



Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

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



Besuchen Sie

PoS-MAIL

im Internet!

www.pos-mail.de



So kommt Haier auf die IFA

Direktantrieb für den Hausgeräte-Umsatz

Nach der Akquisition der italienischen Candy Hoover Group wird Haier auf der IFA 2019 mit einem 3.000 Quadratmeter großen, imposanten Stand seine Wachstumsambitionen in Europa unterstreichen. Hier wird das Unternehmen die Profile der drei Marken Haier, Hoover und Candy deutlich machen, die mit ihrem jeweils eigenen Charakter unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. So steht Haier für innovative Technologien und Premium-Qualität, während Hoover Menschen ansprechen soll, die neueste Technik mit Wohlfühlfaktor für ihr Zuhause und ihre Gesundheit zu nutzen. Candy schließlich

soll mit smarten Funktionen, Lifestyle-Feeling und hohem Spaßfaktor vor allem junge Zielgruppen ansprechen. Mit spannenden Neuheiten für alle drei Marken wird Haier auf der IFA auch wichtige Impulse für den Gesamtmarkt geben. Dass man dabei auch auf ungewöhnliche Ideen setzt, hat das Unternehmen unlängst in Hongkong bewiesen: Dort rüstete man ein Auto des internationalen Motorsportteams von Mercedes-AMG, Craft-Bamboo Racing, mit einem Waschmaschinenmotor der neuesten Generation aus. Dabei zeigte sich: Direktantrieb funktioniert auch in einem Rennwagen.

Abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter: pos-mail@cat-verlag.de





EDITORIAL

Kronach
im
Nebel

Mitten im Sommerloch ist das Unvorstellbare geschehen: Am 1. Juli wurde in Kronach die Produktion eingestellt, die traditionsreiche Firma Loewe ist Geschichte. Inzwischen haben mehr als 400 Mitarbeiter ihre Kündigung bekommen, und Insolvenzverwalter Rüdiger Weiß von der Kanzlei WallnerWeiss hat den erfolgreichen Start des „strukturierten, internationalen Verkaufsprozesses“ bekanntgegeben.

Über das, was da eigentlich noch zu verkaufen ist, kann man leider nur spekulieren. Die Markenrechte, so berichteten Medien, hat sich bereits der Investor Riverrock im Wege des Pfandrechts gesichert. Was an Gebäuden, Produktionsanlagen, Patenten etc. A) der insolventen Loewe Technologies GmbH gehört und B) noch verwertbar ist, liegt im Dunkeln – oder im Nebel.

Tatsächlich ist die Loewe-Tragödie ausgesprochen undurchsichtig. Der Insolvenzverwalter sah sich auf Anfrage außerstande, Aussagen über die Gesellschaftsstruktur zum Zeitpunkt der Insolvenz-Anmeldung zu machen; auch die Namen der wichtigsten Gläubiger bleiben verborgen, da es sich um ein nicht-öffentliches Verfahren handelt. Das durchaus komplexe Firmenkonglomerat, zu dem die insolvente Loewe Technologies GmbH und die Loewe GmbH (in der die Markenrechte liegen oder lagen) gehören, ist von außen kaum zu durchschauen. So bleibt auch ein Rätsel, warum der durchaus engagiert erscheinende Investor Mark Hüsges Ende des vergangenen Jahres geräuscharm von der Loewe-Spitze entschwand und das Amt an den Unternehmens-Veteranen Dr. Ralf Vogt übergab. Der hatte dann die undankbare Aufgabe, erst Zukunfts- und dann Sanierungskonzepte zu entwickeln und schließlich beim Amtsgericht den Insolvenzantrag zu stellen.

Was aus der großartigen Marke Loewe und der erstklassigen Produktpalette wird, steht derzeit in den Sternen. Bis Ende des Jahres, so hofft es der Insolvenzverwalter, sollten zumindest die Eckpunkte des Verkaufsprozesses feststehen. Dass dabei etwas entsteht, das dem klassischen Bild von Loewe mit Premiumprodukten „Made in Germany“ auch nur einigermaßen gerecht wird, ist kaum zu erwarten. Es sei denn, es geschieht ein Wunder. Das könnte nicht nur Loewe, sondern die gesamte Branche im TV-Geschäft derzeit gut gebrauchen.

Thomas Blömer

Dass dieses Experiment gelang, versteht sich durchaus nicht von selbst. Die Craft-Bamboo Racing Ingenieure spielten aber hervorragend mit, indem sie nicht nur den Verbrennungsmotor austauschten, sondern auch das Gewicht ihres Boliden nochmals reduzierten und die Aerodynamik verbesserten. Auch bei der Elektrik mussten sie sich etwas einfallen lassen, denn natürlich ist ein Waschmaschinenmotor für 220 Volt Wechselstrom ausgelegt und nicht für den 12 Volt Gleichstrom aus einer Autobatterie.

Der Aufwand lohnte sich: Mit dem Haier Waschmaschinenmotor konnte das Craft-Bamboo Racing Team zwar keinen Grand Prix gewinnen, aber – nicht zuletzt wegen des beeindruckenden Drehmoments von 45Nm – immerhin fahren. „Dass ein Motor aus einem Hausgerät eine solche Durchzugskraft zeigt, ist wirklich unglaublich“, resümierte Russell O’Haagan, Operations Director bei Craft-Bamboo Racing.

Von herkömmlichen Motoren unterscheiden sich die Haier Direct-Motion-Antriebe – die übrigens vom Tochterunternehmen Fisher & Paykel erfunden wurden – durch zwei wesentliche Komponenten: Zum einen handelt es sich um Inverter-Motoren, bei denen der Antrieb durch elektromagnetische Induktion erfolgt. Der Vorteil gegenüber klassischen Produkten mit Kohlebürsten: Die berührungsfrei arbeitende Inverter-Technologie ist ausgesprochen verschleißarm; deshalb gewährt Haier nach erfolgreicher Online-Registrierung auf Inverter Motoren 5 Jahre, auf die Direct Motion Motoren sogar lebenslange Garantie.

Der zweite Unterschied: Die Haier Direct-Motion-Motoren setzen, wie der Name schon nahelegt, die Trommel nicht über einen Keilriemen in Bewegung, sondern der scheibenartig konstruierte Motor sitzt hinter der Trommel und treibt diese direkt an. Das schafft nicht nur Platz im Innern der Waschmaschine, sondern minimiert auch Vibrationen und reduziert den Geräuschpegel. So erzielen die laufruhigen Haier Waschmaschinen mit Direct-Drive-Motoren beim Schleudern Werte von lediglich 67 dB. Zudem arbeiten sie sehr energieeffizient mit Klassifizierungen von bis zu A+++ -50%.



Das neue Laundry Center wäscht und trocknet nicht nur einen ganzen Berg Kleidung in kurzer Zeit, sondern arbeitet dabei auch so energieeffizient, dass es das Siegel A+++ minus 50 Prozent trägt.



Daniel Wild, Director Marketing & Communications, Haier Deutschland GmbH: „Haier setzt auf der IFA einmal mehr Maßstäbe bei der Wäschepflege.“

Super Drum bald verfügbar

Ein Highlight auf dem Haier-Stand wird die im Juli angekündigte Super Drum mit dem Direct-Drive-Motor sein. Diese einzigartige Waschmaschinen-Trockner-Kombination ist perfekt für Familien, denn sie kann 10 kg Kleidung waschen und 6 kg trocknen. Mit ihrer imposanten Trommel, deren Durchmesser 60,1 cm beträgt, fasst die Super Drum nicht nur jede Menge Wäsche, sondern erzielt durch



Imposant: Die Super Drum schluckt viel Wäsche und ist dank des großen Bullauges leicht zu beladen.

einen besseren Bewegungsradius auch eine besonders gute Waschleistung. Durch die 44,5 cm große Öffnung ist die Maschine auch leicht zu beladen, und mit einer Tiefe von nur 46 cm nimmt sie deutlich weniger Stellfläche in Anspruch, als man angesichts ihrer Kapazität erwarten würde.

Natürlich steckt in der Super Drum die aktuellste Wäschepflege-Technologie von Haier, darunter die i-Refresh Funktion, die mit einer neuen Mikrodampf-Technologie ohne direkten Kontakt mit Wasser oder Waschmittel auffrischt, Gerüche aus der Wäsche entfernt und Falten reduziert. Selbst empfindliche Kleidungsstücke wie Anzüge werden so wieder frisch. Für hohen Bedienkomfort steht das Smart Dosing System von Haier, bei dem die Maschine die benötigten Mengen von Waschmittel und Weichspüler abhängig vom Gewicht und von der Art der Ladung sowie der Wasserhärte berechnet. Nach jedem Waschgang ent-

fernt Smart Dual Spray die an der Tür und an der Dichtung abgelagerten Fasern, und die antibakterielle Behandlung ABT sorgt in der Spülmittel-Schublade und an der Dichtung für besondere Hygiene, indem sie mehr als 99,8 Prozent der Bakterien entfernt.

