PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

März 2017

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

www.pos-mail.de

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

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

Besuchen Sie PoS-MAIL im Internet!
www.pos-mail.de

Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren:
pos-mail@cat-verlag.de

Start für den Regelbetrieb von DVB-T2 HD

DVB-T2 HD

Jetzt Umsatzchancen nutzen

Der Countdown läuft. Am 29. März startet der Regelbetrieb für das hochaufgelöste Antennenfernsehen DVB-T2 HD. Gleichzeitig wird in den entsprechenden Regionen die Übertragung von DVB-T Signalen abgeschaltet. Für den Fachhandel bedeutet die Umstellung eine gute Chance, nicht nur Umsätze zu erzielen, sondern durch gute Beratung und Unterstützung bei der Installation die Kundenbindung zu intensivieren. Der nächstliegende Schritt ist natürlich der Verkauf von DVB-T2 HD Receivern, CI-Modulen und Guthabenkarten für den Empfang der gebührenpflichtigen HD-Programme. Es kann aber auch sinnvoll sein, mit den Kunden über den Umstieg auf Satelliten-Empfang oder den Kauf eines neuen Fernsehgeräts zu sprechen.

Nachdem in vielen Ballungsräumen bereits heute die Programme Das Erste, RTL, ProSieben, SAT1, VOX und ZDF in HD-Qualität empfangen werden können, startet am 29. März der Regelbetrieb mit zahlreichen öffentlich-rechlichen und privaten Sendern. Das hochaufgelöste Fernsehen ist dann aber nur für die öffentlich-rechtlichen Programme gebührenfrei. Die meisten privaten Programme kommen nur mit entsprechenden Receivern/CI-Karten und dem Programmpaket freenet TV in HD auf den Bildschirm. Das gilt ab 1. Juli; bis Ende Juni 2017 können Zuschauer, die rechtzeitig auf DVB-T2 HD umgestellt haben, das gesamte Programmangebot von freenet TV ohne Kosten nutzen. Danach kostet der hochaufgelöste Fernsehspass 5,75 Euro im Monat.

Dafür kann der Fachhandel ab Mitte März die freenet TV Guthabenkarte anbieten. Sie kostet 69 Euro (UVP) und macht den Empfang der privaten Programme via DVB-T2 HD ab Juli für weitere zwölf Monate möglich. Dazu müssen Kunden ihre 11-stellige freenet TV ID, die auf Receivern und TV Modulen zu finden ist, mit dem Code auf der Guthabenkarte entweder telefonisch unter 0221 4670 8700 oder unter www.freenet.tv/freischaltung ange-

EDITORIAL

Alexa zwingt zum Handeln

Seit Mitte Februar können die deutschen Konsumenten auf breiter Front Amazons schlauen Lautsprecher Echo kaufen und damit auch auf die Dienste der „digitalen Assistentin" Alexa zurückgreifen. Die Dame dürfte die Spitze des derzeit Machbaren in der Spracherkennung darstellen. Sie gibt Antworten auf Fragen, spielt natürlich Musik ab, liest Nachrichten vor, stellt den Wecker, erinnert an Termine, steuert in der Wohnung das Licht und – sie kauft auf Wunsch auch ein. Letzteres gilt derzeit nur für Amazon Prime Mitglieder und das entsprechende Produktsortiment, das allerdings täglich wächst. Alexa, so berichten wir in dieser Ausgabe, wohnt jetzt auch im Amazon Fire TV Stick, und die auf der CES gezeigten Kühlschränke, Staubsauger und weiteren Geräte mit der eloquenten Lady werden auch auf dem deutschen Markt nicht lange auf sich warten lassen. Dass es nur eine Frage der Zeit ist, ob und wann Alexa alles mögliche einkaufen kann, versteht sich.

Der Cloud-basierte Sprachdienst ist keine Spielerei. Nicht ohne Grund rüstet Google gerade seinen Sprachassistenten auf, um den Geräte-Produzenten eine Alternative zur Amazon Technologie bieten zu können.

Man muss nicht unbedingt Cassandra heißen, um von den immer treffsicherer und intelligenter werdenden Smart-Diensten gravierende Auswirkungen auf den Einzelhandel zu erwarten. Besonders Amazon ist mit seiner Kombination von Software-Kompetenz und Handelspower bestens darauf vorbereitet, dem klassischen Einzelhandel mehr Ärger zu machen, als es reine Online-Shops jemals können würden. Denn Alexa ist tatsächlich ziemlich intelligent und lernt täglich dazu. Sie kann schon jetzt Fragen beantworten und dabei sogar ironisch oder gar frech werden. Und in Zukunft wird sie der Kernkompetenz des qualifizierten Fachhandels Konkurrenz machen: Sie wird beraten. Die dazu notwendigen Fachkenntnisse in Form von Daten häuft Amazon auf seinen Plattformen – unterstützt von Herstellern und Nutzern – in gigantischer Menge an. Natürlich kann man kluge Argumente finden, warum die Konsumenten dem Rat eines virtuellen Sprachroboters nicht kritiklos vertrauen sollten. Das Dumme ist nur: Die Kunden, zumindest viele von Ihnen, werden es trotzdem tun.

Deshalb zwingt Alexa den klassischen Einzelhandel zum Handeln. Besonders die Kooperationen, aber natürlich auch die Giganten wie MSH und Konsorten sind gefordert, Konzepte zu entwickeln, um der zu befürchtenden Dominanz von Amazon etwas entgegenzusetzen. Wenn die Hersteller schlau sind, werden sie das unterstützen. Denn kein Lieferant kann das Interesse haben, noch abhängiger von den großen Software- und Vertriebsriesen zu werden.

Thomas Blömer

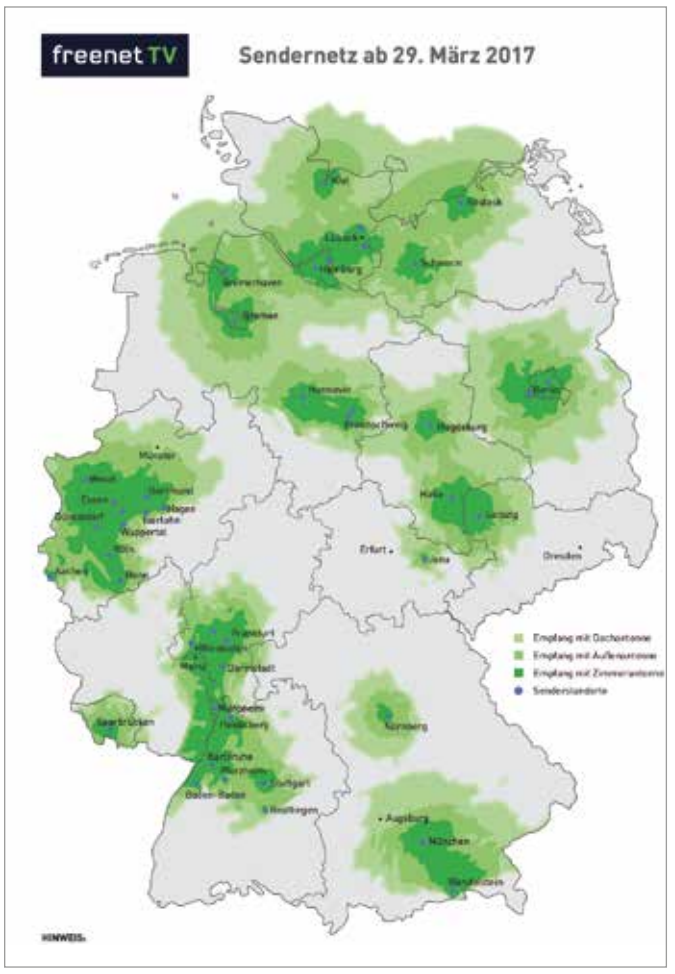
ben. Mit einer umfassenden Kommunikations- und Marketinginitiative hat Media Broadcast, der Betreiber der freenet TV Plattform, dafür gesorgt, dass wohl kaum ein Zuschauer nach der Abschaltung von DVB-T von einem schwarzen Bildschirm überrascht wird. Auch gegen Geräte-Engpässe im Handel wurden Vorkehrungen getroffen. Durch Vereinbarungen mit mehreren Herstellern hat freenet sichergestellt, dass mehr als drei Millionen Receiver rechtzeitig zur Verfügung stehen. Denn so viele Haushalte werden von der Umstellung des TV-Empfangs betroffen sein. Zählt man die Nutzer von Laptops und Mobilgeräten dazu, kommt man auf mehr als 7,4 Millionen Haushalte, die in Deutschland terrestrisches Fernsehen nutzen. Den höchsten Marktanteil hat DVB-T mit durchschnittlich 28,3 Prozent in den Ballungsgebieten, und genau hier findet die Umstellung zuerst statt. Das bedeutet: Millionen Haushalte brauchen ein geeignetes Empfangsgerät – das man übrigens am freenet TV Sticker leicht erkennen kann.

Große Kampagne

Bereits seit Wochen sorgt Media Broadcast in einer crossmedialen Kampagne für freenet TV dafür, dass kaum ein Konsument dem Thema DVB-T2 HD entrinnen kann. Dazu läuft bis zum Umstellungstermin reichlich TV-Werbung, die durch Radiospots, Online- und Social Media-Auftritte, Out of Home Präsenz und nicht zuletzt PoS-Material für den Fachhandel ergänzt wird.

Die Botschaft ist klar: DVB-T2 HD bietet hervorragende Bildqualität ohne Verkabelungen und/oder langfristige Abo-Verpflichtungen. „Mit unserem dritten Kampagnen-Flight und den zahlreichen begleitenden Kommunikationsmaßnahmen gehen wir offensiv in die Kundenansprache und setzen den Fokus auf die zahlreichen Benefits sowie die umfassende Programmvielfalt von freenet TV", erklärte Beate Hasenzahl, Head of Marketing für freenet TV bei Media Broadcast. „Dafür setzen wir über alle Kanäle hinweg unseren sympathischen Presenter ein, dessen Begeisterung für das Produkt schnell auf die Kunden übertragen wird."

Das Programm-Paket von freenet TV beinhaltet bis zu 60 Sender: Dazu gehören neben den rund 20 frei empfangbaren und öffentlich-rechtlichen Programmen auch 20 private Angebote in HD. Zusätzlich wird es über freenet TV Connect rund 20 TV-Sender sowie Zugriff auf viele Apps und Mediatheken geben.



In diesen Regionen ist DVB-T2 HD ab dem 29. März zu empfangen.

Neben neuen Receivern, TV-Modulen und Antennen gibt es als Hardware ab Mitte März auch den freenet TV USB-Stick für den mobilen Empfang der Programme auf PCs und Laptops.

Zum Stichtag am 29. März erweitert freenet TV sein Programm um den Sender Sport1, der dann in Full HD auch über DVB-T2 HD zu empfangen ist. Schon im April können die Zuschauer die Viertelfinale der UEFA Europa League verfolgen und im Mai die Eishockey-WM erleben. Sport1 wird auch die Schlussphase der Fußball-Bundesliga begleiten und Top-Ereignisse wie das Final Four Turnier um den Deutschen Handballpokal sowie für Motorsport-Fans das ADAC GT Masters und die ADAC Formel 4 präsentieren. Bei den großen Sendern eher unterrepräsentierte Sportarten wie Frauenfußball, Basketball, Hockey usw. kommen bei Sport1 ebenfalls zu ihrem Recht. Im vergangenen Jahr hat der Sender über 1.400 Stunden live übertragen und will dieses Niveau 2017 um weitere 100 Stunden erhöhen.

Hardware verkaufen

Zahlreiche Unternehmen, darunter auch die deutschen Hersteller Metz und TechniSat, bieten zum

Samsung will die Kunden zum DVB-T2HD Start mit einer Bundle-Aktion zum kauf eines neuen Fernsehers motivieren.

DVB-T2 HD Start Receiver an. Samsung hat in Kooperation mit freenet TV sogar eine eigene Kampagne gestartet, um die Media Box Lite (UVP: 99 Euro) anzubieten. Sie wird mit einer Antenne und, per HDMI-Kabel, mit dem Fernseher verbunden. Ältere Modelle können über ein Scart-Adapterkabel (im Lieferumfang) angeschlossen werden und geben die Programme dann in SD-Qualität wieder.

