Streaming-Anbieters wie Netflix oder YouTube ausgewählt wird, werden automatisch Miniaturansichten der Inhalte angezeigt, die man direkt aufrufen kann.

Wie bei den Spitzenmodellen von Panasonic üblich, sind die neuen OLED-Fernseher mit dem bewährten Quattro-Tuner mit Twin-Konzept ausgestattet und verfügen über je zwei Empfänger für die TV-Signale von Satellit, Kabel und Antenne. So kann man gleichzeitig ein Programm aufzeichnen und ein anderes live anschauen oder zwei Sendungen parallel aufnehmen. Zwei CI Plus-Slots ermöglichen die Entschlüsselung von Pay TV-Programmen. Durch die Unterstützung des Kathrein Static Modes können zudem beliebig viele Empfänger von einem Kathrein-Server versorgt werden, was bei Hotels und Hospitality-Lösungen Kosten einspart und den Installationsaufwand reduziert.

Mit dem integrierten TV>IP Server & Client können die Fernseher ihr TV-Programm auch über das Heimnetzwerk zu empfangen. Die TV>IP Server-Funktion dagegen nutzt den zweiten Tuner, um die auf klassischem Wege empfangenen Programme in das Heimnetzwerk einzuspeisen und für andere kompatible Geräte zur Verfügung zu stellen. Gegenüber DLNA-Streaming bleibt bei TV>IP der vollständige Fernsehkomfort inklusive EPG, HbbTV, Videotext, USB-Recording sowie Pay-TV-Entschlüsselung erhalten.



# TCL erweitert Sortiment in Europa

## QLED-TV's und Hausgeräte

TCL hat auf der CES neue QLED-Fernseher der Produktserien X und C präsentiert und neue TVs mit der innovativen Mini LED-Technologie angekündigt. Zudem zeigte das Unternehmen Audioprojekte wie die Ray-Danz Soundbar sowie True Wireless Ohrhörer und kündigte an, im zweiten Quartal Waschmaschinen und Kühlschränke in Europa einzuführen.

In Nordamerika zählt TCL inzwischen zu den wichtigsten Lieferanten von Fernsehgeräten und belegte im März und Juli 2019 sogar den Spitzenplatz (nach Stück). Weltweit hat der Konzern im vergangenen Jahr mit 32 Millionen LCD-TVs (plus 12 Prozent) einen Absatzrekord erzielt; der Verkauf von Geräten unter der Marke TCL legte dabei sogar um 17 Prozent zu. Außerhalb Chinas stieg der Absatz von Fernsehern unter der Marke TCL um 26 Prozent auf 13,46 Millionen Stück.

Auch in Europa kommt TCL voran: Hier wuchs der Absatz von TCL-TVs 2019 um 35 Prozent und im vierten Quartal sogar um 54 Prozent. Zu den dynamischsten europäischen Märkten zählten Spanien, Großbritannien und Italien mit Zuwächsen von 264 Prozent, 262 Prozent bzw. 203 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch in Deutschland entwickelt sich der Absatz seit Jahren positiv. In Frankreich ist die chinesische Marke mit einem Anteil von über 10 Prozent die Nummer drei im Markt – eine Position, die das Unternehmen, so Frédéric Langin, Vice President Marketing & Sales in Europa im Gespräch mit PoS-MAIL, in Europa bis 2021 erreichen will.

Zu den neuen QLED-TV's zählt die X91-Serie, die in Las Vegas von der International Data Group (IDG) mit dem 8K QLED TV Gold Award ausgezeichnet wurde. Sie kommt in Europa in der Größe 75 Zoll auf den Markt und

*Auf der gut besuchten CES-Presskonferenz in Las Vegas gab TCL Wachstum in praktisch allen wichtigen Regionen bekannt.*



bietet neben 8K und Quantum Dot Display-Technologie auch Dolby Vision HDR sowie Local Dimming. Auch die 4K-Modelle der TCL C81- und C71-Serie haben Quantum-Dot-Displays und unterstützen Dolby Atmos.

### Mini-LED

Auf der CES stellte TCL erstmals die nächste Generation der Vidrian Mini-LED Technologie für Fernsehbildschirme vor. Sie ist die weltweit erste TV-Hintergrundbeleuchtung, die eine Halbleiterschaltung mit Zehntausenden von winzigem Mini-LEDs kombiniert, die direkt in ein kristallklares Glassubstrat eingelassen sind und einzeln angesteuert werden können. In Kombination mit den großen 8K-LCD Panels soll diese Innovation den Nutzern ein eindrucksvolles Bilderlebnis bei allen Lichtverhältnissen ermöglichen. Die Mini-Panel sollen in der kürzlich eröffneten, hochmodernen Fabrik der 11. LCD Generation gefertigt werden, in die TCL acht Milliarden Dollar

investiert hat, um dort 40 Millionen Panels im Jahr zu produzieren.

### Audio-Neuheiten

Zu den neuen Audio-Produkten von TCL gehört mit dem ACTV200BT der erste Kopfhörer der Welt, der die Herzfrequenz messen kann. So wird ein am Handgelenk oder um die Brust zu tragendes, separates Gerät überflüssig. Dafür hat TCL in die Akustikröhre des rechten Ohrhörers ein Doppelsensorsystem eingebaut, das es dem Anwender möglich macht, beim Training Musik zu hören und gleichzeitig seine Herzfrequenz zu verfolgen. Eine Ergänzung zum Fernseher ist die Ray-Danz Soundbar mit einem Center- und zwei Seitenkanal-Lautsprechern sowie einem drahtlosen Subwoofer. Die Soundbar lässt sich an der Wand befestigen, um den Surround-Sound von Dolby Atmos zu verbessern. Das immersive Hörerlebnis kann mit virtuellen Dolby Atmos-Höhenkanälen erweitert werden, um Klänge erzeugen, die von oben zu kommen scheinen und ein 360-Grad-Surround-Sound-Erlebnis bieten.

### Hausgeräte im zweiten Quartal

Ab dem zweiten Quartal 2020 will TCL sein Produktportfolio in Europa um große Hausgeräte erweitern. Das Unternehmen hat 2013 1,2 Milliarden US-Dollar in den Bau einer Fabrik in Hefei investiert, die eine Kapazität von acht Millionen Waschmaschinen und Kühlschränken hat. Mit diesem Werk ist TCL innerhalb von sieben Jahren zu Chinas fünfgrößtem Exporteur dieser Produkte reüssiert. Zu den kürzlich vorgestellten smarten Kühlschränken gehören ein 520-Liter Side-by-Side-Modell, ein 460-Liter Multi-Door Kühlschrank und eine 545-Liter Kühl-Gefrierkombination. Sie sind mit modernen Technologien wie Inverter-Kompressoren, Wasserspendern, No-Frost- und AAT-Frische-Technologie und einer intelligenten Swing-Luftstromtechnik ausgestattet. Das Waschmaschinen-Sortiment umfasst die Cityline-Serie (C-Serie) mit Frontbeladung und einem Fassungsvermögen von 6 bis 11 Kilogramm, wabenförmiger Kristalltrommel, BLDC-Motor und WiFi-Steuerung.



Das Sortiment der QLED TVs mit Quantum Dot Technologie umfasst neben dem 8K Modell X91 auch die 4K Serien C81 und C71.



# Sony mit neuen 8K Full Array- und 4K OLED-TVs

## Zeichen für Zukunft



Der neue 8K Full Array LED-TV ZH8 soll mit seinen anspruchsvollen Skalierungstechnologien auch niedriger aufgelöste Inhalte auf 8K-Qualität bringen.

