



**Mehrsehen
statt nur
Fernsehen.**

Sonderedition:
Planea UHD twin R



UHD Mehr Details.

16:9 UHD-Auflösung (3840 x 2160 Pixel)

HDR Mehr Kontrast.

Brillante Farbdarstellung mit beeindruckendem Kontrastreichtum durch HDR (High Dynamic Range)

integriert PVR Mehr Ausstattung.

Integrierter Digitalrecorder mit 1 TB Aufnahmekapazität inkl. Fernbedienung RM19 aus gebürstetem Aluminium



Aktionszeitraum vom
02.05. bis 30.06.2017

Metz – immer erstklassig.

Die neuen Angebote der Telekom



Volles Programm für Partner

Mit attraktiven neuen Angeboten gibt die Telekom ihren Partnern im Einzelhandel noch bessere Verkaufsargumente an die Hand. Dabei konzentriert sich das Unternehmen darauf, den Kunden das Leben in vielversprechenden Wachstumssegmenten leichter zu machen: Mit StartTV bietet die Telekom den konkurrenzlos günstigen Einstieg ins digitale Fernsehen, und

mit StreamOn können Mobilfunk-Nutzer auch unterwegs sorglos Musik und Videos streamen, ohne das Datenvolumen ihres Mobilfunk-Tarifs zu verbrauchen. Davon können auch die Nutzer des Erfolgsmodells MagentaEins profitieren. Bei Zukunftsthemen wie Smart Home und Digitalisierung von Geschäftskunden setzt die Telekom ebenfalls weiter auf den Einzelhandel.

Mit dem neuen Fernsehangebot StartTV bietet die Telekom ihren Partnern ab Mai die Möglichkeit, den Kunden nach der Abschaltung von DVB-T einen konkurrenzlos günstigen Einstieg ins digitale Fernsehen zu verkaufen. Der kostet (Breitbandanschluss vorausgesetzt) ganze 2 Euro im Monat. Der notwendige neue Media-Receiver Entry ist für 2,95 Euro im Monat oder für einmalig 79,99 Euro erhältlich. Mit StartTV können die Kunden rund 100 Sender empfangen, 22 davon in HD. Integriert sind die Öffentlich-Rechtlichen

Sender ebenso wie die großen privaten Gruppen und diverse Spartenkanäle. Zu StartTV gehört zudem eine übersichtliche Programmübersicht (EPG) und eine intelligente Suchfunktion.

Der Einstieg in das neue TV-Angebot von der Telekom kostet zunächst sogar überhaupt kein Geld: Bis zum 31. August gibt es StartTV inklusive Media-Receiver für 12 Monate kostenlos – und zwar auch für Bestandskunden. Neukunden erhalten den Festnetz- und Internet-Anschluss im ersten Jahr für nur 19,95

Euro, inklusive StartTV oder EntertainTV. „Mit dem Premium-Angebot EntertainTV haben wir unsere Kunden – dank Timeshift, Restart und Video on Demand – von festen Sendezeiten befreit und dem modernen Fernsehen zum Durchbruch verholfen“, erklärte Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden der Telekom. „Doch auch das klassische, lineare Programm-Fernsehen ist für viele Kunden weiterhin attraktiv. Für alle, die sich Fernsehen zu festen Sendezeiten und ohne Schnickschnack wünschen, hat



Paul der Bär
Taschenlampe



Paul der Bär
Stirnleuchte



Paul der Bär
Nachtlicht



DIE NEUEN KINDERLEUCHTEN VON VARTA -
BEGEISTERN KINDER, ELTERN UND GROBELTERN



EDITORIAL

Die IFA wächst weiter

Die IFA Global Press Conference gehört seit Jahren zu den Muss-Terminen im Kalender. Über 300 Journalisten aus aller Welt fliegen die Veranstalter ein, um ihnen im Vorfeld der Messe die aktuellen Trends der Branchen und das Konzept der aktuellen IFA vorzustellen.

In diesem Jahr wurde nicht zum ersten Mal deutlich, wie gut die größte Messe für Unterhaltungselektronik und Hausgeräte im globalen Vergleich aufgestellt ist. Tatsächlich haben die Messe Berlin und die gfu als Veranstalter in den letzten zehn Jahren konzeptionell alles richtig gemacht – vom Umstieg auf den jährlichen Rhythmus bis zur Erweiterung um den Sektor Hausgeräte, der in diesem Jahr zum zehnten Mal seine Produkte in Berlin präsentiert. So wurden frühzeitig die Voraussetzungen geschaffen, das Thema Vernetzung von technischen Consumer Produkten umfassend darstellen zu können.

Dabei wurde glücklicherweise auf unausgorene Experimente verzichtet und somit vermieden, dass die IFA (wie zuletzt die CeBIT) ins Gerede kam. Denn die Verantwortlichen wollten den Fokus der Messe nicht zugunsten branchenfremder Hypes aufs Spiel setzen. Eine Messe lebt nämlich – wie Fachzeitschriften übrigens auch – von Zielgruppen, die an den Ständen der Aussteller passende Angebote für ihre Geschäfte wiederfinden und die neuesten Trends entdecken wollen. Großflächige Auftritte der Automobilindustrie oder Roboter-Technologien für die Industrie 4.0 stehen dabei eher im Weg.

In diesem Jahr wird es auf der IFA mehr Platz für etablierte und neue Technikprodukte geben, die in das Portfolio des technischen Fachhandels passen. Dazu werden neben Unterhaltungselektronik und Hausgeräten vor allem neue Angebote rund um die Trendthemen Vernetzung und Smart Home gehören. Die Zulieferer der Markenhersteller werden dagegen auf der IFA Global Markets in der Station Berlin nahe dem Potsdamer Platz konzentriert und mit einem Shuttle-Service mit dem Messegelände verbunden. Das ist für alle Beteiligten eine gute Lösung, die die richtigen Schwerpunkte setzt.

Thomas Blömer
Thomas Blömer

die Telekom mit StartTV ein unkompliziertes Fernseherlebnis entwickelt.“ Natürlich bietet StartTV dem Handel die Möglichkeit, Zusatzoptionen zu verkaufen. Dafür ist zunächst das HD-Startpaket mit weiteren 24 HD-Sendern und EntertainTV mobil verfügbar. Noch in diesem Jahr soll der Zugang zur Online-Videothek Videoload und zu PayTV-Angeboten folgen. Auch das Premium-Angebot EntertainTV wird weiter ausgebaut. Dabei setzt die Telekom verstärkt auf regionale Inhalte: „Besonders regionaler Sport auf EntertainTV ist ein starkes Verkaufsargument für unsere Handelspartner“, betonte Bijan Esfahani, Leiter Indirekter Vertrieb und Service Telekom Deutschland GmbH. „Denn diese Programme, darunter Spiele der 3. Bundesliga, gibt es exklusiv bei EntertainTV.“ Im 2. Halbjahr will die Telekom ihre Partner mit einer PoS-Kampagne dabei unterstützen, diese Angebote dem Kunden zu vermitteln.



Bis zum 31. August gibt es StartTV inklusive Media-Receiver für 12 Monate kostenlos – und zwar auch für Bestandskunden.

Streaming ohne Sorgen

Mit dem neuen Dienst StreamOn macht es die Telekom ihren Magenta Mobil-Kunden möglich, über das Mobilfunknetz auf ihrem Smartphone Musik zu hören oder Videos anzuschauen, ohne das in ihrem Tarif enthaltene Highspeed-Datenvolumen zu belasten. Der Clou: StreamOn ist kostenlos. Bereits im Tarif MagentaMobil M können die Kunden StreamOn Music zubuchen und die Audiostreaming-Dienste teilnehmender Partner unterwegs sorglos nutzen. Ab dem Tarif MagentaMobil L gibt es mit StreamOn Musik & Video zusätzlich Videoinhalte in einer Qualität, die mit der einer DVD vergleichbar ist. Das StreamOn-Angebot gilt auch für die entsprechenden



Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden der Telekom: „StartTV ist eine günstige Lösung für alle, die sich Fernsehen zu festen Sendezeiten und ohne Schnickschnack wünschen.“

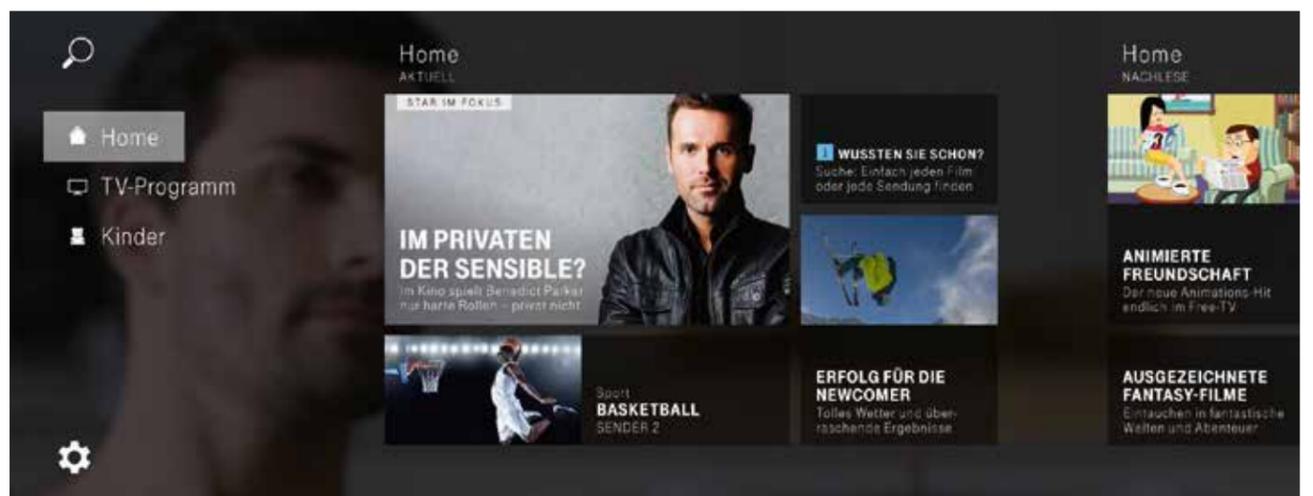
MagentaMobil Friends Tarife für die junge Zielgruppe und die Family Card.

MagentaEins Kunden haben mit der kostenlosen Option MagentaEins StreamOn Music und Video Max einen besonderen Vorteil: Sie empfangen die Inhalte der StreamOn Partner in maximaler Bildqualität, die mit HD zu vergleichen ist.

Zu Beginn stehen mit StreamOn die Audiodienste Apple-Music, Juke, Music Unlimited (Amazon), napster und radioplayer.de zur Verfügung. Videoprogramme können von 16 Anbietern empfangen werden, darunter natürlich EntertainTV, Telekom-Basketball und Telekom-Eishockey sowie populäre Dienste wie Kicker, Netflix, Amazon Prime Video, sky go, YouTube, die ZDF Mediathek und 7TV (Pro7/Sat1). Voraussetzung für die Nutzung ohne Belastung des Datenvolumens ist der Zugriff über die App des jeweiligen Partners. Das Angebot soll weiter ausgebaut werden. „Es gibt keine Einschränkungen, jeder Anbieter von legalen Audio und Videoinhalten kann unser Partner werden“, erklärte Hagspühl.

Partner für Zukunftsmärkte

Auch bei der Erschließung der Wachstumssegmente für die Zukunft setzt die Telekom auf die intensive Zusammenarbeit mit ihren Partnern im Einzelhandel. Dazu gehört weiterhin die Festnetzvermarktung, die dem Handel viele Chancen bietet: „Im Festnetz wird die Telekom weiterhin in Highspeed investieren und den Vectoring Rollout auch in 2017 fortsetzen“, kündigte Hagspühl an. Zudem sollen die Partner auch von der Umstellung auf IP-Technologie und dem attraktiven Test-the-best-Angebot für 19,95 Euro profitieren. Im Festnetz sind nicht nur



Start TV: lineares Fernsehen mit digitalem Komfort zum günstigen Preis.

Privat-, sondern auch Geschäftskunden eine wichtige Zielgruppe für die Partner: Mit ihrem Cloud- und IT-Portfolio hat die Telekom attraktive Angebote entwickelt, die vor allem dem Mittelstand die Digitalisierung leichter machen sollen. Noch im ersten Halbjahr 2017 wird ein Sonderprogramm zur Förderung von Gewerbegebieten gestartet, um dem gewachsenen Bedarf nach Bandbreite gerecht zu werden. In einem ersten Schritt wird die Telekom 100 Gewerbegebiete in Deutschland an das Glasfasernetz anschließen. Davon können aktive Telekom-Partner besonders profitieren, wenn sie ihre persönlichen Beziehungen zur Wirtschaft vor Ort nutzen. Die Telekom bietet dafür umfassende Unterstützung bei der Qualifizierung des Personals und der lokalen Vermarktung an.



Beim Wachstumsthema Smart Home erzielt die Telekom mit ihren Partnern bereits erfreuliche Wachstumsraten. „Gerade in diesem Segment hat der qualifizierte Einzelhandel eine große Chance“, ist Bijan Esfahani sicher. „Es gibt Synergie-Effekte mit dem TV-Geschäft ebenso wie mit der Telekommunikation und der Weißen Ware, und das Geschäftsmodell unterscheidet sich nicht wesentlich von dem der anderen Telekom-Angebote: Wir entwickeln innovative Lösungen, die der Handel vermarktet und dafür mit attraktiven Provisionen honoriert wird. Zusätzlich bietet sich die Möglichkeit, durch den Zubehörverkauf weitere



Bijan Esfahani, Leiter Indirekter Vertrieb und Service: „Gerade bei Smart Home hat der qualifizierte Einzelhandel eine große Chance.“

Erträge zu erzielen. Gerade das derzeit so aktuelle Thema Sicherheit ist für unsere Partner ein guter Anlass, ihre Festnetz- und Mobilfunk-Kunden mit Smart Home Angeboten anzusprechen.“

Partnerprogramm ausbauen

Bei der Weiterentwicklung des T-Partnerprogramms belohnt die Telekom besonders die integrierte Vermarktung. Dies zeigt sich an der Provisionslogik und erschließt dem Handel weitere Wachstumspotentiale. Auch die Unterstützung des Handels bei der Qualifizierung des Personals, beim Markenauftritt und beim Kundenerlebnis wird fortgesetzt. Das auf der Roadshow 2016 angekündigte Konzept für die Exklusivpartner ist inzwischen

in 20 Shops umgesetzt, weitere 40 sollen noch in diesem Jahr folgen. „Unsere Händler sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden“, berichtete Esfahani. „Die teilnehmenden Shops zeigen eine überproportionale Absatzsteigerung, vor allem bei beratungsintensiven Produkten wie Entertain und Smart Home.“ Das Konzept soll dieses Jahr noch weiter angereichert werden, z. B. um Omnichannel Maßnahmen sowie eine verbesserte Onlinepräsenz.

Als nächste Händlergruppe nimmt die Telekom jetzt besonders Fachmärkte ins Visier, um deren Anforderungen als Vollsortimenter mit Unterhaltungselektronik und Weißer Ware zu erfüllen. Dazu wurde mit den Partnern und den Kooperationszentralen gemeinsam ein fachmarktspezifisches, erlebnisorientiertes Ladenbaukonzept erarbeitet, das um zielgruppenspezifische Qualifizierungsangebote sowie beratungsunterstützende und verkaufsfördernde Tools ergänzt wird. Schon im 3. Quartal wird die Telekom mit fünf Pilotteilnehmern in die Umsetzung gehen.