Die Super Drum von Haier kommt noch in diesem Jahr auf den Markt. Der Preis wird später bekanntgegeben.

Ein weiteres Highlight mit Direct-Drive-Technologie ist das neue Haier Laundry Center, mit dem die weltweite Nummer Eins unter den Hausgeräteherstellern in Berlin eine echte Lebenshilfe für alle Haushalte vorstellt, in denen viel

Wäsche anfällt. Denn das mit zwei Trommeln ausgestattete Gerät kann in der unteren Trommel sage und schreibe bis zu 13 kg Wäsche waschen. Und 7 kg davon können in derselben Trommel gleich getrocknet werden, der Rest kommt in den Wärmepumpentrockner darüber, der bis zu 10 kg fasst. Die untere Trommel eignet sich mit der i-Refresh Funktion auch für das Auffrischen von Kleidung.

„Mit Produkten wie dem Laundry Center setzt Haier auf der IFA einmal mehr Maßstäbe bei der Wäschepflege“, kommentierte Daniel Wild, Director Marketing & Communications, Haier Deutschland GmbH: „Denn dieses Gerät wäscht und trocknet nicht nur einen ganzen Berg Kleidung in kurzer Zeit, sondern arbeitet dabei auch so energieeffizient, dass es das Siegel A+++ minus 50 Prozent trägt.“

Premium-Kühlgeräte

Immer mehr Konsumenten werten ihre Küchen mit einem hochwertigen Kühlschrank auf. Mit der aktuellen Geräte-Palette gibt Haier dem Fachhandel die Möglichkeit, von diesem Trend zu profitieren. Denn die neuen Kühl- und Gefriergeräte der Iconic Black Serie sind mit ihrer mehrfach nanobeschichteten Titanium-Oberfläche eigenständige Designobjekte, die sich hervorragend in offene Raumkonzepte und moderne Küchen integrieren lassen. Die Titanium-Oberfläche bietet zudem besonderen Komfort, denn sie ist kratzfest und korrosionsbeständig. Und sie macht mit dem bekannten Lotus-Effekt die Pflege besonders leicht, denn Fingerabdrücke haben auf der Kühlschrank-Oberfläche wenig Chancen.

Mit dem HB26FSNAAA hat Haier ein 100 cm breites Modell mit Festwasseranschluss im Angebot, das aktuell einen der größten Nutzinhalt auf dem Markt bietet. Mit den verschiedenen Haier Fresher Techs halten die Kühlgeräte die Lebensmittel lange frisch, ohne dass die Energieeffizienz beeinträchtigt wird.

Flexibel kühlen oder gefrieren

Ein besonders interessantes Gerät für den Fachhandel ist der HTF-610DSN7 aus der Iconic Black Serie. Dieses



Die InstaSwitch Geräte können wahlweise als Kühl- oder Gefrierschrank eingesetzt werden.

Premiumgerät ist mit der flexiblen My Switch Zone ausgestattet, die je nach Bedarf als Kühlzone (+5° C) oder als Gefrierabteil (bis -18° C) genutzt werden kann. Der Haier HTF-610DSN7 hat einen Nutzinhalt von 610 Litern netto und kostet 2.999 Euro (UVP).



Die HTF-610DSN7 Kühl-/Gefrierkombi aus der Iconic Black Serie ist mit der flexiblen My Switch Zone ausgestattet, die nach Bedarf zum Kühlen oder Gefrieren genutzt werden kann.

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten	4, 5, 11, 13, 18
CE Week in New York City Let's go West!	6
Computex 2019 in Taipeh wieder gut besucht Technik-Spielereien	7
Euronics Summer Convention 2019 Selbstbewusst im Jubiläumsjahr	8
expert sieht Marktposition gefestigt Solides Ergebnis	9
TP Vision erweitert Philips OLED TV-Sortiment Noch mehr Bildqualität	10



Panasonic rüstet OLED TVs weiter auf Mit Netflix Calibrated Mode	11
Aufbruch in die Zukunft mit 8K und AIoT Sharp auf der IFA	12
Georg Schmitz-Axe, Leiter des Bereichs Telekom Partner „Der Mensch macht den Unterschied“	14
 Luftverbesserung mit dem neuen mared von Beurer Meeresklima für zu Hause	15
Samsung bringt SmartThings nach Deutschland Die neue Vernetzung	16
Der Home-Care-Robot temi von medisana Helfer im Alltag	17



Der neue Haushaltsroboter Deebot 500 von Ecovacs
Für Einsteiger

„Innovationen für ein bewusstes Leben“ Die IFA-Themen von Bosch	20
	
Sharp Home Appliances auf der IFA 2019 Erstmals bei Vestel	21
Philips Airfryer XXL mit Smart Sensing Technologie Richtig garen auf Knopfdruck	22
Panasonic Senioren-Mobiltelefon KX-TU466 Notruf-Funktion mit GPS-Ortung	22
Wagners Welt	23
Impressum	23
PoS-MAIL @	23

Noch flexibler ist der neue Haier InstaSwitch. Der in vier Versionen erhältliche eintürige Gefrierschrank lässt sich je nach Bedarf zum Kühlen oder Gefrieren nutzen. Dafür wird einfach vom Gefrier- in den Kühlmodus oder umgekehrt gewechselt.

Im Gefriermodus erzeugt die FresherZone auf Wunsch mit Temperaturen von bis zu -26° C einen Kühlechock, um die Lebensmittel besonders schnell einzufrieren. Befindet sich das Gerät im Kühlmodus, hält dieses Fach eine konstante Temperatur von +4° C und ist deshalb besonders gut zur Aufbewahrung von Fleisch oder Fisch geeignet.

Neben seiner Flexibilität ist der InstaSwitch auch smart. Mit der für iOS und Android verfügbaren Haier U+ App kann der Nutzer sich in Echtzeit über den Zustand seines Gerätes informieren und die Temperatur aus der Ferne steuern. Zudem wird er über Fehler und Störungen, z. B. eine offen stehende Tür oder einen Stromausfall, automatisch benachrichtigt.

Ein weiteres Highlight auf dem Haier IFA-Stand werden die XL Slim Size Kühl- und Gefriergeräte sein, die an die gängigen Tiefen von Einbauküchen angepasst sind und sich deshalb perfekt integrieren lassen. 15 Modelle stehen allein in dieser Palette zur Verfügung.

Innovationen von Hoover

Als innovative Lifestyle-Marke hat auch Hoover auf der IFA einiges zu bieten. Dass der Erfinder des Staubsaugers – in England wird bis heute „gehoovert“ – in diesem Segment besonders gerne Flagge zeigt, versteht sich von selbst. Nachdem das Akku-Modell H-Free von einer Jury aus 12.000 Verbrauchern in der Kategorie „Staubsauger“ zum Produkt des Jahres 2019 gewählt wurde, erweitert Hoover mit dem H-Free 800 sein Sortiment jetzt um den ersten kabellosen Handstaubsauger der Welt mit WLAN Anschluss.

So ist es möglich, mit der Hoover Wizard App den Batteriestatus zu überprüfen, Benutzerstatistiken anzuzeigen, die Filterwartung und -reinigung zu überwachen oder zu ermitteln, wie viel Kalorien beim Staubsaugen verbraucht wurden. Allzu viele Pfunde wird man dabei allerdings nicht verlieren, denn mit seinem neuen Separationssystem sorgt der H-Free 800 schnell auf allen Oberflächen für Sauberkeit. HSpin-Core+ nennt Hoover die Technologie, die mit einem schnellen Luftstrom größere und kleinere Schmutzpartikel trennt und so auch die Zeit für die Filterwartung verkürzt. In Verbindung mit dem Abgasfilter, der um 55 Pro-



Der neue Hoover H-Free 800 Akkusauger ist nicht nur mit WiFi ausgestattet, sondern kann auch mit zahlreichen Zubehörteilen kombiniert werden.

zent größer ist als der des H-Free 700, wird so nicht nur mehr Staub zurückgehalten, sondern auch die Qualität der Abluft verbessert.