Während viele Samsung TVs (und auch zahlreiche Modelle anderer Hersteller) ab dem Jahr 2015 bereits mit einem DVB-T2 HD Tuner ausgestattet sind, will Samsung die Umstellung auch nutzen, um Kunden für den Kauf eines neuen Gerätes zu motivieren. Das ist sinnvoll, denn die HD-Programme sind besonders gut für das Upscaling in UHD geeignet. Da auch immer mehr Streaming-Dienste Full HD oder sogar Ultra HD Inhalte anbieten, hat Samsung eine Bundle-Aktion gestartet, die bis zum 16. April läuft. Unter dem Motto „Gratis HD für alle!" gibt es beim Kauf eines der Aktionsmodelle zehn ausgewählte HD-Filme von Juke oder zehn ausgewählte HD-Filme sowie ein sechsmonatiges Probe-Paket von maxdome dazu. Zudem können die Käufer sechs Monate lang die HD-Programme von freenet TV kostenlos empfangen. Alle Dienste laufen nach einem halben Jahr ohne Kündigung automatisch aus. Für besonders guten DVB-T2 Empfang kann auch eine spezielle Antenne hilfreich sein. So bietet Oehlbach mit der XXL Razor Flat ein High-End-Produkt an, das mit 24-Karat-vergoldeten Kontakten ausgestattet ist und mit einem integrierten Signalverstärker auch für schwierige Empfangssituationen geeignet ist. Das 3,6 m lange Kabel und die Stromversorgung über USB bieten große Flexibilität bei der Anbringung.

Auch One For All setzt der Folienantenne SV 9440 auf flaches Design. Die Indoor-Antenne bietet 45dB Verstärkung und kann an der Wand oder stehend installiert werden. 4G und GSM Blockfilter schirmen den Empfang gegen Störsignale ab. Die aktive Antenne erhielt vom Fachmagazin SAT Vision das Testurteil „Gut".

Receiver gibt es von freenet TV oder verschiedenen Herstellern.

Spezielle Antennen für den Empfang von DVB-T2 HD gibt es unter anderem von One for All (links) und Oehlbach.

Umsteigen auf SAT?

Natürlich müssen DVB-T Kunden, deren Signal abgeschaltet wird, nicht unbedingt beim terrestrischen Empfang bleiben. So weist die AG SAT rechtzeitig zum Umstellungstermin darauf hin, dass der Satellitenempfang, anders als DVB-T2 HD, die Wahlmöglichkeit zwischen der kostenfreien SD-Variante und der kostenpflichtigen HD-Ausstrahlung bietet. Zudem gibt es per SAT das größte Programmangebot aller Übertragungswege, und zwar sowohl in Standard- als auch in HD-Qualität. Selbst die ersten Ultra HD Programme sind schon auf Sendung. Auf diese Argumente weist auch HD Plus hin und kann auf 300 Programme, mehr als 50 davon in HD, verweisen. Von den letzteren werden 23 exklusiv über HD Plus ausgestrahlt. Und auch vier UHD-Programme gibt es bereits über Astra Satellit. Mit UHD1 bei Astra/HD Plus betreibt HD Plus einen eigenen Demo-Kanal, der rund um die Uhr Programme in UHD-Qualität ausstrahlt und dabei Eigen- und Auftragsproduktion aus den Bereichen Action, Doku und Lifestyle ebenso anbietet wie Programme von TV-Sendern in UHD-Qualität.

Für welche Lösungen sich die Kunden auch immer entscheiden: Die Umstellung auf DVB-T2 HD ist ein willkommener Anlass, das Thema Fernsehen im Fachgeschäft prominent in den Blickpunkt zu rücken und das Gespräch mit den Kunden zu suchen.

INHALT

PoS-Aktuell
Nachrichten und Neuheiten **4, 14**

Markt für Consumer Electronics in 2016 rückläufig
Wachstum auf 2017 verschoben **5**

Gute Stimmung auf der expert Frühjahrstagung
Jubiläum und neuer Flächenrekord **6**

Neue Küchenmaschine für die WMF Küchenminis
Multitalent im Mini-Format **7**

Edles Design und gute Ausstattung
Der Loewe bild 5 **8**

Neuer Amazon Fire TV Stick
Jetzt mit Alexa **8**

Das neue Panasonic TV Sortiment
Noch mehr Hollywood **9**

Die QLED TVs von Samsung
Premium-Erlebnis für die Augen **10**

Norddeutsche HiFi-Tage
Klarer Klang im hohen Norden **11**

HD+ präsentiert neue Ertragsrechner-App
Gute Bildqualität zahlt sich aus **12**

Neue Europazentrale von LG Electronics eröffnet
Erfolg mit Innovationen **13**

Wagners Welt • PoS-MAIL @ **15**

Impressum **15**

PoS-Aktuell

Nachrichten

Doro Group ernennt neuen CEO

Robert Puskaric

Doro, führender Hersteller einfach zu bedienender technischer Produkte, stellt sich mit einer neuen Führungsspitze in seiner schwedischen Unternehmenszentrale strategisch neu auf. Der Vorstand von Doro hat Robert Puskaric zum neuen CEO und Präsidenten ernannt. Seit Februar bekleidet er seine neue Position am Hauptsitz von Doro in Lund. Im Bereich Vertrieb hat Henric Ungh seit November 2016 die Funktion des Vice President Sales & Marketing übernommen.

Puskaric wechselt von seiner aktuellen Position bei Ericsson zu Doro. Er bringt mehr als 20 Jahre internationale Berufserfahrung in Führungsfunktionen in den Sparten Informations- und Kommunikationstechnik sowie Telekommunikation mit. Neben einem Ingenieurgrad im Fach Elektrotechnik verfügt er über einen Abschluss an der School of Economics and Management an der Universität Lund.

Ungh verfügt ebenfalls über 20 Jahre Erfahrung in der Telekommunikationsbranche – unter anderem bei den Unternehmen Siemens, Ericsson, Sony und DS Smith. Für seine neue Position qualifiziert ihn vor allem seine Expertise in den Themenfeldern Vertrieb, Business Development und strategisches Management. „Ich freue mich unglaublich und fühle mich sehr geehrt, zum neuen CEO von Doro ernannt worden zu sein. Doro ist eine starke Marke und hat eine starke Position innerhalb ihres Segments", so Robert Puskaric. „Durch seine tiefgehende Kenntnis der Zielgruppenbedürfnisse in Kombination mit Fachwissen und Hardware-Assets sowie Software und Dienstleistungen hat das Unternehmen ein großes Wachstumspotenzial – insbesondere im Hinblick auf die digitale Transformation, die zurzeit in der Gesellschaft vollzogen wird. Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit meinen neuen Kollegen, Partnern und Kunden."

Neuer General Manager Europe bei TCL Multimedia ernannt

TCL Multimedia, nach eigenen Angaben einer der größten TV-Hersteller der Welt, hat Bill Jiang zum neuen General Manager Europe ernannt. Bevor Bill Jiang seine Karriere bei TCL Overseas Business Centre begann, arbeitete er vier Jahre lang für TPV Technology, vor allem im Verkauf von TPV-Display-Produkten.

Bill Jiang

Nach seinem Eintritt 2004 bei TCL Overseas Business Centre war Jiang für das TV-Business auf vielen verschiedenen Märkten verantwortlich, in Least Developed Countries, Entwicklungsländern und Industriestaaten jeweils als General Manager. In einer Pressemitteilung heißt es, die Stärken von TCL liegen in der natürlichen Innovationskapazität, der vertikalen Integrationsstrategie sowie der Wettbewerbsfähigkeit seiner Produkte und seinem Angebot smarter Lösungen. TCL ist die chinesische Firma, die am meisten Patente anmeldet, um zunehmend innovativere Produkte anzubieten, die der aktuellen Nachfrage und zukünftigen Marktbedürfnissen entsprechen.

Um Kunden stets die neusten Innovationen anbieten zu können, baut TCL auf fortschrittliche Industriekapazitäten. Das Unternehmen investierte 2011 rund 5 Milliarden US-Dollar in eine 8.5-Panel-Fabrik neuster Generation in Shenzhen (CSOT) und verdoppelte seine Produktionskapazität 2015 dank einer zweiten Panel-Fabrik, die Bildschirme bis zu einer Größe von 55 Zoll herstellt.

TCL Corporation kündigte vor kurzem an, die weltweit größte Gen-11-LCD-Panel-Fabrik zu bauen, welche immer größere Displays effizient herstellt. Mit diesem Investment will TCL seine Ambition unterstreichen, ein globaler Führer in der Displaytechnologie zu werden.

expert übernimmt Mehrheit von expert Bening

Die expert Wachstums- und Beteiligungs AG (EWB AG) hat mit Wirkung zum zum 1. April 2017 eine Mehrheitsbeteiligung an ihrem Gesellschafter expert Bening mit insgesamt 27 Standorten erworben. Eine Minderheitsbeteiligung hält weiterhin der Geschäftsführer Thomas Jacob, die restlichen Anteile verbleiben bei den Unternehmensgründern Dirk und Jörg Bening.

expert habe sich im Rahmen der Nachfolgeregelung für die Beteiligung an ihrem Gesellschafter entschieden, erklärte die Verbundgruppe in einer Pressemitteilung. „Mit diesem Schritt stellen wir die erfolgreiche Weiterführung des Unternehmens sicher, das Dirk und Jörg Bening aufgebaut und zu einem der führenden Elektrofachhändler entwickelt haben", sagte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE.

Dirk Bening wird auch nach der Übernahme dem Unternehmen in strategischen Fragen beratend zur Seite stehen.

Um einen reibungslosen Übergang des operativen Geschäftes zu gewährleisten, wird Dirk Bening dem Unternehmen weiterhin in strategischen Fragen beratend zur Seite stehen. Hierfür bringt er als erfahrener Unternehmer sowie als ehemaliges Beiratsmitglied und Aufsichtsratsvorsitzender von expert viel Erfahrung und die nötige Expertise mit. Darüber hinaus soll Dirk Bening gemeinsam mit seinem Bruder Jörg auch dem zu gründenden Beirat angehören.

Die Firma Bening wurde im Jahr 1930 ursprünglich als Handwerksbetrieb von Georg Bening gegründet und gehört seit 1986 zur expert Gruppe. Mit 27 Standorten in Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Bremen und Nordrhein-Westfalen zählt das Familienunternehmen zu den größten expert Gesellschaftern. Durch die Mehrheitsbeteiligung werden die Arbeitsplätze der rund 1.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer langfristig gesichert. „Es ist uns ein persönliches Anliegen, für unsere Mitarbeiter eine sichere Zukunftsperspektive zu gewährleisten und damit unsere Unternehmenskultur fortzuführen", sagte Dirk Bening.

Electrolux ernennt neuen Verkaufsleiter

Electrolux hat Helge Mücke zum neuen Verkaufsleiter für den Bereich Großhandel und Smart Brands ernannt. Mücke löst Jürgen Schreiber ab, der in den Ruhestand geht. In seiner neuen Funktion berichtet Mücke an Horst Nikolaus, neuer Sales Director für den Elektrohandel.

Helge Mücke

Sein Werdegang führte den 50-jährigen Vertriebsprofi nach seiner Ausbildung zum Datenverarbeitungskaufmann von der BTF Großhandels GmbH über Leitungsfunktionen bei Candy Hoover Deutschland und LG Electronics im Jahr 2009 zu Electrolux, wo er sieben Jahre als Key Account Manager strategische Handelspartner betreute. Der gebürtige Dresdner war zuletzt als Key Account Manager für Buying Groups bei Gorenje tätig. In seiner neuen Funktion bei Electrolux ist er für den Ausbau der Marken AEG sowie Zanussi im Großhandel sowie die Steuerung der Marke Zanker im exklusiven Fachhandel verantwortlich. Vertriebschef Horst Nikolaus sieht die strategisch wichtige Position des Verkaufsleiters Großhandel und Smart Brands in besten Händen: „Ich freue mich sehr darüber, dass wir mit Helge Mücke einen versierten Branchenprofi für unser Vertriebsteam zurückgewinnen konnten. Er verfügt über 25jährige Branchenerfahrung und ausgezeichnete Kenntnisse unterschiedlichster Vertriebsbereiche."

Grosse Serviceoffensive von Ecovacs Robotics

Um Kunden bei der Ersteinrichtung von Geräten der R9-Serie zu unterstützen, hat Ecovacs Robotics eine eigene Hotline eingerichtet. Die Mitarbeiter beraten bei der Inbetriebnahme des Bodenreinigungsroboters und leiten beim erstmaligen Scanvorgang der Wohnung an. Außerdem stehen sie bei allen weiteren Rückfragen rund um den R95, R96 und R98 zur Verfügung.

Nutzer können ihren Deebot mit Hilfe der Ecovacs-App aktivieren. Der Saugroboter positioniert sich dann in der Raummitte und nimmt einen detaillierten Scan der Umgebung vor. Anschließend erscheinen auf dem Display des Smartphones der Grundriss des Raumes und die für den Saugroboter erreichbaren Areale. Dieses Vorgehen kann auch bei weiteren Räumen vorgenommen werden, so dass am Ende die gesamte Wohnung erfasst ist.