„Auch das ist ein weiteres klares Signal für einen starken Handel“, betonte Michael Hagspühl. „Es zeigt zum wiederholten Mal, dass wir weiterhin der transparente und vertrauensvolle Nr. 1 Partner für den Handel bleiben.“



INHALT

PoS-Aktuell

Nachrichten und Neuheiten 4, 5, 8, 9, 10, 17

Samsung mit neuen Lifestyle-Ideen für TVs

Fernseher fürs Leben

6



Yamaha bringt Multiroom für analoge Audio-Geräte

MusicCast für alle

7



Loewe bild 9 OLED

Die Skulptur

8

Hisense unterstützt die FIFA Fußball-WM 2018

Offizieller Sponsor

9

Die neue Drohnen-Verordnung des BMVI

Regeln für's Fliegen

11



Die neue Lumix Kompaktkamera für den Urlaub

Reisen mit 30x-Zoom

12

Neue Highlight-Broschüren von Bosch

Orientierung bei Hausgeräten

13

Bauknecht mit neuem Leitspruch

Geräte für Menschen

14

Die neuen Gefriertruhen von Bauknecht

Viel Platz, wenig Eis

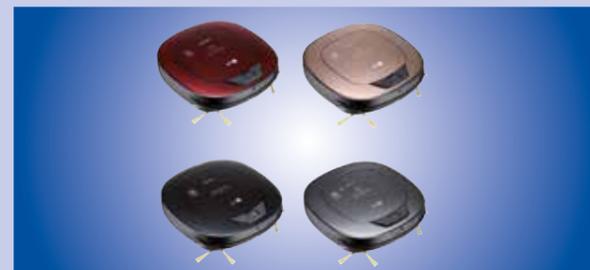
14



Neue Saugroboter von LG

Die leisen Helfer

15



Euronics richtet Markenprofil neu aus

Nah am Kunden

16



Die IFA bleibt auch 2017 auf der Erfolgsspur

Mehr Platz für Marken

18

Wagners Welt

19

PoS-MAIL @

19

Impressum

19

Bauknecht mit ShoppingBonus

Vom 1. Mai bis 30. Juni können Kunden beim Kauf ausgewählter Bauknecht PremiumCare Waschmaschinen und Wäschetrockner einen ShoppingBonus bis zu 200 Euro und einen Halbjahres-Vorrat Ariel Waschmittel erhalten; bei Kühl-/Gefrierkombinationen stehen 100 Euro bereit. Die Bauknecht Handelspartner können mit einem umfangreichen Aktionspaket in ihren Geschäften auf die Aktion aufmerksam machen. Dafür gibt es neben Stickern für die Aktionsgeräte auch Prospekte und dazu passende Dispenser.



Die Registrierungsseite für Endkunden wird am 1. Mai freigeschaltet.

Die Aktion macht dem Einzelhandel keine zusätzliche Arbeit. Nach dem Kauf eines Aktionsgeräts können sich die Kunden bis zum 31. Juli 2017 anhand ihres Kaufbeleges online auf www.bauknecht-shoppingbonus.de registrieren. Nach Prüfung der Daten erhalten sie dann auf dem Postweg ihre Mastercard Shoppingcard mit dem persönlichen ShoppingBonus. Die Mastercard Shoppingcards sind bei über 35 Millionen Partnern deutschlandweit einlösbar.

LG startet Promotion-Aktion für ausgewählte 4K-UHD-TVs

Seit dem 17. April bekommen LG Kunden beim Kauf ausgewählter LG 4K-UHD-TVs ein Dreimonats-Abonnement des Video-Streamingdienstes Netflix geschenkt. Die neue LG Promotion-Aktion umfasst alle aktuellen TV-Geräte der 2017er OLED- und Super-UHD-Serien sowie die UHD-Modelle der UJ 7509er Serie und läuft bis zum 16. Juli 2017.



Die im Rahmen der aktuellen Promotion erworbenen LG TVs bieten ihren Besitzern drei Monate lang TV-Genuss vieler Sendungen aus dem Netflix Premium-Repertoire in 4K-Auflösung ohne weitere Kosten. Da die 2017er LG-TV-Geräte alle aktuellen HDR-Formate unterstützen, müssen sich Kunden keine Gedanken darüber machen, welches der HDR-Formate (Dolby Vision, HDR10 oder HLG) bei der technischen Aufbereitung ihrer Lieblingssendung zum Einsatz kam. LGs Active HDR-Technologie analysiert darüber hinaus die Bildinhalte und verbessert Farbe und Helligkeit. Das sorgt nach Herstellerangaben für eine bisher nicht erreichte Qualität im Hinblick auf Bildschärfe und die Lebendigkeit der Farben.

Die Registrierung für die Sonder-Promotion-Aktion ist für LG-Kunden einfach: Nach dem Start des LG-TVs müssen sie lediglich das Netflix-Promotion-Banner auf dem Bildschirm auswählen und dann die Netflix-App vom LG Content Store installieren. Über den Zugang durch die auf dem TV angezeigte Netflix-Promotionseite erhalten die LG-Kunden sofortigen Zugang zu ihrem Probe-Abo.

Gerd Holl verlässt Electrolux Hausgeräte GmbH

Gerd Holl (48), Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH in Deutschland und Cluster Manager Deutschland und Österreich, verlässt auf eigenen Wunsch das Unternehmen, das im deutschsprachigen Raum insbesondere durch seine Marke AEG bekannt ist. Seine Position wird von Brian Fogh (49) übernommen, der in den letzten drei Jahren als Leiter des Bereichs After Market Sales für das Geschäftsfeld Großgeräte in Europa, dem mittleren Osten und Afrika (EMEA) für Electrolux tätig war.



Brian Fogh

Der gebürtige Däne hatte zuvor in leitenden Positionen unter anderem bei Mærsk Retail und Telenor umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Handel und Telekommunikation gesammelt. Zudem war er als General Manager von Samsung Telecom und Philips Consumer Lighting für die Region Nordics tätig. In seiner neuen Funktion berichtet Fogh an Chris Braam, der bei Electrolux die Bereiche Vertrieb und Services für Großgeräte auf EMEA-Ebene verantwortet.

Gerd Holl kam im August 2014 von Toshiba Europe zu Electrolux. Er richtete die Organisation an den Kundenbedürfnissen aus und sorgte für die Implementierung eines neuen Managementsystems, das auf kontinuierlichen Verbesserungen von geschäftsrelevanten Abläufen basiert. Unter seiner Clusterführung habe Electrolux in Deutschland und Österreich seine Marktpräsenz mit der Neupositionierung von AEG als Premiummarke geschärft, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung. „Ich bin stolz auf die erfolgreiche Neupositionierung der Marke AEG sowie den Veränderungsprozess hin zu einem kundenorientierten, agilen Unternehmen“, erklärte Holl.

Generationswechsel bei Brömmelhaupt

Die Brömmelhaupt Großhandels-GmbH hat seit Beginn des neuen Geschäftsjahres (1.4.2017) einen neuen Chef. Nach 44 Jahren im Unternehmen ist Dr. E.-Dieter Drosdek aus Altersgründen zurückgetreten, steht aber dem Unternehmen weiterhin als Berater zur Verfügung. Zum neuen Geschäftsführer wurde Robert Drosdek ernannt. Damit erfolgte die familieninterne Nachfolge nach über sieben Jahren gemeinsamer Tätigkeit im Unternehmen.

Dr. Drosdek hat in den vergangenen Jahrzehnten das Unternehmen erfolgreich geleitet und zu einer marktführenden Stellung im Fachgroßhandel für Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräte ausgebaut. Bei den massiven Marktveränderungen der Branche fand die Firma Brömmelhaupt stets Konzepte, um sich im Wettbewerb zu behaupten. Für ihre Leistungsstärke und Fokussierung auf den qualitätsorientierten, stationären Fachhandel wurde die Brömmelhaupt Großhandels-GmbH mehrfach von markt-intern als Fachhandelspartner Nr. 1 ausgezeichnet.

In seinen Funktionen als Brömmelhaupt Geschäftsführer sowie als Aufsichtsratsvorsitzender der telering (über 25 Jahre) und der Weltfunk (über 20 Jahre) hat Dr. Drosdek erfolgreich die Interessen des mittelständischen Fachhandels vertreten und die Entwicklung der Fachhandelskooperation mitgestaltet. Dies war ihm deshalb ein besonderes Anliegen, da die telering-Kooperation, die im Haus Brömmelhaupt als telering e.V. ins Leben gerufen wurde, neu strukturiert auf Bundesebene fortgeführt werden konnte und erfolgreich für den mittelständisch geprägten Fachhandel arbeitet. In der 3. Unternehmerngenera-

tion will Robert Drosdek die Marktstellung von Brömmelhaupt halten und ausbauen. Dabei setzt er weiterhin auf die Leitlinien, die sich in der Vergangenheit bewährt haben: Fachhandelsfokussierung, Kontinuität, Partnerschaft, Persönlichkeit, Qualitätsorientierung sowie Vertrauen und Zuverlässigkeit.

Samsung startet QLED Kampagne

Mit einer breit angelegten TV- und Digital-Kampagne unterstützt Samsung seine Handelspartner beim Abverkauf der neuen Samsung QLED TVs. Zehn Wochen lang sollen Spots auf reichweitenstarken Privatsendern auf die neue TV-Kategorie hinweisen. Unter dem Motto „Entdecken Sie das neue Licht“ erzählt die Kampagne von der Reise des Lichts bei den Premium TVs auf Basis der Quantum Dot-Technologie.



Nach einer kurzen Teaser-Phase soll ab dem 7. Mai ein 60-sekündiger „Roadblocker“ zur Hauptsendezeit im passenden Umfeld auf allen Privatsendern für hohe Aufmerksamkeit bei den relevanten Zielgruppen sorgen. Eine Microsite, Social-Media- und weitere Online-Maßnahmen werden passend zur TV-Kampagne gestartet, so dass TV und Digital nahtlos ineinandergreifen können, um die Konsumenten über verschiedene Kanäle zu erreichen, heißt es in einer Pressemitteilung. Dabei sollen die TV Spots die Aufmerksamkeit des Kunden auf QLED zu lenken, während die Digitalmaßnahmen darauf zielen, die drei zentralen Aspekte bei QLED – „Q Picture“ (Bildqualität), „Q Style“ (Design) und „Q Smart“ – aufzuzeigen. Samsung unterstützt seine Partner neben der umfangreichen TV- und Digital-Kampagne auch mit Promotions und Trainings rund um die neuen QLED TV-Modelle, PoS-Materialien, Werbevorlagen für den Handel sowie wie OOH-Maßnahmen.

expert mit Umsatzplus im Geschäftsjahr 2016/2017

Die expert-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2016/2017 ihren



Volker Müller

Außenumsatz um 1,8 Prozent gesteigert. Damit konnte die Kooperation das bereits zum Abschluss des Kalenderjahres 2016 erzielte Wachstum halten und auch zum Ende des Wirtschaftsjahres (31. März 2017) bestätigen. Damit habe die Gruppe ihre Position als klare Nummer zwei im Markt gestärkt, betonte expert in einer Pressemitteilung. Die positive

Entwicklung des Verkaufsumsatzes zu Endverbraucherpreisen belege, dass die richtigen strategischen Weichen gestellt worden seien.

Dazu zählen die Verantwortlichen innovative Dienstleistungskonzepte wie die dezentralen Online-Shops, attraktive Ladenbaumodule, maßgeschneiderte Konzepte zur Mitarbeiterqualifizierung sowie den Ausbau und die Erweiterung von Dienstleistungsangeboten. „Auch für die expert-Gruppe ist – wie für die gesamte Branche – der Händlerrückgang natürlich ein Thema“, kommentierte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Dass wir uns trotz dieser Umstände weiterhin besser entwickeln als der Gesamtmarkt, macht uns sehr stolz und ist der hervorragenden Absatzleistung unserer Gesellschafter zu verdanken.“ Aktuell sind in bei expert 210 Gesellschafter und Mitglieder mit insgesamt 443 Standorten im gesamten Bundesgebiet organisiert.

Mehr Interesse an Sat-Empfang durch DVB-T-Umstellung

Nach der erfolgten Umstellung auf DVB-T2 am 29. März 2017 sind viele betroffene DVB-T-Haushalte offensichtlich noch unentschieden, welchen TV-Empfangsweg sie künftig nutzen wollen. Das ist das Ergebnis einer Umfrage, die HD+ unter 808 Elektrofachhändlern in ganz Deutschland durchgeführt hat. Dabei zeigte sich, dass viele Verbraucher nach Alternativen zu DVB-T2 suchen, erklärte das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Fast zwei Drittel der befragten Händler (61 Prozent) gaben HD+ zufolge bei der Erhebung an, dass ihre Kunden verstärkt nach Wahlmöglichkeiten zu DVB-T2 fragen. Die Erhebung belege, dass für viele Verbraucher der Satellit eine hochattraktive Option sei: Mehr als die Hälfte der befragten Händler (54 Prozent) antworteten, dass das Interesse an Sat-Empfang im Zusammenhang mit der DVB-T-Abschaltung gestiegen ist. Und 47 Prozent gaben an, dass sie mehr Sat-Anlagen/-Installationen als zuvor verkaufen. Die Umfrage wurde zwischen dem 21. März und 4. April 2017 durchgeführt.

Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei der HD Plus GmbH, kommentierte: „Die Umfrage zeigt, dass die DVB-T-Umstellung ein Konjunkturprogramm für den Satellitenempfang ist. Mich überrascht das gar nicht, denn im Vergleich zum terrestrischen Empfang bietet der Satellit einfach mehr für das gleiche Geld. Bei DVB-T2 führt für die Zuschauer kein Weg daran vorbei, dass sie für die privaten Sender zahlen müssen. Zudem können sie weder Sky noch Ultra HD-Programme empfangen. Über Satellit haben Zuschauer dagegen viele Wahlmöglichkeiten. Sie können die privaten Sender kostenlos in SD-Qualität sehen oder mit HD+ insgesamt mehr als 50 Sender in HD-Qualität

genießen. Dazu gibt es das gesamte Angebot von Sky sowie bis zu sechs Ultra HD-Programme, die über Astra bereits auf Sendung sind.“

Die Popularität des Satellitenfernsehens wird auch vom aktuellen Astra TV-Monitor 2016 bestätigt. Demnach ist der Satellit die reichweitenstärkste TV-Infrastruktur in Deutschland: 46 Prozent (17,6 Mio.) der 38,3 Millionen TV-Haushalte in Deutschland empfangen ihre Programme auf diesem Wege.

Auch beim hochauflösenden TV-Empfang führt der Satellit das Feld an: Vor der Umstellung auf DVB-T2 HD empfangen 59 Prozent (22,5 Mio.) der Fernsehhaushalte in Deutschland ihre Programme in HD-Qualität. Der Löwenanteil davon entfiel mit 55 Prozent (11,4 Mio.) auf Satelliten, gefolgt von Kabel mit 39 Prozent (9,4 Mio.) und IPTV mit 6 Prozent (1,8 Mio.). Weiter an Fahrt gewinnt auch Ultra HD. Bereits sechs Ultra HD-Sender werden über Astra verbreitet; bis Ende 2017 sollen laut der Absatzprognose der gfu mehr als 5,5 Millionen Ultra HD-Fernseher in den deutschen Haushalten stehen.

TechniSat erwirbt Lizenz für die Marke Nordmende

TechniSat hat von der Technicolor S.A. eine Lizenz zur Nutzung der Marke Nordmende erworben. Damit darf der deutsche Hersteller die Traditionsmarke für Deutschland, Österreich, Schweiz und Polen nutzen. Nordmende gilt bis heute als Pionier für Produkte des Rundfunkempfangs. In den frühen Jahren der Bundesrepublik war das 1923 in Dresden gegründete Unternehmen einer der führenden deutschen Hersteller von Radios, Fernsehern, Tonbandgeräten und Plattenspielern.

Die TechniSat Digital GmbH, 1987 von Peter Lepper in Daun gegründet, gilt als Pionier des Satellitendirektempfangs und hat den Markt für den digitalen Fernsehempfang in Deutschland besonders geprägt. Als führender deutscher Hersteller für Unterhaltungs- und Lifestyle-Elektronik beschäftigt das Unternehmen an sechs Standorten in Deutschland sowie jeweils einem Standort in Polen, Ungarn und China rund 1.250 Mitarbeitern.