Erwähnenswert ist auch die Manövrierfähigkeit des H-Free 800, der mit dem Easy-Driving-System praktisch aus dem Handgelenk heraus um 180° gedreht werden kann. Mit LED-Frontleuchten, der Option „Silent-Modus“ und einer Laufzeit von bis zu 35 Minuten mit einer Ladung bietet das Gerät auch viel Bedienkomfort.

Ein Highlight für die Küche ist der neue H-KeepHeat Backofen von Hoover, denn er ist tatsächlich der erste seiner Art, der nicht nur zum Garen und Backen, sondern auch zum Konservieren von Lebensmitteln entwickelt wurde. Dahinter steht die Tatsache, dass man Speisen nicht nur mit Kälte, sondern auch mit Wärme frisch halten kann. Diese Methode eignet sich für servierfertige Mahlzeiten und kommt häufig in Profiküchen zum Einsatz. So funktioniert es: Die vakuumierten Gerichte werden je nach Zutat bei Temperaturen von 63 bis 70 Grad gleichmäßig warm-

gehalten. So kann man die Mahlzeit zubereiten, wenn man Zeit hat und danach essen bzw. servieren, wann man möchte. Natürlich ist der Ofen auch mit zahlreichen sinnvollen Funktionen ausgestattet. Mit der Custom Wizard App kann man ihn nicht nur aus der Ferne bedienen und überwachen, sondern auch auf zahlreiche Rezepte zugreifen. Noch smarter wird es mit dem neuen Kochfeld, das über WiFi Rezept-Informationen der MyChef App erhält und deshalb genau „weiß“, welche Temperatur wann gewünscht ist.

Ebenfalls neu bei Hoover ist zur IFA der leise Trockner Axi, der mit der Silent Drum im Vergleich zu anderen Geräten rund 10 dB leiser läuft, was einer Halbierung des Geräuschpegels entspricht. Mit einem Fassungsvermögen von 11 kg, Wärmepumpe, Energieeffizienz A+++ und Sprachsteuerung per Google Assistant lässt das Gerät auch sonst keine Wünsche offen.

Ergonomie mit Candy

Als eine smarte Lifestyle-Marke mit gutem Preis-Leistungsverhältnis und italienischem Schick bereichert Candy zur IFA das Sortiment um eine ergonomische Waschmaschine, die ihren Namen Rapid'Ò zu Recht trägt. Denn mit seinem Schnellwaschprogramm, das nur 39 Minuten für eine volle Waschlade braucht, gehört das Gerät zu den Top-Produkten auf dem Markt. Durch das besonders große Bullauge ist es zudem ausgesprochen komfortabel zu beladen. Wie es sich für eine smarte Lifestyle-Marke gehört, bietet die Candy Rapid'Ò auch digitale Funktionen und kann sowohl über die Sprachassistenten Google Home und Alexa sowie die Candy Simply-Fi App gesteuert werden. Für wenig wascherfahrene Kunden ist zudem die Snap&Wash-Funktion eine praktische Hilfe: Man macht vor dem Beladen lediglich mit dem Smartphone ein Foto der Wäsche, und schon schlägt die Simply-Fi App das passende Schnellprogramm vor.



Die smarte Candy Rapid'Ò bietet Schnellprogramme, App-Bedienung und hohe Waschleistung.



Der Hoover KeepHeat ist der erste Ofen, der auch Speisen konservieren kann.

Neue Leitung Communication & Brand Management bei Liebherr-Hausgeräte



Silke Giessler

Seit dem 1. Juli 2019 leitet Silke Giessler den Bereich Communication & Brand Management bei Liebherr-Hausgeräte in Ochsenhausen. Sie folgt auf Günther Sproll, der zum Jahresende 2018 nach langjähriger Unternehmenszugehörigkeit als Marketingleiter in den Ruhestand ging. In ihrer neuen Funktion berichtet Giessler an Steffen Nagel, Geschäftsführer Ressort Sales & Marketing.

Bei der Hansgrohe SE leitete Giessler das Marketing der Luxusmarke Axor und war unter anderem für die Repositionierung der Marke zuständig. Weitere Stationen waren die Rodenstock GmbH in München, Carl Zeiss Vision International in Aalen sowie die Swarovski KG im österreichischen Wattens.

Die 39-Jährige gebürtige Baden-Württembergerin ist studierte technische Betriebswirtin. Sie verfügt über umfassendes Fachwissen in der Steuerung von Marken durch gezielte Kommunikations-, Produkt- und Preisstrategien sowie langjährige Erfahrung in der Vermarktung von hochwertigen Gebrauchsgütern sowie im Innovationsmanagement.

„Wir freuen uns, dass wir mit Silke Giessler eine ausgewiesene Kommunikationsexpertin mit umfassendem Know-how und langjähriger internationaler Erfahrung sowohl im B2B als auch B2C Markenmanagement gewinnen konnten“, so Steffen Nagel Geschäftsführer Ressort Sales & Marketing bei der Liebherr-Hausgeräte GmbH. „Wir sind überzeugt,

mit ihr die richtige Person für die Leitung des Bereichs Communication & Brand Management gefunden zu haben, um die Zukunft im internationalen Umfeld gemeinsam erfolgreich zu gestalten.“

Wertgarantie baut Vertrieb weiter aus

Um der wachsenden Zahl seiner Fachhandelspartner gerecht zu werden, baut Wertgarantie mit Ferhat Avci seinen Vertrieb weiter aus. Der 52-jährige betreut den Fachhandel im Westen Deutschlands; sein Gebiet reicht von Düsseldorf bis Leer und von Xanten bis Bielefeld.

Nach einer Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann war der Familienvater ab 1992 zuerst als Fachverkäufer, später als Teamleiter und als stellvertretender Filialgeschäftsführer bei einem großen CE-Fachmarkt tätig. Nun folgte der Wechsel zu Wertgarantie: „Während meiner Zeit im CE-Fachhandel ergaben sich bereits Berührungspunkte mit Wertgarantie. Diese waren immer



Ferhat Avci

positiv – deshalb hat mich die Stellenausschreibung zum Außendienstmitarbeiter bei Wertgarantie direkt angesprochen“, erläuterte Ferhat Avci seine Beweggründe. „Das Schöne an meiner Aufgabe ist, dass ich die Erfahrung aus meiner Fachhandelszeit nutzen und den Fachhändlern Motivation, Hilfe, Tipps und Unterstützung geben kann und das mit viel direktem, persönlichem

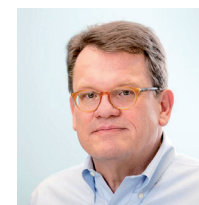
Kontakt. Es ist immer wieder bewundernswert, wie vielfältig und anspruchsvoll der Handel doch ist.“

Avcis Tätigkeitsbereich umfasst die Händlerbetreuung vor Ort inklusive Inhouse-Trainings, Motivationsveranstaltungen, Präsenz bei Messen etc. Wertgarantie-Vertriebsleiter Thilo

Dröge zeigte sich zufrieden mit seinem neuen Mitarbeiter: „Wir freuen uns, dass wir Ferhat Avci als neuen Außendienstmitarbeiter gewinnen konnten. Avci ist vor allem durch seine vielfältige und langjährige Erfahrung im Elektro-Fachhandel eine echte Bereicherung für unsere Partner.“

BSH Hausgeräte mit neuem Vorsitzenden der Geschäftsführung

Uwe Raschke (61) ist neuer Vorsitzender der Geschäftsführung der BSH Hausgeräte GmbH (BSH). Er folgt auf Dr. Karsten Ottenberg (58), der das Unternehmen nach erfolgreicher Anbindung an die Bosch-Gruppe auf eigenen Wunsch verlassen hat. Ottenberg war seit 2013 Vorsitzender der Geschäftsführung der BSH.



Uwe Raschke

Ebenfalls Ende Juni ging Johannes Närger (58), Chief Financial Officer (CFO) der BSH, in den Ruhestand. Närger gehörte der BSH-Geschäftsführung seit 2009 an. Seine Nachfolge wird in Kürze bekannt gegeben. Matthias Ginthum (57), Chief Markets Officer (CMO) der BSH, übernimmt übergangsweise zusätzlich das Finanzressort.

Raschke bleibt auch nach seiner Ernennung zum Vorsitzenden der Geschäftsführung der BSH Mitglied der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH. In dieser Funktion verantwortet er den Bosch-Unternehmensbereich Consumer Goods, zu dem neben der BSH auch die Robert Bosch Power Tools GmbH gehört. Er ist außerdem zuständig für die Koordination der Aktivitäten in Europa und in Afrika. Sein Mandat als Vorsitzender des Aufsichtsrats der BSH Hausgeräte GmbH hat Raschke niedergelegt.