Ist zum Beispiel die Wischfunktion aktiviert, können Nutzer gezielt die Bereiche der Wohnung, die mit Teppich ausgelegt sind, via App von der Reinigung ausschließen. Mit dieser innovativen Smart-Navi-Technologie reinigt der Deebot außerdem Flächen nur einmal mit maximaler Leistung. Die Bedienung ist von überall möglich – ob im Büro, im Urlaub oder zuhause. Neben der neuen Scanfunktion kann der Roboter via Smartphone gestartet, gestoppt und manuell manövriert werden. Auch der Reinigungsmodus, Timer und verschiedene Reinigungsaufgaben werden bequem per Smartphone ausgewählt.

„Die Funktionen der kostenlosen Ecovacs App und der Deebot Modelle R95, R96 und R98 sind auf dem Markt einmalig. Mit ihr gehen wir völlig neue Wege bei der Steuerung autonomer Haushaltshilfen", sagte Andreas Wahlich, General Manager bei Ecovacs Robotics. „Ein professioneller Kundenservice ist ebenfalls ein entscheidender Kaufgrund. Mit der R-Serie und der zugehörigen Hotline bieten wir den Käufern unserer Premiumserie nicht nur innovativste Technologien, sondern auch kompetenten Anwendersupport."

Die Ecovacs-App kann im jeweiligen App-Store kostenlos für jedes iOS- oder Android-Smartphone heruntergeladen werden. Die Servicehotline ist montags bis freitags zwischen 14 und 19 Uhr unter 0211-955 89 669 erreichbar. Zusätzlich können Kunden ihre Fragen per E-Mail an premium@ecovacs-europe.com richten.

freenet TV Guthabenkarten ab sofort erhältlich

Damit Zuschauer nach dem Ende der dreimonatigen Gratisphase bis Ende Juni 2017 weiterhin in den Genuss des neuen TV-Angebots kommen, können sie sich bereits heute eine freenet TV Guthabenkarte besorgen. Damit ist der Empfang der privaten Programme via DVB-T2 HD ab kommenden Juli für weitere zwölf Monate möglich. Dazu müssen Kunden lediglich ihre 11-stellige freenet TV ID, die auf Receivern und TV Modulen zu finden ist, gemeinsam mit dem Code auf der Guthabenkarte entweder telefonisch unter 0221-4670 8700 oder unter www.freenet.tv/freischaltung angeben. Eine automatische Vertragsverlängerung oder Kündigungspflicht ist dabei nicht zu befürchten, heißt es in einer Pressemitteilung.

Ab sofort ist die Guthabenkarte für 69 Euro in mehr als 3.500 Elektronikmärkten und Fachgeschäften sowie demnächst unter www.freenet.tv erhältlich.

Markt für Consumer Electronics in 2016 rückläufig

Wachstum auf 2017 verschoben

Der Umsatz mit Consumer Electronics-Produkten ist im Jahr 2016 um vier Prozent auf knapp 26,6 Milliarden Euro zurückgegangen. Trotz eines stabilen TV-Marktes verzeichnete dabei auch die klassische Unterhaltungselektronik gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 4,4 Prozent auf 9,2 Milliarden Euro. Der Umsatz mit privat genutzter Telekommunikation zeigte sich dagegen mit einem Volumen von 10,4 Milliarden Euro (- 0,2 Prozent) auf dem Niveau des Vorjahres. Das Segment privat genutzter IT-Produkte musste mit einem Minus von 8,6 Prozent auf 6,9 Milliarden Euro die höchsten Umsatzverluste hinnehmen.

Die Marktzahlen für die CE-Branche stammen aus dem offiziellen Consumer Electronics Market Index Cemix, der von der gfu Consumer & Home Electronics GmbH und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) herausgegeben wird. Die detaillierten Ergebnisse zeigen, dass der Rückgang in der klassischen Unterhaltungselektronik vor allem der schwachen Nachfrage in den Bereichen Foto, Car-Multmedia-System und Videokonsolen zu verdanken ist. So stürzten die Verkäufe von Digitalkameras um 31,4 Prozent auf 2,335 Millionen Stück ab; durch den anhaltenden Trend zu hochwertigen Modellen stieg der Durchschnittspreis allerdings um 19 Prozent auf 383 Millionen Euro, so dass unter dem Strich ein Umsatz von 883 Millionen Euro (minus 18,3 Prozent) in der Kasse blieb.

TV-Umsatz stabil

Den größten Umsatzanteil in der klassischen Unterhaltungselektronik stellte mit 4,013 Milliarden Euro (2015: 4,015 Millarden) wieder das TV-Geschäft. Die Zahl der verkauften Geräte ging gegenüber dem Vorjahr um knapp ein Prozent auf 6,877 Millionen Stück zurück. Der Trend zu größeren Bilddiagonalen und gut ausgestatteten Geräten setzte sich auch 2016 fort. Fernseher mit Bildschirmen von 37 Zoll (94 cm) und größer stehen mit einem Volumen von mehr als 3,4 Milliarden Euro für 85 Prozent des TV-Umsatzes. 54 Prozent des Volumens entfielen 2016 auf UHD-Geräte; mit knapp zwei Millionen wurde die Stückzahl dabei gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt, blieb aber hinter den Prognosen zurück. Der Verkauf von OLED-TVs entwickelte sich erwartungsgemäß positiv und erreichte 45.000 Stück (Vorjahr 17.000 Stück); der von 1 .383 Euro in 2015 auf 2.845 Euro gestiegene Durchschnittspreis schlug sich in einem Umsatz von 124 Millionen Euro (plus 173,1 Prozent) nieder. Auch für dieses Jahr erwartet die gfu eine Verdopplung der OLED-Verkäufe.

Zuwachs bei Audio

Erfreulich verlief das Jahr 2016 im Bereich Audio: Lautsprecher und vernetzbare Systeme setzten ihre positive Entwicklung fort. Soundbars verzeichneten mit 244 Millionen Euro eine Umsatzsteigerung von knapp drei Prozent, vernetzbare Audio-Home-Systeme sorgten mit einem Volumen von 388 Millionen Euro für ein Plus von 25 Prozent. Besonders stark stieg der Absatz von Dockinglautsprechern mit Bluetooth-Funkverbindung. Hier wurden 2016 knapp 3,4 Millionen Stück verkauft (+ 12 Prozent) und 312 Millionen Euro (+ 16 Prozent) Umsatz generiert. Die Nachfrage nach Kopfhörern blieb mit 11,5 Millionen Stück (+ 0,2 Prozent) stabil, steigende Durchschnittspreise erzeugten ein erfreuliches Umsatzplus von 9,5 Prozent auf 434 Millionen Euro. Der Verkauf von Digitalradios (DAB+) stiegt 2016 gegenüber dem Vorjahr um satte 21 Prozent auf knapp 1,2 Millionen Geräte. Das bedeutete einen Umsatzzuwachs von 27,5 Prozent auf 176 Millionen Euro.

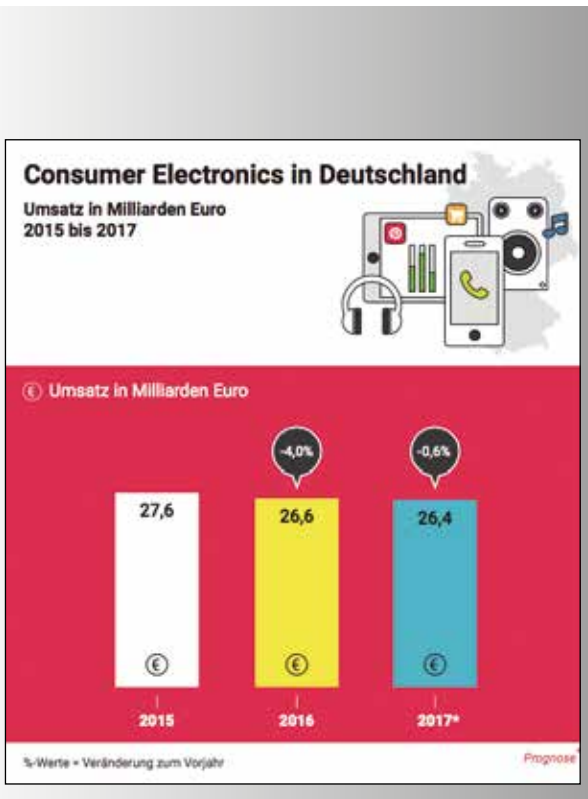
Weniger Smartphones

Erstmals seit dem Beginn der Erhebungen im Jahr 2006 ging der Absatz von Smartphones 2016 in Deutschland zurück, und zwar um 7,6 Prozent auf immer noch sehr respektable 23,2 Millionen Stück. Aufgrund gestiegener Durchschnittspreise (5,3 Prozent auf 412 Euro) hielt sich das Umsatzminus von 2,7 Prozent auf knapp 9,6 Milliarden Euro in Grenzen. Nach wie vor sind Smartphones die größte Einzelkategorie im CE-Gesamtumsatz.

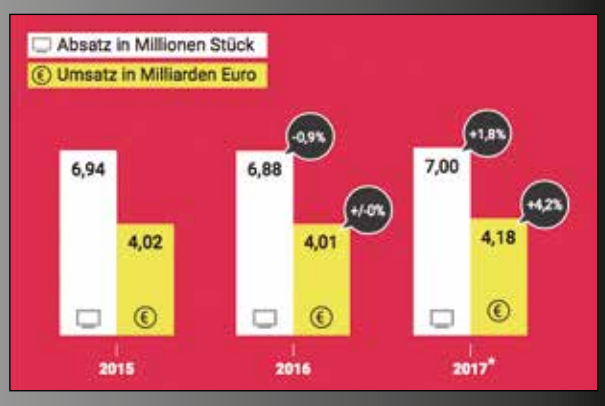
Nach wie vor negativ sind die Zahlen in der privat genutzten IT, der Umsatz in diesem Bereich schrumpfte um 8,6 Prozent auf 6,9 Milliarden Euro. Desktop-PCs zeigten einen Rückgang um 13,5 Prozent auf 1,1 Millionen Stück, der Verkauf von Tablet-PCs ging um 21,8 Prozent auf knapp 4,8 Millionen Stück zurück, das Umsatzminus in diesem Bereich lag bei 17,4 Prozent bei einem Volumen von knapp 1,4 Milliarden Euro. Mit knapp 4,8 Millionen Stück wurden 2016 7,7 Prozent weniger Notebooks als im Vorjahr verkauft, der Umsatz ging um 5,8 Prozent auf knapp drei Milliarden Euro zurück.

Wachstum 2017

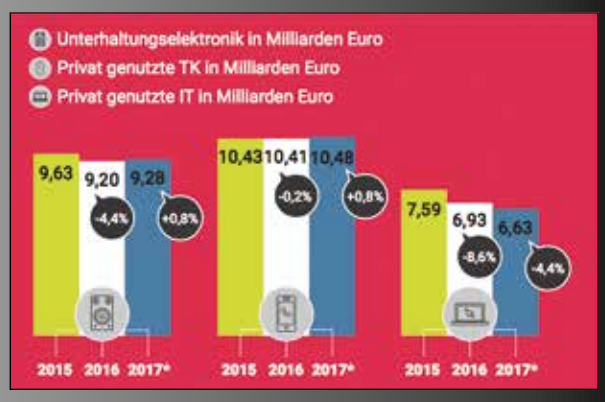
Nachdem 2016 das erwartete Wachstum in der klassischen Unterhaltungselektronik ausgeblieben ist, soll es nach Einschätzung der gfu 2017 endlich wieder besser werden. „Für das laufende Jahr prognostizieren wir eine stabile Marktentwicklung für den Gesamtmarkt mit CE-Produkten auf Vorjahresniveau", erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. „Dabei werden sich der TV-Bereich und damit die klassische Unterhaltungselektronik positiv entwickeln. Der ungebrochene Trend zu großformatigen Fernseh-Geräten und eine deutliche Steigerung des Absatzes von UHD-TVs wird dies begründen und bei TV-Geräten zu einem Umsatzwachstum von rund vier Prozent führen. Der private Markt für Smartphones wird nach vielen Jahren des starken Wachstums in 2017 bei leicht steigender Stückzahl nahezu konstant bleiben. Für den Bereich der privat genutzten IT-Geräte erwarten wir einen Rückgang um rund vier Prozent."



In diesem Jahr soll der Umsatz im Gesamtmarkt Consumer Electronics nach Einschätzung der gfu nahezu stabil bleiben.



Der TV-Markt soll 2017 sowohl nach Stück als auch im Wert wachsen.