TechniSat

Unternehmertum, Innovationsgeist und Qualität aus Deutschland sind die Kern-Attribute, welche die Marken TechniSat und Nordmende verbinden. „Wir freuen uns und sind sehr stolz, der Marke Nordmende durch unsere vielfältigen Entwicklungs-, Fertigungs- und Vermarktungsmöglichkeiten eine starke Position im hart umkämpften Unterhaltungselektronikmarkt verschaffen zu können“, kommentierte Peter Lepper, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der TechniSat Digital GmbH. „Durch den Erwerb der Lizenz zur Nutzung der Marke können wir das Produktportfolio unserer Unternehmensgruppe für unsere Kunden noch zielgruppengerechter erweitern und für unsere Händler neue Erlösquellen erschließen“.

NORDMENDE

Die Entwicklung von Nordmende-Produkten soll in Kürze anlaufen. Die ersten TV-Geräte, Receiver, DAB+ Digitalradios und Plattenspieler der Traditionsmarke will TechniSat im September auf der IFA vorstellen.

SEHEN ORDERN ABRÄUMEN



WELTWEITER ORDERPLATZ NR. 1
IFA-BERLIN.DE

Samsung mit neuen Lifestyle-Ideen für TVs

Fernseher zum Leben

Seit 11 Jahren ist Samsung die weltweite Nummer Eins im TV-Markt. Als Marktführer will das Unternehmen natürlich auch die Trends für die nächsten Jahre setzen. Dabei geht es nicht nur um Bildqualität; Samsung will die Geräte auch vom Technik- zum Lifestyle-Produkt weiterentwickeln, um sie besser in moderne Wohnumgebungen zu integrieren. Damit erhält auch der Fachhandel neue Verkaufsargumente, die weniger das technische Verständnis als vielmehr das Lebensgefühl der Kunden ansprechen.

Dabei bleibt erstklassige Bildqualität natürlich eine wichtige Voraussetzung. Vor allem mit der QLED-Technologie hat Samsung hier im Vergleich zu den Modellen des Vorjahres eine sichtbare Verbesserung erreicht und es sich damit selbst schwer gemacht, die Kunden mit weiteren Fortschritten zu beeindrucken. „QLED hat die Diskussion über Bildqualität von Fernsehern eigentlich überflüssig gemacht“, erklärte Michael Zoeller, Vice-President and Head of Visual Display bei Samsung Europe, auf der IFA Global Press Conference in Lissabon. „Weitere Fortschritte werden immer weniger sichtbar sein.“

Die hervorragende Bildqualität der Samsung QLED TVs wurde soeben von der UHD Allianz bestätigt. Die Organisation erteilte dem gesamten QLED TV-Portfolio von Samsung das Ultra HD Premium-Zertifikat; alle Modelle der Serien Q9, Q8 und Q7 dürfen das begehrte Logo tragen. Zudem können Samsung QLED TVs nicht nur den DCI-P3-



Das gesamte Samsung QLED TV-Portfolio wurde von der UHD Allianz mit dem Ultra HD Premium-Zertifikat ausgezeichnet.



Farbraum für digitales Kino zu 100 Prozent wiedergeben, sondern stellen auch das Farbvolumen, das vom Farbraum und der darstellbaren Helligkeit definiert wird, zu 100 Prozent dar. Dies hat der Verband Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e.V. (VDE) bestätigt. Als weltweit erste TV-Familie können die Samsung QLED TVs auch in Szenen mit Spitzenhelligkeiten von bis zu 2.000 Nits die Farben ohne Verblasen wiedergeben und übertreffen damit sogar die strengen Vorgaben der UHD Allianz.

Wie ein Bild an der Wand

Mit einer weiteren TV-Kategorie will Samsung jetzt Maßstäbe in Sachen Lifestyle setzen. Denn die neuen Frame TVs sind auf den ersten Blick gar nicht als Fernseher zu erkennen, sondern wirken nicht nur durch ihren edlen Rahmen wie ein Bild an der Wand. Im „Kunstmodus“ zeigen sie statt einer schwarzen Fläche ein Kunstwerk – durch ein virtuelles Passepartout und gegenüber dem TV-Bild abgewächter Helligkeit entsteht ein sehr natürlicher visueller Eindruck. Das Motiv können Nutzer aus über 100 Bildern auswählen, darunter Landschaftsfotos, Architektur, Tierwelt, Gemälde und Zeichnungen. Auch eigene Bilder können für den Wandsschmuck eingesetzt werden. Wenn niemand im Raum ist, schaltet ein Sensor den Fernseher komplett aus, um Strom zu sparen.

In den Samsung Frame TVs steckt (noch) keine QLED Technik. Das LED-Display mit UHD-Auflösung bietet aber eine Bildqualität auf Premium-Niveau. Wie die QLED Fernseher erhalten die Geräte die Bildsignale über das kaum sichtbare optische Kabel; die One Connect Box sowie Zusatzgeräte wie Blu-ray Player können bis zu 5m, mit einer optionalen Verlängerung bis zu 15m, vom Fernseher entfernt aufgestellt werden. Zum Lieferumfang der Frame TVs gehören ein schwarzer Rahmen, Standfüße und die No-Gap Wandhalterung, mit der die Fernseher bündig an der Wand montiert werden können. Als Zubehör gibt es wechselbare Rahmen in Weiß, Walnuss und Eiche, die ganz einfach an den Bildschirm angeklickt werden können. Auch eine Staffelei ist erhältlich.

Die Samsung Frame TVs kommen Anfang Juni zu Preisen von 2.199 Euro (UVP 55 Zoll) bzw. 2.999 Euro (UVP 65 Zoll) auf den Markt.

Neue Soundbar One MS6500

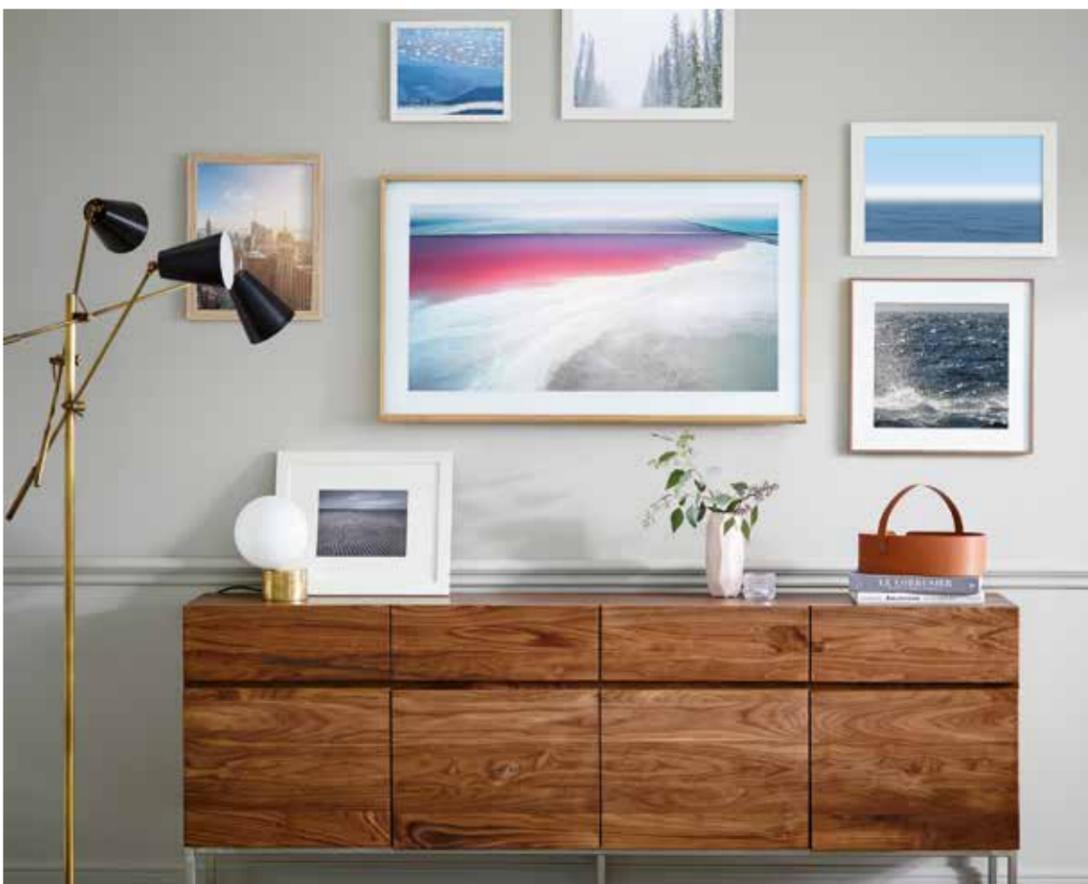
Mit der One MS6500 Soundbar, die speziell für das Zusammenspiel mit den neuen QLED TVs und der MU-Serie entwickelt wurde, setzt Samsung sein Lifestyle-Konzept auch im Audio-Sortiment fort. Denn anders als die 2016er Modelle kommt die One MS6500 ohne separaten Subwoofer aus. Er ist nämlich im Gehäuse verbaut und nimmt deshalb im Wohnzimmer keinen Platz in Anspruch. Dank Distortion Cancelling erklingen trotzdem satte Bässe; integrierte Breitbandhochtöner sorgen für ein raumfüllendes Klangerlebnis, aus dem Center Speaker kommen gut verständliche Dialoge.



Die neue Samsung Soundbar MS6500 kommt ohne separaten Subwoofer aus.

Mit der 4K Pass-Through-Funktion gibt die Soundbar 4K-Inhalte verlustfrei an das TV-Gerät weiter. In Kombination mit dem Wireless Rear Kit SWA-9000S, das die One MS6500 um Rücklautsprecher ergänzt, ist auch die Erweiterung zu einem vollständigen Surround-System möglich. Mit der Multiroom App kann die Soundbar auch zur Wiedergabe von Musik vom Smartphone genutzt werden.

Die One MS6500 Soundbar kann mit der Smart Remote der 2017er QLED und MU TVs von Samsung bedient werden. Für die einfache Befestigung am Fernseher gibt es als Zubehör das One Mount Kit. Zur Vermeidung von Kabelsalat ist zudem eine praktische Halterung erhältlich, mit der Soundbar und TV über ein einziges Kabel mit Strom versorgt werden. Je nach TV-Design ist die One MS6500 im Curved- oder als One MS650 im Flat-Design für jeweils 599 Euro (UVP) verfügbar.



Die neuen Samsung Frame TVs sind kaum von einem Wandbild zu unterscheiden.

Yamaha bringt Multiroom für analoge Audio-Geräte

MusicCast für alle



Für 149 Euro (UVP) macht der Yamaha MusicCast Add auch analoge Geräte MusicCast-fähig.

Nach der Etablierung von MusicCast als umfassendstes Multiroom-System der Welt geht Yamaha jetzt noch einen Schritt weiter: MusicCast Add WXAD-10 macht auf Wunsch jedes Gerät MusicCast-fähig – einzige Voraussetzung ist ein analoger Audio-Eingang, der mit dem Cinch- oder Miniklinken-Ausgang des ‚MusicCast Add‘ verbunden kann.

Dann stehen alle Quellen des MusicCast-Netzwerks zur Verfügung – und zwar in der von Yamaha gewohnten Klangqualität: Der MusicCast Add ist Hi-Res-kompatibel und unterstützt neben WAV, FLAC und AIFF mit 192 kHz / 24 bit auch ALAC mit 96 kHz / 24 bit. Zudem unterstützt er Bluetooth (Senden und Empfangen), Airplay und alle wichtigen Streaming-Dienste wie Spotify, Napster, Tidal, Deezer, Quboz und Juke. Dabei steht das Signal aller Quellen, die an einer Komponente des MusicCast-Netzwerks angeschlossen sind, jederzeit zur Verfügung.

Die Einsatzmöglichkeiten des Yamaha MusicCast Add sind sehr vielseitig: Wer z. B. ein Yamaha Clavinova besitzt, kann das Digitalpiano auch als hochwertiges Lautsprechersystem für die Multiroom-Anlage nutzen. Auch die geliebte Jukebox im Partykeller kann mit der Box zur zukunftstauglichen Entertainment-Zentrale werden, um

Musik von Streaming-Diensten oder aus der eigenen Musikbibliothek wiederzugeben. Selbst der 80er-Jahre Ghettoblaster wird auch ohne Audio-Eingang zur modernen Netzwerk-Komponente mit Nostalgie-Bonus. Dazu wird einer der Kassettenadapter benötigt, die dem einen oder anderen sicher noch bekannt sind. Dieser wird an den ‚MusicCast Add‘ angeschlossen und in das Kassettenfach eingelegt, und schon spielt der ‚MusicCast-Blaster‘ die Musik aus dem Netzwerk anstatt vom alten, ausgenudelten Band.

Der Yamaha ‚MusicCast Add‘ bietet auch zusätzlichen Bedienkomfort. Da sein Miniklinken-Ausgang regelbar ist, wird die Lautstärke ganz bequem über die Yamaha MusicCast App gesteuert. So bekommen auch betagte Geräte erstmals eine Fernbedienung.

Neben der Lautstärke lassen sich auch alle anderen Funktionen des MusicCast Add über die App steuern, um z. B. die Quellen zu wählen oder die Box mit anderen MusicCast-Komponenten für synchronisierte Wiedergabe zu verbinden.

Der Yamaha MusicCast Add WXAD-10 kommt im Mai 2017 zum Preis von 149 Euro (UVP) in den Handel.



517
video
GRUNDIG 65 GOS 9799
Testurteil: sehr gut

EIN GANZES
UNIVERSUM ATEM-
BERAUBENDER
FARBEN.



Premiere für unseren OLED TV – der vielleicht vollkommenste Fernseher, den wir je gebaut haben. Weil er die Grenzen von Kontrast und Details durchbricht und Farben in begeisternder Brillanz zeigt. Weil sein 3-Wege-Stereo-Soundsystem für Klangwelten mit raumfüllender Opulenz sorgt. Und weil die schlanke Linienführung ein Ausrufezeichen aus ästhetischer Eleganz setzt.

GRUNDIG.DE

AUS GUTEM GRUND
GRUNDIG

Loewe bild 9 OLED

Die Skulptur



Mit seiner ungewöhnlichen Formensprache wirkt der Loewe bild 9 wie eine Skulptur.

Wie auf der IFA versprochen, kommt das neue Loewe Spitzenmodell jetzt auf den Markt: Der bild 9 verbindet die leuchtenden Bilder seines OLED Displays mit der Formensprache des Londoner Produktdesigners Bodo Sperlein. Das Ergebnis: ein Fernseher, der von den Golden Twenties, Art Déco und Bauhaus inspiriert wurde und wie eine Skulptur wirkt. Er wird aus edlen Materialien in Deutschland handwerklich gefertigt.

„Bodo Sperleins Entwurf mit seiner persönlichen Handschrift, die den neuen Zeitgeist von Loewe eindrucksvoll verkörpert, verbindet schlüssiges Design mit technischer Raffinesse und zeigt, dass Home Entertainment ästhetischer Bestandteil des Interior Designs werden kann“, schwärmt Loewe CEO Mark Hüsges. „Das extrem flache Display, in dem neueste OLED-Technologie steckt, in Verbindung mit dem reduzierten, aufwändig handgeschmiedeten Stahlrahmen – für mich ist das die Essenz eines Fernsehers.“

Der filigran wirkende Rahmen des bild 9 ist aus schwerem Stahl. Sämtliche Aufstellösungen wie Wallmount, Floor- und Tablestand werden in einem aufwändigen Manufakturprozess hergestellt. Zuerst wird das Metall präzise mit dem Laser geschnitten, dann von Hand geschweißt,

geschliffen und poliert. Anschließend wird bei einer Temperatur von mehr als 220°C die Oberfläche veredelt und wahlweise mit Amber Gold oder Graphitgrau pulverbeschichtet. Damit die reduzierten Formen klar zur Geltung kommen, verdeckt ein hochwertiger Stoffbezug die rückseitig angebrachten Anschlüsse und Kabel.