Besuchen Sie uns

auf der IFA 2019

und entdecken Sie die Welt von Sage Appliances mit leckerem Essen, köstlichen Getränken und gutem Espresso.

Stand 102, Halle 7.1 B



Sage
Master Every Moment™

CE Week in New York City

Let's go West!



“If you make it there, you make it everywhere” heißt es im berühmten Song über New York – wenn Du es da schaffst, schaffst Du es überall. Das hofften wohl auch die Teilnehmer an der diesjährigen CE Week im Big Apple. Rund 60 Firmen nutzten am 12. und 13. Juni die seit der Übernahme des Fachhandelsmedienhauses Napco mit seiner Publikation Dealerscope vom IFA Management organisierte Sommermesse, um Geschäfte mit dem US-Handel anzubahnen und sich über wichtige Branchentrends zu informieren. Peter Weber hat sich für PoS-MAIL in New York City umgesehen.

Noch haben viele Unternehmen hierzulande nicht die Chance erkannt, die sich dadurch bietet, dass die Messe Berlin die bewusst als „Global IFA Event“ platzierte CE Week mit ihrer ganzen Erfahrung als Marketing-Möglichkeit für Anbieter aufbaut. Wer jedoch dabei war, konnte

sich über viel Aufmerksamkeit und zielführende Gespräche freuen. Da die CE Week gemeinsam mit der US-Fachhandelszeitschrift „Dealerscope“ durchgeführt wird, ist nicht nur die Ansprache der amerikanischen Händler und Einkäufer gesichert, sondern auch eine sehr umfangreiche tägliche Berichterstattung, in der jeder Aussteller ausführlich vorgestellt wurde. Die Redaktion wählt außerdem die „Best of Show“-Produkte, die natürlich dann in dem Medium prominent präsentiert wurden. Man konnte also viel „Outreach“ erzielen, wie das so schön heißt.



Das Stereo-Tonaufnahmesystem von Samson wird einfach ans Smartphone geklemmt und soll professionelle Klangqualität liefern.

Umfassendes Programm

Das Tagungsprogramm war durch den Einfluss der amerikanischen Partner wirklich hochkarätig besetzt. So schaffte man es beispielsweise, dass Top-Manager von Samsung, Sony, LG, Sharp und Value Electronics gemeinsam über 8K und seine Vermarktung diskutierten. Ihre Botschaft: 8K wird eine wichtige Rolle spielen, und zwar schneller als seinerzeit 4K. Denn der Trend zu größeren Bildschirmen hilft bei der Argumentation für mehr Auflö-

sung. Dabei kommt es nicht nur auf die höhere Pixel-Zahl an, sondern auch auf die wesentlich verbesserten Prozessoren und Displays, die größere Farbtiefe und die sichtbare Wirkung von HDR und Dolby Vision. Auch der Ton kann sich hören lassen.

Smarte Netzwerke

Auf der Messe zeigten etliche Firmen in einer Sonderschau „Connected Home“, wie es in einem Haus aussehen kann, wenn alle Geräte und Aktivitäten über eine gemeinsame Plattform verbunden sind. Dabei wurde das neue Betriebssystem OS 3 von Control4 vorgestellt. An ihren Ständen stellten mehrere Firmen Weltneuheiten vor, darunter durchaus auch Produkte, die vom riesigen US-Markt ihren Weg nach Europa machen können. So gab es HyperCube, einen Adapter, der mit drei USB-Anschlüssen und Micro-SD-Schacht als Backup und externer Speicher für Smartphones und iPad dienen und Content zuspiesen kann.

Die Neugründung Aurea zeigte einen sprachgesteuerten Lautsprecher, der dank eines eigenen App-Prozessors jede Musik aus dem Internet holen kann und dem Nutzer auch Zugang zu sozialen Netzwerken erlaubt. Airlife stellte



Der sprachgesteuerte Lautsprecher von Aurea kann jede Musik aus dem Internet holen.

die handtellergröße Kameradrohne Air Pix vor, die mit Gesten gesteuert wird und Selfies oder Videos live gestreamt zu Youtube, Instagram und Facebook streamen kann. Im Herbst sollen die Air Duo mit zwei HD Kameras und die wassergeschützte Air Sky folgen.

Wer mit der Tonqualität schöner Video-Aufnahmen nicht zufrieden war, konnte bei Samson gleich mehrere Alternativen finden, um Videos mit professionellem Audio zu ergänzen; z. B. ein drahtloses Stereo-Tonaufnahmesystem, das einfach ans Smartphone geklemmt wird, oder ein USB-Mikrofon, mit dem man hochwertigen Ton zum PC, iPhone oder iPad streamen kann.

Natürlich gab es auch Exoten zu sehen: Wer möchte, kann einen flachen Tischgrill (dancake) für künstlerisch gestaltete Pfannkuchen ins Sortiment nehmen, vielleicht auch eine Augenmassagebrille (Odyssey) oder einen Bluetooth-Lautsprecher, der mit sanftem Rauschen oder Entspannungsmusik, wechselnden Farben und Atemschulung für Erholung im Schlaf sorgen soll (IHome).

Die Resonanz der Aussteller war durchaus positiv. Da die Messe überschaubar ist, kam jeder in Kontakt mit den Besuchern, auch die kleinsten Firmen. Das lässt für das nächste Jahr hoffen, denn viele Firmen hierzulande suchen Präsenz im US-Handel und scheuen die riesige CES, weil sie dort eher untergehen und übersehen werden. Da ist es einen Gedanken wert, die IFA mit der CE Week und womöglich mit der CE China zu verknüpfen.



Das Auge isst mit: Mit dancake kann man Pfannkuchen künstlerisch gestalten.

Der HyperCube Adapter mit drei USB-Anschlüssen und Micro-SD-Schacht kann als Backup und externer Speicher für Smartphones und iPad dienen sowie Content zuspiesen.



Computex 2019 in Taipeh wieder gut besucht

Technik-Spielereien

Nihao, Taiwan! Oder: Guten Tag, Taiwan!

Auch 2019 wurde auf der Computex in Taipei wieder häufig Deutsch gesprochen. Unter den 42.495 Fachbesuchern aus 171 Ländern, ein Plus von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, waren so viele Deutsche, dass unser Land unter den zehn stärksten Teilnehmerländern landete. Für PoS-MAIL war Peter Weber dabei.

Auf der – nach dem Tod der CeBIT – inzwischen weltgrößten IT Fachmesse sind im Gegensatz zur CES und zur IFA die großen A-Marken kaum präsent, und selbst viele der bekannten taiwanesischen Marken wie Acer und HTC waren in diesem Jahr nicht dabei. Trotzdem konnten Einkäufer, die mit offenen Augen über die Messe gingen, viele Produkte mit guten Verkaufschancen entdecken.

Notebooks mit Variationen

Bei Notebooks, einer Domäne der lokalen Industrie, gab es zahlreiche Neuheiten, darunter das Zenbook Pro Duo von Asus, das erste Notebook mit einem zweiten großen Display oberhalb der Tastatur, damit man etwa ein Dokument zeigen kann, das auf dem anderen Display bearbeitet wird. Auch MSI brachte neue Modelle, und Avita



Der Lapscreen des aus Deutschland stammenden Unternehmens faytech wurde auf der Computex erstmals mit Schreibstiftfunktion vorgestellt.

macht aus Laptops Modeartikel mit farbenprächtigen Covern in bunten Mustern. Das aus Deutschland stammende Unternehmen faytech zeigte den Lapscreen, ein dünnes Display, das als „digitales Papier“ die Nutzung des Smartphones als Computer erlaubt oder als Zusatzdisplay am Schreibtisch dienen kann. Es wurde auf der Computex erstmals auch mit Schreibstiftfunktion vorgestellt.

Das Game ist nicht over

Neue Laptops gab es auch im nach wie vor attraktiven Gaming-Bereich, dazu Gaming-Desktops und jede Menge Ausbaumaterialien wie Motherboards, bunt beleuchtete Lüfter und Kühlsysteme, oft mit Wasserkühlung. Nicht vergessen werden sollten die hochgezüchteten Gaming-Monitore, die auch bis zu übergroßen Versionen oder gekrümmt gezeigt wurden, z. B. wie von MSI und



Bunte Gaming-Desktops gab es in Taipeh in vielen Variationen.