**Sony stellte auf der CES seine Kompetenz als Innovator in den Vordergrund. Dabei ging der Konzern über seine Kerngeschäfte hinaus und zeigte neben neuen TVs und dem Logo-Design der für das kommende Weihnachtsgeschäft geplanten Playstation 5 auch den Prototypen eines Autos, das mit den Bild- und Sensortechnologien des Unternehmens mehr Sicherheit und Automatik-Funktionen bieten soll.**

Mit dem Bildprozessor X1 Ultimate und 8K X-Reality Pro verbessert der 8K Full Array LED-TV ZH8, der zu einem noch nicht feststehenden Zeitpunkt in Größen von 85 und 75 Zoll auf den deutschen Markt kommt, die Bilder mit Hilfe einer exklusiven 8K-Datenbank von Sony so wirkungsvoll, dass sie laut Hersteller nahezu an native 8K-Inhalte heranreichen. Auch der Ton kann sich hören lassen: Die neue Frame Tweeter Technologie versetzt den Rahmen des Fernsehers in Schwingungen, um den Zuschauern das Gefühl zu vermitteln, der Ton komme direkt vom Bildschirm.

Wie andere Premium-TVs der neuen Modellgeneration ist der ZH8 mit der Ambient Optimization Technologie ausgestattet, welche die Bild- und Tonqualität für die jeweilige Wohnumgebung anpasst. Dabei werden nicht nur die Lichtverhältnisse berücksichtigt, sondern der Fernseher erkennt auch Gegenstände im Raum, die Schall absorbieren oder reflektieren, und passt die Akustik entsprechend an.

### Neue OLED-TVs

Auch die 4K OLED-TVs der neuen A8-Serie, die in den Größen 65 und 55 Zoll erhältlich sein werden, sind mit dem X1 Ultimate Bildprozessor ausgestattet, der mit

Object-based Super Resolution, Object-based HDR remaster, Super Bit Mapping 4K HDR und dualer Datenbankverarbeitung ein noch höheres Niveau der HDR 4K-Wiedergabe erreicht. Dazu tragen auch weitere anspruchsvolle Technologien wie X-Motion Clarity, der Contrast Booster und acht Millionen selbstleuchtende Pixel bei. Zwei Subwoofer erweitern mit Dolby Vision und Dolby Atmos die Acoustic Surface Audio-Technik für eindrucksvollen Klang, der mit Ambient Optimization Technologie an die Wohnumgebung angepasst wird. Auch im Brot-und-Butter Segment der LED TVs gibt es von Sony viel Neues. Dabei hat der Fachhandel die Möglichkeit, mit dem abgestuften Sortiment praktisch alle wichtigen Zielgruppen anzusprechen. Die Palette umfasst neben den 4K Full Array LED-TVs XH95 und XH90 fünf weitere Serien mit unterschiedlichen Ausstattungen und Größen zwischen 43 und 85 Zoll. Die neuen Fernseher von Sony bieten mit Android TV, dem Google Assistant,

### Sony Roadshow

Sony Deutschland feiert in diesem Jahr sein 50jähriges Bestehen. Dieses Jubiläum soll auch die Roadshow 2020 prägen, auf der die Handelspartner die Neuheiten in den Bereichen TV, Digital Imaging, Vision & Sound sowie Mobile erleben können. Damit sie es nicht weit haben, macht die Sony Roadshow in sechs deutschen Städten Station:

19./20.2. 2020 Berlin Radisson BLU Hotel Berlin

25.2.2020 Hamburg, Hotel Atlantic Kempinski

28.2.2020 Darmstadt, Maritim Hotel

3.3.2020 Stuttgart, Mövenpick Hotel Stuttgart Airport

11./12.3.2020 Düsseldorf, Hilton Hotel

16.3.2020 München, Hilton Munich Park

dem Angebot des Google Play Stores sowie Chromecast built-in leichten Zugriff auf Inhalte, Dienste und Geräte. Zudem sind sie mit Google Home- und Amazon Alexa-fähigen Geräten kompatibel: Mit Google Home lassen sich Videos von YouTube übertragen bzw. steuern, und mit Alexa-fähigen Geräten kann der TV-Kanal gewechselt und die Lautstärke geändert werden. Apple AirPlay 2 macht es den Nutzern möglich, Filme, Musik, Spiele und Fotos direkt von ihrem iPhone, iPad oder Mac auf den Fernseher zu streamen. Mit dem Apple HomeKit können die TVs auch mit dem iPhone, iPad oder Mac gesteuert werden.

### Zukunftsthema Mobilität

Großes Aufsehen erregte Sony auf der CES mit der überraschenden Vorstellung des Prototyp-Fahrzeugs Vision-S. Das in Zusammenarbeit mit namhaften Partnern wie Bosch, Continental, Magna Steyr und ZF entwickelte Elektroauto ist nicht nur mit 33 Bild- und LiDAR-Sensoren von



Der in Las Vegas gezeigte Prototyp Vision-S ist mit 33 Bild- und LiDAR-Sensoren von Sony ausgestattet.

Sony ausgestattet, sondern auch mit Software, für die das Unternehmen eigene KI-, Telekommunikations- und Cloud-Technologien bereitstellt. Mit hochempfindlichen CMOS-Bildsensoren und den LiDAR-Sensoren zur Abstandsmessung und exakten 3D-Erfassung realer Räume kann das System die Umgebung des Fahrzeugs in 360-Grad erkennen, um Risiken frühzeitig zu identifizieren und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung einzuleiten. Natürlich ist der Prototyp auch mit Entertainment-Technologien von Sony ausgestattet: Mit Lautsprechern, die in jeden Sitz eingebaut sind, und 360 Reality Audio von Sony sollen die Passagiere immersive Klangerlebnisse genießen. Visuelle Inhalte können über einen Panorama-Bildschirm, der praktisch die gesamte Fahrzeugbreite einnimmt, abgerufen werden.

Auch wenn auf der CES keine Absicht erkennbar war, dass Sony unter die Autohersteller gehen will, mit eigenen Technologien zu zukünftigen Entwicklungen in diesem Bereich beitragen will das Unternehmen auf jeden Fall. Denn, das betonte Kenichiro Yoshida, President und CEO der Sony Corporation auf der Pressekonferenz in Las Vegas, nachdem Mobile als Trend das letzte Jahrzehnt geprägt habe, werde Mobilität jetzt der nächste Megatrend sein.



# Samsung setzt auf Innovationen für Menschen

## Fernsehen auf neue Art

Mit einem selbstbewussten Auftritt läutete Samsung auf der CES das „Age of Experience“ ein. Es bedeutet für H.S. Kim, Präsident und CEO von Samsung Consumer Electronics, ein Jahrzehnt von Innovationen, die Hard- und Software nahtlos miteinander verbinden, um den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Dafür präsentierte das Unternehmen Zukunftstechnologien mit intelligenter Robotik, KI, 5G und Edge-Computing, aber auch ganz praktische (und sofort bzw. in Kürze verkaufbare) Innovationen wie eine neue TV-Generation, mit der die Menschen das Fernsehen neu erfahren sollen.