Das edle Amber Gold hat es Bodo Sperlein besonders angetan: „Der warme Goldton kontrastiert harmonisch mit dem futuristischen, schwarzen Flatscreen“, erklärte der Designer. „Mich inspirierte die Faszination, die Gold schon auf die Alchimisten ausübte. Gold steht für Sonne, Licht, Weisheit, Perfektion und Beständigkeit. Den Loewe bild 9 sehe ich als Jewel for the home.“

Auch die Bildqualität wird hohen Ansprüchen gerecht: Das OLED-Display liefert dank Dolby Vision brillante HDR-Bilder mit großer Tiefenwirkung und einem weiten Farbspektrum. Auch der Klang kann sich hören lassen: Sobald der Loewe bild 9 eingeschaltet wird, fährt das Display automatisch nach oben und gibt die Soundbar frei, die mit 120 Watt Musikleistung aus sechs Lautsprechern und vier zusätzlichen passiven Bassmembranen den Raum mit warmen Tönen füllt. Als optische und akustische Ergänzung können die Loewe klang 9 Lautsprecher dienen. Sie kommunizieren drahtlos mit bild 9 und vereinen die Technik eines Standlautsprechers mit der eines vollwertigen Subwoofers. Ein integrierter 5.1 Audio-Mehrkanaldecoder erspart die Anschaffung eines zusätzlichen AV-Receivers.

Intuitive Bedienung

Wie bei Loewe üblich, ist die Bedienung einfach. Auf dem Homescreen können TV-Sender, Aufnahmen, Apps oder externe Quellen bequem angesteuert werden. Mit Tidal gibt es Zugriff auf über 40 Millionen Musiktitel, Filme und Serien stehen in Onlinevideotheken wie Amazon Video zur Verfügung. Mit der neuen Loewe app können Sender gewechselt, Aufnahmen gestartet, Filme über den Programme-Guide ausgewählt oder Hintergrundinformationen abgerufen werden. Mit der app wird das Smartphone oder Tablet sogar zum mobilen TV. Über das heimische Netzwerk können die Inhalte auf weitere kompatible Geräte übertragen werden.

Der Loewe bild 9 ist ab Mai zum Preis von 7.990 Euro (UVP 55 Zoll) bzw. 9.990 Euro (UVP 65 Zoll) lieferbar.



Loewe klang 9 Lautsprecher sind die passende Ergänzung zum bild 9.

PoS-Aktuell Neuheiten

Technisat: Digitradio 1 jetzt lieferbar

Das Digitradio 1 ist ein portables Digitalradio für den Empfang von DAB+ und UKW und zeichnet sich durch eine schlanke Optik sowie einen herausragenden Klang aus.

Es kann über den im Lieferumfang enthaltenen Akku mehr als zehn Stunden mit Strom versorgt werden. Durch die am Gehäuse angebrachte Mini-USB-Buchse kann das Radio aber auch an einer USB-Powerbank oder mit dem beiliegenden Netzteil betrieben werden.

Ein weiteres Highlight ist das hochwertige weiße OLED-Display, das sehr hohe Helligkeit und erstklassigen Kontrast bietet. Die Anzeige kann somit von allen Richtungen zu jeder Zeit gut abgelesen werden. Der UVP für das Digitradio 1 beträgt 64,99 Euro.



LG liefert ersten LG Signature Side-by-Side-Kühlschrank aus

LG hat seinen ersten Side-by-Side-Kühlschrank aus der Ultra-Premium-Geräteserie LG Signature an einen Endkunden in Deutschland ausgeliefert.

Zum exklusiven Premiumauslieferungspaket gehört neben persönlicher Rund-um-Betreuung vor und nach dem Kauf auch die Übergabe des neuen LG Saugroboters HomBot Square VRD 830 MGP-CM.

Zum Premiumauslieferungspaket der Extraklasse gehört beim LG Signature Kühlschrank aber nicht nur die persönliche Auslieferung. Auch nach dem Kauf wird der Kunde weiter betreut: Mit einem „Happy Call“ erkundigen sich die Kundenbetreuer von LG auch nach der Auslieferung noch einmal, ob der Kunde mit Installation und Betrieb des innovativen Side-by-Side-Design-Kühlschranks zufrieden ist. Der neue LG Signature Side-by-Side Kühlschrank ist ein echter Hingucker, der in jede Küche frischen Wind bringt: Das vielfach ausgezeichnete energiesparende Tür-in-Tür-Design von LG wurde für dieses Luxus-Gerät um die ‚Knock-on‘-InstaView-Funktion ergänzt. Durch einfaches Anklopfen wird die undurchsichtige Glasscheiben-Front augenblicklich transparent und gibt den Blick in das Innere des Door-in-Door-Fachs frei, ohne die Tür öffnen zu müssen. Zu weiteren Luxus-Funktionen gehört u. a. auch eine automatische, sensorgesteuerte Türöffnerfunktion, mit der sich die Kühlschranktüren auch bei vollen Händen wie alleine öffnen.



Hisense unterstützt die FIFA Fußball-WM 2018 Offizieller Sponsor

Hisense wird die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 als offizieller Sponsor unterstützen. Damit ist der Technologiekonzern die erste chinesische Consumer-Marke, die sich in die exklusive Liste der WM-Sponsoren einträgt. Das Engagement, das auch den FIFA Confederations Cup 2017 einschließt, soll von zahlreichen weltweiten Marketing- und Werbe-Aktivitäten begleitet werden.



Als Sponsor wird Hisense in über 200 Ländern Präsenz zeigen und damit seine Bekanntheit wesentlich steigern. Denn das Sponsorenpaket beinhaltet das Recht, die Marke bei den Spielen in verschiedenen Formen zu präsentieren – von der Bandenwerbung über die Einblendungen des Logos während TV-Übertragungen bis hin zu kreativen Werbeaktionen rund um die Weltmeisterschaft.

Für Liu Hongxin, Präsident der Hisense Group, ist die FIFA Weltmeisterschaft neben den Olympischen Spielen eine der weltweit wichtigsten Sportveranstaltungen. Gleichzeitig sei das Sponsoring ein bedeutender strategischer Schritt für das gesamte Unternehmen. „Im Laufe der Jahre konnte Hisense vielfältige Erfahrungen im Sportsponsoring sammeln“, erklärte Hongxin auf einer gemeinsamen Pressekonferenz mit der FIFA. „Wir fühlen uns geehrt, unsere bisher größte Herausforderung in diesem Bereich anzunehmen und sind davon überzeugt, dass die FIFA Weltmeisterschaft 2018 einen entscheidenden Beitrag zur Erhöhung unserer internationalen Wahrnehmung sowie zu

unserem weltweiten wirtschaftlichen Erfolg leisten wird.“ Hisense wird die Weltmeisterschaft 2018 auch mit seiner technischen Expertise sowie mit Produkten unterstützen. Zudem engagiert sich Hisense in einer gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsinitiative zusammen mit der FIFA, um Display-Technologien weiter voranzutreiben.

FIFA Generalsekretärin Fatma Samoura kommentierte: „Die FIFA freut sich sehr, das Unternehmen als offiziellen Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 in Russland begrüßen zu dürfen. In enger Zusammenarbeit mit Hisense möchten wir die Popularität der Weltmeisterschaft gemeinsam steigern. Dabei richten wir ein spezielles Augenmerk auf den chinesischen Markt, den Hisense im Bereich Consumer Electronics anführt und in dem die Beliebtheit von Fußball kontinuierlich zunimmt.“ Auch FIFA Präsident Gianni Infantino begrüßte die Entscheidung von Hisense, als offizieller WM-Sponsor aufzutreten.

Sportmarketing ist für Hisense ein wichtiger Baustein der internationalen Marketing-Strategie. Zur Steigerung der Markenbekanntheit setzt das Unternehmen seit Jahren auf bekannte Mannschaften, in Deutschland z. B. den FC Schalke 04, sowie populäre Sportveranstaltungen, darunter die UEFA Euro 2016, die Nascar Xfinity-Serien, das Joe Gibbs Racing Team und die Australian Open.



Liu Hongxin, Präsident der Hisense Group, und FIFA Generalsekretärin Fatma Samoura gaben den Einstieg von Hisense als Sponsor der Fußball-WM gemeinsam bekannt.

PoS-Aktuell Neuheiten

Beko bringt Ruhe ins heimische Zuhause

Die Kühl-/Gefrierkombination RCNE365E40X / RCNE365E40W sowie der Geschirrspüler DIN38330 arbeiten besonders effizient und geräuscharm: Die Kühl-/Gefrierkombination erledigt ihre Arbeit mit gerade einmal 37 Dezibel, verglichen mit bis zu 50 Dezibel bei herkömmlichen Kühlschränken. Der Geschirrspüler DIN38330 spült mit leisen 42 Dezibel.

Die Kühl-/Gefrierkombination RCNE365E40X / RCNE365E40W gehört zu den besonders sparsamen Modellen von Beko. Das Gerät rangiert in der höchsten Energieeffizienzklasse A+++. Ermöglicht wird dies durch den innovativen ProSmart Inverter Kompressor mit zehn Jahren Garantie. Wenn die gewünschte Temperatur im Gerät erreicht ist, reduziert er automatisch seine Drehzahl. Das spart Energie, schont die Umwelt und hält Temperaturschwankung gering. Ein weiterer Pluspunkt: Die optimale Temperaturstabilität trägt zugleich zu einer verbesserten Aufbewahrung von Lebensmitteln bei. Das Multifunktionsdisplay mit Sensortasten komplettiert die hochwertige Ausstattung. Zudem ist das Modell dank minimalistischem und geradlinigem Design in Edelstahl ein Hingucker in jeder Küche.

Der Geschirrspüler DIN38330 von Beko mit Platz für 13 Maßgedecke und acht Spülprogrammen zzgl. Selbstreinigung eignet sich besonders für die Reinigung von stark verschmutztem Geschirr. Mit der Zusatzfunktion AquaIntense werden selbst eingetrocknete Essensreste in Töpfen und Pfannen gründlich gereinigt. Ein praktisches Zubehör ist der SoftTouch-Weinglas-korb: Er schützt die empfindlichen Gläser und garantiert sicheres



Spülen ohne Scherben. Für eine besonders benutzerfreundliche Bedienung sorgt das Display mit Sensortasten, welches einen leichten Zugriff auf alle Funktionen und Einstellungen ermöglicht. Mit der höchsten Energieeffizienzklasse A+++ und einem Wasserverbrauch von zehn Litern im Standardprogramm arbeitet der Haushaltshelfer besonders effizient.

Die Kühl-/Gefrierkombinationen RCNE365E40X bzw. RCNE365E40W sind zu UVPs von 949 Euro bzw. 899 Euro erhältlich; der UVP für den Geschirrspüler DIN3833 beträgt 749 Euro.

Neue Samsung Gear 360 (2017) erhältlich

Ab sofort ist die neue Samsung Gear 360 (2017) im Handel erhältlich. Die 360-Grad-Kamera unterstützt Videoaufnahmen in 4K-Auflösung und erlaubt es Nutzern, ihre Inhalte in Echtzeit über Social-Media-Kanäle wie Facebook und YouTube zu teilen. Zudem ist die neue Gear 360 (2017) noch leichter und handlicher als das Vorgängermodell.

Zwei 8,4-Megapixel-Fischaugen-Kameras und lichtstarke Optiken mit F2.2 Offenblende sorgen nach Herstellerangaben für gestochen scharfe Video- und Fotoaufnahmen in 4K-Auflösung (4.096 x 2048). Selbstverständlich können 360-Grad-Aufnahmen auch in Standardformate umgewandelt werden.

Um Nutzern hohe Flexibilität zu bieten, ist die Gear 360 (2017) nicht nur mit vielen Geräten aus dem Samsung Ökosystem wie dem Galaxy S8 oder Galaxy S8+ kompatibel, sondern funktioniert auch mit Windows und in Zukunft mit vielen iOS und Mac-Geräten.

Der UVP für die Samsung Gear 360 beträgt 249 Euro.

PoS-Aktuell

Neuheiten

Grundig: Pure Care Line erweitert

Die Pure Care Line wurde jetzt um den Haartrockner HD 7582 sowie den Volumen- und Lockenstyler HD 6521 in Schwarz erweitert und sorgt dank schonender Stylingtechnologie für rundum gesundes Haar.

Mit seinen 2300 Watt erzielt der HD 7582 schnelle Trockenergebnisse und ist dabei dank seiner drei Temperatur- und zwei Luftstromstufen besonders sanft zu strapaziertem Haar. Die Kaltstufe verleiht feinem Haar Festigkeit und Stabilität. Für zusätzlichen Schutz der Haare sorgt das keramikbeschichtete Düsen-gitter, das die Wärme gleichmäßig verteilt und die Haarfasern vor dem Austrocknen schützt. Im Lieferumfang ist eine Styling-düse enthalten. Der HD 7582 ist ab sofort zum UVP von 34,99 Euro erhältlich.



Der Volumen- und Lockenstyler HS 6521 mit leistungsstarken 700 Watt bietet zahlreiche Stylingvarianten: Mit seinen links- und rechtsrotierenden Thermobürsten mit einem Durchmesser von 22 bzw. 30 mm verwandelt der Volumen- und Lockenstyler das Haar zu tollen, sommerlichen Frisuren und verhindert dank seiner einziehbaren Borsten ein lästiges Verheddern der Haare. Dank manuell einstellbarer Temperaturstufen eignet sich der HS 6521 für feines, normales und dickes Haar und sorgt mit seinen hochwertig beschichteten Aufsätzen während des Stylings für zusätzlichen Glanz. Der Volumen- und Lockenstyler HS 6521 ist ebenfalls ab sofort für 69,99 Euro (UVP) erhältlich.

Vielseitig und kompakt: Saeco PicoBaristo



Die neue Saeco PicoBaristo in Silber bietet auf Knopfdruck elf verschiedene, frisch gebrühte Heißgetränke. Die dazugehörige Milchkaraffe liefert dank Latte Perfetto-Technologie cremigen Milchschaum. Das griffige Display ermöglicht dank intuitivem Design sowie einer Mischung aus Symbolen und Texteinblendungen eine einfache Auswahl des gewünschten Getränkes. Die PicoBaristo wartet mit einer

herausnehmbaren Brühgruppe auf. Der automatische Reinigungs- und Entkalkungsvorgang des AquaClean Filters reduziert Kalk und reinigt zusätzlich das vom Gerät genutzte Wasser. Die Saeco PicoBaristo ist ab sofort zum UVP von 899,99 Euro erhältlich.

Medisana: Neue digitale Küchenwaage zur gesunden Ernährung

Die neue Küchenwaage KS 250 ist mit einer hochwertigen Edelstahl-Wiegefläche mit Sensor-Touch-Tastenfeldern ausgestattet, auf der bis zu fünf Kilogramm in genauer 1-Gramm-Teilung gewogen werden. Zum Wiegen mehrerer Zutaten verfügt die digitale Küchenwaage KS 250 über die praktische Zuwiege-

funktion (Tare). Die dazugehörige kostenlose VitaFood App ermittelt Kilokalorien, Eiweiß, Fett, Cholesterin, Kohlenhydrate, Ballaststoffe und Natrium. Die Lebensmittel werden einfach in der App ausgewählt und dann gewogen.



Die Datenübertragung via Bluetooth Smart sorgt dabei für eine besonders schnelle Verbindung zwischen Waage und App. Mehr als 500 Lebensmittel sind hinterlegt, weitere, eigene Lebensmittel können in der App zusätzlich angelegt werden. Im Ernährungstagebuch können alle gemessenen Nährwert-Daten genau nach Datum und Uhrzeit aufgezeichnet und auf Wunsch ausgewertet werden. Die digitale Medisana Küchenwaage KS 250 mit App für iOS und Android in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch, Spanisch, Italienisch und Chinesisch ist zum UVP von 59,95 Euro erhältlich.