Asus. Die letzteren zeigten auch einen 43-Zöller im unglaublichen Seitenverhältnis 32:10; er ist bei gleicher Höhe also fast doppelt so breit wie ein 16:9 Bildschirm. In der Spielerei steckt jede Menge ernsthaftes Potential, denn Online-Games und e-Games sind ein immer noch schnell wachsender Markt mit guten Margen. Umsatz kann man auch mit aufwändig konstruierten Spezialstühlen erzielen, die nicht nur durch bequeme Polsterung und Verstellmöglichkeiten das Spielen verschönern sollen, sondern auch mit Vibrationen und Geräuschen „mitspielen“. Den Vogel schoss der deutsche Anbieter noblechairs aus Berlin ab: Er baut in sein neig- und schwenkbares, im futuristischen Kugel-Design gehaltenes Modell „Emperor“ bis zu sechs Displays ein, die er mit bunter LED-Beleuchtung und einer THX-Surround-Anlage ergänzt. Das Ding soll auch im Büro für ungeahnte Arbeitsmöglichkeiten sorgen, kostet aber je nach Ausstattung zwischen 5.000 und 30.000 Euro. Trotzdem wurde auch in diesem Jahr wie



Der futuristische Gaming Chair „Emperor“ des deutschen Anbieters noblechairs in einer schlanken Version mit „nur“ drei Displays. Möglich sind bis zu sechs Bildschirme.



schon 2017 der vom Formel1-Team lizenzierte AMG Petronas Stuhl von noblechairs als bester Gaming Chair mit dem European Hardware Award ausgezeichnet.

Massenweise Zubehör

Bei Zubehör ist Asien klar ein wahres Mekka für den Handel. Weltmarktführer Delta mit der Tochter Innergie zeigte bei Powerbanks und Ladeadaptern, warum die eingebaute Technik für Langlebigkeit und Zuverlässigkeit und damit letztendlich für Kundenzufriedenheit sowie die Sicherheit der angeschlossenen Geräte sorgt. Auch von anderen Herstellern gab es jede Menge Adapter, auch solche, die gleichzeitig laden und für ein Back-Up sorgen (iLink, Innergie, PhotoFast). Dazu kam Sicherheitszubehör wie USB Flash Drives mit Password oder Fingerprint (iSecure, iLink), USB-C-Car-Adapter, Mäuse und Tastaturen, letzte auch knatsch-bunt mit Philips-Label. Mobiltelefone waren außer den Zenphones von Asus nicht präsent, aber der Display-Zulieferer Tianma zeigte extrem dünne Displays und ein flexibles 5,5-Zoll AMOLED Display.

Smart Retail

Spannend war auch der Bereich Smart Retail mit interessanten Lösungen für den Handel. Zu sehen waren u. a. PoS-Selbstbedienungsterminals mit Touchscreen und Gesichtserkennung, diverse PoS-Terminals (Senor, POS-Lab, Clientron, Hisense) und e-Ink-Displays, die variabel als Werbefläche eingesetzt werden können. Auch Lösungen für Gesichtserkennung, Kundenidentifizierung und Frequenzmessung auf der Verkaufsfläche wurden vorgestellt, aber da gibt es in Europa wohl Probleme mit dem Datenschutz. Letztlich ist auch die



Auch Smart Retail Lösungen, hier ein PoS-Terminal von Hisense, waren auf der Computex zu sehen.

parallel zur Computex abgehaltene, riesige Start-Up Initiative Innovex mit Gemeinschaftsständen aus Frankreich, Schweden, den Niederlanden und Korea einen Besuch wert. Leider glänzte Deutschland mit Abwesenheit, sieht man mal vom Audi Innovation Award ab, der sich aber gezielt um taiwanesischen Firmengründungen kümmerte. Mehr als 1000 Start-ups stellten sich auf dem Event vor, mit oft interessanten Produktinnovationen, und gut 18.000 Messebesucher kamen extra vom Computex-Messegelände in Nangang (per kostenlosem Shuttlebus) in das Stadtzentrum, um sich das anzusehen.

Euronics Summer Convention auf Mallorca

Selbstbewusst im Jubiläumsjahr



Voll: In diesem Jahr kamen noch mehr Teilnehmer zu Euronics Summer Convention als 2018.

Auch bei ihrer neunten Auflage erfreute sich die Euronics Summer Convention auf Mallorca ungebrochener Beliebtheit. In diesem Jahr reisten sogar noch einmal mehr Teilnehmer als im Vorjahr zum Branchentreff auf die Baleareninsel. Mit gutem Grund: Denn schon auf dem Euronics Kongress im Februar hatte die Verbundgruppe angekündigt, auf der Convention exklusive Einblicke in ihre Zukunftspläne zu geben.

Erneut standen zahlreiche Vorankündigungen neuer Produkte, branchenübergreifende Keynote Sessions und Netzwerkveranstaltungen mit Handel und Industrie auf dem Programm. Zudem zog die Euronics Geschäftsführung auch eine Zwischenbilanz für das Jubiläumsjahr und diskutierte mit den Teilnehmern die strategische Weiterentwicklung der Verbundgruppe. Als besonders hilfreich empfanden die anwesenden Händler zahlreiche Praxistipps für mehr Verkaufserfolg; dazu gehörten Kommunikationstricks ebenso wie Informationen zum Thema Elektromobilität und zur Branchenentwicklung.

In Bewegung

Das Programm machte besonders deutlich, dass die Branche in Bewegung ist. Dies war auch der Tenor der externen Referenten, die interessante Impulse für alle Teilnehmer gaben. So sprach Günter Althaus als Präsident des Mittelstandsverbundes darüber, welchen Mehrwert die Arbeit im Verbund auch in der Zukunft liefern kann. Denn Euronics hat bekanntlich den Anspruch, in einem Markt, der sich rasant verändert, vorne mitzuspielen. Konkrete Szenarien mit Tipps, wie man sich als Händler auf die digitale Zukunft vorbereiten kann, bekamen die Teilnehmer von Prof. Dr. Guido Baltes. Zudem nutzten namhafte Industriepartner wie Samsung und Panasonic die Summer Convention als Plattform für eigene Veranstaltungen und boten so den Teilnehmern eine noch größere Themenvielfalt. Für Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG, war die Summer Convention deshalb wie in jedem Jahr ein beson-

deres Highlight: „Wir haben hier ein Format geschaffen, welches nicht nur durch seine mediterrane Kulisse besticht, sondern vor allem einen echten inhaltlichen Mehrwert für alle Beteiligten liefert. Ich freue mich, dass im Jubiläumsjahr so viele Mitglieder und Industriepartner unserer Einladung gefolgt sind und wir gemeinsam unser 50-jähriges Jubiläum feiern.“

50 Jahre exzellenter Service

Natürlich spielte das denkwürdige Jubiläum auch auf der Urlaubsinsel eine unübersehbare Rolle. Um auch nach einem halben Jahrhundert ein zukunftsweisender Impulsgeber für die Branche zu bleiben, setzt die Verbundgruppe in den kommenden fünf Jahren verstärkt auf strategische Weiterentwicklung. Dabei soll der bereits eingeschlagene Weg mit geschärftem Fokus weiterverfolgt werden, um die Zukunft des Handels aktiv mitzugestalten. Ziel sei es, umfassende Antworten auf die Herausforderungen der Branche zu geben und für die Mitglieder schlüsselfertige Lösungen zu entwickeln, betonte Kober. „Euronics hat in den letzten fünf Jahrzehnten eine beachtliche Entwicklung hingelegt“, erklärte der Vorstandssprecher der Kooperation. „Doch darauf wollen wir uns nicht ausruhen. Wir werden weiterhin unsere eigene Zukunft aktiv mitgestalten und die Extrameile für unsere Kunden gehen. Dafür haben wir konkrete Projekte definiert, die uns dabei helfen, die beste Verbundgruppe Deutschlands zu bleiben.“ Von dieser Neuausrichtung sollen alle im Unternehmen profitieren – vom Auszubildenden bis zum CEO, von der Zentrale bis zum Fachhändler vor Ort.



Schon ein vertrautes Bild: Moderatorin Judith Rakers beim Talk mit Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober.

Wandel im Kaufverhalten

Auch 2019 ergab die jährliche Konsumentenbefragung Euronics Trendmonitor wieder interessante Ergebnisse. Nachdem die Studie in den vergangenen Jahren gezeigt hatte, dass die großen Online-Händler in der Gunst der Konsumenten stetig steigen, ist 2019 eine deutliche Veränderung zu beobachten. Internet-Kaufportale wie z. B. Amazon werden zwar immer noch am meisten genutzt (55 Prozent), verlieren jedoch im Vergleich zum Vorjahr 17 Prozentpunkte. Damit schrumpft der Abstand zwischen den Online-Kaufportalen und dem stationären Fachhandel signifikant. 42 Prozent der Konsumenten gaben an, Elektronik im Fachhandel zu kaufen. Zudem verzeichneten die Online-Shops des Elektrofachhandels wie euronics.de einen Zuwachs von 21 auf 24 Prozent.