Hier war die neue QLED 8K Produktreihe des Modelljahres 2020 mit der Bezeichnung Q950TS im wahrsten Sinne des Wortes ein besonderer Hingucker, denn sie soll noch eindrucksvoller exzellente Bild- und Tonqualitäten mit reibungsloser Smart-Home-Integration verbinden. Dazu setzt Samsung u. a. Künstliche Intelligenz ein. Dank der Vielseitigkeit des Betriebssystems Tizen können die Kunden ihren Fernseher zudem per Sprachbefehl bedienen und



Auch das Design des 8K QLED TVs Q950TS ist innovativ: Der ganz schmale Rahmen ist aus einem Abstand von 4,50 m praktisch nicht mehr wahrnehmbar, so dass ein beeindruckender „Infinity Screen“-Effekt entsteht, bei dem die Display-Einfassungen zu verschwinden scheinen.

Funktionen wie Tap View, Digital Butler und Samsung Health aufrufen.

### Echtes 8K

Jedes Modell der neuen 8K Familie erfüllt die Anforderungen der 8K Association sowie der CTA 8K Ultra HD Display Definition. Dabei gehören die Geräte zu den ersten, die eine Wiedergabe von nativen 8K-Inhalten unterstützen, um es den Kunden zu ermöglichen, AV1-Codec-Videos, die in 8K gefilmt wurden, anzuschauen und zu streamen. Das können alle Samsung TVs der 2020er 8K-Linie, mit der Samsung in diesem Jahr den neuen Standard deutlich populärer machen will. Zusätzlich sieht Leif-Erik Lindner, Vice President Consumer Electronics bei der Samsung Electronics GmbH, in der Ausweitung der QLED-Technologie und der Förderung des

Absatzes großer Bildschirme mit 75 Zoll und mehr Bildschirmdiagonale Möglichkeiten für Wachstum und Wertschöpfung.

Für niedriger aufgelöste Inhalte bietet der neue Quantum Processor 8K verbesserte AI Upscaling-Funktionen, die Deep-Learning zur Analyse und Identifizierung der Eigenschaften einzelner Pixel verwenden. KI wird auch eingesetzt, um sicherzustellen, dass nichts die Zuschauer vom Bildinhalt ablenkt. Während herkömmliche TV-Sensoren die Bildschirmhelligkeit nur in Abhängigkeit vom Umgebungslicht im Raum anpassen, berücksichtigt die Adaptive Picture-Funktion auch die Lichtverteilung innerhalb der jeweiligen Szene und sorgt dafür, dass der Fernseher auch in hellen Räumen kontrastreiche Bilder zeigt.

Die neuen Samsung 8K QLEDs sollen es auch im Internet-Entwicklungsland Deutschland möglich machen, Filme zu streamen, indem AI ScaleNet Inhalte beim Verlassen des Content-Providers komprimiert und sie nach Erreichen des Fernsehers wieder herstellt. Dadurch wird nur die Hälfte der Bandbreite gebraucht, die ohne diese Technologie nötig wäre. Samsung Electronics arbeitet gemeinsam mit Amazon an diesem Feature und nutzt AI ScaleNet von der Standardauflösung bis zu 4K in Prime Video.

### Der Ton zum Bild

Für den guten Ton zum 8K Bilderlebnis stattet Samsung die Q950TS Fernseher mit Lautsprechern auf jeder Seite des Displays sowie Subwoofer auf der Rückseite aus. Object Tracking Sound+ nutzt eine KI-basierte Software, um die Bewegung von Audio mit der Bewegung von Objekten auf dem Bildschirm abzugleichen und räumlich wirkenden 5.1-Kanal-Surround-Sound zu erzeugen. Mit der Funktion Active Voice Amplifier (AVA) kann der Q950TS auch die Lautstärke von Dialogen anpassen, wenn störende Geräusche wie z. B. von einem Mixer oder Staubsauger auftreten.

Schließlich ist der Q950TS in der Lage, seine eingebauten Lautsprecher als zusätzlichen Audiokanal zu nutzen, wenn eine Soundbar der 2020 Q-Serie angeschlossen wird. Die Q-Symphony Technologie kombiniert die Audiosignale beider Geräte, um eine mehrdimensionale Klanglandschaft zu erzeugen.

### Mehr intelligente Funktionen

Wie andere Modelle können auch die 8K Fernseher 2020 mit Amazon Alexa oder Google Assistent bedient wer-

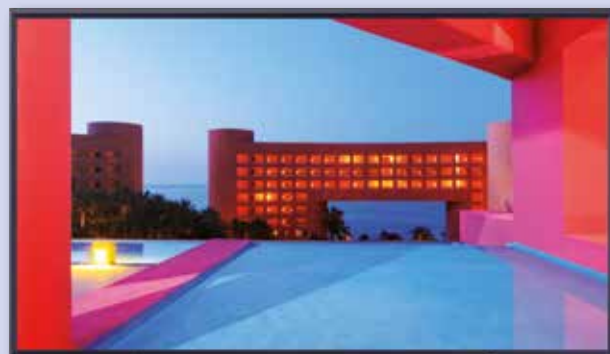
## The Sero für die Generation Smartphone



Mit dem Lifestyle-TV The Sero stellte Samsung auf der CES ein innovatives Fernsehgerät vor, das vor allem für die Generation Smartphone entwickelt wurde, denn Sero bedeutet auf Koreanisch „vertikal“. Der in Korea bereits erfolgreich gestartete Fernseher kann nämlich – wie ein Smartphone oder Tablet – zwischen horizontaler und vertikaler Bildschirmausrichtung wechseln und so auch Videos darstellen, die im bei Mobilgeräten so beliebten

Hochformat aufgenommen wurden. So können Konsumenten Social-Media-, YouTube- und eigene Videos wie mit dem Smartphone im Hoch- oder Querformat genießen.

Auch das Design des Fernsehers wurde auf den Geschmack der Millennial- und Generation-Z-Konsumenten ausgerichtet. Verschiedene Anzeigoptionen stehen auch im ausgeschalteten Zustand zur Verfügung.



Beim neuen The Sero kann der Nutzer zwischen horizontaler und vertikaler Bildschirmausrichtung wechseln.



den. Auch Bixby, der KI-Assistent von Samsung, ist klüger geworden. Sagt man ihm z. B., er solle eine ruhige Atmosphäre schaffen, dann zeigt der Fernseher eine entspannende Kulisse auf dem Bildschirm an. Eine weitere KI-Funktion ist der verbesserte Universal Guide, der mit Hilfe von Algorithmen die Vorlieben der Nutzer analysiert, um passende Inhalte anzubieten.

Mit dem kostenlosen Smart TV Video Service Samsung TV Plus können Konsumenten auch ohne Kabelanschluss über das Internet einfach auf neue Inhalte zugreifen. Derzeit stehen fast 100 Kanäle zur Verfügung, darunter CBSN (der digitale 24/7-Live-Nachrichtenkanal von CBS), Yahoo Finance, Lively Place (von A&E Networks), Bon Appétit, VEVO und Outside TV+.

## Mehr Apps

Damit man beim Fernsehen nicht zu faul wird, können die neuen TVs mit Samsung Health auch als Zentrum für Fitness und Achtsamkeit im Haushalt dienen. Mit der App können Nutzer ihre Aktivitäten tracken, ihre sportlichen Fortschritte analysieren und gemeinsame Fitnessziele mit der ganzen Familie verfolgen.

Multi-View stellt sicher, dass Nutzer nichts verpassen, wenn sie gleichzeitig fernsehen und auf ihr Mobilgerät schauen, denn die App kann das Display in einem separaten Fenster neben den TV-Inhalten auf dem Fernseher anzeigen. Mit Tap View können die Konsumenten den Bildschirm ihres Telefons auf dem TV spiegeln, indem sie damit einfach den Fernseher berühren. Der Digital Butler verwendet Infrarot-Technologie, um Nicht-IoT-Geräte (Internet of Things) im Haus zu erkennen und zu steuern.