Nach wie vor macht privat genutzte Telekommunikation den größten Teil des CE-Umsatzes aus.

Gute Stimmung auf der expert Frühjahrstagung

Jubiläum und neuer Flächenrekord

Die Ausstellungsfläche der expert Messe wurde in diesem Jahr um 1.000 Quadratmeter erweitert.

Unter dem Motto „50 Jahre expert in Europa" fand vom 11. bis 13. Februar die expert Frühjahrstagung und Messe in Hannover statt. Nicht nur das Jubiläum, sondern auch positive (vorläufige) Zahlen für das Jahr 2016 sorgten auf der Jubiläumsveranstaltung für gute Stimmung. Zu den Aktivitäten in diesem Jahr zählen der bundesweite Rollout der dezentralen Onlineshops und die Umsetzung der Qualifizierungsoffensive durch die expert Akademie.

„expert hat sich 2016 weiterhin positiv entwickelt und im Zeitraum Januar bis November ein Umsatzplus von 2,1 Prozent erwirtschaftet, während die Branche insgesamt ein Minus von 0,4 Prozent verkraften musste", berichtete Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Insofern sind wir sehr zuversichtlich und prognostizieren zum Ende des Geschäftsjahres 2016 / 2017 ein Umsatzplus von 1,7 Prozent."

expert Messe mit mehr Ausstellern

Bereits 2016 zeigte sich die expert Messe mit erweitertem Ausstellungsbereich. In diesem Jahr wurde die Fläche noch einmal um 1.000 Quadratmeter auf nunmehr 15.000 Quadratmeter vergrößert. Auch die Zahl der teilnehmenden Dienstleistungs- und Industriepartner stieg von 170 Ausstellern im vergangenen Jahr auf 186 Unternehmen. Auf der 3.800 Quadratmeter großen expert Area, die sich über die gesamte Länge der Messehalle erstreckte, konnten sich die Besucher mit den Ausstellern austauschen und neue Geschäftskontakte knüpfen.

Verknüpfung von Online und Offline

Auch in diesem Jahr will expert im Bereich E-Commerce weiter Boden gewinnen und damit gleichzeitig die stationären Märkte und Geschäfte stärken. Dazu soll vor allem

Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE, gab in Hannover gute Zahlen für das Jahr 2016 bekannt.

der bundesweite Rollout der dezentralen Onlineshops beitragen. Bereits seit Oktober letzten Jahres testen rund 40 Pilotstandorte dieses neue Konzept, und zwar mit großem Erfolg.

„Die Resonanz aus den Testfilialen ist derart positiv, dass wir entschieden haben, bis Ende 2017 flächendeckend an allen expert Standorten dezentrale Onlineshops zu implementieren", erklärte der expert Vorstand für IT und Logistik, Dr. Stefan Müller. Die Onlineshops werden direkt von den jeweiligen Standorten betrieben und bilden das gesamte stationäre Sortiment ab. Auch die Bestellabwicklung und der Versand erfolgen vor Ort. Mit der Einführung der dezentralen Onlineshops hat sich expert bewusst Zeit gelassen: „Uns ist wichtig, unsere Gesellschafter in Veränderungsprozesse einzubinden, anstatt ihnen einfach ein fertiges Konzept überzustülpen", betonte Dr. Müller.

Weitere wichtige Themen auf der expert Tagung und der Messe waren das Innovationspaket, das Software-Paket expert Neo und Neuerungen im Bereich Logistik. Auf dem expert Messestand konnten die Besucher die sechs Module des Innovationspaketes anschauen und ausprobieren; sie sollen in den kommenden Monaten an 226 Standorten zum Einsatz kommen. Eine echte Neuheit ist die Software expert Neo, die in Hannover zu ersten Mal präsentiert wurde. Sie unterstützt direkt den Verkauf, indem sie den Fachberatern im Geschäft alle verkaufsrelevanten Informationen auf dem Tablet zur Verfügung stellt und damit nicht nur die Beratung erleichtert, sondern auch die schnelle Rechnungserfassung direkt im Kundengespräch ermöglicht. Eine weitere Anwendung soll ab sofort in der Logistik für transparentere und effizientere Prozesse sorgen: Die neue expert Logistik-Oberfläche ELO informiert initiativ über etwaige Transportschäden und den aktuellen Warenversandstatus. Zusätzlich wird in der Logistik jetzt eine neue Technik eingesetzt, um die Kommissionier- und Verladeprozesse deutlich zu verbessern.

Ein Haus für Gamer

Bereits seit einiger Zeit profiliert sich expert mit umfassenden Aktiviäten im Bereich E-Sports und einem eigenen Team als kompetenter Gaming- Experte. Mit der „Bude von Tölz" wird die Kooperation ab April ungewöhnliche Wege gehen, um die Marke expert der jüngeren Zielgruppe nachhaltig äher zu bringen. Die „Bude" ist ein klassisches LAN-Haus, in dem die Spieler von Team expert in wechselnder Besetzung temporär leben und trainieren werden. Auch der Deutsche Meister FIFA 17, Mohammed „Mo_Aubameyang" Harkous, sowie zahlreiche befreundete Gamer und internationale E-Sport-Teams werden in dieser Gamer-WG in Bad Tölz zu Gast sein. Tägliche Updates über die Online-Kanäle Twitch, Youtube und Facebook werden es den Fans ermöglichen, am Leben der Spieler teilzuhaben.

Fit für Führungsaufgaben

Mit der Qualifizierungsoffensive der expert Akademie wurde auf der Frühjahrstagung ein wegweisendes Weiterbildungsprogramm vorgestellt, das auch Nachwuchskräfte auf anspruchsvolle Führungsaufgaben vorbereiten soll. „Wir bieten unseren Gesellschaftern ab sofort maßgeschneiderte Führungsentwicklungsmaßnahmen an, die wir zu 70 Prozent subventionieren", erklärte Volker Müller. „Damit fördern wir ein klares Führungsverständnis, das innerhalb der expert Gruppe konsequent gelebt wird und unseren Erfolg am Markt nachhaltig sichern wird."

Rund 2.000 Gäste feierten in der Münchner Halle in Hannover das Jubiläum „50 Jahre expert in Europa".

expert AG ist jetzt expert SE

Nachdem die Aktionäre der expert AG bereits im Herbst 2016 mit großer Mehrheit die Umwandlung in eine Europäische Gesellschaft beschlossen haben, ist die Umwandlung zur Societas Europaea (SE) seit dem 14.2.2017 rechtskräftig. Mit diesem Schritt trägt die Kooperation der zunehmenden Internationalisierung des Handelsgeschäftes Rechnung.

Gerd-Christian Hesse, Finanzvorstand der expert SE, unterstrich die Vorzüge der neuen Rechtsform: „Als SE sind wir für die Zukunft bestens aufgestellt, vor allem vor dem Hintergrund unserer weltweiten Lieferantenbeziehungen. Hier wird die neue Rechtsform viele Vorgänge vereinfachen."

Im Ausland ist die SE schon seit längerem eine übliche Rechtsform, und auch in Deutschland gewinnt sie immer mehr an Bedeutung. „Die SE steht für Modernität und Internationalität – somit setzt expert ein selbstbewusstes Zeichen in Richtung ihrer starken Partner, aber auch des Wettbewerbs", erklärte Hesse.

Neue Küchenmaschine für die WMF Küchenminis

Multitalent im Mini-Format

Als neues Mitglied der Küchenminis-Serie hat WMF die kleine Küchenmaschine One for All angekündigt. Der kompake Helfer kann rühren, schneiden, kneten, mahlen und mixen, nimmt aber wenig Platz weg.

Tatsächlich ist die One for All um 42 Prozent kleiner als die WMF Profi Plus und wiegt 28 Prozent weniger. Dabei sieht sie gut aus und wird in den Metallicfarben grau, rosé und creme angeboten. Das Kabel kann dank der integrierten Aufwicklung im Gehäuse untergebracht werden. Mit ihrer Leistung von bis zu 430 Watt und einem planetarischen Rührwerk ist die kleine WMF One for All eine komplette Küchenmaschine, die nur eine Stellfläche von etwa 23 x 35 cm in Anspruch nimmt. Die drei Liter Rührschüssel aus Cromargan ist groß genug für Teigmengen bis zu einem Kilogramm; im Lieferumfang ist eine Spritzschutz-Befestigung am Rührarm mit Nachfüllöffnung enthalten. Hebt man den Rührarm aus der Schüssel, so gibt der Spritzschutz automatisch die Schüsselöffnung frei. Die One for All wird zudem mit Flachrührer, Schneebesen, Knethaken, Teigschaber und Mixeraufsatz geliefert.

Die One for All ist auch ein kompakter Mixer mit einem 0,8 Liter Glaskrug und arbeitet mit bis zu 16.000 Umdrehungen pro Minute. Damit ist sie für die Zubereitung von Smoothies, Crushed Ice und Co. bestens geeignet. Dank Speed Assistent mit acht Geschwindigkeitsstufen, Unterhebstufe, Softanlauf und Puls-Funktion für den Mixer ist die Küchenmaschine für viele Aufgaben vorbereitet. Der Safety Assistent mit automatischer Abschaltung beim Anheben des Rührarms oder beim Abnehmen der Deckel macht das Gerät auch (kinder-)sicher.

Mit entsprechendem Zubehör wird die WMF One for All Küchenmaschine auch zum Fleischwolf, kann Gebäck spritzen, Gemüse schneiden oder frische Pasta produzieren. Zudem hat sie einen Timer mit Zeituhr; das ist praktisch, wenn man z. B. Teige ruhen lassen möchte. Auch eine Countdown-Funktion mit automatischer Abschaltung ist eingebaut.

Zum Marktstart gibt es eine Kampagne in Kooperation mit dem Magazin Foodboom (Entwicklung eines Rezeptbuchs und von Rezeptvideos), die Beihefter in zielgruppen-affinen Zeitschriften, Social-Media-Aktivitäten sowie die Einbindung von Foodbloggern umfasst. Für den Handel stehen eine digitale Produktdemo und ein Argumentationsleitfaden für das Verkaufsgespräch bereit. Dazu kommt PoS-Material mit Display und Produktflyern.

Die WMF Küchenminis Küchenmaschine One for All ist ab sofort für 449,99 Euro (UVP) erhältlich.

Die Küchenmaschine One for All ist besonders gut für den kleinen Haushalt geeignet: Sie kann viel, braucht aber nur wenig Platz.

Miele. Für das, was wir besonders lieben.
Dosiert, wäscht, trocknet: ausgehfertig auf Knopfdruck.

Mit den WT1 Waschtrocknern von Miele muss die Party nicht lange auf Sie warten. Denn mit QuickPower Wash&Dry und TwinDos, dem automatischen Dosiersystem, reicht ein Knopfdruck aus und in weniger als 3 Stunden* ist Ihr neues Lieblingskleid bereit für den Abend.

*modellabhängig

miele.de

Miele
IMMER BESSER

Edles Design und gute Ausstattung

Der Loewe bild 5

Der Loewe bild 5 verbindet edles Design mit zeitgemäßen Funktionen.

Mit dem bild 5 stellt Loewe ein weiteres Mitglied seiner neuen Produktpalette vor. Der High-End-Fernseher soll sowohl Freunde technischer Innovationen als auch Liebhaber anspruchsvollen Designs ansprechen. Dazu setzt der deutsche Premiumhersteller erstklassige Materialien ein; sie werden mit umfassender Ausstattung kombiniert, die wenig Wünsche offen lässt.

Mit der Farbe Cappuccino oder den neuen Tönen Lichtgrau und Graphitgrau kann der bild 5 harmonisch in auspruchsvolle Wohnumgebungen integriert werden. Die aus gebürstetem Aluminium gefertigte Zierleiste der Lautsprecherblende sowie speziell entwickelte, austauschbare Cover-Kits, die auf Wunsch für kräftigere Farbakzente sorgen, erweitern zusätzlich die Gestaltungsmöglichkeiten. Wandhalterungen, Standfüße und elegante Tischlösungen erlauben es, den Fernseher genau da zu platzieren, wo der Besitzer ihn haben will. Das integrierte Kabelmanagement verhindert unschönes Leitungswirrwarr und ermöglicht eine freie Positionierung des Geräts im Raum.