In der Zukunft dürfte der Bereich Service noch wichtiger werden. 18 Prozent der Befragten wünschen sich von einem Fachgeschäft einfache Komplettlösungen von der Beratung über Verkauf und Installation bis zu weiterführenden Dienstleistungen. 16 Prozent wären bereits heute bereit, für eine Beratung in ihrem Zuhause eine zusätzliche Gebühr zu bezahlen. Auch Garantieverlängerungen sind für viele Verbraucher ein attraktives Angebot, besonders bei Großgeräten wie Waschmaschinen (47 Prozent).

Neue Angebote werden ebenfalls geschätzt: 51 Prozent begrüßen Informationen darüber, wie sie ihre gekauften Produkte updaten können. Auch Tipps zur effizienten Nutzung und richtigen Bedienung der Elektrogeräte sind mit 57 Prozent beliebt, 38 Prozent finden Informationen über regelmäßige Check-up-Termine ihrer Geräte interessant. „Neue Services bieten eine hervorragende Möglichkeit für unsere Händler, nah am Kunden zu sein und einen zusätzlichen Mehrwert zu generieren“, betonte Kober. „Jetzt geht es darum, die Kundendaten datenschutzkonform so zu pflegen, dass wir diese geforderten Services auch durchgängig anbieten können.“

Auch beim Bezahlen gehen die Kunden neue Wege: Waren im Trendmonitor 2018 die Kunden beim Thema „Mobiles Bezahlen“ noch sehr skeptisch, gaben 2019 schon fast 25 Prozent an, solche Möglichkeiten zu nutzen.

In anderen Bereichen bleiben Konsumenten in Deutschland ihrer Linie treu. So gaben 50 Prozent an, sich online oder im Geschäft zu informieren und im Anschluss stationär zu kaufen. Dabei verlassen sie sich im Zuge ihrer Kaufentscheidung auf drei Informationsquellen: Die generelle Onlinerecherche (35 Prozent) sowie Testberichte und -siegel (25 Prozent), die Beratung durch den Fachhandel wird dabei wichtiger: Mit 18 Prozent legte dieses Kriterium gegenüber dem Vorjahr um 4,4 Prozentpunkte zu.

Bei der Onlinerecherche werden die Webseiten des Fachhandels wie euronics.de gut angenommen. 15 Prozent der Befragten recherchieren Produktinformationen und Angebote über Onlineauftritte von Fachhändlern. Wenn die Recherche abgeschlossen ist und das Gerät im Handel begutachtet wurde, ist die Entscheidung in der Regel getroffen. 46 Prozent der Befragten gaben an, die Preise im Laden nie auf dem Smartphone zu kontrollieren.

expert sieht Marktposition gefestigt

Solides Ergebnis

In ihrem 57. Geschäftsjahr hat die expert-Gruppe einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer von 2,14 Mrd. Euro erwirtschaftet und lag einen halben Prozentpunkt unter dem Vorjahreswert (2,15 Mrd., Euro). Angesichts des schwierigen Umfelds, bei dem Konsumfreudigkeit und Nachfrage hinter den großen Erwartungen für das WM-Jahr zurückblieben, sieht der Vorstand die Marktposition der Kooperation gefestigt.

„Wir haben unter diesen Vorzeichen ein gutes Ergebnis erzielt und das hohe Vorjahresniveau gehalten“, erklärte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Das verdanken wir der Leistungsfähigkeit unserer Fachhändler, aber auch den Initiativen, die wir zum Jahresbeginn angestoßen haben und die bereits erste Erfolge aufweisen.“ Dementsprechend positiv seien auch auch die ersten vier Monate des Jahres 2019 ausgefallen: Im Hinblick auf den Non-Food-Index Retailer der GfK entwickelte sich expert im Zeitraum Januar bis April mit einem Plus von 1,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich besser als der Markt (-0,7 Prozent).



Sieht die Kooperation gut positioniert: Der Vorstand der expert SE mit (v.l.) Gerd-Christian Hesse, Dr. Stefan Müller (Vorsitzender) und Frank Harder.



Trotz des geringfügigen Umsatzrückgangs konnte die Bonusausschüttung auf insgesamt 212,8 Millionen Euro erhöht werden und erreichte damit 12,2 Prozent des jahresbonuspflichtigen Umsatzes. Das bedeutet für die expert-Gesellschafter eine Dividende in Höhe von 235,50 Euro pro Aktie. Die Eigenkapitalquote der expert SE stieg dabei erneut auf nunmehr 37,1 Prozent. „Das verdeutlicht die Stärke der expert-Gruppe und zeigt, dass wir für die Zukunft absolut solide aufgestellt sind“, betonte Finanzvorstand Gerd-Christian Hesse. Zum Ende des Geschäftsjahres 2018/2019 zählte expert 211 Gesellschafter mit 410 stationären Geschäften. Die Anzahl der expert-Fachmärkte wuchs im vergangenen Geschäftsjahr um zwei auf 275; davon werden 62 in Eigenregie betrieben.

Mitarbeiter im Blickpunkt

Ende 2018 startete die Langenhagener Verbundgruppe eine Markenkampagne, in der die expert-Mitarbeiter und ihr tägliches Engagement im Mittelpunkt stehen. Über die reine Werbebotschaft hinaus soll „expert-Extra“ auch nach innen wirken und die Wertschätzung für qualifizierte Mitarbeiter ausdrücken. Passend dazu wurden bereits im Sommer vergangenen Jahres die Akademie-Laufbahnen entwickelt. Dieses mehrstufige Qualifizierungs- und Weiterbildungsprogramm,

das die individuellen Stärken der Mitarbeiter berücksichtigt, wurde speziell auf die Aufgaben der unterschiedlichen Funktionsebenen im Fachmarkt zugeschnitten und von den expert-Gesellschaftern sehr gut aufgenommen: Die in Zusammenarbeit mit der IHK geschaffene Weiterbildung zum Verkaufsexperten hat bereits erste Absolventen hervorgebracht; weitere Qualifizierungsbausteine sind in Planung.

Onlinegeschäft entwickelt sich positiv

Durch den im vergangenen Jahr begonnenen Ausbau des Internetauftritts konnte der Onlineanteil am Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2018/2019 signifikant gesteigert werden. Die Ergänzung der bereits vorhandenen lokalen Onlineshops der expert-Händler durch einen zentralen Onlineshop hat sich nach Ansicht des Vorstands bestens bewährt. Dabei wird das expert-Onlineangebot dadurch abgerundet, dass das gesamte Dienstleistungsportfolio der Gesellschafter auch online verfügbar ist.

Neue Service-Bausteine

Ebenfalls gut angelaufen sind die Anfang des Jahres eingeführten „Services rund ums Smartphone“: „Unser Ziel war es, für unsere Kunden einen Mehrwert über das eigentliche Produkt hinaus zu schaffen und gleichzeitig eine zusätzliche Wertschöpfungskette zu generieren“, erläuterte Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce. „Das ist uns sehr gut gelungen, und deshalb arbeiten wir jetzt mit Hochdruck am flächen-

deckenden Rollout.“ Schon jetzt bieten bereits 100 expert-Standorte gemeinsam mit einem externen Dienstleister einen Ankauf-Service für ältere Smartphones an, bis Ende September sollen es 200 werden. Bereits an 120 Standorten wird das Datenmanagement für Smartphones und Tablets angeboten, diese Zahl soll bis Ende September auf 250 steigen. Bei der Smartphone-Sofortreparatur sind erste Tests angelaufen und haben positive Effekte gezeigt.

Fortschritte gibt es auch bei den angekündigten Mobilfunktarifen zum Einstiegspreis: Seit dem 1. Juli 2019 ergänzt expert das von den expert-Gesellschafter vermarktete Tarifangebot in Kooperation mit mobilcom-debitel um zusätzliche Optionen.

Neubau der Logistik

Nach dem im vergangenen Jahr erfolgten Erwerb des Grundstücks Bayernstraße 6 in unmittelbarer Nachbarschaft der expert-Zentrale hat nun die konkrete Planungsphase für ein neues Logistikgebäude begonnen: Noch im Herbst sollen die Bauarbeiten beginnen und 2021 abgeschlossen sein. Mit dem Neubau bekennt sich die Verbundgruppe zum Standort Langenhagen und zu den Arbeitsplätzen im Bereich Logistik am Stammsitz der expert SE.