## Samsung legt Geschäftsbereiche TV/AV und Home Appliances zusammen

Zum 1. Januar 2020 hat Samsung Electronics die beiden Geschäftsbereiche TV/AV und Home Appliances zu einer gemeinsamen Consumer Electronics Division zusammengelegt. Damit reagiert das Unternehmen trotz positiver Geschäftsergebnisse in beiden Bereichen auf den insgesamt stagnierenden CE-Markt. Leif-Erik Lindner hat als Vice President neben der operativen Gesamtverantwortung für den Geschäftsbereich TV/AV diese in Zukunft auch für den Bereich Home Appliances übernommen.

Den durch die Neuorganisation geschaffenen Gesamtbereich Marketing TV/AV und HA leitet Mike Henkelmann als Director Marketing Consumer Electronics. Sowohl Henkelmann als auch Lindner berichten in der neuen Organisationsstruktur an Vice President Willem Kim, Head of Consumer Electronics Samsung Electronics GmbH. Das Produktmanagement ist wie bisher in den jeweiligen Sales-Bereichen angesiedelt. Stefan Kutz hat als Director TV/AV übernommen, Nedzad Gutic, der mehrere Jahre Samsung Management Erfahrung mitbringt, wechselte am 1. Februar aus seiner Position bei HP zurück zur Samsung Electronics GmbH und übernahm die Funktion des Director Home Appliances. Beide Manager berichten direkt an Leif-Erik Lindner.

Die Zusammenlegung der Geschäftsbereiche sei nicht zuletzt wegen der zunehmenden Synergien zwischen den Produkten sinnvoll, betonte Samsung in einer Pressemitteilung: „Connected Living, bzw. die Vernetzung intelligenter Geräte ist für viele Kunden ein zunehmend relevanter Faktor im Kaufentscheidungsprozess geworden,“ sagte Leif-Erik Lindner, Vice President Consumer Electronics, Samsung Electronics GmbH. „Durch eine noch engere Zusammenarbeit der Bereiche unter einem Dach kann Samsung gemeinsame Potenziale noch besser nutzen und bisherige Erfolge weiter ausbauen.“

Leif-Erik Lindner hat als Vice President Consumer Electronics neben der operativen Gesamtverantwortung für den Geschäftsbereich TV/AV diese auch für den Bereich Home Appliances übernommen.



## Nachrichten

## PoS-Aktuell

### Vierte Generation der P5-Bildengine für Philips OLED-TVs

Philips TV eröffnet das Jahr 2020 mit zahlreichen Neuheiten. Im Mittelpunkt stehen die beiden neuen OLED-Modelle 805 und 855 mit der vierten Generation des P5-Bildprozessors, der mit KI für noch mehr Bildqualität steht. Der neue Prozessor erweitert das Leistungsprofil seines Vorgängers um Funktionselemente mit künstlicher Intelligenz (KI), mit der Millionen von Testvideos für Bildqualität analysiert werden. Diese Clips stammen aus einer einzigartigen Datenbank, die von den Entwicklungsteams bei Philips und später bei TP Vision über die letzten 30 Jahre angelegt wurde.

Ziel der KI-Technologie sei es nicht, mehr Daten aus den fünf Parametern für Bildqualität (Quellsignal, Farbe, Kontrast, Bewegung und Schärfe) zu generieren, betont Philips TV. Vielmehr soll durch Bild-für-Bild-Analyse eine bessere Balance zwischen diesen Elementen erzielt werden, um noch naturgetreuer Bilder zu erzeugen. Dafür ordnet die KI-Software alle Inhalte einer der fünf Kategorien Landschaft und Natur, Hauttöne, Sport und Bewegung, Schwarz und Kontrast sowie Animation zu. Nach der Zuordnung zur jeweiligen Kategorie analysiert die Software alle fünf Bereiche für Bildqualität und stellt die Balance zwischen ihnen her.

Als eine von wenigen TV-Marken unterstützt Philips TV alle wichtigen HDR-Standards (HDR10, HDR10+ sowie Dolby Vision) für unterschiedliche Quellen wie UHD Blu-ray Discs, Set-Top-Boxen, Satellitenempfang und verschiedene Streaming-Dienste. Weiter entwickelt wurde auch die Perfect Natural Reality (PNR) von Philips für die Wiedergabe von SDR-Inhalten in HDR-Qualität. Sie bietet jetzt eine verbesserte Spiegelungserkennung mit exakterer lokaler Bestimmung in Verbindung mit inverser Tone Mapping. Das Ergebnis sind höhere Kontraste, bessere Tiefenwahrnehmung sowie die realistische Wieder-

gabe von Reflektionen dient. Auch die Schärfe und die Wiedergabe von Hauttönen wurde verbessert.

Mit ihrem 50-Watt-System, das mit einem neuen Woofer, zu dem vier passive Radiatoren für extratiefen Bass gehören, ausgerüstet und mit zwei Lautsprechern für vorne, neuen Mitteltontreibern und verbesserten Hochtönern versehen wurde, erzeugen die neuen OLEDs brillanten Klang. Beide Modelle unterstützen Dolby Atmos-Decoding und den Dolby Atmos Virtualizer sowie die Dolby Technik für verbesserten Bass und Dialog. Die Bedieneroberfläche basiert auf Android TV in der Version 9 (Pie) mit Google Assistant built-in und „Works with Alexa“.

Der OLED805 steht auf angeschrägten, minimalistischen Füßen in dunklem Chrom, der OLED855 dagegen auf einem neuen, zentralen Standfuß, der bei der 55-Zoll-Version schwenkbar ist. Die neuen Philips OLED-Fernseher sollen ab Juni erhältlich sein.



Die beiden OLED-Modelle Philips 805 und 855 erzielen mit Hilfe von KI einen noch realistischeren Bildeindruck.



### Messeauftritt 2020 von Wertgarantie

Unter dem Motto „Geräteschutz. Für die nächste Generation.“ stehen in diesem Jahr die Messeauftritte von Wertgarantie. So wird der Spezialversicherer bei der bevorstehenden expert Frühjahrstagung, der EP-Jahresveranstaltung, dem Euronics Kongress, der telering-Hauptversammlung und dem aetka-Geschäftsführer-Treffen mit einem Stand vertreten sein.

Thematische Messe-Schwerpunkte sind dabei der Service, Training 2.0, Nachhaltigkeit mit dem Fokus „Reparieren statt Wegwerfen“ und natürlich der Komplettschutz, das Top-Produkt von Wertgarantie. „Im Mittelpunkt steht aber vor allem das Gespräch mit unseren Fachhandelspartnern. Hier wollen wir aufzeigen: Was muss der Unternehmer tun, um mit Wertgarantie noch erfolgreicher zu sein“, erläuterte Wertgarantie-Vertriebsleiter Thilo Dröge. Auch das Thema Elektrokleinstfahrzeuge in Form von E-Scootern, die Wertgarantie seit Ende 2019 versichert, spielt auf den kommenden Messen eine gewichtige Rolle. „Seit dem Start 1963 gehört es zum Grundsatz unseres Unternehmens, dass wir uns weiterentwickeln und die Chancen neuer Produkte und Märkte für uns nutzen“, erklärte Dröge. „Die Versicherung von E-Scootern ist ein weiterer Baustein für den CE-Fachhandel, um noch mehr Service anzubieten.“

Die Profi-Tour, die jedes Jahr für die zahlreichen Absolventen des Wertgarantie-Profitrainings veranstaltet wird, führt auch in diesem Jahr wieder nach Kroatien auf die exklusive Privatinsel Obonjan. Auch die Wertgarantie-Akademie als zentraler Baustein des hybriden Schulungskonzepts stehe im Fokus, heißt es weiter.