Kompaktes Einstiegsmodell Metz Cosmo

Metz erweitert seine Produktpalette um ein günstiges Einstiegsmodell: Der neue Full-HD-TV Cosmo ist ab sofort in den Bildschirmdiagonalen 43 sowie der kompakten 32-Zoll-Größe erhältlich. Moderne LED-Technik und 200Hz MetzVision-Bildtechnologie stehen für ansehnliche Fernsehbilder; HEVC, ein CI+-Schacht und der integrierte Multi-Tuner ermöglichen die Nutzung aller Signalquellen inklusive DVB-T2 HD.



Der Cosmo macht mit einem edlen umlaufenden Rahmen aus silber eloxiertem, gebürstetem Aluminium und einem drehbaren Tischfuß, der aus einer formschönen Glasplatte mit Metallsäule besteht, eine gute Figur. Die schlanke Soundbar des Cosmo ist mit sechs (Cosmo 43) bzw. vier (Cosmo 32) nach vorne abstrahlenden, passiven Lautsprechern mit einer Leistung von 30 bzw. 24 Watt ausgestattet. Durch die MetzSoundPlus-Technologie mit gekapseltem 2-Wege-Bassreflex-System entsteht ein sauberer Klang.

Drei HDMI-Anschlüsse, eine WLAN-Schnittstelle, ein LAN-Netzwerkanschluss, zwei USB-Buchsen sowie eine Mini-EURO-AV-Buchse bieten umfassende Anschlussmöglichkeiten. Zusätzlich bietet der Cosmo USB-Recording, Internetradio sowie ein Smart-TV-Portal und unterstützt Dienste wie die Mediatheken des neuen Fernsehstandards HbbTV. Der neue Metz Fernseher ist ab sofort zu Preisen von 899 Euro (UVP 32 Zoll) bzw. 999 Euro (UVP 43 Zoll) erhältlich.

Graef: Vielseitiger Wasserkocher

Die Edelstahlwasserkocher WK 501 (Weiß) und WK 502 (Schwarz) eignen sich nicht nur zum Aufsetzen von Tee- oder Kaffeewasser, sondern im Besonderen auch zur Erwärmung von Babynahrung und zur Desinfizierung der Babyfläschchen. Durch die schlichte Formgebung findet der Wasserkocher in jeder Küche seinen Platz.

Mit einem Fingertipp auf das Display kann die jeweils gewünschte Wassertemperatur eingestellt werden: auf 40, 60, 70 oder 80 Grad oder auf kochend heiß. Dem Trend zum guten, alten Filterkaffee kommt der Wasserkocher mit seiner Handbrühtaste entgegen, die das Kaffeewasser punktgenau erhitzt. Das Touch-Display auf der Basisstation erlaubt das intuitive Abrufen der verschiedenen Programme und Funktionen des Wasserkochers. Dazu zählen zum Beispiel das Vapo-Programm zur Desinfektion von Babyfläschchen und ein weiteres Programm, mit dem sich die Babynahrung im Fläschchen optimal temperieren lässt.

Besonders nützlich ist auch die 30-Minuten-Warmhaltefunktion. Ein spezieller Metallkorb, der dazu dient, das Fläschchen in den Wasserkocher einzuhängen, gehört zur Standardausstattung des Geräts.



Darüber hinaus bietet der Wasserkocher weitere praktische Sicherheitsdetails: die Füllmengenmarkierung, die automatische Abschaltung, den Trockengeh- und Überhitzungsschutz sowie den herausnehmbaren Kalkfilter aus Edelstahl, der für eine gute Wasserqualität sorgt. Ebenfalls wichtig für Familien mit Kindern: Der Deckel des Geräts kann nicht von alleine aufgehen, sondern öffnet sich erst auf Tastendruck.

Der Graef Wasserkocher WK 501/502 ist ab sofort zum UVP von 99,99 Euro erhältlich.

Varta erweitert Sortiment um Paul der Bär Kinderleuchten

Das neue Leuchtsortiment Paul der Bär von Varta für Kinder ab drei Jahre umfasst eine Taschenlampe im Raketen-Design, eine Stirnleuchte im Bären-Design sowie ein Nachtlicht mit Paul und seinem Honigtopf. Die Leuchten bieten neben einem attraktiven Design auch praktische Funktionen.

So schalten sich die Paul der Bär Taschenlampe und die Stirnleuchte nach 30 Minuten, das Nachtlicht je nach Leuchtmodus nach 30 oder 60 Minuten selbstständig aus. Bei der Taschenlampe dient der Bärenkopf als schiebbarer An- und Aus-Schalter, eine 5mm LED bietet eine Leuchtweite von bis zu 12 m. Gespeist wird die Taschenlampe mit 2 x AA High Energy Batterien. Der UVP beträgt 7,99 Euro.

Die Stirnleuchte wird durch eine Bärennase an- und ausgeschaltet. Als Leuchtquelle dienen drei LEDs im Mund des Bären. Das Kopfband ist verstell- und waschbar. Im Lieferumfang sind 3 x AAA High Energie Batterien enthalten. Der UVP beträgt 11,99 Euro.

Das Nachtlicht sorgt mit einem sanften Licht aus einer 5mm LED für eine gemütliche und vertrauensvolle Atmosphäre. Mit einem Touch-Sensor am Honigtopf, der Sterne und andere Motive an die Zimmerdecke projiziert, lässt sich das Nachtlicht ein- und ausschalten. 3 x AA High Energy Batterien gehören um Lieferumfang. Der UVP beträgt 16,99 Euro.

Die neuen Kinderleuchten Paul der Bär zeichnen sich durch ein kindgerechtes Design mit kindersicherem Batteriefach aus und sind ab sofort verfügbar.



In attraktiven Bodendisplays werden die Varta Kinderleuchten, hier das Stirnband und das Nachtlicht, am PoS präsentiert.

Die neue Drohnen-Verordnung des BMVI Regeln für's Fliegen

Nach der Zustimmung durch den Bundesrat hat das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) Anfang April die „Verordnung zur Regelung des Betriebs von unbemannten Fluggeräten“ veröffentlicht. Damit gibt es für den privaten und gewerblichen Betrieb von Multikoptern mehr Rechtssicherheit. Drohnen ab einem Gewicht von 250g müssen künftig gekennzeichnet sein, gewerbliche Nutzer brauchen für den Einsatz von Koptern mit einer Startmasse von weniger als 5kg keine Aufstiegserlaubnis mehr, und für den Betrieb von Fluggeräten ab 2 Kilogramm Gewicht ist künftig ein Kenntnissnachweis erforderlich.

Während das umgangssprachlich „Drohnen-Verordnung“ genannte Regelwerk grundsätzlich bereits in Kraft ist, gibt es für bestimmte Vorschriften Übergangsfristen. So haben Kopter-Besitzer bis zum 1.10.2017 Zeit, an ihrem Fluggerät Namen und Anschrift anzubringen. Die Kennzeichnung muss sich an sichtbarer Stelle befinden, feuerfest sein und dauerhaft mit dem Gerät verbunden werden. Geeignet sind laut BMVI z. B. Aluminium-Aufkleber mit Adressgravur.

Nicht über 100 Meter

Die Flughöhe von unbemannten Fluggeräten ist jetzt grundsätzlich auf 100 Meter über Grund beschränkt. Ausnahmen gibt es z. B. für Modellflugvereine, die ein Gelände unterhalten, für das bereits eine allgemeine Erlaubnis zum Aufstieg von Modellflugzeugen erteilt worden ist. Auch Inhaber einer gültigen Erlaubnis als Luftfahrzeugführer dürfen höher fliegen. Dass auch staatliche Behörden sowie Katastrophenschutz und Feuerwehr Sonderrechte haben, versteht sich.

„Normale“ Nutzer dürfen ihren Kopter weiterhin nur auf Sichtweite fliegen und müssen das Fluggerät sowie seine Fluglage jederzeit ohne besondere optische Hilfsmittel erkennen können. Der Einsatz einer Videobrille ist in Höhen unterhalb von 30 Metern zulässig, wenn die Startmasse



Auch professionelle Fotokopter unter 2 kg Gewicht, z. B. der Yuneec H520, können ohne Genehmigung und Kenntnissnachweis eingesetzt werden. Ab 1. Oktober müssen sie allerdings eine Plakette mit Namen und Anschrift des Besitzers tragen.

des Fliegers nicht mehr als 250g beträgt oder der Pilot von einer anderen Person unterstützt wird, die den Flieger ständig beobachtet und auf eventuell auftretende Gefahren hinweisen kann.

Nie über sensiblen Bereichen

Die bereits geltenden Betriebsverbote für unbemannte Flugsysteme werden in der Drohnen-Verordnung ausgeweitet und eindeutiger geregelt. So darf über sensiblen Bereichen, wie Einsatzorten von Polizei und Rettungskräften, ebensowenig geflogen werden wie über Krankenhäusern, Menschenansammlungen, Anlagen und Einrichtungen wie Justizvollzugsanstalten oder Industrieanlagen, Bundes- oder Landesbehörden und Naturschutzgebieten. Im Regelfall gelten diese Verbote für Flüge über den erwähnten Bereichen sowie in einem seitlichen Abstand von 100 Metern. Diese Distanz gilt auch für Bundesfernstraßen, Bundeswasserstraßen und Bahnanlagen. Weiterhin verboten ist das Fliegen in Kontrollzonen von Flughäfen; auch bei Nacht müssen die Kopter am Boden bleiben.

Wie bisher darf man auch Wohngrundstücke nicht ohne Genehmigung des Eigentümers bzw. Nutzungsberechtigten

überfliegen. Das gilt zwar grundsätzlich nur für Kopter mit einem Startgewicht von mehr als 250g, aber auch für leichtere Drohnen, wenn sie mit einer Kamera ausgestattet sind. Und selbstverständlich gilt auch für erlaubte Drohnenflüge, dass bei der Verwendung von Fotos und Videos die Persönlichkeitsrechte von Betroffenen zu achten sind.

Ausnahmen von diesen Flug- bzw. Überflugverbote sind zulässig, wenn die zuständigen Stellen bzw. Eigentümer/Nutzungsberechtigte ausdrücklich zustimmen. Allerdings legt die Verordnung keine Kriterien fest, nach denen eine Behörde Ausnahme-Anträge genehmigen oder ablehnen muss.

Kenntnissnachweis ab 2 Kilo

Piloten von unbemannten Fluggeräten mit einer Startmasse von mehr als 2kg müssen ab dem 1. Oktober 2017 außerhalb von Modellflug-Geländen einen Kenntnissnachweis vorlegen können. Für diesen ist ein Mindestalter von 16 Jahren und Wissen über die Anwendung und Navigation von Drohnen bzw. Modellflugzeugen, die einschlägigen Luftrechtlichen Grundlagen und die örtliche Luftraumordnung Voraussetzung. Der Nachweis kann durch eine gültige Pilotenlizenz oder eine Bescheinigung nach Prüfung durch eine vom Luftfahrt-Bundesamt anerkannte Stelle erbracht werden; dabei sind auch Online-Prüfungen möglich. Die Bescheinigungen werden von den Luftaufsichtsbehörden oder einer vom Luftfahrt-Bundesamt anerkannten Prüfstelle ausgestellt. Wer sich erstmals um einen Kenntnissnachweis bewirbt, muss ein polizeiliches Führungszeugnis vorlegen.



Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt will mit der neuen Drohnenverordnung nicht nur die Sicherheit erhöhen, sondern auch die Privatsphäre schützen. Foto: BMVI

Versicherungspflicht bleibt

Die Neufassung der Drohnen-Verordnung bedeutet keine Veränderung der Haft- und Versicherungspflicht für unbemannte Luftfahrzeuge und Flugmodelle. Jeder mit Eigenantrieb versehene fliegende Gegenstand, der nicht ausdrücklich als Spielzeug deklariert wird, gilt als Luftfahrzeug im Sinne des Luftfahrtgesetzes. Da Schäden, die von Drohnen verursacht werden, in der Regel nicht über die private Haftpflichtversicherung abgedeckt sind, ist eine Halter-Haftpflichtversicherung unbedingt erforderlich. Die kann man bei Versicherungsgesellschaften und oftmals auch über Modellflugvereine abschließen.



● Kennzeichnungspflicht: Ab 0,25 kg muss eine Plakette mit Namen und Adresse des Eigentümers angebracht werden – auch auf Modellfluggeräten. Weitere Überflugverbote siehe www.bmvi.de/drohnen
● Kennzeichnungspflicht: Ab 2,5 kg müssen besondere Kennzeichen nachgelesen werden.
● Erlaubnispflicht: Ab 5 kg sind eine spezielle Erlaubnis der Landesluftfahrtbehörde benötigt.
● Ab 100m: In dieser Höhe dürfen Drohnen nur fliegen, wenn eine behördliche Ausnahme-Erlaubnis eingeholt wurde. Bei Modellfluggeräten müssen jedoch besondere Kennzeichen nachgelesen werden.

Die wichtigsten Bestimmungen der neuen Drohnenverordnung auf einen Blick. Grafik: BMVI.

Die neue Lumix Kompaktkamera für den Urlaub Reisen mit 30x-Zoom

Panasonic bringt zur Urlaubssaison die neue Reise-Zoomkamera Lumix TZ91 auf den Markt. Das 20,3 MP-Modell ist mit einem F3,3-6,4 Leica DC Vario-Elmar 30x-Zoom-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 24 - 720 mm (KB) ausgestattet. Darüber hinaus bietet sie den 5-Achsen-Hybrid-OIS+ Bildstabilisator mit automatischem Horizontausgleich, 4K-Funktionen, Hybrid-Kontrast-AF, einen 180-Grad-Klapp-Monitor für Selfies und mehr.

Der berührungsempfindliche 3 Zoll (7,5 cm) große Monitor lässt sich um bis zu 180 Grad nach oben klappen und ermöglicht auch das Festlegen des Schärfepunkts sowie das Auslösen per Fingertipp. Zudem hat die Lumix TZ91 auch einen elektronischen Sucher mit 1,2 Millionen Bild-

punkten und Augensensor. Im Selfie-Modus stehen diverse Retusche-Werkzeuge wie Schmal- und Weichzeichner sowie Make-up Vorlagen zur Verfügung. Die Kamera nimmt 4K-Videos (30p) auf und macht es mit der 4K-Fotofunktion (30B/s), Post Focus und Focus Stacking einfach, den richtigen Moment festzuhalten oder die Schärfe auf die gewünschte Bildebene zu legen. Das hohe Tempo des Hybrid-Kontrast-Autofokus, der mit DFD-Technologie Fotos in nur 0,1s scharf stellt und dafür 240 Mal pro Sekunde die Entfernung zum Motiv berechnet, zahlt sich vor allem bei langen Brennweiten aus.

Motive, die sich besonders schnell bewegen, kann die TZ91 im High-Speed-Video-Modus mit 100 Bildern pro Sekunde in HD Auflösung filmen. Auch Zeitraffer-Aufnahmen und Stop-Motion-Animationen sind möglich.

Volle Kontrolle

Kreative Fotografen können auf umfassende manuelle Möglichkeiten zurückgreifen, dabei Einstellräder und den Multifunktionsring am Objektiv nutzen und die Fotos im RAW-Format speichern. Die Einstellungen werden am unteren Rand des Live-View-Bildes eingeblendet.

Die integrierte WiFi-Konnektivität macht es möglich, die Bilder von überall auf der Welt aus schnell mit Freunden und der Familie teilen. Über eine Smartphone-Verbindung können auch GPS-Daten zu den Bildern gespeichert werden. Das Mobilgerät kann zudem als externer Kontrollmonitor dienen und für die Fernbedienung von Zoom, Fokus und Auslöser eingesetzt werden.

Die Lumix TZ91 ist ab Juni in Schwarz oder in Silber-Schwarz zum Preis von 429 Euro (UVP) erhältlich.



Mit Abmessungen von 11,2 x 6,7 x 4,1cm und einem Gewicht von 322g ist die neue Lumix so kompakt, wie man es von der TZ-Reihe kennt.