Wie bereits im April dieses Jahres angekündigt, wollen expert und Euronics künftig ihre Frühjahrmessen an einem gemeinsamen Termin abhalten – erstmals im Frühjahr 2021. Veranstalter und Gastgeber wird die Messe Berlin sein.

TP Vision erweitert Philips OLED TV-Sortiment

Noch mehr Bildqualität



Die dritte Generation des P5-Prozessors sorgt bei den neuen Philips OLED TVs (hier das Modell 854) für noch mehr Bildqualität.

Mit der Einführung der neuen OLED-Modelle OLED 804 und 854 will Philips TV & Audio die Messlatte für eine möglichst naturgetreue Bildqualität noch einmal höher legen. Dazu werden aktuelle OLED-Panels mit der leistungsstärkeren dritten Generation der P5-Engine kombiniert. Die Android TV Plattform arbeitet mit dem integrierten Google Assistenten, hört aber auch auf Amazon Alexa.

Dass die neue Philips OLED TV-Generation sichtbare Verbesserungen in der Bildqualität zeigt, ist der neuen Generation des P5-Prozessors zu verdanken, mit der die-

se Fernseher ausgestattet sind. Sie behält die spezielle Zwei-Chip-Architektur für die Bildverarbeitung bei, fügt dieser jedoch zusätzliche Rechenkapazität hinzu, um noch anspruchsvollere Aufgaben ausführen zu können. Im Ergebnis bedeutet dies nach Angaben von TP Vision eine 20-prozentige Verbesserung der Bildqualität gegenüber der bisher schon marktführenden zweiten Generation des P5-Chips. Das betrifft Rauschunterdrückung, Schärfe und Kontrast bei allen Quellen sowie weitere Verbesserungen bei der SDR- auf HDR-Wandlung mit Perfect Natural Reality.

Mehr Rechenleistung

Eine erstklassige Rauschunterdrückung war zwar schon immer Teil der P5-Bildverarbeitung, aber in der neuen Ver-

sion wird durch die Kombination der ausgefeilten Bewegungserkennung mit spatialer- (räumlicher) und temporaler (Tiefpass-) Rauschreduzierung ein noch besseres Ergebnis erzielt, ohne dass störende Verschleierungen auftreten. Noch mehr Bildschärfe erzielt die neue P5-Engine über zusätzliche Merkmale wie das De-Contour Enhancement, Bit-Depth Calculation und Sparse Filtering. Der bisherige Detail Enhancer wurde mit einer Funktion für Detail Protection und Restoration aufgewertet, um natürlichere Ergebnisse zu erzielen. Der zusätzliche Dejaggy Filter verfügt über eine höhere Effizienz sowohl bei flachen als auch steilen diagonalen Linien. Dadurch entsteht ein sichtbar besseres Bild mit feineren Linien und kleinsten Details bei deutlich größerer Bildtiefe. Auch Perfect Natural Reality wurde weiterentwickelt. Die Technologie arbeitet jetzt mit einer Spiegelungserkennung, um deutlich realistischere Bilder mit natürlichen Hauttönen zu erzielen. Das unterstützt auch die Umsetzung von SDR-Inhalten zu HDR-ähnlichen Bildern.

Mit Dolby Vision

Ergänzt wird die höhere Leistung des Prozessors durch die Integration von Dolby Vision, für die das Philips TV-Team in enger Zusammenarbeit mit Dolby den P5 auf die Wiedergabe von Dolby Vision-Inhalten abgestimmt hat, um sichtbare Vorteile bei Rausch- und Artefaktreduzierung sowie Verbesserungen bei Schärfe und Bewegungsdarstellung zu erzielen. Diese Technik steckt jetzt nicht nur in den neuen Philips OLED TVs, sondern in über 90 Prozent der aktuellen Palette, beginnend bei der neuen 6000er Serie. Damit unterstützen die Philips TVs alle relevanten HDR-Formate: HDR10, HDR10+, Dolby Vision und HLG.

Die neuen Philips OLED TVs mit dreiseitigem Ambilight, das erstmals auch eine sanfte Weckfunktion mit Musik und simuliertem Sonnenaufgang bietet, sind ab sofort verfügbar. Der OLED854 (mit Chromrahmen und schwenkbarem T-förmigen Fuß aus dunklem Chrom) kostet 3.399 Euro (UVP 65 Zoll) bzw. 2.299 Euro (UVP 55 Zoll); der OLED 804 (mit Chromrahmen und schlanken Metallfüßen) ist für 3.299 Euro (UVP 65 Zoll) bzw. 2.199 Euro (UVP 55 Zoll) zu haben.

Philips Bluetooth In-Ear-Kopfhörer

Nach dem Erwerb der Lizenz für die Marke Philips im Audio Bereich wird TP Vision auf der IFA mehrere Produkte in diesem Bereich vorstellen. Dabei will sich das Unternehmen vor allem auf die Wachstumsegmente Connected/Bluetooth Audio und Kopfhörer konzentrieren. Dazu kommen natürlich Soundbars als Ergänzung für die Fernseher.

Bereits angekündigt wurden die neuen Philips True Wireless In-Ear-Headphones SHB2515, die ihren Nutzern eine hervorragende Klangqualität bieten, ohne dass diese um die Akku-Laufzeit bangen müssen. Denn die Aufbewahrungsbox dient als Powerbank und kann die Kopfhörer bis zu 22 mal laden. Das ergibt bei einer Betriebsdauer

von fünf Stunden pro Ladung eine großzügige Gesamtspielzeit von rund 110 Stunden, die für einen ganzen Urlaub reichen kann.

Ein weiteres pfiffiges Detail: Die Powerbank kann auch das Smartphone mit Strom versorgen.

Natürlich sind die neuen Philips In-Ears auch zum Telefonieren geeignet; der neueste Bluetooth-Standard 5.0 macht das Pairing mit dem Mobilgerät besonders komfortabel.

Die Philips SHB2515 Kopfhörer sind in Schwarz ab August für 119,99 Euro (UVP) erhältlich. Im September soll eine weiße Version folgen.



Innovativ: Die Aufbewahrungsbox der neuen Philips True Wireless In-Ear-Headphones SHB2515 dient als Powerbank und kann die Kopfhörer bis zu 22 mal laden.

Panasonic rüstet OLED TVs weiter auf Mit Netflix Calibrated Mode

Panasonic macht seine aktuellen OLED Fernseher noch attraktiver für Streaming-Fans und Cineasten: Mit dem neuen Bildschirm-Modus Netflix Calibrated können die Einstellungen des Fernsehers an die Konfigurationen der Film- und Fernsehmacher angepasst werden, um den Zuschauern die Programme so zu präsentieren, als ob sie direkt aus den Studios in Hollywood stammen würden. So will Panasonic auch im Streaming-Bereich authentische Bildqualität sicherstellen.

Panasonic und Netflix können auf eine lange Partnerschaft zurückblicken, in der beide Seiten gemeinsam daran arbeiten, den Kunden die bestmögliche Bildqualität zu bieten. Dank dieser engen Partnerschaft können die aktuellen OLED Modelle von Panasonic nach Angaben des Herstellers ab sofort das Film- und Serienangebot von Netflix absolut originalgetreu darstellen. Dazu genügt eine simple Menü-Einstellung, um die Netflix-Inhalte mit den präzisen Farben, dynamischen Kontrasten und fließenden Bewegungen wiederzugeben, die ihre Urheber beabsichtigt haben.

Der Netflix Calibrated Mode ist für den gesamten Netflix-Katalog mit TV-Serien, Dokumentationen, Filmen und allen anderen Formaten verfügbar. So können z. B.

Eine simple Menü-Einstellung soll ausreichen, damit aktuelle Panasonic OLED TVs Netflix-Inhalte in Studioqualität wiedergeben.



Fans von „Stranger Things“ die Schrecken der Schattenwelt intensiver erleben als je zuvor.

„Qualität ist für uns wichtiger als alles andere. Deshalb freuen wir uns sehr, den Netflix Calibrated Mode für Panasonic OLED Fernseher zu ermöglichen, damit unsere Nutzer das fantastische Angebot an Geschichten auf Netflix so authentisch wie nie erleben können“, sagte Rob Caruso, Vice President of Device Partner Engagements bei Netflix.

„Das Motto von Panasonic für 2019 ist, noch mehr Hollywood in noch mehr Wohnzimmer zu bringen“,

fügte Yasushi Murayama, Head of Audio Visual Products bei Panasonic Europa, hinzu. „Das ist uns bereits gelungen, indem wir Dolby Vision und Dolby Atmos in den Großteil unseres Sortiments bis ins mittlere Preissegment integriert haben. Mit unserer Partnerschaft lassen wir unseren Worten erneut Taten folgen und stellen noch mehr Zuschauern Bilderlebnisse in Studioqualität zur Verfügung.“

Der Netflix Calibrated Mode wird von den Panasonic TV-Modellen GZW2004, GZX1509, GZN1508, GZF1507, GZT1506, GZW1004 und GZW954 unterstützt.