# Erster Handstaubsauger von Roborock Läuft leicht und lange

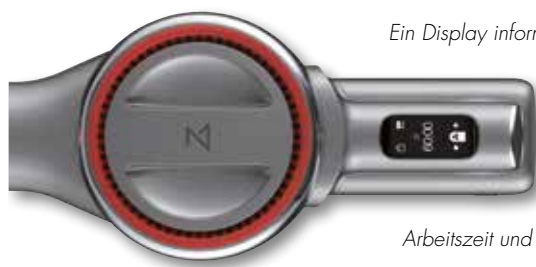
Das bisher nur als Hersteller von Smart-Home Robotern in Erscheinung getretene chinesische Unternehmen Roborock hat auf der CES erstmals einen Handstaubsauger vorgestellt. Der neue H6 basiert auf der Expertise, die seine Entwickler aus dem Design von Saugrobotern gewonnen haben und zeichnet sich deshalb durch geringes Gewicht und lange Batterielaufzeit aus.

Das erweist sich besonders bei Arbeiten außerhalb des Hauses, z. B. der Reinigung von Autositzen oder Terrassenmöbeln, als ausgesprochen praktisch. Nach Herstellerangaben ist der Roborock H6 als erster kabelloser Staubsauger mit einer LiPo (Lithium-Polymer) Batterie ausgestattet, die Laufzeiten von bis zu 90 Minuten im Eco-Modus und bis zu 10 Minuten im Maximalmodus ermöglicht. Trotzdem wiegt das komplette Gerät nur 1,4 kg und ist deshalb auch für das Arbeiten über Kopf, z. B. bei der Entfernung von Spinnweben, bestens geeignet. Dank 420W Power und bis zu 140AW Saugkraft erzielt der H6 gute Ergebnisse bei der Reinigung von Teppichen, Betten, Autositzen und Möbelstücken. Die Kombination eines

fünflagigen Filtersystems mit einem Hepa Filter stellt sicher, dass der Staubsauger nicht zur Staubschleuder wird, denn die Filter nehmen bis zu 99,97 Prozent aller angesaugten Partikel auf, darunter auch Feinstaub und Pollen. So ist der H6 auch für Allergiker geeignet.

## Leichte Bedienung

„Leicht“ ist auch das richtige Adjektiv, um die Bedienung des H6 im Verkaufsgespräch zu beschreiben. Ein OLED Display informiert über den ausgewählten Saugmodus, den Akkustand, die verbleibende Arbeitszeit und weitere Details. Der Staubbehälter kann mühelos entfernt und gereinigt werden – ganz ohne zusätzlichen, großen Aufwand. Das Gerät wird mit Zubehör und einer Ladestation geliefert, die an der Wand befestigt werden kann. Der Preis beträgt 399 Euro (UVP).



Ein Display informiert die Nutzer über den Saugmodus, den Akkustand, die verbleibende Arbeitszeit und weitere Details.

Neben dem H6 zeigte Roborock als Ergänzung zu seinem Portfolio auf der CES den Roborock S6 Pure Saugroboter. Er ist mit einem Preis von 499 Euro (UVP) etwas günstiger als das Flaggschiff S6, bietet aber trotzdem die Laser-navigation und das Kartierungssystem. 13 Sensoren informieren das Gerät über die Umgebung, um Stürze zu verhindern oder die Saugkraft zu erhöhen, wenn der Roboter über Teppiche fährt. Als wichtiges chinesisches Technologieunternehmen produziert Roborock Produkte unter eigener Marke, aber auch für andere Unternehmen wie Xiaomi. Roborock Produkte sind in 40 Ländern erhältlich, davon 28 (einschließlich Deutschland, Frankreich Spanien und Großbritannien) in Europa.



Der Roborock H6 ist der erste Handstaubsauger des chinesischen Herstellers.

# Siemens Hausgeräte feiert 10 Jahre studioLine Jubiläumsaktion für den Fachhandel

Siemens Hausgeräte feiert den 10. Geburtstag des Fachhandelssortiments studioLine mit einer Aktion für den Fachhandel. Bis September 2020 sollen ein besonderes Gewinnspiel und eine attraktive Produktzugabe die Kunden in die Geschäfte der Partner locken. Eine breit angelegte PoS-Kampagne und Aktivitäten in sozialen Medien sorgen dabei für die notwendige Aufmerksamkeit.

Im Aktionszeitraum bekommen Kunden die Chance, sich einen Amazon Echo Show 5 mit exklusivem studioLine Schriftzug zu sichern. Dann können sie erleben, wie komfortabel sich smarte Funktionen nutzen lassen, wenn sich die Sprachassistentin Alexa mit den vernetzten Hausgeräten von Siemens verbindet. Teilnehmen können Konsumenten, die drei oder mehr studioLine Hausgeräte aus dem aktuellen Sortiment besitzen und diese im Aktionszeitraum mit der Home Connect App verbinden.

Wie einfach dieses Pairing funktioniert, können studioLine Kunden und Interessenten im Jubiläumsflyer erfahren. Wer mitmachen will, sollte nicht lange zögern: Denn das Angebot gilt nur, solange der Vorrat reicht.

## Koch-Event mit Nelson Müller

Unter allen registrierten Teilnehmern verlost Siemens Hausgeräte ein außergewöhnliches Event mit Sternekoch Nelson Müller in seiner Kochschule „Food & Flavour“ in Essen. Die Gewinner und deren Begleitung können dabei dem bekannten Sternekoch einen Tag lang über die Schulter schauen und erhalten wertvolle Tipps und Tricks direkt vom Profi.

Siemens Hausgeräte begleitet die Aktion mit redaktionellen Anzeigen sowie Aktivitäten in sozialen Medien und am Point of Sale. Für studioLine Händler, die noch mehr tun möchten, gibt es ein umfassendes Marketing-Paket für Online- und Printwerbung. Der Download der Materialien über das Mediacenter ist für Partner ab sofort möglich.

Seit 2010 gibt Siemens mit studioLine Impulse für den Möbel- und Küchenfachhandel. Das Vollsortiment, das nur von zertifizierten Partnern vertrieben werden darf, bietet ausgezeichnete Ausstattung und hohe Funktionalität. Zudem werden studioLine Händler mit vielen speziellen Leistungen in Vertrieb, Marketing, Kommunikation und Kundendienst unterstützt. 2017 wurde das Design der studioLine-Reihe deutlich aufgewertet und erhielt mit hochwertigen Materialien und besonders präziser, aufwändiger Verarbeitung einen exklusiven Touch. Im Jubiläumsjahr will Siemens die Produktlinie mit zahlreichen Neuheiten ausbauen, darunter das mit dem German Design Award 2020 Gold ausgezeichnete iQ700 Kochfeld mit activeLight sowie die individualisierbare Kühl-Gerätereihe aCool und den iQ700 Deckenlüfter varioLift.



Im Jubiläumsjahr will Siemens die exklusive studioLine Produktlinie weiter ausbauen.