Mit der klar strukturierten Benutzeroberfläche Loewe os und der Loewe Assist Remote Control können alle TV- und Sound-Funktionen bedient werden. Zur Ausstattung gehören ein 5.1-Audio-Mehrkanaldecoder, zahlreiche Vernetzungs- und Streaming-Möglichkeiten wie Amazon Video, Maxdome, YouTube und Tidal, Digital Recording DR+ mit Multi Recording Option sowie Instant Channel Zapping. Wie alle Loewe Fernseher ist der bild 5 für alle Signalquellen einschließlich DVB-T2 HD geeignet. Mit dem Feature Upgrade Stick könnenn auch Smartphone, Kopfhörer oder Tastatur ganz einfach per Bluetooth mit dem Gerät verbunden werden. Das integrierte Stereosound-Konzept mit geschlossenen Bassreflexboxen sowie Speaker-Box mit 2x40 Watt Musikleistung sorgt für eine Tonqualität, die auch anspruchsvolle Ohren zufrieden stellt.

Den Loewe bild 5 gibt es als Full HD Gerät in 32 Zoll ab April zum Preis von 1.190 Euro (UVP ohne DR+) bzw. 1.490 Euro (UVP mit DR+), und ab sofort als UHD-TV mit DR+ in 40 Zoll (UVP 2.590 Euro), 48 Zoll (UVP 2.990 Euro) und 55 Zoll (UVP 3.550 Euro).

Neuer Amazon Fire TV Stick

Jetzt mit Alexa

Zum neuen Fire TV Stick gehört auch eine neue Benutzeroberfläche, die das Browsen durch die Inhalte leichter macht.

Amazon stattet seinen neuen Fire TV Stick als erstes Streaming-Zubehör der Welt mit Sprachsteuerung aus. Alexa soll es den Kunden noch leichter machen, die richtigen Inhalte zu finden. Zudem ist der neue Fire TV um 30 Prozent schneller als sein erfolgreicher Vorgänger und kostet nur 39,99 Euro. Er kann ab sofort unter www.amazon.de/firetvstick vorbestellt werden, soll aber auch bei Media Markt und Saturn erhältlich sein. Die Auslieferung erfolgt ab dem 20. April.

Bietet für 39,99 Euro den Einstieg in Amazon TV, viele weitere Angebote und die Sprachdienste und -steuerung mit Alexa: der neue Fire TV Stick.

„In Deutschland ist der Fire TV Stick unser meistverkauftes Endgerät aller Zeiten", erklärte Jorrit Van der Meulen, Vice President bei Amazon Devices EU. „Rund 17.000 Kunden haben ihn mit fünf Sternen bewertet. Der neue Amazon Fire TV Stick wurde komplett überarbeitet und zeichnet sich durch eine unglaubliche Performance, leistungsstarke Sprachsuche und die beigelegte Alexa Sprachfernbedienung aus. Damit haben Kunden einen direkten Zugriff auf eine riesige Auswahl an Filmen, Serien, Spielen und Alexa Skills."

Zur Alexa Sprachfernbedienung gesellt sich eine völlig neu gestaltete Benutzeroberfläche. Ohne dass Apps geöffnet oder geschlossen werden müssen, helfen Filmtrailer und Szenenfotos dabei, die gewünschten Inhalte auszuwählen. Der Fire TV Stick zeigt dafür die Optionen Stream, Verleih und Kauf an; Apps und Spiele lassen sich mit der anpassbaren Liste auf dem Home-Screen ebenfalls schnell finden.

Mit dem neuen Fire TV Stick haben die Anwender Zugriff auf mehr als 5.000 Apps, Spiele und Alexa Skills sowie tausende Filme und Serien. Dazu gehören auch beliebte Dienste wie Netflix, die Mediatheken von ARD und ZDF, 7TV, Clipfish, Zattoo, DAZN sowie natürlich Prime Video und Amazon Video. Über Zattoo, Magine TV sowie TV Spielfilm live können auch Live TV und Videos angesehen werden.

Die schnell und zuverlässig reagierende Alexa Sprachfernbedienung erlaubt die Suche über Apps und Kanäle hinweg. Auf Ansagen wie „Thriller" oder „Finde Netflix" antwortet Alexa direkt. Inhalte von Amazon Video können zudem per Sprache angesteuert werden, z. B. mit „gehe 30 Sekunden zurück" oder „springe zwei Minuten vor". Zudem können die Nutzer des Fire TV Sticks auf die Features des Cloud-basierten Sprachdienstes zugreifen. Dabei wird Alexa ständig klüger. Zehntausende Entwickler arbeiten daran, das Angebot der schon jetzt einigen Hundert Skills zu erweitern. Über die Alexa Sprachfernbedienung können Kunden z. B. nach den Nachrichten oder dem Wetterbericht fragen, den Verkehr auf ihrer Pendelstrecke checken, Sportergebnisse ermitteln, Einkaufslisten erstellen, Musik abspielen oder bei MyTaxi ein Auto bestellen.

Gute Bildqualität

Natürlich kann man mit dem neuen Fire TV Stick auch in hervorragender Bildqualität fernsehen. Der schnelle Quadcore-Prozessor, 802.11ac MIMO WiFi und die Funktionen Advanced Streaming and Prediction (ASAP) bei Amazon Video sorgen für eine schnelle und flüssige Wiedergabe ohne Ladezeiten. Das Zubehör unterstützt zudem den High Efficiency Video Codec (HEVC), wodurch Kunden über ihre bestehende Internetverbindung mehr HD-Streams in 1080p empfangen können.

Die Installation ist einfach. Der Fire TV Stick wird nur in einen HD-TV gesteckt, mit dem WLAN verbunden und ist innerhalb weniger Minuten startklar. Das Gerät ist handlich, so dass es praktisch überall hin mitgenommen werden kann, um auch außerhalb der eigenen vier Wände dabei sein zu können.

Zur Ausstattung gehören auch spezielle Funktionen, die blinden und sehgeschwächten Kunden den Zugriff auf smarte Inhalte ermöglichen. Dazu zählen der VoiceView Screenreader, das automatische Vorlesen von Programminformationen und die Textdarstellung mit besonders hohem Kontrast.

Die Premium LED-TVs der EXW784-Serie verbinden hochwertiges Metalldesign mit einem innovativen Standfußkonzept. Sie sind in Größen bis zu 75 Zoll erhältlich.

Das neue Panasonic TV-Sortiment

Noch mehr Hollywood

Auf der Panasonic Convention in Frankfurt stellte Panasonic auch sein neues TV-Line-up vor. Auch bei den neuen Produktlinien setzt das Unternehmen auf die enge Zusammenarbeit mit führenden Filmproduzenten. Der Claim für das kommende Geschäftsjahr lautet deshalb „Hollywood zuhause erleben" – das gilt nicht nur für das neue OLED-Flaggschiff TX65EZW1104 (siehe PoS-MAIL 1-2/2017 S. 6), sondern auch für die neuen LCD-Modelle, die in diesem Jahr mit noch größeren Bildschirmdiagonalen angeboten werden.

Damit hat Panasonic sowohl bei LCD (75 Zoll/189cm) als auch OLED TVs (77 Zoll / 195cm) echte Giganten im Sortiment. „Im Jahr 2016 konnten wir unsere Umsätze und Marktanteile im TV- Bereich deutlich ausbauen", erklärte Armando Romagnolo, Marketing Direktor bei Panasonic Deutschland. „Mit dem erweiterten TV-Sortiment wollen wir auch im Jahr 2017 diesen Weg fortführen und deutlich zulegen."

Bei der Bildqualität setzt Pansonic vor allem auf natürlich, fein differenzierte Farben. Mit HDR10 (PQ) und Hybrid Log Gamma (HLG) unterstützen alle neuen 4K TV-Modellreihen von der EXW604 Serie aufwärts die wichtigsten HDR Formate. HLG als abwärtskompatibles Format stellt dabei den Broadcast-Standard für High Dynamic Range Inhalte dar. „Somit ist die neue 4K TV-Generation aus dem Hause Panasonic heute schon mit den neuesten Standards ausgerüstet, die die Sendeanstalten für die Verbreitung von 4K Inhalten nutzen werden", betonte Armando Romagnolo.

Zur Ausstattung der anspruchsvollen Panasonic TV Modelle gehören ein Quattro-Tuner mit Twin-Konzept und zwei CI-Slots. Damit sind die Geräte für den Empfang aller wichtigen Signalquellen – Satellit, Kabel, Antenne und Heimnetzwerk bestens gerüstet. Alle neuen 2017er TV Modelle unterstützen auch das hochgeauflöste Antennenfernsehen DVB-T2 HD.

Auch bei der Klangqualität der neuen Fernseher hat Panasonic nochmals nachgelegt. So ist das Soundsystem des neuen OLED Spitzenmodells EZW1004 das Ergebnis einer Zusammenarbeit mit den Spezialisten der High-End Tochter Technics. Bei der Entwicklung anderer Modelle griffen die Ingenieure ebenfalls auf jahrzehntelanges Audio Know-how zurück.

Die Bedienerboberfläche der neuen Panasonic TVs wurde ebenfalls verbessert. Der Media Player wurde komplett überarbeitet und unterstützt jetzt auch 4K HDR10/PQ sowie Hybrid Log Gamma-Inhalte. Ein besonderes Feature ist der neue 4K HDR Game Mode. Er halbiert im Vergleich zu den Vorgängermodellen den Input-Lag, sorgt für kurze Reaktionszeiten und unterstützt auch die HDR Bildwiedergabe.

Das ist Ihre Umsatzchance des Jahres!

7,6 Millionen Haushalte warten auf freenet TV.

Am 29.03. endet DVB-T

Nur mit freenet TV erleben Ihre Kunden:

- alle Top Programme in echtem Full HD
- ohne Abo, ohne Grundgebühr
- nur 5,75 €/Monat*

Jetzt informieren und Umsatz ankurbeln! www.freenet.tv

Und viele weitere private Programme in Full HD. Mehr Infos auf www.freenet.tv

*Für den Empfang von freenet TV ist ein Receiver und ggf. eine Antenne erforderlich, die nicht im Preis enthalten sind. Anbieter: MEDIA BROADCAST GmbH, Erna-Scheffler-Straße 1, 51103 Köln

freenet TV

Einfach.Besser.Fernsehen über DVB-T2 HD.

Die ersten Samsung QLED TVs wie der Q8 sind ab März in Deutschland verfügbar.

Die QLED TVs von Samsung

Premium-Erlebnis für die Augen

Wie in der vorigen PoS-MAIL berichtet, stellte Samsung auf der CES in Las Vegas seine neue TV-Generation vor: QLED. Dabei handelt es sich nicht einfach um eine neue Serie von Premium-Fernsehern, vielmehr bilden sie eine eigenständige TV-Kategorie. Mit beeindruckender Bildqualität, hochwertigem und zugleich funktionellem Design sowie einer nochmals verbesserten Smart TV-Oberfläche können die QLED TVs von Samsung selbst anspruchsvollste Kunden überzeugen.

Nachfolgend gibt es einen Überblick, mit welchen Verkaufsargumenten die Bildqualitätsmerkmale der QLED TVs am besten vermittelt werden können. Denn für die Verbraucher ist die Bildqualität weiterhin das wichtigste Kriterium für die Anschaffung eines neuen Fernsehers. In den vier wichtigsten Qualitätsmerkmalen Farbe, Helligkeit, Kontrast und Betrachtungswinkel wurde dank weiterentwickelter Quantum Dot-Technologie eine beachtliche Leistungssteigerung im Vergleich zu den Samsung Modellen des Vorjahres erreicht.

Q Picture – die nächste Generation Quantum Dots

Die weiter entwickelten Quantum Dots ermöglichen jetzt Spitzenhelligkeiten von 1.500 bis 2.000 Nits. Dabei decken QLED TVs den DCI-Farbstandard aus dem Kino zu 100 Prozent ab und geben die Filme so wieder, wie sie von den Filmemachern für das Kino entwickelt wurden. Andere TV-Technologien sehen dagegen im wahrsten Wortsinn blass aus. Auch sind die neuen Samsung Premium-Fernseher deutlich blickwinkelstabiler als die Vorjahrsmodelle, so dass die Kunden aus nahezu jeder Sitzposition ein beeindruckendes Bild genießen können. Für starke Kontraste sorgt die enorme Spitzenhelligkeit gepaart mit einer neuen Filterschicht zur Verminderung von Reflexionen. So liefern die QLED TVs selbst im tageslichterhellten Zimmer eine konstant hohe Bildqualität.

Neben der herausragenden Bildqualität hat Samsung bei den QLED TVs weitere Verbesserungen eingebaut und das Design auf ein noch höheres Niveau gebracht. PoS-MAIL hat Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics, gefragt, was sich hinter den Begriffen Q Picture, Q Style und Q Smart verbirgt.

Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics.