Die Lumix TZ91 ist mit einem Flex-Display für Selfies und ungewöhnliche Perspektiven ausgestattet.

UHD Premium TV DXW904 jetzt günstiger



Das Preis-/Leistungsverhältnis des Panasonic DXW904, der 2016 als weltweit erster Fernseher das Ultra-HD-Premium-Siegel erhielt, ist jetzt noch attraktiver geworden.

Mit Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April 2017 hat Panasonic die Preise für den UHD TV DXW904 gesenkt. Das 65-Zoll Modell ist jetzt für 3.499 Euro (UVP) erhältlich und damit 500 Euro günstiger als zuvor. Der Preis für die 58-Zoll-Variante wurde um 200 Euro auf 2.799 Euro (UVP) herabgesetzt. Damit wird das Argumentieren für den Fachhandel noch einfacher, denn die Nachfrage nach diesem Spitzenmodell ist nach wie vor hoch. Der mit dem Ultra-HD-Premium-Siegel ausgezeichnete DXW904 von Panasonic gehört seit einiger Zeit zu den Referenzmodellen in seiner Klasse. Als einer der weltbesten LED TVs bietet der THX-zertifizierte DXW904 mit einer Helligkeit von 1.000 Nits, HDR und dem Studio Master HCX+ Prozessor dynamische, lebhaftere Bilder und erstklassigen Sound für ein authentisches Kinoerlebnis in den eigenen vier Wänden. Durch die Preissenkung werden die Geräte noch attraktiver, denn neben der Bild- und Tonqualität kann sich auch die Ausstattung sehen lassen. Der Quattro Tuner mit Twin-Konzept und TV>IP Server & Client-Funktion sorgt für große Vielseitigkeit, durch Home Screen 2.0 powered by Firefox OS ist der Zugang zu Apps, Sendern und smarten Inhalten sehr komfortabel. Zudem unterstützt der DXW904 als einer der ganz wenigen Fernseher die 3D-Wiedergabe bietet. So können Kunden, die sich für diese Technik begeistern, ihre Filme auch auf einem neuen Fernseher in allen drei Dimensionen genießen.

Panasonic Mikrowellen mit Dampfgerar

Panasonic liefert die beiden 23-Liter-Mikrowellen NN-GD35 und NN-GD38 jetzt mit einem ganz besonderen Zubehör aus. Nachdem die Panacrunch-Pfanne als Zubehör bereits mit knusprigen Ergebnissen, z. B. beim Pizzabacken, aufwartet, wird sie durch einen Edelstahldeckel zum praktischen Dampfgerar. In der geschlossenen Pfanne kann man mit Hilfe des extra dafür entwickelten Dampfgerareinsatzes Lebensmittel wie Fisch oder Gemüse einfach und schnell in der Mikrowelle dämpfen. Dafür wird etwas Wasser in die Pfanne gefüllt und durch die Mikrowellen erhitzt, so dass Dampf entsteht. Lässt man den Dampfgerar-Einsatz weg und verwendet die Pfanne nur mit dem neuen Deckel, kann man in der Mikrowelle auch dünsten.



Mit der Panacrunch-Pfanne, dem Deckel und dem Dampfgerar-Einsatz kann man in den Mikrowellen auch braten, dünsten und dämpfen.

Mit der Funktion Quick30 kann man in den beiden Mikrowellen in 30 Sekunden-Schritten zu kochen, ohne zusätzliche Einstellungen vornehmen zu müssen. Die zweite sinnvolle Funktion AddTime macht es möglich, die durch das automatische Kochprogramm eingestellte Zeit nach Wunsch zu verlängern. Die Panasonic Mikrowellen arbeiten mit Inverter-Technologie, die mit gradueller Wärmezufuhr die Lebensmittel besonders schonend erwärmt. Nebenbei spart der Inverter auch noch bis zu 30 Prozent Energie, im Stand-by-Modus sogar bis zu 50 Prozent. Die Mikrowellen NN-GD35 (UVP 199 Euro) und NN-GD38 (UVP 219 Euro) sind ab Juni erhältlich.

Neue Highlight-Broschüren von Bosch

Orientierung bei Hausgeräten

Um es dem Fachhandel zu erleichtern, in der Fülle von Hausgeräten, technischen Innovationen und Features den Überblick zu behalten, unterstützt Bosch jetzt seine Partner erstmals mit sogenannten Fokus-Prospekten. Darin werden die entscheidenden Verkaufsargumente für besonders wichtige Geräte übersichtlich zusammengefasst. Das soll dem Fachhandel helfen, auf Kundenwünsche einzugehen und seine Beratungskompetenz zu demonstrieren.

Bereits im April gab es den ersten Fokus-Prospekt für die Kühl-Gefrier-Kombinationen mit LowFrost-Technologie von Bosch. Hier geht es um die Top 3-Geräte in diesem Segment: Ausführlich werden das beste (Testsieger der Stiftung Warentest), das leiseste und das sparsamste Modell vorgestellt.

Eine tabellarische Geräteübersicht informiert schnell über die unterschiedlichen Abmessungen und Eigenschaften der Geräte. Bei den Exklusiv-Modellen ist auch die Mehrausstattung hervorgehoben.

Aargumente für Wäschepflege

In der nächsten Ausgabe greift Bosch Ende April die wichtigsten Merkmale der Serie 8 Familie einschließlich der Mehrausstattung bei den Exklusiv-Modellen auf und präsentiert Top-Geräte, die zum Teil auch von der Stiftung Warentest ausgezeichnet wurden, z. B. die Serie 8 Waschmaschine mit Fleckenautomatik (Note 1,6). Erläutert werden auch die praktische i-DOS Dosierautomatik, die innovative Hygienefunktion ActiveOxygen sowie die einfache Bedienung über das große LED-Display. Bei den Wäschetrocknern liegt der Schwerpunkt auf dem von der Stiftung Warentest mit der Note 1,8 ausgezeichneten Wärmepumpentrockner. Dabei handelt es sich um das schnellste, leiseste und sparsamste (A+++) Gerät, das mit Spezialprogrammen wie AllergiePlus, Knitterschutz und großzügigem Display auch gut ausgestattet ist. Besonderes Augenmerk liegt zudem auf dem großen Nutzen des Self-Cleaning Condensers.

Reinigungsoffensive in der Küche

Ein weiterer Fokus-Prospekt setzt einen Akzent auf die verschiedenen Reinigungstechnologien bei den Bosch



Im Fokus-Prospekt für Backöfen und Herden werden u. a. die verschiedenen Reinigungstechnologien anschaulich dargestellt.

Backöfen und Herden der Serie 6. So wird es einfach, die Komplettreinigung mit der Pyrolyse-Funktion zu erklären oder die Vorteile der EcoClean Leichtreinigung zu erläutern. Sieben Sets, die aus Einbaubackofen bzw. -herd mit Pyrolyse oder EcoClean sowie Induktions- oder Elektrokochfeld bestehen, können dem Kunden je nach Bedarf empfohlen werden. Vervollständigt wird die Broschüre durch eine Übersicht über das wichtigste Sonderzubehör, vom Teppan Yaki bis zum Edelstahl-Bräter.

„Wir freuen uns sehr, dass wir unseren Handelspartnern die aktuellen Produkt-Highlights von Bosch nun so kompakt, auf das Wesentliche konzentriert, präsentieren können“, erläuterte Bosch Marketingleiter Michael Bohn. „Und wir hoffen, dass diese neue Art der Aufbereitung dazu beiträgt, unsere Geräte und ihre Eigenschaften perfekt mit den Bedürfnissen der Kunden in Einklang zu bringen.“

Händler können die neuen Fokus-Folder entweder bei ihrem Vertriebsbeauftragten bestellen oder direkt über Tradeplace.com, Ordner „Aktionen Großgeräte“, herunterladen.

Ideal für Hundebesitzer

- Perfekt für Tierhaare dank starker Direktabsaugung
- Besonders leiser Motor
- 110 Minuten Akkulaufzeit



DEEBOT N780
The Floor Cleaning Robot



Bauknecht mit neuem Leitspruch Geräte für Menschen

Bauknecht ergänzt sein Logo jetzt mit dem neuen, emotionalen Leitspruch „Für mich und mein Zuhause“. Damit will die deutsche Marke unterstreichen, dass ihre Hausgeräte die Menschen in ihrem Zuhause bei allem, was ihnen wichtig ist, unterstützen können. Diese Botschaft will Bauknecht auch durch eine Partnerschaft mit Starkoch Jamie Oliver vermitteln.

Bauknecht

Für mich und mein Zuhause

Der neue Leitspruch „Für mich und mein Zuhause“ findet sich künftig überall da, wo auch das Bauknecht Marken-Logo ist – in Broschüren, Katalogen, Werbematerialien, auf Webseiten und in den sozialen Netzwerken. Denn das Motto gilt für alle Produktbereiche und Anwendungen, von der Aufbewahrung frischer Lebensmittel über die Essenszubereitung mit Öfen, Induktionskochfeldern und Dampfgarern bis zur schonenden Wäschepflege.

„Das Leben verändert sich ständig, aber das Zuhause

bleibt“, erklärte Jan Reichenberger, Marketing Director Germanics bei der Bauknecht Hausgeräte GmbH. „Es ist heute Rückzugsort für die Familie und gleichzeitig ein Ort, an dem Freunde immer willkommen sind. Mit den Worten ‚Für mich und mein Zuhause‘ bringen wir kurz und bündig zum Ausdruck, wofür unsere Hausgeräte stehen: Sie sind die zuverlässigen Alltagshelfer, die in jedem Moment die richtige Unterstützung geben.“

Dazu passt auch Bauknechts Partnerschaft mit der Jamie Oliver Group. Der Starkoch aus England inspiriert seit langem ein weltweites Publikum, häufiger selbst zu kochen und sich insgesamt gesünder zu ernähren. Jamie Oliver und Bauknecht wollen in den nächsten Jahren gemeinsam Menschen dazu ermutigen, die Zuneigung zu ihren Liebsten über die Freude am Kochen zu zeigen. „Ich freue



Bauknecht
&
Jamie
Oliver

Starkoch Jamie Oliver steht für das Bauknecht Markenversprechen, den Kunden das Leben einfacher machen.

mich sehr auf die Zusammenarbeit und möchte zeigen, wie die tollen Geräte von Bauknecht das Leben in der Küche einfacher machen, so dass wirklich jeder zu Hause etwas Leckeres zaubern kann – und das an jedem Tag der Woche“, kommentierte Jamie Oliver. Jan Reichenberger fügte hinzu: „Auch Jamie richtet sich an Personen, für die Freunde und Familie sehr wichtig sind, und in deren Leben das Zuhause den wichtigsten Dreh- und Angelpunkt darstellt.“

Die neuen Gefriertruhen von Bauknecht Viel Platz, wenig Eis

Bauknecht bringt neue Gefriertruhen in den Handel, die den Kunden eine vorausschauende Vorrats-haltung ermöglichen und das lästige Abtauen deutlich reduzieren. Denn das neue FrostAway-System sorgt im Inneren für trockene Luft und reduziert so die Eisbildung um bis zu 55 Prozent.



Viel Platz, wenig Eisbildung: die neuen Gefriertruhen von Bauknecht.

Die von der unabhängigen SLG Prüf- und Zertifizierungs GmbH zertifizierte FrostAway Technology nutzt die Wärme des Kompressors, um die durch einen speziellen Kanal geführte Frisch- und Abluft wirksam zu entfeuchten. Das verringert die Eisbildung in der Truhe deutlich, ein Abtauen und Reinigen ist darum seltener fällig. Zudem lässt sich der Deckel nach dem Schließen sofort wieder ohne großen Kraftaufwand öffnen; das ist praktisch, wenn z. B. ein Lebensmittel versehentlich draußen geblieben ist.

Praktisch ist auch das Scharniersystem, das den Truhendeckel mit Hilfe eines Gegengewichts in jeder Position offen hält. Die Modelle mit über 250 Liter Fassungsvermögen haben zudem eine so flache Rückseite, so sie bündig an der Wand aufgestellt werden können. Das verhindert Staubansammlungen hinter



Für den Handel gibt es Innen- und Außensticker, die das wichtigste Verkaufsargument für die Bauknecht Gefriertruhen deutlich visualisieren.

dem Gerät und erleichtert die Reinigung. Der Kondensator ist unauffällig an der Front oder an der Seite des Geräts angebracht.

Mit Fassungsvermögen von 204 bis zu 390 Litern bieten die neuen Bauknecht Gefriertruhen genug Platz für Lebensmittelvorräte für jede Haushaltsgröße. Die neuen Geräte arbeiten in Energieeffizienzklasse A++ und sind ab sofort erhältlich. Für den Fachhandel gibt es Innen- und Außensticker zur Unterstützung des Abverkaufs.

Neue Saugroboter von LG



Der Schmutzbehälter fasst 1,6 Liter und lässt sich ohne zusätzliche Staubbildung nach oben entleeren.

Die leisen Helfer



Die neuen HomBot Saugroboter von LG navigieren noch sicherer und bieten eine hohe Reinigungsleistung.

LG hat eine neue Generation von HomeBot Saugrobotern mit neuen smarten Funktionen vorgestellt. Die Modelle VRD 710 RRC, VRE 610 BKC, VRH 950 MSPCM und VRD 830 MGPCM sind in den Farben Ruby Red, Ocean Black, Metal Silver und Metal Gold erhältlich. Mit passendem Spezialzubehör saugen und wischen sie mit einem Geräuschpegel von nur 60 dB. Das Spitzenmodell VRH 950 MSPCM ist zudem mit LGs intelligenter Smart ThinQ-Technologie ausgestattet.

Die neue LG HomBot-Familie navigiert sicherer als die Vorgänger-Generation: Das aktuelle Robonavi System 10.0 zur Raumerkennung arbeitet mit Dual Eye 2.0- und Sensortechnologie und steuert die Saugroboter auch bei Dunkelheit exakt durch die Zimmer. Mit drei Ultraschall-Sensoren tasten die HomBots ihre Umgebung lückenlos ab und umfahren selbst sensible Einrichtungsgegenstände wie zerbrechliche Glasobjekte zuverlässig und sicher. Dabei berechnet eine Zweifach-Kamera kontinuierlich die Lichtintensität und scannt gleichzeitig die Zimmerdecke. So können die HomBots jederzeit ihre Position lokalisieren, den Standort von Hindernissen speichern und eine virtuelle Karte des zu reinigenden Bereiches erstellen.

Als besonders smart erweist sich das mit LGs intelligenter Smart ThinQ-Technologie ausgestattete Spitzenmodell VRH 950 MSPCM: Mit der Funktion Home Guard schickt der Roboter auf Wunsch Informationen über Bewegungen in der Wohnung direkt auf das Smartphone seines Nutzers. Über die Home View-Funktion lassen sich außerdem von der Kamera des HomBot erfasste Live-Bilder aus der

Wohnung auf ein Smartphone übertragen. Die LG Funktion My Space macht das Leben leichter: Nutzer können die HomBots damit per Fernbedienung oder Smartphone gleich so programmieren, dass nur ein zuvor definierter bestimmter Bereich der Wohnung gereinigt wird.

Mehr Reinigungsleistung

Auch die Reinigungsleistung der neuen HomBots wurde

verbessert. Für unterschiedliche Aufgaben gibt es spezielle Reinigungsprogramme. So zeigt der Spiral-Modus bei der Säuberung punktueller Bereiche die besten Ergebnisse, der Zickzack-Modus bewährt sich in sparsam möblierten Umgebungen, und der Cell-by-Cell-Modus stellt sicher, dass sich der LG HomBot auch zwischen vielen Möbelstücken sicher bewegt. Der Turbo-Modus mit einer 30 Prozent stärkeren Saug- und Reinigungskraft wurde vor allem für die Reinigung von Teppichen entwickelt. Dabei verhindert die Smart-Exit-Funktion das Festfahren des Roboters an Teppichkanten.