## Smarte Heizkörperthermostate von Netatmo

Die Smarten Heizkörperthermostate von Netatmo sind ab sofort mit einer Fenster-Offen-Erkennung ausgestattet. Mit dieser Funktion wird die Raumheizung abgeschaltet, sobald ein Fenster geöffnet wird. So können Energieverluste vermieden werden. Die Fenster-Offen-Erkennung ist für das Smarte Heizkörperthermostate Starterpaket sowie die zusätzlichen Smarten Heizkörperthermostate verfügbar. Für alle Smarten Heizkörperthermostate, auch wenn sie bereits auf dem Markt sind, steht ein



kostenloses und automatisches Software-Update zur Verfügung. Mit dem Smarte Heizkörperthermostate Starterpaket kann man die Temperatur in mit Sammelheizungen beheizten Häusern regeln. Nutzer können die individuelle Beheizung aller Räume entsprechend ihrer Gewohnheiten und Anforderungen einrichten und die Heizung per Fernsteuerung kontrollieren. Mit den zusätzlichen Smarten Heizkörperthermostaten, die das Starterpaket oder das Smarte Thermostat von Netatmo ergänzen, ist die Steuerung einzelner Heizkörper möglich.

Sobald ein Fenster geöffnet wird, erkennt das Smarte Heizkörperthermostat von Netatmo über seine Sensoren den Temperaturabfall. Die Heizung wird dann automatisch abgeschaltet, um Energie zu sparen. Auf dem Heizkörperthermostat wird zur Information des Nutzers ein Symbol angezeigt.

Die Raumheizung wird wieder aktiviert, sobald die Smarten Heizkörperthermostate von Netatmo erkennen, dass das Fenster geschlossen wurde – oder 30 Minuten, nachdem offene Fenster festgestellt wurden.

Auf Wunsch kann der Nutzer manuell einstellen, dass trotz offenem Fenster weiterhin geheizt werden soll. Mit einem Klick auf „Weiter heizen“ in der Energy-App kann das Ausschalten der Heizung verhindert werden.

Über die App kann die Funktion außerdem komplett deaktiviert werden. Dann heizen die Heizkörper durchgehend, selbst wenn ein Fenster geöffnet wird.

Das Smarte Heizkörperthermostate Starterpaket gibt es für 199,99 Euro (UVP). Die zusätzlichen Smarten Heizkörperthermostate sind eine Ergänzung zum Starterpaket oder dem Smarten Thermostat von Netatmo und sind für 79,99 Euro (UVP) erhältlich.

## Massimo Bottura Kollektion von Grundig

Die neue Massimo Bottura Kollektion umfasst fünf Produkte, darunter einen Stabmixer, eine Küchenmaschine, einen Kaffeevollautomaten, einen Standmixer sowie einen Toaster. Allen Produkten gemeinsam ist der mattschwarze Look mit goldenen Akzenten.

Der Stabmixer BL 7680 MBC mit Edelstahl-Vierfachmesser kommt mit einem extra langen Edelstahlmixfuß sowie zusätzlichem Schutz-Aufsatz. Dank des Soft-Starts dreht sich das Gerät beim Einschalten erst langsamer und verhindert dadurch, dass sich Suppen, Saucen oder ähnliches in der Küche verteilen. Das Pürieren geht mit dem BL 7680 MBC nicht nur einfach, sondern auch schnell, denn neben den sechs Geschwindigkeitsstufen verfügt der Stabmixer der Massimo Bottura Kollektion über eine zusätzliche Turbofunktion.

Die Küchenmaschine KMP 8650 MBC hat zwölf Geschwindigkeitsstufen. Dank des planetarischen Rührsystems wird der ganze Teig – bis zu 4,6 Liter – gut durchgerührt und bleibt nicht am Schüsselrand kleben. Auch bei der Bedienbarkeit bietet das Gerät dank LED-Display mit integriertem Timer sowie der komfortablen Ein-Hand-Öffnung viel Komfort.

Das hochwertige Kegelmahlwerk und die Vorbrühfunktion des Kaffeevollautomaten KVA 4830 MBC sorgen nach Herstellerangaben für einen besonders vollmundigen Geschmack. Der Mahlgrad lässt sich individuell einstellen. Mit 19 Bar Pumpen-



druck sorgt das Gerät für aromaschonende Extraktion. Der KVA 4830 MBC ist schmal und braucht deshalb wenig Stellfläche. Die Brüheinheit lässt sich seitlich herausnehmen, wodurch der Automat leicht von innen zu reinigen ist. Der Wassertank ist ebenfalls einfach zu entnehmen und zu befüllen.

Der kompakte Standmixer SM 7680 MBC wird mit drei praktischen, spülmaschinengeeigneten und bruchfesten Trinkflaschen für einen Smoothie „to go“ geliefert. Der Standmixer im edlen Design von Massimo Bottura zerkleinert sogar gefrorene Lebensmittel und Nüsse dank des robusten Edelstahl-Vierfachmesser und den zwei Geschwindigkeitsstufen mühelos.

Mit dem Toaster TA 8680 MBC lassen sich dank des extra langen Brötchenaufsatzes mit seiner Nutzfläche von rund 30 Zentimetern nicht nur Toast, sondern auch Brötchen oder Croissants problemlos aufwärmen. Sogar Bagels können mit der Bagel-Funktion einseitig getoastet werden. Die sieben Bräunungsstufen und der integrierte Bräunungssensor sorgen für eine gleichmäßige Röstung. Für die bequeme Entnahme der Scheiben ist der TA 8680 MBC mit einer High-Lift-Funktion ausgestattet.

Der Stabmixer BL 7680 MBC ist ab sofort für 149 Euro (UVP), die Küchenmaschinen KMP 8650 MBC und der Kaffeevollautomat KVA 4830 MBC sind für jeweils 599 Euro (UVP) erhältlich. Beim Standmixer SM 7680 MBC liegt die unverbindliche Preisempfehlung bei 179 Euro. Der Toaster TA 8680 MBC ist für eine unverbindliche Preisempfehlung von 159 Euro im Handel erhältlich.

## Neuheiten von Rommelsbacher

Auf der Ambiente vom 7. bis 11. Februar in Frankfurt stellte Rommelsbacher nicht nur einen neuen Raclette Grill, sondern auch eine mobile Einzel-Induktionskochplatte sowie die energiesparende Kleinbackofen-Serie Eco vor.

Der neue Raclette Grill RC 1400 bietet eine massive, antihaftbeschichtete Alu-Druckguss Wende-Grillplatte, stufenlose Temperaturregelung sowie zahlreiche weitere Ausstattungsmerkmale.



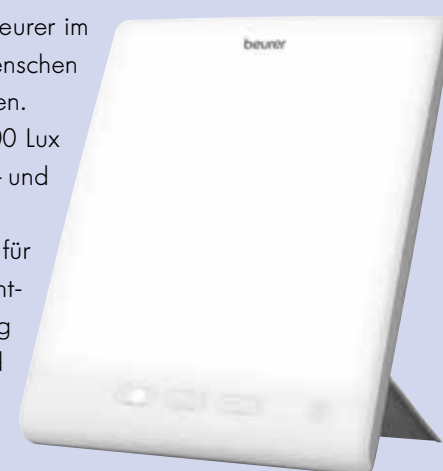
Rommelsbacher RC 1400

## Neue Tageslichtlampe von Beurer

Um einer sogenannten Herbst-Winter-Depression entgegenzuwirken, bringt Beurer im März eine neue Tageslichtlampe auf den Markt. Sie soll dafür sorgen, dass Menschen wieder in Schwung kommen und Lichtmangelerscheinungen ausgeglichen werden. Die Tageslichtlampe TL 45 Perfect Day verfügt über eine Lichtstärke von 10.000 Lux (Abstand 20 cm) und drei Farbtemperaturen. Es unterstützt verschiedene Leistungs- und Ruhephasen mit Hilfe der Modi Therapy, Active und Relax.