***PoS-MAIL:** Was hat sich bei QLED im Bereich der Bedienung verändert?*

Kai Hillebrandt: Wir haben unter anderem die Sprachsteuerung im Vergleich zu den Vorgängermodellen deutlich verbessert. Nahezu alle Funktionen der QLED TVs lassen sich damit bedienen – selbst verschiedene Apps können in Sekundenschnelle geöffnet werden. Neu ist auch die Funktion „Music": Musik kann schnell erkannt, der Interpret auf dem TV angezeigt und ein Überblick gegeben werden, über welchen Anbieter das Lied angehört werden kann. Diese Funktion finde ich persönlich sehr spannend, denn sie kann einfach demonstriert werden. Fast jeder kennt die Situation: Man hört ein tolles Lied im Fernsehen, hat aber das Smartphone erst in der Hand, wenn das Lied vorbei ist.

***PoS-MAIL:** Was macht Q Style aus?*

Kai Hillebrandt: Allein das hochwertige 360-Grad-Design unserer QLED TVs kann sich sehen lassen. Die Rückseite ist so gefertigt, dass die Anschlüsse praktisch nicht zu sehen sind. Mein Highlight ist das nur wenige Millimeter dünne und dadurch kaum wahrnehmbare Glasfaserkabel zur One Connect Box, das durch das Innere des Tisch- oder Standfußes führt. Dank fünf Meter Kabellänge können die Anschlussbox und alle weiteren externen Geräte nahezu überall im Umfeld aufgestellt werden.

***PoS-MAIL:** Sie haben Tisch- und Standfüße erwähnt. Werden dem Kunden verschiedene Aufstellungsmöglichkeiten geboten?*

Kai Hillebrandt: Wir bieten mehrere Optionen an: vom klassischen Standfuß über einen extravaganten runden, sogenannten „Gravity Stand" bis zu einem eleganten Staffelei-Fuß, der den TV wie eine Leinwand trägt. Manche Kunden wünschen sich für ihren TV auch eine Wandhalterung, diese kann aber aufgrund der teilweise komplizierten Anbringung und Kabelführung eine Kaufhürde darstellen. Wir haben ein leicht installierbares Konzept entwickelt, das den Fernseher fast lückenlos an die Wand bringt und sich auch dann problemlos ausrichten lässt, wenn die Bohrlöcher mal nicht ganz waagerecht gesetzt wurden.

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

Edles Design, verschiedene Standfüße – wie der Gravity-Stand, nahezu unsichtbare Kabel: Die Samsung QLED TVs überzeugen mit einem rundum eleganten und durchdachten Design.

Garantie-Aktion für Soundbars mit Dolby Atmos-Unterstützung

Mit einer zeitlich limitierten Aktion will Samsung die Aufmerksamkeit auf die Premium Soundbars mit Dolby Atmos-Effekt lenken. Wer sich bis zum 13. Mai für die Samsung Soundbars HW-K950 oder HW-K850 entscheidet, kann sich 30 Tage lang von der Dolby Atmos-Technologie überzeugen – und bei Nichtgefallen das Geld zurückbekommen. Sind Kunden wider Erwarten unzufrieden, registrieren sie sich einfach bis zum 12. Juni auf der Aktionsseite samsung.de/zufriedenheitsgarantie und schicken die Soundbar gemäß der Aktionsbedingungen zurück. Für Händler sollte so kein weiterer Aufwand entstehen.

Eine Digitalkampagne auf der Samsung-Seite macht gezielt auf die 30-Tage-Zufriedenheitsgarantie aufmerksam. Am Point of Sale stehen den teilnehmenden Handelspartnern Aktionsflyer zur Verfügung, in denen die Aktion erklärt und auf die Samsung Servicehotline hingewiesen wird. Zudem findet in fünf deutschen Großstädten eine Dolby Atmos-Erlebnistour statt, in der Samsung Kunden die Soundbars testen und den spektakulären Dolby Atmos-Effekt selbst erleben können.

Die Tour wird folgende Stationen umfassen:

10. + 11.03.2017 ➔ Hamburg: Elbe-Einkaufszentrum
17. + 18.03.2017 ➔ Frankfurt: My Zeil
25.03.2017 ➔ Phantasialand (für Media Markt Clubkunden)
21. + 22.04.2017 ➔ München: Riem-Arcaden
28. + 29.04.2017 ➔ Oberhausen: Centro
19. + 20.05.2017 ➔ Berlin: Alexa.

30-Tage-Zufriedenheitsgarantie machen dem Fachhandel das Verkaufen leicht, denn die Kunden haben kein Risiko.

Norddeutsche HiFi-Tage

Klarer Klang im hohen Norden

Am 4. und 5. Februar trafen sich rund 200 der führenden HiFi-Anbieter und rund 5.000 Besucher im Hamburger Holiday Inn zum „Hörtest 2017“, bekannter als „Norddeutsche HiFi-Tage“. Die einst als Jubiläumsshow des renommierten Hamburger HiFi Studios Bramfeld gestartete und von diesem in zweiter Generation veranstaltete Hotelmesse an den Elbbrücken hat sich in den letzten Jahren zur größten Leistungsschau der Branche im Norden entwickelt.

Regionale Händlermessen liegen klar im Trend. Hamburg, Bonn, Leipzig plus die als Zug durch die HiFi-Studios konzipierte Berliner „Lange Nacht der Ohren“ erreichen Tausende Interessenten. Und das ist gut so. Denn neben der in Sachen HiFi mittlerweile fast unbedeutend gewordenen IFA in Berlin und der im Süden beheimateten, wichtigsten HiFi-Fachmesse, der „High End“ in München oder der Amsterdamer ISE vermitteln diese, vor allem auf Endverbraucher abzielenden Großveranstaltungen den Kunden lebendig und erlebnisreich, was es über den üblichen Tellerrand hinaus von Smartphone, Spotify/MP3 und Flachbild-TV noch so alles gibt, um gute Töne zum Klingen zu bringen.

Unbekannte Welt

Denn echtes HiFi ist für wohl mindestens 80 Prozent der Leute eine unbekannte oder im Alltag von Beruf und Familie häufig in Vergessenheit geratene Welt. Tatsächlich erlebt die anspruchsvolle Musikwiedergabe aber derzeit wieder Zulauf. Offenbar hat ausgerechnet das Smartphone diesen Markt wieder stimuliert. Streamingdienste sorgen für Inhalte. Erst wuchsen nur die Kopfhörer, nun schießen die Ansprüche auch „immobil“ daheim in die Höhe.

Das drückt sich nicht nur beim Aufwind der „HD“-Streamingdienste wie Tidal oder Quboz aus, die zum Teil höhere Qualität liefern als die CD, sondern auch in der Rückbesinnung auf die Entschleunigung, Haptik und Lebensqualität, die man einst mit der guten, alten Langspielplatte verband und verbindet. Das ist mehr als nur Nostalgie und „Retro“. Die Umsätze nehmen stückzahl- wie wertmäßig deutlich zu.

High End aus Süddeutschland: AVM-Elektronik und Lanscher-Lautsprecher mit Ionenhochtöner.

Und auch der Plattenspieler findet wieder neue Freunde. Das lassen sich auch renommierte Marken wie Pioneer, Technics, Elac und Perpetuum Ebner nicht zweimal sagen. Insbesondere bei Technics hat dieser Trend gar zur kompletten Wiederauferstehung der Marke beigetragen. Der im vergangenen Jahr vorgestellten, zunächst limitierten und sofort ausverkauften Luxusausführung des legendären DJ-Kultdrehers folgt nun für überraschend bezahlbare 1 .500 Euro ab Mai der dezent vereinfachte SL-1200GR (in

Der Trend zum guten Kopfhörer lässt nach, ist aber weiter spürbar.

Schwarz SL-1210 GR) in höheren Stückzahlen. Er soll mit seiner „feingeistigen Robustheit“ den DJ-Profi ebenso ansprechen wie den Audiophilen. Dass ein Publikumsmedium wie „TV Movie“ die tolle Technics-Familie gleich zum „besten Plattenspieler der Welt“ krönt, ist letztlich natürlich Unfug, aber der Marketing-Abteilung des japanischen Riesen Panasonic wird es gefallen haben.

Analog-Spezialisten wie Dual, Rega und Thorens waren nie ganz weg, aber der Platzhirsch in diesem Segment heißt heute definitiv Pro-Ject, wo man vom Einstiegsmodell für rund 200 Euro bis in den hohen vier- und sogar fünfstelligen Bereich bedient wird. Noch weiter oben im Elfenbeinturm wird die Angebotsluft nicht viel dünner, denn auch die nordrhein-westfälische Plattenspielerschmiede Transrotor erfreut sich ausgesprochen reger Nachfrage.

Ein weiterer Trend ist High End, also höchste Klangqualität, mit deutschen Markennamen. Ob Audionet, Aurum-Quadral, AVM, Burmester, Elac oder T+A, die Deutschen sind zurück – und zwar ganz weit vorne. Wer hätte das nach dem Massensterben der deutschen Marken in den 70er und 80er Jahren gedacht? Dazu kommen End-Produkte von Briten, Dänen, Niederländern und Franzosen. Hier funktioniert die selbstbewusste europäische Arbeitsteilung und wohlwollende Konkurrenz offensichtlich gut.

Gelungene Produktdemonstrationen

In Hamburg konnte man in Vorführungen selbst erfahren, wozu mannshohe Lautsprecher oder teure Verstärker in der Lage sind, aber auch, wie zierliche und wohnraumfreundliche Gerätschaften die Lebensqualität beträchtlich steigern können. Gute Musik daheim muss auch keine fünfstelligen Beträge kosten. Selbst Profis sind verblüfft, wenn sie bei Dali einem neuen 200-Euro-Paar von Kompaktlautsprechern oder bei Boenicke den Drei-Liter-Boxen mit sonorem Fundament zuhören. Günstige Anbieter von Elektronik mit hohem Klanganspruch sind auch Arcam, NAD und Cambridge Audio, um nur einige zu nennen.

Auffallend war in Hamburg die außergewöhnlich große Zahl der wirklich gelungenen, also klanglich wie musikalisch überzeugenden Vorführungen, sei es in den größeren Sälen wie dem von B&W oder in den zahlreichen Hotelzimmern. Das Musikrepertoire wurde häufig von Notebooks und Servern, natürlich auch von der in Deutschland nach wie vor besonders beliebten CD und von Plattenspielern und sogar von der längst totgeglaubten Gerätegattung

Es gibt tatsächlich auch wieder aufrecht stehende Plattenspieler, hier von Pro-Ject.

„Tonbandmaschine“ zugespielt. Letztere taucht längst nicht mehr nur bei Sammlern und – nicht selten verstaubt aus dem Fundus geholt und restauriert – in den Rundfunkanstalten wieder auf. In Hamburg meldete sich tatsächlich neben einer lediglich angekündigten, aber unrealisierten Revox-Studie ein ganz neuer Hersteller mit einer imposanten und offenbar schon real existierenden Tonbandmaschine, deren Preisschild sich freilich fast der 30.000-Euro-Marke annähert: Ballfinger.

Bei freiem Eintritt ist diese Messe naturgemäß ein Publikums-Event, in dem auch jüngere Leute hereinströmen, wenngleich der Kern der Branchenklientel wohl um die 50 liegt, eher gut situiert und gebildet ist. Dennoch: Der Nachwuchs ist da, und Musik sollte sich eigentlich jeder leisten. Bedenkt man, wie häufig wir alle Musik hören und wie gut die erlebbare Wiedergabequalität dabei sein könnte, wenn sie nur breiter bekannt wäre, ist das Thema HiFi zweifellos noch massiv unterrepräsentiert.

Der nächste wichtige Audio-Termin ist die High End München, MOC, 18.-21 .05.2017.

HD+ präsentiert neue Ertragsrechner-App

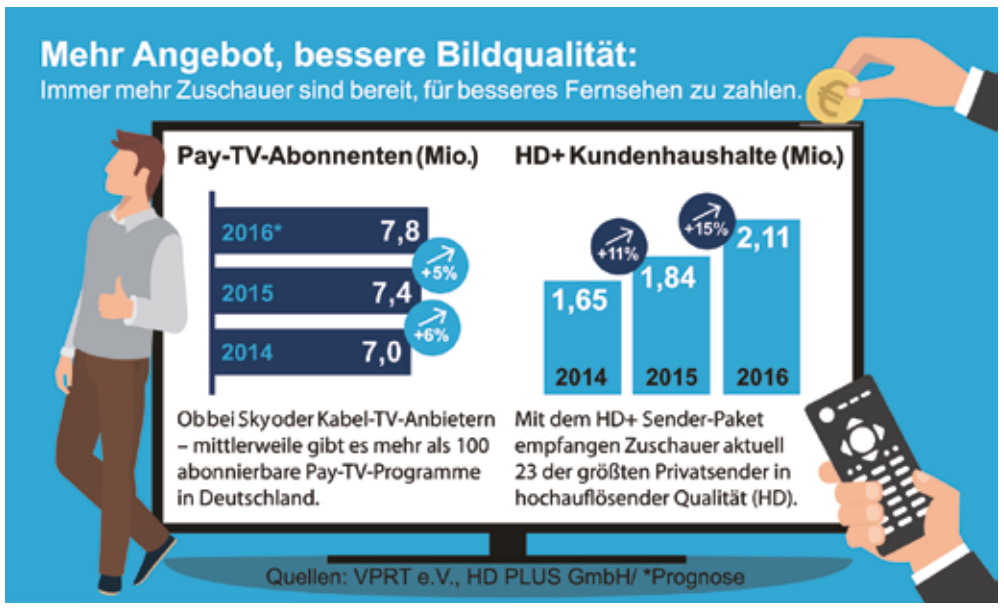
Gute Bildqualität zahlt sich aus

Die neue HD+ Ertragsrechner-App gibt Aufschluss über das individuelle Ertragspotenzial des Fachhändlers.