Mit Spezialzubehör wie der Carpet-Master-Bürste für Teppiche, der Pet Brush gegen hartnäckige Tierhaare und dem Wischmopp Slide lassen sich die HomBots noch besser für ihre Aufgaben ausstatten, um jeder Art von Boden und Verschmutzung gewachsen zu sein. Durch ihr sehr flach gebautes quadratisches Gehäuse mit längeren Seitenbürsten erreichen die neuen Saugroboter-Modelle auch schwer erreichbare Ecken.

Die Handhabung ist komfortabel: Der Schmutzbehälter, der ein Fassungsvermögen von 1,6 Litern bietet, lässt sich bequem und ohne zusätzliche Staubbildung nach oben entleeren. Zudem bieten die neuen Modelle eine lange Betriebslaufzeit: Der leistungsstarke Lithium-Ionen-Akku bietet laut Hersteller auch bei intensiver Saugleistung eine ununterbrochene Laufzeit von bis zu 100 Minuten.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die LG HomBot Modelle liegen bei 699 Euro (VRE 610 BKC), 829 Euro (VRD 710 RRC), 999 Euro (VRD 830 MGPCM) und 1.199 Euro (VRH 950 MSPCM).

Neue NeoChef Mikrowellen

Die Mikrowellen der neuen NeoChef-Familie von LG bieten nicht durch ihre intuitiv bedienbaren Komfort-Funktionen und LGs neueste Smart-Inverter-Technologie gute Verkaufsargumente, sondern auch durch ihr edles und minimalistisches Design. Dank der antibakteriellen EasyClean-Beschichtung lassen sie sich auch ohne großen Zeitaufwand sauber halten.

Alle neuen NeoChef Modelle bieten ein Garraumvolumen von 25 Litern und sehen in der Küche gut aus: Die MH6535GIH ist in weiß glänzendem, die MH6535GIS im schwarzen Design erhältlich, die Modelle MH6565CPS und MS2595CIS haben eine glänzende Edelstahl-Front. Das attraktive Design wurde bereits mit anerkannten Designpreisen, darunter der PIN UP Design Award sowie der Good Design Award, gewürdigt.

LGs Smart-Inverter-Technologie verkürzt bei den neuen NeoChef Mikrowellen im Vergleich zu herkömmlichen Modellen die Garzeiten spürbar. Eine lineare Leistungssteuerung von 300 bis 1.200 Watt erwärmt, kocht oder taut die Lebensmittel sehr gleichmäßig, schützt dadurch die Nährstoffe und bewahrt den vollen Geschmack.

Die vielfältigen Komfort-Funktionen können über die Benutzeroberfläche des berührungsempfindlichen Digitaldisplays unkompliziert abgerufen werden. Alle Geräte haben spezielle Programme zum Rösten, Aufweichen, Schmelzen sowie zum Warmhalten und

(Schnell-)Auftauern von Lebensmitteln. So funktioniert das Schmelzen von Schokolade, Butter oder Käse ebenso wie die schnelle Zubereitung von Joghurt oder das Starten der Teiggärung ganz unkompliziert.

Für das punktgenaue Garen und Grillen gibt es Programme mit Gewichtsautomatik. Die Modelle MH6535GIH, MH6535GIS sowie MH6565CPS haben eine Quarz-Grill-Funktion, mit der sich Gemüse, Fleisch oder Fisch schneller als in einem konventionellen Grill zubereiten lassen. Mit dem Eco-On-Energiesparmodus lässt sich bei allen neuen NeoChef Mikrowellen der Stromverbrauch auf Knopfdruck verringern. Das Modell MS2595CIS hat zudem eine Kindersicherungsfunktion.

Die neuen NeoChef Mikrowellen von LG sind zu Preisen von 249 Euro (UVP MS 2595 CIS), 299 Euro (MH 6535 GIS/GIH bzw. 349 Euro (MH 6565 CPS) erhältlich.



Die neuen NeoChef Mikrowellen verbinden die Smart-Inverter-Technologie von LG mit sachlichem, elegantem Design.

Euronics richtet Markenprofil neu aus

Nah am Kunden



Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober ist mit den Ergebnissen des vergangenen Geschäftsjahres zufrieden und blickt zuversichtlich in die digitale Zukunft.



Die Neuausrichtung der Marke unter dem Motto „Für dein bestes Zuhause der Welt“ war ein wichtiges Thema auf dem jährlichen Euronics Kongress Anfang April in Leipzig. Unter dem Motto „Für dein bestes Zuhause der Welt“ will die Kooperation noch näher an die Kunden rücken und ihre erfolgreiche Omnichannel-Strategie mit hervorragendem Service vor Ort kombinieren. Auch der Online-Marktplatz wird weiter ausgebaut.

Im jüngsten Geschäftsjahr 2015/2016 erwirtschaftete die Verbundgruppe mit mehr als 1.400 Mitgliedern an über 1.500 Standorten deutschlandweit einen Außenumsatz von 3,3 Milliarden Euro und lag damit knapp unter dem Wert des Vorjahres (3,45 Mrd. Euro). Der Zentralumsatz ging ebenfalls von 1,51 Mrd. Euro auf 1,43 Mrd. Euro zurück. Die Ursache dafür ist die Aufgabe des Geschäftsbereichs Consumer Electronics eines großen Mitgliedes (Telepoint). Der Umsatz pro Mitglied konnte dagegen im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 Prozent gesteigert und das Ergebnis bereinigt knapp auf Vorjahresniveau gehalten werden.

Dabei zahlten sich nicht nur die neuen, digitalen Geschäftsfelder, sondern auch Steigerungen im klassischen TV-Geschäft und im HiFi/Audio-Segment für die Euronics Deutschland eG aus. So steigerte die Verbundgruppe beim Verkauf von Fernsehern die Absatzzahlen, während die Branche in diesem Segment einen Rückgang um 0,9 Prozent (Cemix) hinnehmen musste. „Es ist uns gelungen, in diesem Bereich mit einem Plus von 3,1 Prozent stärker zu wachsen als der Gesamtmarkt. Auch in Zukunft bleibt dieses Segment ohne Zweifel wichtiger Innovationstreiber“, erklärte Vorstandssprecher Benedict Kober. „Signifikante Zuwächse konnten wir auch in teilweise neuen Segmenten wie vernetzten Elektrohausgeräten oder Smart-Home-Lösungen im Bereich der Sicherheitstechnik erzielen. Aber auch bei Elektrokleingeräten wie Handsticks, Smoothiemakern oder Kaffeevollautomaten war ein positiver Trend festzustellen.“

Neuer Markenauftritt

Mit einer Neupositionierung der Marke will Euronics in Zukunft noch näher an die Kunden rücken. Alle Marketingaktivitäten werden unter dem Motto „Für dein bestes Zuhause der Welt“ gebündelt und sollen mit der Servicekompetenz im stationären Handel und der erfolgreichen Multi-Kanal-Strategie die Stärken der Verbundgruppe deutlich machen. Verantwortlich für die kommunikative Neuausrichtung zeichnet die Hamburger Kreativschmiede Grabarz & Partner, die geistigen Urväter von Edekas „Wir lieben Lebensmittel“. „Mit der Neuausrichtung der Marke Euronics positionieren wir uns als genau der starke Servicepartner, der wir sind. Gleichzeitig rücken wir das



Alle Werbemittel stehen im Zeichen des neuen Markenauftritts.

Zuhause als wichtigsten Lebensraum unserer Kunden in den Mittelpunkt und setzen durch die Kombination von lösungsorientiertem Vor-Ort-Service und aktuellen Produktrends neue Impulse im Multikanal-Handel“, betonte Kober. Die Euronics-Mitglieder sollen dabei auch profitieren von der neuen, integrierten 360 Grad-Kampagne profitieren, für die mit Ralf Heuel einer der weltweit renommiertesten Kreativdirektoren verantwortlich zeichnet. Dabei liegt der Schwerpunkt wie bisher auf TV-Werbung; Image- und Produktpots laufen zur Prime Time auf reichweitenstarken Sendern. Dazu kommt strategische Radio-Werbung, um bundesweit noch mehr Kunden zu erreichen. Im digitalen Umfeld werden verschiedene Zielgruppen auf unterschiedlichen Online-Plattformen und mit verstärkten Social-Media-Aktivitäten angesprochen. Für die Mitglieder gibt es umfassendes PoS-Material von Großflächenplakaten über Aufsteller bis zu Flyern und Deckenhängern. Mehrere Varianten des neuen Key Visuals machen es den Händlern möglich, die Werbemittel individuell anzupassen und so die eigene Position gegenüber lokalen Wettbewerbern zu stärken.

Multichannel wird ausgebaut

Das erfolgreiche Cross-Channel-Retail-Konzept von Euronics wird weiter ausgebaut. Aktuell haben die Konsumenten Zugriff auf mehr als 150.000 Produkte und rund 300 Dienstleistungen. Die Steuerung des Angebots durch die Zentrale stellt dabei sicher, dass auch Neuheiten ganz aktuell angeboten werden können. Fast 300 Euronics-Mitglieder machen inzwischen von der Plattform Gebrauch – Tendenz steigend. Die steigenden Zugriffszahlen auf der Plattform bestätigen die eingeschlagene CCR-Strategie. „Durch die Verknüpfung von Online-Angebot und attraktiven Verkaufsflächen zu einem digitalen Point of Emotion schaffen wir eine wesentliche Differenzierung zu Pure Playern und Flächenmärkten und generieren auf diese Weise einen Wettbewerbsvorteil für unsere Mitglieder, der bereits heute zu Umsatzzuwächsen führt“, sagte Kober. „Daher gilt es für uns, im Handel mehr denn je unsere Arbeit auch in Zukunft konsequent an den Bedürfnissen unserer

Kunden auszurichten und emotionalisierende Erlebnisse zu installieren. Nur so können wir dem durch die Digitalisierung veränderten Konsumentenverhalten gerecht werden.“

Die Euronics-Zentrale sorgt nicht nur für den Betrieb der Plattform, sondern unterstützt die Mitglieder auch bei der Kombination von stationären Angeboten und Online-Geschäften. Das wird inzwischen auch über die Verbundgruppe hinaus anerkannt: Neben dem jüngst verliehenen retail technology award europe in der Kategorie „Best Omnichannel Solution“, erhielt Euronics für seinen Online-Marktplatz zahlreiche weitere Auszeichnungen, z. B. den Innovationspreis des Handels vom Handelsverband Deutschland und das Top Shop-Siegel von Computer Bild in den Jahren 2015 und 2016.

Für die Zukunft erwartet die Euronics-Führung von der weiteren Digitalisierung der Gesellschaft wichtige Wachstumsimpulse. Produktbereiche wie Virtual Reality, vernetzte Elektrohausgeräte oder integrierte Smart-Home-Lösungen sind erst am Anfang ihrer Entwicklung, betonte Kober: „Obwohl wir hier noch jungen Technologien begegnen, kann bereits heute eine starke Nachfrage verzeichnet werden, die sich weiter steigern wird. Euronics wird bei allen Neuheiten und Trends auch in Zukunft ganz vorne dabei sein.“

Euronics XXL in Cham wird HIW-Testmarkt

Drei starke Partner übernehmen ab Mai 2017 den traditionsreichen Elektrofachhandel Euronics XXL Heller im oberpfälzischen Cham. Das Unternehmen wird von der Euronics-Beteiligungsgesellschaft gemeinsam mit dem vormaligen Besitzer Michael Heller und dem Softwareunternehmen HIW geführt.

„Die enge Zusammenarbeit mit unseren Genossenschaftsmitgliedern ist tief in der DNA der Euronics verwurzelt“, kommentierte Vorstandssprecher Benedict Kober. „Mit den beiden langjährigen Partnern und der konsequenten Ausrichtung des Marktes auf unsere Cross Channel Retail Strategie setzen wir einen positiven Impuls und werden so viele weitere Jahre des Erfolges für die Euronics Heller GmbH einläuten.“

Auf 1500 Quadratmetern soll wieder ein Elektro-Fachmarkt mit Vollsortiment entstehen. In der Zusammenarbeit mit dem Softwarehersteller HIW, an dem Euronics ebenfalls beteiligt ist, wird ein Fokus auf Tests von neuen HIW-Modulen im Markt liegen. Davon profitieren soll nicht nur der Markt selbst, sondern alle Mitglieder der Ditzinger Verbundgruppe.

Heller gehört bereits seit 40 Jahren der Euronics Verbundgruppe an. „Als Familienbetrieb sind wir natürlich froh, dass sich in unserer 60-jährigen Firmengeschichte nun ein neues Kapitel öffnet. Besonders stolz macht uns als regional verwurzeltes Unternehmen, dass wir gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern nicht nur alle bestehenden Stellen erhalten, sondern sogar zehn bis 15 neue Arbeitsplätze schaffen.“



Der Elektrofachhandel Euronics XXL Heller im oberpfälzischen Cham wird jetzt von Euronics, dem vormaligen Besitzer Michael Heller und dem Softwareunternehmen HIW gemeinsam geführt.

Neuheiten

One For All: Smarte Universalfernbedienungen für vernetzte Geräte

Die neuen Universalfernbedienungen Smart Control 5 und Smart Control 8 von One For All lassen sich einfach und schnell per App einrichten und somit in das vernetzte Zuhause unkompliziert einfügen. Über die kostenlose App „OFA Setup“ für Android und iOS lassen sich die beiden Geräte per Bluetooth in wenigen Schritten programmieren. Die App bietet zudem den Online-Zugriff auf die weltgrößte Datenbank von One For All mit über 320.000 Bedien-Codes von rund 8.000 Consumer Electronics-Marken, die ständig erweitert werden.

Damit ermöglichen die beiden vernetzten Universalfernbedienungen die zukunftssichere Steuerung künftiger Gerätegenerationen, wie z. B.

bei der wachsenden Population von DVB-T2-Empfängern. Mit der integrierten NETTV-Taste wird die Smart Control 5 zudem dem wachsenden Trend zur OTT-Nutzung gerecht. Netflix, YouTube und Co. können so per Knopfdruck gestartet werden. Weiteres Highlight beider Universalfernbedienungen sind Funktionen wie „Activity Control“ zur Aktivierung typischer Funktionen wie „Watch TV“ oder „Watch Movie“. So kann z. B. On/Off für die beteiligten Gerätegruppen über einen Knopfdruck gesteuert werden. Die Smart Control 8, die insgesamt acht Gerätegruppen wie Set Top Box, Blu-ray, AV etc. kontrolliert, bietet fünf Activity-Modes. Bei der Smart Control 5 stehen drei Modi zur Verfügung.

Smart Control 5 und Smart Control 8 sind zu UVPs von 39,99 Euro bzw. 49,99 Euro verfügbar.



Bei der Smart Control 5 (links) stehen drei Activity-Modes zur Verfügung, bei der Smart Control 8 sind es fünf.

Hybride Sofortbildkamera instax Square SQ10 von Fujifilm

Mit der neuen Hybrid-Sofortbildkamera instax Square SQ10 befeuert Fujifilm den Trend zum physischen Sofortbild weiter. Das neue Modell kombiniert analoge Sofortbildtechnik mit digitalen Funktionen und Effekten, um quadratische (62x62 mm) Fotos im Stil der beliebten Plattform Instagram zu erzeugen. Dazu wird der neue instax Square Sofortbildfilm eingeführt.

Die instax Square SQ10 fängt das Licht mit einem 3,69 Megapixel CMOS Sensor (1.920 x 1.920 Pixel) ein. Im Auto-Modus wird das Foto wie bei anderen instax Modellen sofort ausgegeben. Zusätzlich gibt es eine manuelle Betriebsart: Dann kann das Bild auf dem 3 Zoll großen TFT-Display betrachtet und bearbeitet werden, um z. B. seine Farbe und Helligkeit zu justieren oder es mit einem von zehn künstlerischen Filtern zu verändern. Mit kreativen Aufnahmemodi wie Langzeit- oder Doppelbelichtung lassen sich zudem weitere neue Effekte erzielen. Wenn das Ergebnis passt, wird das Bild auf den Film belichtet.