Die TL 45 simuliert auf diese Weise den natürlichen Lauf der Sonne und sorgt für einen geregelten Tages-Nacht-Rhythmus. So kann das Produkt durch die Lichttherapie einen frischen Start in den Morgen, konzentriertes Arbeiten am Tag oder einen entspannten Ausklang am Abend fördern. Die Touch Bedienung und die energiesparende LED-Technologie machen die Anwendung besonders nutzerfreundlich.

Die TL 45 Perfect Day ist ab März zum Preis von 99,99 Euro (UVP) erhältlich.



Die mobile Einzel-Induktionskochplatte CTS 2000/IN besitzt eine intelligente Temperaturkontrolle. Die Temperatur wird dabei direkt über den Topf an das Kochfeld übermittelt, welches entsprechend den zuvor definierten Vorgaben die Leistung automatisch regelt. Hierfür stehen dem Benutzer sechs individuell einstellbare Direktwahl-Programme mit zehn fein abgestuften Leistungsstufen zur Verfügung.

Die Geräte der neuen energiesparenden Kleinbackofen-Serie „Eco“ zeichnen sich sowohl durch ihre Energieeffizienz als auch für ihre besonders moderne Optik mit Spiegelglas-Front aus. Neben den beiden Backofen-Varianten mit 22 und 30 Litern (BGS 1400 und BGS 1500) besitzt die Kleinküche KM 3300 zusätzlich zwei Kochplatten fürs Kochen, Braten und mehr.

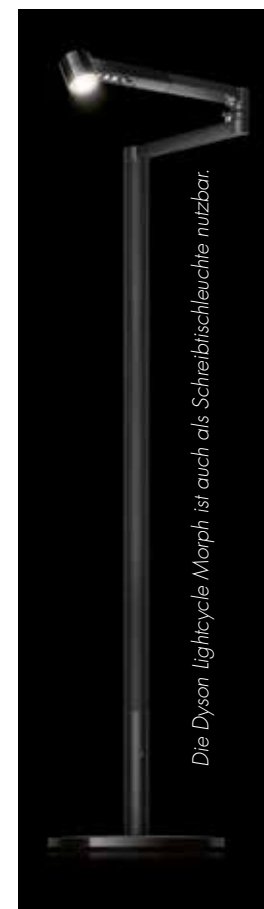
## Dyson Lightcycle Morph Leuchte mit App-Steuerung

Die Dyson Lightcycle Morph, die als Schreibtischleuchte und als Stehlampe genutzt werden kann, lässt sich über die Dyson Link App personalisieren, um ihr Licht an die Aufgaben, das Alter und die Stimmung des Benutzers sowie an das lokale Tageslicht anzupassen. Die Beweglichkeit um 360° ermöglicht eine individuelle Beleuchtung.

Auf dem Aluminium Polycarbonat-Gestell ist ein intelligenter optischer Kopf montiert, der sich um 360° drehen lässt. Die Leuchte ist aus gepresstem Aluminium geformt; die Mikroöffnungen erzeugen einen weichen Lichteffect, und die hochreflektierende Oberfläche im Inneren des Aluminiumkerns ermöglicht einwandfreien Lichttransport über die gesamte Länge des Schafts, heißt es in einer Pressemitteilung.

Fast unsichtbar verlaufen zwei ultradünne, freiliegende Kabel durch die Mitte der Dyson Lightcycle Morph. Diese Kabel versorgen den optischen Kopf fast unsichtbar mit Strom – so wird ein ununterbrochener 360° Lichteffect erzielt. Wird die Leuchte als Umgebungslicht genutzt, leuchtet der Standfuß in einem beruhigenden, orangefarbenen Licht und kann zur Entspannung am Abend mit einem reduzierten Blaulichtanteil eingestellt werden. Ein Farbwärmefilter für oranges Licht erzeugt die wärmsten Lichtwerte und reduziert die Farbtemperatur weiter von 2.700 K auf 1.800 K, was der Farbe von Kerzenlicht entspricht.

Die Dyson Lightcycle Morph ist ab Februar als Schreibtischleuchte sowie als Stehlampe in Schwarz und Weiß erhältlich. Der UVP liegt bei 549 bzw. 749 Euro.



Die Dyson Lightcycle Morph ist auch als Schreibtischleuchte nutzbar.



# Telekom investiert weiter in Partner Führungskräfte entwickeln

Bei der Unterstützung ihrer Handelspartner setzt die Telekom stark auf Training und Wissensvermittlung. Das betrifft nicht nur das Verkaufspersonal, sondern auch die Führungskräfte. In diesem Jahr baut die Telekom ihr umfassendes Führungskräfte-Entwicklungsprogramm für Partner mit neuen Modulen aus. Die erste Anmeldungsrunde wurde bereits im Januar abgeschlossen.

Mit dem Programm will die Telekom die Führungskräfte im Handel dabei unterstützen, ihre Mitarbeiter zu begeistern, um damit nicht nur zusätzliche Umsätze zu erzielen, sondern auch die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und insgesamt die Atmosphäre im Geschäft zu verbessern. „Die Kunden werden anspruchsvoller und wollen individuell behandelt werden“, erklärte Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner. „Deshalb wird das gesamte Kundenerlebnis wichtiger als Preise und Produkte.“



Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom-Partner: „Wir gestalten gemeinsam mit unseren Partnern die Zukunft des stationären Vertriebs.“

Um in den aktuell stürmischen Zeiten des stationären Vertriebs auch in Zukunft gemeinsam erfolgreich zu sein, bedarf es hochqualifizierter Mitarbeiter und Führungskräfte. Denn der Mensch macht den Unterschied.“ Deshalb investiert die Deutsche Telekom weiterhin in die Ausbildung der Partner, fügte Schmitz-Axe hinzu. „Wir reagieren aktiv auf Veränderungen und gestalten gemeinsam mit unseren Partnern die Zukunft des stationären Vertriebs.“

## Zweitägige Präsenzveranstaltungen

Bereits im Rahmen des 2019 eingeführten Qualifizierungsangebotes wurde den leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Handel vermittelt, wie man individuelle Stärken fördert, ein Team aufbaut oder auf Augenhöhe mit Mitarbeitern kommuniziert. In diesem Jahr geht es zusätzlich um die Reflektion der eigenen Arbeitsweise und Instrumente für die Selbstorganisation. Zudem sollen die Teilnehmer sich darüber bewusst werden, welche Stär-



100 Führungskräfte von Telekom Partnern haben 2019 die Trainingsangebote genutzt.

ken sie selbst haben, um diese besser bei der Führung einsetzen zu können.

Die Themeninhalte, die auch auf der Basis von Anregungen aus dem Händlerbeirat entwickelt wurden, werden in jeweils zweitägigen Präsenzmodulen angeboten, die durch Vorbereitungs- und Nachbearbeitungsarbeiten ergänzt werden. Zwei Trainer sind dafür bundesweit unterwegs, um bis zu 12 Teilnehmer pro Modul zu schulen. Im vergangenen Jahr konnten 100 Führungskräfte der Handelspartner dieses Angebot nutzen. Dadurch, so schätzt Schmitz-Axe, könnten 300 - 500 Mitarbeiter und



Mitarbeiterinnen im Einzelhandel von einem besseren Führungserlebnis profitieren. Die Seminare selbst sind kostenlos, die Reise- und Übernachtungskosten trägt der Händler.