In die Zukunft schauen, um genau zu prognostizieren, wie sich die Umsätze entwickeln, kann wohl kaum jemand. Der Außendienst von HD+ hat sich dennoch Gedanken darüber gemacht, wie es möglich wäre, dem Handel ein plausibles Planungstool an die Hand zu geben. Als probates Mittel zur Erfolgsmessung wurde der Ertragsrechner entwickelt.

Eine App zeigt dem qualifizierten Fachhändler nun in einfachen Schritten, ob er das Potenzial seiner Kundschaft auch wirklich ausgereizt hat. „Bei der Entwicklung der neuen Ertragsrechner App haben wir uns die Frage gestellt, welche Umsätze bringen verkaufte HD+ Module dem Handel perspektivisch, wenn der Kunde wegen der Verlängerung des Vertrages wiederkommt, und wie hoch könnte der Umsatz sein, wenn man den Kunden mit Satellitenempfang ein HD+ Modul anbietet“, erklärt Patrick Verlinden, Key Account Manager und Regionalvertriebsleiter bei HD+, der an der Entwicklung der App maßgeblich beteiligt war.

Die Handhabung des neuen HD+ Ertragsrechners gestaltet sich sehr unkompliziert. Die Anzahl der bereits verkauften Module sowie die Menge der erwarteten Verkäufe innerhalb der nächsten Jahre werden in die App eingetragen. Diese Schätzung erfolgt auf Basis der durchschnittlichen Verlängerungsquote, wonach im Schnitt zwei von drei Kunden in den Laden zurückkehren, um HD + zu verlängern. Die Ertragsrechner-App gibt dann automatisch Aufschluss über das individuelle Ertragspotenzial des Fachhändlers beim Verkauf von HD+ Modulen – mit einer Prognose von bis zu zehn Jahren.



HD+ mit mehr als zwei Millionen Kunden

Die hohe Bildqualität von HD+ wird von immer mehr Kunden geschätzt. 2016 gelang dem Anbieter erstmals der Sprung über die Zwei-Millionen-Marke. Zum 31.12.2016 zählte das Satelliten-TV-Angebot 2.111.862 Kunden, 15 Prozent mehr als Ende 2015. Das Wachstum um 271.062 Kunden zwischen Januar und Dezember 2016 liegt um 45 Prozent über dem des Vorjahres. 2015 war HD+ um 186.470 Haushalte gewachsen. Zusätzlich zu den zahlenden Kunden befinden sich aktuell rund 850.000 Satellitenhaushalte in der kostenlosen HD+ Testphase. Insgesamt nutzen damit derzeit knapp drei Millionen Haushalte HD+. 2017 erwartet das Unternehmen zusätzliche Impulse durch die Abschaltung von DVB-T und vor allem wegen der steigenden Nachfrage nach Ultra HD-Fernsehern (UHD).

Wilfried Urner, Vorsitzender der Geschäftsführung der HD Plus GmbH: „2016 war ein äußerst erfolgreiches Jahr für HD+. Mehr als zwei Millionen zahlende Kunden und das starke Wachstum zeigen, dass eine bessere Bildqualität das Fernseherlebnis steigert. Immer mehr Menschen sind bereit, für diese zusätzliche Qualität zu zahlen. Das gilt vor allem für Besitzer oder Käufer eines UHD-Fernsehers.

Wer das beeindruckende Potenzial seines UHD-Gerätes nutzen möchte, braucht mindestens HD. Ansonsten ist die Enttäuschung über das Bild vorprogrammiert. Für Satellitenhaushalte mit UHD-Fernseher führt damit kein Weg an HD+ vorbei. Als einer der Pioniere des hochauflösenden Fernsehens profitieren wir von diesem Trend. HD+ entwickelt sich auch künftig deutlich dynamischer als der TV-Markt insgesamt.“

Prognosen und Marktchancen

Bis Ende 2017 rechnet HD+ mit über vier Millionen UHD-Fernsehern in deutschen Wohnzimmern. Wegen des bislang noch geringen Angebotes von UHD-Sendern ist HD notwendig, um die Möglichkeiten der neuen Bildqualität auch voll auskosten zu können. Dabei ist der Satellitenempfang schon heute fit für den Fernsehstandard der Zukunft.

Vier UHD-Programme gibt es derzeit bereits über Astra Satellit. Mit UHD1 by Astra / HD+ betreibt HD+ gemeinsam mit Astra einen eigenen Demo-Kanal, der rund um die Uhr sein Programm in UHD-Qualität präsentiert. HD+ Kunden, die einen UHD-Fernseher besitzen, sehen in der Prime Time Eigen- und Auftragsproduktionen aus den Bereichen Action, Doku und Lifestyle. Daneben zeigt UHD1 auch Programme von TV-Sendern in UHD-Qualität, zeitgleich zur Ausstrahlung in HD oder SD. Chancen sieht man bei HD+ auch durch die bevorstehende Abschaltung von DVB-T in Deutschland. Millionen von Haushalten werden sich ab dem 29. März mit dem Thema Fernsehempfang beschäftigen müssen. Dabei bildet für viele die Kombination von Satellitenempfang und HD+ eine sinnvolle Empfangsalternative: 300 Programme, mehr als 50 davon in HD, 23 davon über Satellit exklusiv bei HD+.

DVB-T2 sei dagegen auf 40 Sender limitiert, und viele Programme, die über Satellit in SD kostenfrei seien, würde es bei DVBT-2 nur gegen Bezahlung geben, erklärte HD+. DVB-T2 Haushalte würden zudem auch langfristig ohne UHD-Angebot auskommen müssen.

Urner: Viele Kunden werden feststellen, dass die Kombination von Satellitenempfang und HD+ eine lohnende, zukunftssichere Alternative für sie ist. Wer sein Haus oder seine Wohnung über Satellit versorgt, hat die absolute Wahlfreiheit: hunderte von Programmen ohne monatliche Basisgebühr und mit HD+ viele Top-Sender in bester HD-Qualität. Bei DVB-T2 gibt es dagegen Sender wie RTL, ProSieben und SAT.1 künftig nur noch gegen Bezahlung. Und Fernsehen in Ultra HD, dem Bildstandard der Zukunft, ist bei DVB-T2 weder im Angebot noch geplant. TV-Zuschauer mit Satellitenempfang und HD+ sind hier eindeutig in der Pole Position, auch im Vergleich zu anderen Empfangswegen wie Kabelfernsehen.“

HD+ mit neuem Regionalvertriebsleiter

Patrick Verlinden ist neuer Key Account Manager und Regionalvertriebsleiter bei HD+. Neben diversen Key Accounts betreut er künftig den Online-Handel und führt gemeinsam mit Raoul Ibler das HD+ Außendienst-Team. Verlinden ist seit 2010 bei HD+ und war zuletzt für Website und Online-Marketing verantwortlich. Er blickt zudem auf viele Jahre Erfahrung in Vertriebsgesellschaften von Pioneer Electronics und Sony zurück. Patrick Verlinden berichtet an Andreas Müller-Vondey.

In dem imposanten Gebäude in Eschborn arbeitet ein internationales LG-Team aus mehr als 300 Mitarbeitern auf rund 9.500 Quadratmeter Bürofläche auf vier Etagen.

Neue Europazentrale von LG Electronics eröffnet

Erfolg mit Innovationen

LG Electronics (LG) hat Ende Februar seine neue Europazentrale in Eschborn bei Frankfurt offiziell eröffnet. Dort gab das Unternehmen auch den Startschuss für die diesjährige Roadshow, auf der bis zum 28. März in insgesamt sechs deutschen Städten das aktuelle Sortiment des Technologiekonzerns präsentiert wird. Die Stars unter den Neuheiten sind der einzigartige OLED-TV W7 und der InstaView Door-in-Door-Kühlschrank.

Bisher hatte die LG Europazentrale ihren Sitz in London, die deutsche Niederlassung war in Ratingen zu Hause. London bleibt als Standort für die lokalen Geschäfte von LG in Großbritannien und Irland erhalten. Vom Eschborn aus werden jetzt auch die Aktivitäten des Unternehmens in der Region Westeuropa gesteuert, die Deutschland, Österreich, Schweiz sowie Belgien, Niederlande und Luxemburg umfasst.

In dem imposanten Gebäude stehen dem internationalen Team aus mehr als 300 Mitarbeitern rund 9.500 Quadratmeter Bürofläche auf vier Etagen zur Verfügung. Wayne Park, Präsident von LG Electronics Europe, betonte die Vorteile des neuen Standorts: „Frankfurt liegt im Herzen Deutschlands und Europas. Wir haben hier eine hervorragende Verkehrsinfrastruktur mit einem internationalen Großflughafen sowie besten Autobahn- und Zuganbindungen. Gleichzeitig ist der deutsche Markt wirtschaftlich stark und höchst attraktiv – sowohl bei Produkten für Endkonsumenten, als auch im für uns zunehmend bedeutender werdenden Geschäftskunden-Segment."

Neben den Produkten für Endverbraucher bietet LG Electronics auch zahlreiche Lösungen für Geschäftskunden an. Dazu gehören zukunftsträchtige Geschäftsfelder wie z. B. Photovoltaik, Beleuchtung, intelligente Großdisplays, Klimatechnik, Hotel-TV und Hightech-Komponenten für die Autoindustrie. Die Nähe zu den führenden deutschen Automobilherstellern ist ein weiteres Argument für den Umzug nach Eschborn.

Auch Martin Winkler, Chief Operating Officer (COO) für Westeuropa, sieht am neuen Standort beste Voraussetzungen für weiteres Wachstum: „Wir haben unser Geschäft in den letzten Jahren kontinuierlich positiv entwickelt. Unsere jüngsten Innovationen, wie der Wallpaper OLED-TV W7, liefern einen weiteren wertvollen Beitrag dazu, unseren Erfolgskurs fortzusetzen und uns gleichzeitig als höchst interessanter Arbeitgeber in der Region Frankfurt zu positionieren."

Martin Winkler (links), Chief Operating Officer (COO) für Westeuropa, und Wayne Park, Präsident von LG Electronics Europe, beim traditionellen „Ribbon-Cutting" zur offiziellen Einweihung der neuen LG Europazentrale.

Alle HDR Standards

Die LG TV-Palette für 2017 wird natürlich von dem einzigartigen Signature OLED Fernseher W7 „Wallpaper" angeführt, der sich wie eine Tapete an die Wand kleben lässt (siehe PoS-MAIL 1-2/2017, S. 91. Das Gerät, das auf der CES zu Recht nicht nur mit einem der 21 von LG gewonnenen Innovation Awards, sondern auch mit dem begehrten Engadget CES Best of the Best Award und vielen weiteren Preisen ausgezeichnet wurde, kommt in den Bildschirmgrößen 65 Zoll (UVP 7.999 Euro) und 77 Zoll (UVP 17.999 Euro) auf den Markt. Neben diesem Flaggschiff erweitert LG sein OLED Sortiment um die Produktlinien G7 (in 65 und 77 Zoll) sowie E7, C7 und B7 (jeweils in 65 und 55 Zoll). Mit Dolby Atmos ist bei allen Geräten auch der Sound auf der Höhe der Technik. Die neuen OLED Modelle sind durch die Ultra Luminance Technolgie deutlich heller als ihre Vorgänger und damit bestens zur Wiedergabe von HDR Inhalten geeignet. Sie sind mit Active HDR ausgestattet, um HDR-Inhalte Einzelbild für Einzelbild zu verarbeiten und, wo nötig, dynamische Daten einzufügen, und unterstützen alle HDR-Formate inklusive Dolby Vision, HDR10, Hybrid Log Gamma (HLG) und Advanced HDR von Technicolor.