Weitere Gestaltungsmöglichkeiten ergeben sich durch Einstellung der Lichtempfindlichkeit (ISO 100 - 1600), der Schärfe (f10cm



bis unendlich) und der Verschlusszeit (1/29.500 - 10s). Dazu kommen fünf verschiedene Blitzfunktionen. Der eingebaute Speicher kann mit einer Micro SD-Karte erweitert werden, um die Fotos auf einen PC oder ein Notebook zu übertragen und über digitale bzw. soziale Medien wie Facebook und natürlich Instagram zu teilen.

Die Fujifilm instax Square SQ10 ist ab Ende Mai für 289 Euro (UVP) erhältlich.

Neuer Sport Walkman von Sony

Der neue Sport Walkman NW-WS623 bietet ab sofort auch bei extremen Wetterbedingungen herausragenden Sound, denn der robuste, kabellose All-in-One MP3-Player hält Temperaturen von -5 bis 45 Grad stand und ist dank Staubschutz gemäß IP6X unempfindlich gegen kleine Partikel wie Staub oder Sand. Zudem ist der Sport-Musikplayer bis zu einer Tiefe von zwei Metern wasserdicht und kann bis zu 30 Minuten unter Wasser genutzt werden.

Der Walkman ist noch kleiner, schlanker und leichter als sein Vorgänger. Sein ergonomisches Design gewährleistet auch bei schnellen Bewegungen und harten Trainingsrunden immer einen sicheren, komfortablen Halt.

Um noch Stimmen und Geräusche aus der Umgebung zu hören und so im Freien sicherer trainieren zu können, verfügt der WS623 über den besonderen Ambient-Sound-Modus. Sobald dieser aktiviert ist, hört der Nutzer alle Geräusche aus seiner Umgebung. So kann er etwa bei Radtouren auf näherkommende Autos achten oder sich mit seinem Trainingspartner unterhalten, ohne das Headset abnehmen zu müssen.



Vor dem Training kann der NW-WS623 einfach an den Computer angeschlossen werden, um per Drag & Drop die gewünschten Musiktitel zu übertragen. Der Player lässt sich aber auch via Bluetooth mit dem Telefon verbinden, um die Workout-Playlist kabellos zu übertragen. Besonders bequem gelingt die Verbindung mit NFC One-Touch. Eine kurze Berührung mit dem kompatiblen Smartphone reicht aus, und schon wird die Bluetooth-Verbindung ohne weitere Eingaben hergestellt.

Der Sony Walkman NW-WS623 ist ab Juni 2017 zum UVP von 149,90 Euro erhältlich.

Philips Discus-Blu Player

Der neue Philips Discus-Blu BDP3210 zeichnet sich durch abgerundete Konturen ab und bietet zahlreiche Set-up-Optionen. Das außergewöhnliche Design passt in jedes Wohnambiente. Der BDP3210 liefert nach Herstellerangaben scharf gestochene Bilder in Full HD 1080p von Blu-ray-Discs, während die DVD-Upscaling Funktion eine HD-ähnliche Videoqualität bietet. Als weitere Quellen lassen sich Filme und Musik von CD, DVD und über USB 2.0 wiedergeben. Mit EasyLink lassen sich alle HDMI-CEC-Geräte über eine einzige Fernbedienung komfortabel bedienen. Dolby TrueHD und DTS 2.0 sowie der digitale Ausgang sorgen für beste Soundqualität.

„Mit der runden Form des Players und den verschiedenen Set-up-Optionen eröffnen sich neue Möglichkeiten für die Integration im Wohnzimmer“, so Amat Ros Y Hildebrand, Marketing Manager Home Cinema & Video Gibson Innovations DACH. „So ist der Player nicht nur horizontal, sondern auch vertikal oder auch unauffällig hinter dem Fernseher flach an der Wand platzierbar. Dies macht den Discus-Blu besonders für die design-orientierte Zielgruppe interessant“, so Ros Y Hildebrand weiter.

Der Philips BDP3210B ist in Schwarz zum UVP von 109,99 Euro erhältlich.



Die IFA bleibt auch 2017 auf der Erfolgsspur

Mehr Platz für Marken

Die IFA 2017 wird vom 1. bis 6. September ihren Anspruch unterstreichen, als weltweit größte Messe für Consumer Electronics und Hausgeräte die gesamte Wachstums- und Innovationskraft der Branchen darzustellen. Dabei wird das Geschehen auf dem Berliner Messegelände auf Marken und Innovationen fokussiert. Zulieferer und Komponenten-Hersteller erhalten auf der IFA Global Markets vom 3. bis 6. September in der Station Berlin einen eigenen Auftritt, der nur für Fachbesucher offen ist. Mit der IFA Next gibt es in Halle 26 eine neue Innovations-Plattform für Startups, Forschungslabors und Unternehmen. Hier werden auch die IFA-Keynotes und das IFA Konferenzprogramm stattfinden.

Wichtigster Wachstumstreiber für alle Consumer-Technologien bleibt die allgegenwärtige Vernetzung, die längst die Grenzen zwischen klassischer Unterhaltungselektronik, Hausgeräten, Telekommunikation und IT überwunden hat. „Die IFA hat diesen Trend in einzigartiger Weise bereits frühzeitig erkannt und umgesetzt“, erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, auf der IFA Global Press Conference in Lissabon. „Folgerichtig können wir in diesem Jahr bereits die zehnte Ausgabe der Home Appliances@IFA feiern. Mit dieser zielgruppengerechten Ausrichtung wurde und wird die IFA ihrer Rolle als Plattform beider Segmente beispielhaft gerecht. Keine andere Messe erfüllt die Anforderungen der führenden Marken der beteiligten Industrie, des Handels, der Konsumenten und der Medien derart umfänglich. Dies begründet den stetigen Erfolg der IFA, der sich zum Beispiel in einem kontinuierlich steigenden Ordervolumen von zuletzt mehr als 4,5 Milliarden Euro widerspiegelt.“

Alles vernetzt

Der Markt für digitale Consumer-Technologien bleibt auf hohem Niveau. Auf jeweils 950 Mrd. US\$ schätzt Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics bei GfK Retail and Technology, das globale Umsatzvolumen für 2017 und 2018. Dass es keine steilen Wachstumskurven für das ganze Segment gibt, liegt daran, dass disruptive Technologien zwar einerseits neue Produktkategorien hervorbringen, andererseits aber traditionelle Segmente mehr oder weniger überflüssig machen. Dabei soll die Zahl der weltweit verkauften Smartphones weiter steigen; Boyny erwartet ein Weltmarktvolumen von 1,48 Mrd. Stück für 2017, im kommenden Jahr sollen es sogar 1,55 Mrd. werden. Die mobilen Alleskönner fungieren nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern werden immer häufiger als Plattform für die Vernetzung aller möglichen Geräte und Systeme eingesetzt: „Mit dem Smartphone werden alle Bereiche des täglichen Lebens verbunden, vom Fernsehgerät im Wohnzimmer über die drahtlose Musikanlage bis zur Waschmaschine, Kaffeemaschine oder Badezimmerwaage“, betonte Boyny. „Das

Internet der Dinge hat den Konsumenten längst erreicht.“

Grenzen überwinden

Diese Vernetzung ganz unterschiedlicher Lebensbereiche soll das große Thema der IFA 2017 sein. „Die Zeit ist reif, Consumer Electronics neu zu definieren“, stellte Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin, fest. „Die Grenzen zwischen Consumer Electronics und Home Appliances, der digitalen und der physischen Welt verschwimmen. Ob in der Küche, im Wohnzimmer oder im Büro, die Übertragung von High Tech in die Welt der Konsumenten nimmt exponentiell zu, dies gilt gleichfalls für die Unterhaltungselektronik im Wohnzimmer, Gesundheitsvorsorge und Wellness, das Auto und mobile Geräte oder Computerspiele und Computernutzung, Dienste wie das Internet-of-Things und das Smart Home oder neue Sphären wie Drohnen sowie Virtual und Augmented Reality. Consumer Electronics verbindet und prägt heute unser komplettes Leben. Wer die IFA besucht, kann einen Blick in die Zukunft werfen und sehen, wie wir zukünftig leben und arbeiten werden.“

Neue B2B-Plattform

Während sich rund um den Funkturm die großen und weniger großen Marken der digitalen Welt präsentieren, erhalten Zulieferer und Komponenten-Hersteller sowie OEM und ODM Anbieter mit der IFA Global Markets eine eigene Plattform, um die Bausteine künftiger Digitalprodukte zu

zeigen. Diese Veranstaltung, die exklusiv für Fachbesucher geöffnet ist, findet vom 3. bis 6. September außerhalb des Messegeländes in der Event Location Station Berlin nahe dem Potsdamer Platz statt. Ein Shuttle-Service wird den Transport der Besucher übernehmen. „Dieses Segment garantiert eine exponentielle Zunahme der Diversität neuer Produkte, die neue Märkte auf der IFA hervorbringen“ betonte Göke. „IFA Global Markets ist eine spezifische Plattform, aus der Europas größte Sourcing Show für die Elektronikindustrie entstehen soll. Hier wird insbesondere Einkäufern und Händlern ein zentraler Handelsplatz geboten, der Zulieferer und Komponenten-Hersteller mit potentiellen Kunden und Partnern der CE- und Home Appliances-Branche zusammenbringt. Auf der IFA selbst können wir dadurch den Marken mehr Fläche denn je einräumen, alles an einem Ort und klar nach Kategorien geordnet.“

Zentrum für Innovationen

Um den Stellenwert der IFA als Impulsgeber für neue Entwicklungen weiter zu steigern, erhalten Innovationen in diesem Jahr auf dem Berliner Messegelände mit der IFA Next in Halle 26 eine eigene Bühne. Dieser Ausstellungsbereich ist eine Weiterentwicklung des bisherigen Innovationsformats IFA TecWatch und soll vor allem Startups, Forschungslabors, Universitäten sowie große und kleinen Unternehmen die Möglichkeit bieten, ihre Ideen zu präsentieren und sich miteinander zu vernetzen. Dafür gibt es eine „Arena“ für Vorträge und Live-Demonstrationen sowie einen Ausstellungsbereich mit Messeständen. Auch die IFA Keynotes, das Zukunftsforum IFA+Summit und die IFA Hosted Conferences werden hier angesiedelt sein.

„IFA Next stellt Innovationen direkt in den Mittelpunkt der Messe“, erklärte IFA Executive Director Jens Heithecker. „So haben alle Besucher und die Medien eine einzigartige Gelegenheit, die neuesten Innovationen an einem Ort fokussiert kennenzulernen.“



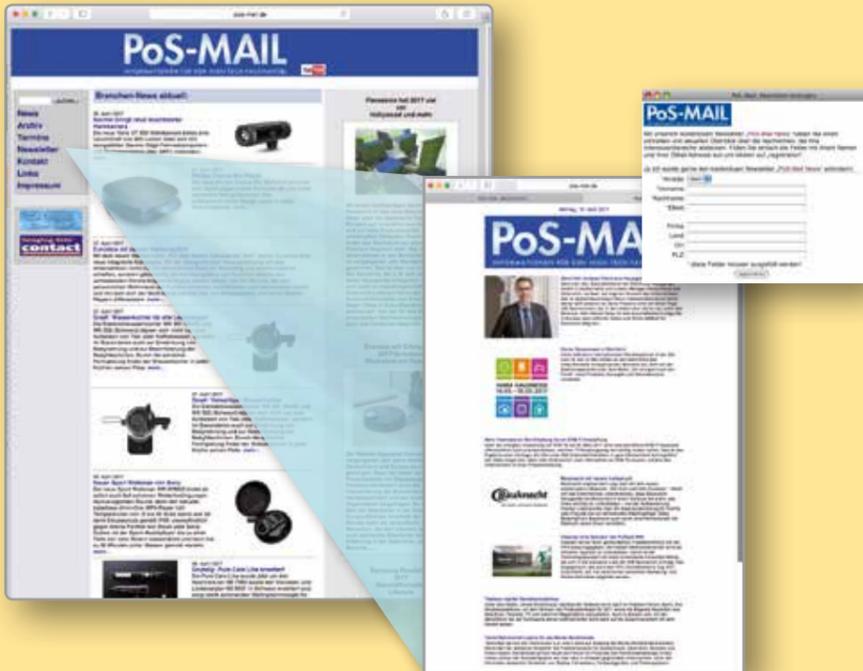
Stellten die IFA 2017 auf der Global Press Conference mehr als 300 Journalisten aus 55 Ländern vor: (v.l.) Dr. Christian Göke, CEO Messe Berlin, Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, Miss IFA, Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics der GfK, Georg Walkenbach (Beurer), Mitglied des Vorstands und Vorsitzender des Fachverbands Elektrokleingeräte des ZVEI, Monika Jones, Moderator, und IFA Executive Director Jens Heithecker (Messe Berlin).



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche



Ein Digital-Konzert in d!

Von den großen Messen liegt mir neben der IFA die CeBIT besonders am Herzen. Das hat einen historischen Grund: Denn im Jahr 2000 haben mein Verleger und ich in Hannover der staunenden High-Tech-Branche die erste Ausgabe von PoS-MAIL auf den Tisch bzw. die Messe-Stände gelegt. Damals war die CeBIT ein echtes Messe-Monster mit mehr als 750.000 Besuchern und fast 8.000 Ausstellern, die ein bunt gemischtes Wirrwarr von Consumer- und Business-Produkten präsentierten. Seitdem hat sich viel verändert: Franz Wagner ist in Rente, die CeBIT ist kräftig geschrumpft, die Zahl der Besucher auch, aber das Ereignis fand bisher immer noch im März statt.

Jetzt ist es den Veranstaltern offensichtlich zu kalt geworden. Die CeBIT 2018 soll im angenehm temperierten Juni stattfinden, und zwar weitgehend im Freien. Dafür soll in der Mitte des Messegeländes in Hannover das d!campus entstehen, auf dem die Besucher „Showcases, Street Food und Musik“ erwarten können, und zwar bis spät abends. Das habe ich wirklich bisher auf jeder Messe vermisst, vor allem das Street Food. Stattdessen gab es einfach etwas zu essen. Wie langweilig.

Um den – pardon! – Kirmesplatz herum sollen sich drei neue Messe-Elemente gruppieren, und zwar in den Hallen, was ja auch bei warmem Regen seine Vorteile hat. Für die Digitalisierung von Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern soll d!conomy als „Leadmaschine“ die Zielgruppen vereinen. Da ich als Rentner nicht mehr so gut sehe, habe ich zuerst „Liedmaschine“ gelesen, und so ist die Überschrift zustande gekommen. Denn auch das New-Tec-Festival d!tec und das Konferenzprogramm d!talk kommen mir irgendwie musikalisch vor.

Ich bin zwar Rentner, aber ich glaube, nächstes Jahr fahre ich mal wieder auf die CeBIT. Wenn ich nichts Interessantes finde, setze ich mich einfach auf dem d!campus in die Sonne und esse Street Food. Aber singen werde ich dabei nicht, versprochen!

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

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



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 Verant-
wortung übernommen. Rückporto ist bei-
zufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher
Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-
gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats,
außer am 1. Januar und am 1. Juli.
Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635

Panasonic

HOLLYWOOD ZUHAUSE ERLEBEN



DER OLED TV EZW1004 – FERNSEHEN WIE NIE ZUVOR

Der EZW1004 setzt neue Maßstäbe bei der Bildqualität: Optimiert von Spezialisten aus Hollywood erfüllt er allerhöchste Bildstandards und begeistert mit einem Sound, den Ingenieure der Kult-Marke Technics getunt haben. Richtig rund wird das High Dynamic Range (HDR)-Erlebnis mit den Blu-ray™ Recordern DMR-UBS90/C90.

Genießen Sie mit diesem Dreamteam atemberaubende Heimkino-Erlebnisse!

panasonic.de/hollywood

Tuned by **Technics**

4K PRO
HDR



OLED