## Telekom reduziert die Zahl eigener Shops

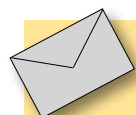
Bis zum Jahresende 2021 will die Telekom 99 ihrer derzeit 504 Telekom Shops schließen. Hintergrund der Entscheidung seien die starken Veränderungen des Marktes und des Kundenverhaltens durch die Digitalisierung und den Online-Boom, die zu einer rückläufigen Kundenfrequenz im stationären Einzelhandel führen, erklärte das Unternehmen in einer Pressemitteilung. Der Anspruch, das beste Marken- und Einkaufserlebnis im deutschen Telekommunikationsmarkt zu bieten, soll dabei keinesfalls aufgegeben werden. Dafür will die Telekom weiter in erlebnisorientierten Ladenbau, regionales Marketing und Events sowie lokalen Service investieren, und zwar sowohl in den eigenen Shops als auch bei Partnern. Dies beinhaltet eine Ausweitung von „magenta“ Formaten im Fachhandel.

Trotz der Reduzierung der Standorte sollen auch künftig 86 Prozent der Kunden einen Telekom Shop in weniger als 20 Kilometern erreichen können.

Im Rahmen der Neuausrichtung des Privatkunden-Vertriebs, zu der auch die Reduzierung der Vertriebsregionen in Deutschland von 6 auf 4 gehört, soll die Zahl der Stellen sozialverträglich reduziert werden. Betriebsbedingte Beendigungskündigungen seien ausgeschlossen, betonte die Telekom. Mit den Sozialpartnern wurde hierzu ein Interessenausgleich und Sozialplan vereinbart.

„Wir sind uns unserer Verantwortung als Arbeitgeber gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr bewusst und werden die notwendigen Personalanpassungen ausnahmslos sozialverträglich gestalten“, sagte Björn Weidenmüller, Geschäftsführer für das Operative Geschäft der Deutschen Telekom Privatkunden-Vertrieb GmbH. „Wir handeln aus einer Position der Stärke heraus, daher ist jetzt der richtige Zeitpunkt, uns für die Zukunft gut aufzustellen. Wir glauben dabei an die Kraft der persönlichen Beratung, auch mittelfristig wird so noch 80 Prozent unseres Vertriebes erfolgen.“





## Leserbrief

**Betr.: Schwarzer, blauer Cyber-Schwachsinn**  
**Pos-MAIL 12/2019**

Lieber Kollege Wagner,

wie Sie bin auch ich längst Rentner. Und wie Sie arbeite ich im Volljob weiter in meinem Fachbetrieb Computer Corner Krug-Fernsehen in München-Obermenzing. Ein Laden, den es seit über 50 Jahren gibt und den ich vor 12 Jahren übernommen und umstrukturiert habe. Statt nur Reparaturen und Antennenbau wie früher bin ich heute ein Teling- und Ringfoto-Fachgeschäft mit persönlichem Kundendienst und vier Leuten als externe Dienstleister.

Als Cyber-Blödsinn vor vier Jahren aufkam, habe ich dumm geschaut und hatte einen grottenschlechten Dezember. Vor zwei Jahren habe ich dann die ganzen Sprüche von Amazon leicht adaptiert wg. Copyright per Newsletter an meine Kunden verschickt und hatte einen Wahnsinns-Abverkauf von Lager- und Ladenhütern – es war wie Weihnachten und Ostern zusammen.

Letztes Jahr hielt ich mich an die Apelle der Fachorgane und konnte Ende Dezember meine Lastschrifteinzüge von Teling und Ringfoto nicht einhalten, hatte aber das Lager voll. Heuer startete ich eine eigene Kampagne in Sachen „Cyber-Friday, xx-monday bis zum rassigen Donnerstag“ und hatte wieder einen Riesenerfolg. Das heißt für mich: Das Weihnachtsgeschäft von früher ist tot, es leben die Cyber-Days! Viele Kollegen haben nicht die Traute für solche Aktionen und schauen zu, wie die Kunden mit ihren dick gefüllten Geldbörsen an ihren Läden vorbeiziehen und in den Poststationen ihre Pakete abholen.

Ob das was bringt in Wirtschaft und Politik oder in der Moral der Händler ist mir wurscht. Ich habe gelernt, dass der Kunde bestimmt, wo er einkauft. Und wenn er bei mir einkauft, ist mir alles recht. Preisgestaltung und Lagerumschlag sind meine Sache. Und das war wieder sehr erfolgreich. Also lieber Kollege Wagner: gemacht, gemacht! Es gibt auch noch Leute wie mich, die ihr Hirn einsetzen und mit erfundenen Aktions-Tagen gute und sogar sehr gute Umsätze und Spannen erzielen.

Mit freundlichen Grüßen

Josef Veith,  
Computer Corner, München

# WAGNERS WELT



**Ein Rentner beobachtet  
die Hightech-Branche**

## Welchen Weltuntergang hätten Sie gerne?

Als Rentner komme ich ja inzwischen aus dem Staunen kaum noch heraus, wie viele Weltuntergänge uns in den letzten Monaten und Jahren vorhergesagt wurden. Klima-Gretels Fridays-for-Future-Weltuntergangssekte will ich gar nicht erwähnen, weil die ja vor Weihnachten getwittert haben, die Großeltern-Generation solle gefälligst den Mund halten, sie sei ja demnächst sowieso nicht mehr da. Und zum Corona-Virus, das gerade die Republik in Panik versetzt, sendet die Bild inzwischen im Minutentakt irgendwelche Schreckensmeldungen ab, so dass ich mir sparen kann, meinen Senf dazuzugeben.

Dabei hatte Deutschlands Hetz- und Panikmedium erst wenige Tage vor der Corona-Hysterie einen Skandal aufgedeckt, an dem wir bestimmt alle sterben werden (wenn wir Corona und den Klimawandel halbwegs überstehen). Die von manchen scherzhaft als Journalisten bezeichneten Krawall-Krakeler haben nämlich eine Studie von Herrn Professor Markus Egert (Hochschule Furtwangen) gefunden, die belegt, dass in deutschen (und wir müssen vermuten, nicht nur in deutschen) Waschmaschinen tatsächlich Bakterien vorkommen. Die tragen schreckenserregende Namen wie Moraxella osloensis (stinkt!), Brevundimonas vesicularis (für Gesunde harmlos, wenn man schon krank ist, aber nicht), Pseudomonas oleovorans (befällt neben der Bullaugen-Dichtung auch das Flusensieb, ist aber leider nicht krankheitserregend) und, zum krönenden Abschluss, Acinetobacter johnsonii (das bei Immungeschwächten ernste Folgen haben kann).

Was mir daran gefällt: Endlich habe ich eine Wahl, welches Bakterium mich am meisten in Panik versetzen soll. Und obwohl ich gar kein Professor bin und auch keine Studie herausgegeben habe, weiß ich noch etwas ganz genau: Die Bakterien in der, wie Bild schreibt, „Keimschleuder Waschmaschine“ sind zwar besorgniserregend, aber außerhalb der Waschmaschine, ich weiß es ganz sicher, da sind noch viel mehr. Und wer jetzt keine Panik kriegt, ist selber schuld.

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. 22 v. 1. Januar 2020.

#### 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!**

# IMAGING INNOVATION CONFERENCE



by photokina

**26. Mai 2020 Kristallsaal, Koelnmesse**

Organisator: C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH  
Partner: Photoindustrie-Verband e.V.  
Informationen: [www.photokina.de/IIC](http://www.photokina.de/IIC) · E-Mail: [IIC@photokina.de](mailto:IIC@photokina.de)

 koelnmesse