Das gilt auch für die dritte Generation der LG Super UHD TVs (SJ9500, SJ8500 und SJ8000) mit weiter verbesserter Nanozellen-Technologie. Damit erzeugen sie besonders differenzierte, natürliche Farben, die sich laut LG aus weiteren Blickwinkeln betrachten lassen als bei anderen Fernsehern, selbst solchen mit Quantum Dot Displays. Auch bei den LG Super UHD TVs sorgt die Ultra Luminance-Technologie für noch mehr Helligkeit.

Sowohl die neuen LG OLED TVs als auch die Super UHD Fernseher sind durch die neue Smart TV-Plattform webOS 3.5 besonders einfach zu bedienen. Per Knopfdruck werden Dienste wie Netflix oder Amazon abgerufen oder 4K-Inhalte gewählt. Die neue Magic Link-Taste führt nicht

Zwei Flaggschiffe aus dem neuen Sortiment: der einzigartige Signature OLED-TV W7 und der InstaView Side-by-Side-Kühlschrank.

Die verbesserte Nanozellen-Technologie macht die neuen LG Super UHD TVs (SJ9500, SJ8500 und SJ8000) noch farbstärker und heller als ihre Vorgänger.

nur schnell zu den gewünschten Programmen, sondern bringt auch Informationen zu Schauspielern und Filmen auf dem Bildschirm. Auch 360-Grad Virtual-Reality-Inhalte vom PC oder Smartphone können auf den neuen LG Premium-Fernsehern dargestellt werden. Mit der Magic Remote Fernbedienung kann man in der Szene navigieren und mit dem Mausrad in die Bilder hinein- und natürlich auch wieder herauszoomen.

Innovative Hausgeräte

Auch im Bereich Weiße Ware will LG in diesem Jahr besondere Akzente setzen. Das Highlight der Produktpalette ist der neue InstaView (GSX 961 NEAZ) Side-by-Side-Kühlschrank mit Door-in-Door-Ausstattung. Er ist sozusagen der Vorläufer des auf der CES für die USA angekündigten Geräts mit Alexa, webOS und umfassenden smarten Funktionen, das in Deutschland erst eingeführt werden soll, wenn die Infrastruktur für die Dienstleistungen vorhanden ist. Das soll aber nicht ewig dauern.

Der InstaView verbindet Energiesparen mit einem Showeffekt: Durch leichtes Klopfen gibt die Glasscheiben-Front den Blick ins Innere des Kühschranks frei, so dass man sich ohne Öffnen der Tür über den Inhalt informieren kann. Ohne Öffnen des gesamten Kühlschranks funktioniert auch LGs Door-in-Door-Konzept, das den schnellen Zugriff auf häufig benötigte Lebensmittel und Getränke in einem vorgelagerten Türfach („Tür in Tür") ermöglicht. Beide Funktionen vermeiden den üblichen Kälteverlust beim Blick in den Kühlschrank und reduzieren so nicht nur den Energieverbrauch, sondern auch Beeinträchtigungen der Lebensmittel durch Temperaturschwankungen.

Im Sockel der neuen LG TwinWash Waschmaschine steckt eine Mini-Waschmaschine für bis zu zwei Kilogramm Feinwäsche.

Ein interessantes Produkt ist auch die neue TwinWash Waschmaschine, mit der man zwei Ladungen parallel waschen kann. Im Sockel des Geräts steckt nämlich eine Minitrommel für bis zu zwei Kilogramm Feinwäsche. Das Modell kommt in den Versionen F 14WM 10GT für bis zu zehn Kilogramm in der Hauptwaschmaschine und als F 14WM 9GS mit neun Kilogramm Kapazität auf den Markt.

Der neue LG UP970 Ultra HD Blu-ray Player unterstützt HDR10 und Dolby Vision. Das Gerät kann auch verschiedene Klangformate wie Dolby True HD, Dolby Atmos und DTS-HD Master Audio verarbeiten.

Smartes Staubsaugen

Die neuen LG HomBot Staubsaugerroboter sind mit der intelligenten Raumerkennung Dual Eye 2.0 und dem Robonavi 10.0 Navigationssystem deutlich klüger als ihre Vorgänger. Zudem arbeiten sie mit einem Betriebsgeräusch von 60 dB besonders leise. Zu den smarten Funktionen gehören u. a. eine Anti-Stoßkontrolle (der Roboter dreht ab, bevor er irgendwo gegen fährt) und spezielle Säuberungsprogramme für Teppiche, Tierhaare und das Wischen von Böden. Das Spitzenmodell, der HomBot VRH 950 MSPCM, ist zudem mit LGs Smart ThinQ Technologie ausgestattet, die über zusätzliche Funktionen wie Home View und Home Guard die Steuerung per Smartphone ermöglicht – auch von unterwegs aus.

Neue Mikrowellen

Die neuen NeoChef Mikrowellen von LG gibt es in Weiß, Schwarz und Edelstahl. Die neue Smart-Inverter-Technologie erlaubt eine so präzise Steuerung der Leistung, dass auch komplexe mehrgängige Mahlzeiten zubereitet werden können. Auch Steaks, die beim Auftauen außen schon heiß und innen noch gefroren sind, sollen jetzt der Vergangenheit angehören. Zudem lassen sich die Geräte durch die antibakterielle EasyClean-Beschichtung ohne viel Arbeit sauber halten.

Die neue Smart-Inverter-Technologie der neuen NeoChef Mikrowellen von LG erlaubt es, die Mikrowellen fein zu dosieren.

Die Neuheiten von LG werden dem Fachhandel auf einer großen Roadshow unte dem Motto „Stick to the future" präsentiert. Im März gibt es noch Termine in München (7. 3.), Berlin (13. 3.), Hamburg (20. 3.) und Düsseldorf 28. 3.).

PoS-Aktuell Nachrichten

Mit Medisana fit in den Frühling

Die neue PowerRoll Soft von Medisana ist ein effektiver Trainingsbegleiter, der sich durch innovative Tiefenvibration auszeichnet, mit der die Massagerolle den Aufbau sowie die Erholung und Regeneration der Muskeln unterstützt.

Durch die Vibration wird vor allem das myofasziale Gewebe – die tiefliegende Muskulatur und deren bindegewebige Hülle – angeregt und die Durchblutung gefördert.

Gerade in diesem Gewebe treten z. B. durch Überanstrengung oder einseitige Belastungen oftmals schmerzhafte Verhärtungen und Verspannungen auf.

Die Medisana PowerRoll Soft hilft dabei, Verspannungen vorzubeugen, einen schnellen Muskelaufbau und eine schnelle Muskelregeneration zu erzielen. Mit Hilfe eines übersichtlichen Trainingsplans kann die PowerRoll Soft sofort genutzt werden. Vier Programme unterstützen das Warm-up, den Muskelaufbau und die Regeneration. Die Übungen widmen sich den Bereichen Mobilität, Flexibilität, Balance und Kraft. Auf der mitgelieferten DVD werden sie ausführlich von den Experten Svenja Thoes und Andreas Dreitz erklärt und vorgeführt. Da die Massagerolle mit ihren vier Intensitätsstufen die Durchblutung der Muskulatur steigert, kann sie auch schon ideal zum Warm-up – und nicht nur zum Training selbst – eingesetzt werden.

Die PowerRoll Soft ist zum UVP von 99,95 Euro erhältlich.

Philips 4000er Serie: maximale Vielfalt, minimaler Aufwand

Die neuen Kaffeevollautomaten der Philips 4000er Serie in elegantem Silber sind mit dem innovativen CoffeeSwitch-Hebel ausgestattet. Für Filterkaffee wird er nach oben, für Espresso nach unten gestellt.

Die Software der Maschine erkennt die Position automatisch und zeigt dann die entsprechenden acht Getränkevariationen auf dem klaren Display mit eleganter weißer Schrift.

Der Philips CoffeeSwitch befindet sich an der Frontseite der kompakten Maschine: Wird er auf die Espresso-Position gestellt, kann bei hohem Druck ein Espresso hergestellt werden. Wird der CoffeeSwitch auf die Kaffee-Position gestellt, wird bei niedrigem Druck von durchschnittlich zwei Bar aromatischer Kaffee gebrüht.

Über das Display können acht Getränkevariationen ausgewählt werden. Auch die Kaffeestärke, Tassenfüllmenge und Brühtemperatur sind einstell- und programmierbar. Der höhenverstellbare Kaffeeauslauf erlaubt Tassen oder Gläser bis zu einer Höhe von 15 Zentimetern.

Der AquaClean Filter sorgt für hygienisches, klares Wasser, wodurch nicht nur das Entkalken des Kaffeevollautomaten für bis zu 5.000 Tassen entfällt, sondern auch beste Kaffeequalität erzielt wird, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Brühgruppe lässt sich mit einem Handgriff herausnehmen und unter fließendem Wasser abspülen. Die Milchkaraffe und Abtropfschale sind spülmaschinenfest.

Die Philips 4000er Serie ist ab März zum UVP von 699,99 Euro erhältlich.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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

Das mehrmals täglich aktualisierte Internet-Portal informiert Sie ständig über brandneue Produkte, Marketing-Aktivitäten und personelle Veränderungen in der Hightech-Branche.
Zudem haben Sie Zugriff auf die wichtigsten Artikel der aktuellen PoS-MAIL Ausgabe im PDF-Format und können über ein Archiv auch auf die Inhalte früherer Ausgaben zurückgreifen – und zwar bis zum Jahr 2003. Eine Suchfunktion macht es einfach, die aktuellen Meldungen zu einem bestimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.
Mit einem Klick kommen Sie zudem auf das News-Portal unserer Schwesterzeitschrift imaging+foto-contact, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland.
Jede Woche informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der Hightech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren:
www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Endlich! Kaufliche Intelligenz

Ich bin ja mit meinem Rentnerdasein wirklich zufrieden, aber manchmal bedauere ich es doch, nicht mehr als Objektmanager von PoS-MAIL im Branchengetümmel mitzumischen. Als ich zum Beispiel den begeisterten Bericht meines Verlegers über die sprachgesteuerten Kühlschränke, intelligenten Staubsauger und hilfreichen Roboter auf der CES gelesen habe, da tat es mir leid, nicht selbst dabei gewesen zu sein.

Inzwischen redet ja halb Deutschland nicht nur über, sondern mit Amazons Alexa. Und dazu habe ich auch etwas zu sagen. Ich bin nämlich nicht sicher, ob ich wirklich davon begeistert sein soll, dass dieses vorlaute Gör mir nicht nur aus Lautsprechern, sondern demnächst auch aus Kühlschränken, Küchenmaschinen und Stehlampen gute Ratschläge geben will. Schließlich bin ich seit vielen Jahrzehnten glücklich verheiratet und brauche wirklich nicht noch eine Frau, die für mich einkauft, bestimmt, welche Musik bei uns zu Hause gespielt wird, und mir sagt, was ich als nächstes zu tun habe.

All das soll Alexa ja perfekt können, weil sie künstliche Intelligenz hat. Na gut, wenn einem die Zähne ausfallen, ersetzt man sie ja auch durch künstliche Beißerchen. Und wenn sich bei mir irgendwann die ersten Anzeichen von Alzheimer einstellen, dann kaufe ich mir vielleicht tatsächlich bei Google oder Amazon etwas künstliche Intelligenz – wenn ich es nicht vergesse.

Bis dahin können mir diese smarten Assistenten und Assistentinnen allerdings gerne vom Leibe bleiben. Noch kann ich den Wetterbericht alleine lesen und habe sogar noch richtige Bücher zu Hause, die ich ganz ohne Kindle einfach aus dem Regal nehmen und lesen kann. Es sind sogar so viele, dass mir manchmal die Auswahl wirklich schwer fällt. Zugegeben, da könnte ich tatsächlich einmal Alexa fragen. Aber viel lieber frage ich einfach meine Frau.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel

erscheint monatlich.

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

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Lidija Zimmek
Franz Wagner

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

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

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

PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:
C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine 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

SAMSUNG

AddWash™

Jederzeit vergessene Wäsche nachlegen.*

Samsung AddWash™. Die erste Waschmaschine mit extra Klappe.

Mehr erfahren unter:
samsung.de/addwash

* Nach Drücken der Start-/Pause-Taste kann die AddWash™-Tür geöffnet werden, wenn die Temperatur in der Trommel unter 50 °C liegt.

Lifestyle is our Business
SAMSUNG ROADSHOW 2017

Erleben Sie AddWash™ auf unserer Roadshow:
Köln 01.03.–03.03.2017 | München 08.03.2017 | Darmstadt 14.03.2017 | Berlin 17.03.2017 | Hamburg 21.03.2017