PoS-Aktuell

Vogel's übernimmt Generalimporteur Schnepel

Vogel's, nach eigenen Angaben Marktführer im Bereich TV-Halterungssysteme, hat die Übernahme des deutschen Generalimporteurs Schnepel mit sofortiger Wirkung bekannt gegeben. Die deutsche Organisation wird Teil der Vogel's Gruppe sein. Mit der Akquisition soll die Wachstumsstrategie von Vogel's durch eine direkte Marktbearbeitung fortgesetzt werden.

Seit mehr als 40 Jahren ist die Schnepel GmbH & Co. KG als Generalimporteur für Vogel's im Consumer- und B2B-Markt in Deutschland aktiv. Mit Wirkung zum 22. Juli 2019 haben die Anteilseigner der Schnepel GmbH & Co. KG hundert Prozent der Anteile an die Vogel's Holding B.V. übertragen (mit Sitz in Eindhoven, Niederlande) und damit alle Aktivitäten für den deutschen Markt an Vogel's übergeben. In Kürze soll der Firmenname in Vogel's Deutschland GmbH geändert werden. Nach einer kurzen Übergangszeit wird sich Schnepel auf ihre eigene Markenmöbelproduktion der Schnepel Systemmöbel GmbH konzentrieren, heißt es in einer Pressemitteilung.

LG integriert Apple Airplay 2 und unterstützt HomeKit

LG Electronics hat Apple AirPlay 2 in alle 2019er TV-Modelle mit künstlicher Intelligenz (KI bzw. AI für Artificial Intelligence) und Alpha-Prozessoren der zweiten Generation integriert; gleichzeitig wird HomeKit auf diesen Geräten unterstützt. Damit ist LG nach eigenen Angaben der erste weltweit agierende Hersteller, der HomeKit unterstützt.

Die Features sind nach einem Firmware-Rollout, der Anfang August



W9, E9 und C9, im NanoCell-Bereich die Produktfamilien SM98, SM90, SM86 und SM85 und im UHD-Bereich das Modell 86UM76.

Mit AirPlay 2 können Inhalte von einem iPhone, iPad oder Mac direkt über den Fernseher wiedergegeben werden – Dolby-Vision-Inhalte eingeschlossen. Ebenso lassen sich Filme und Serien aus der Apple-TV-App oder anderen Video-Apps abspielen sowie Fotos direkt auf dem LG-Fernseher betrachten. Apple Podcasts, Apple Music, Tracks aus der Bibliothek und auch Streaming-Dienste lassen sich sowohl über den LG TV als auch über andere AirPlay 2-kompatible Lautsprecher synchron abspielen.

Dank HomeKit können Anwender ihr smartes Zuhause bequem mit der Home App oder mit Siri auf ihren Apple-Geräten steuern. Die 2019er LG AI TVs lassen sich problemlos zur Home App hinzufügen, über die grundlegende TV-Funktionen wie An- und Ausschalten, Lautstärke oder Signalquelle gesteuert werden können. Zusammen mit anderen Accessoires können LGs AI TVs zudem in HomeKit-Szenen oder -Automationen eingebunden werden.

„Wenn es um technologische Innovationen im TV-Sektor geht, bleibt LG an der Spitze. Wir sind kontinuierlich bestrebt, ein perfektes Heimkino-Erlebnis zu liefern“, sagte Brian Kwon, President der LG Mobile Communications and Home Entertainment Sparte. „Mit Apple AirPlay 2 und dem Support für HomeKit verdeut-

abgeschlossen sein sollte, auf allen LG OLED TVs, NanoCell TVs und UHD TVs mit α9- bzw. α7-Prozessor verfügbar. Im OLED-Bereich sind das die Modellreihen

lichen wir unser Engagement, Verbrauchern einen Mehrwert zu bieten, der über erstklassige Bildqualität hinausgeht.“

Toshiba-TV mit Lieferando-Promotion

Unter dem Motto „What's your mood today?“ fragt Toshiba TV von September bis November TV-Fans und spendiert beim Kauf des 55 Zoll 4k-Aktionsmodells 55U6863DAZ einen 100 Euro Lieferando.de Gutschein.

Der 55 Zoll 4K UHD TV mit verchromtem Standfuß hat eine vierfach höhere Auflösung als Full HD Modelle und bietet viele Apps wie Netflix, Prime Video, Youtube und Deezer. Ausgestattet ist der TV mit einem Triple Tuner und Soundintegration von Onkyo.



Darüber hinaus verfügt das Modell über HDR10 und Dolby Vision. Für eine bis zu 38 Prozent höhere Energieeffizienz sorgen Umwelt Modus und Energieeffizienzklasse A+.

Die Aktion findet vom 02.09-20.11.2019 bei teilnehmenden Handelspartnern stationär und online statt. Kunden können sich auf der Aktionswebsite www.toshiba-tvpromotion.de registrieren, den Kaufbeleg hochladen und erhalten dann den Lieferando.de Gutschein per E-Mail.

Beworben wird die Aktion online und mit Aufstellern am Point of Sale.

Aufbruch in die Zukunft mit 8K und AIoT

Sharp auf der IFA



Auch im Bereich 8K TVs sind bei Sharp auf der IFA Neuheiten zu erwarten.

Für Sharp markiert die IFA 2019 einen wichtigen Meilenstein der globalen Strategie, das Unternehmen in der Welt der Consumer-Technologien wieder auf einem Spitzenplatz zu positionieren. Mit seiner Vision „Wir verändern die Welt mit 8K und AIoT“ will der Konzern den Alltag vieler Menschen mit smarten Produkten bereichern und im Zukunftssegment 8K eine führende Rolle spielen. Dazu kommen weitere Neuheiten in den Bereichen TV, Audio, Mobile und Hausgeräte. Zudem ist Dynabook, das ehemalige Toshiba Computer-Business, als neuestes Mitglied der Sharp-Familie auf dem Stand präsent.

Kai Thielen, der seit Anfang des Jahres die Position des Marketing Directors Europe bei Sharp innehat, sieht die IFA als willkommene Gelegenheit, um die Stärken von Sharp den internationalen Fachbesuchern und der interessierten Öffentlichkeit nahezubringen: „Die lange Geschichte von Sharp ist von Erfindergeist und Innova-

tionen geprägt. Von der großen Erfahrung in Forschung und Entwicklung profitiert Sharp noch heute bei der Entwicklung von zukunftsweisenden Technologien wie 8K und AIoT. Das hilft auch uns in Europa, die Marke Sharp

Kai Thielen, Marketing Director Europe bei Sharp: „Die Konzentration auf die richtigen Zukunftsthemen kann uns auch in Europa eine gesicherte Marktposition verschaffen.“



wieder stärker zu positionieren. Als kundenorientierte, innovative Marke kann uns die Konzentration auf die richtigen Zukunftsthemen eine gesicherte Marktposition verschaffen.“

Von 8K erwartet Sharp dabei Impulse für den Technikmarkt weit über das TV-Segment hinaus. Die Verantwortlichen wissen, wovon sie sprechen, denn der Konzern beherrscht die gesamte 8K-Wertschöpfungskette von der Aufnahme über die Bildspeicherung, -analyse, -bearbeitung und -übertragung (mit 5G) bis zur Wiedergabe auf TVs sowie kommerziellen, industriellen und speziellen Displays. Damit kann Sharp bei praktisch allen 8K-Anwendungen vom Broadcast-Bereich über Sicherheitssysteme und industrielle Qualitätskontrolle bis zum Medizin- und Gesundheitssektor eine führende Rolle spielen.

Attraktives Sortiment für den Fachhandel

Auf dem IFA-Stand von Sharp geht es natürlich nicht nur um Zukunftsvisionen, sondern auch um Neuheiten, die beim Fachhandel kurzfristig für Umsatz und Rendite sorgen können. Bereits im Frühjahr hatte das Unternehmen vier neue 4K UHD Smart LED TVs mit Bildschirmdiagno-

sen von 60 und 70 Zoll eingeführt, die mit elegantem Design, einem Soundsystem von harman/kardon und hervorragender Bildqualität genau die aktuellen Trends widerspiegeln. Da kann man erwarten, dass der Konzern in Berlin noch einmal nachlegt. Dabei dürfte die Themen Dolby Vision und Dolby Atmos sowie Android TV im Mittelpunkt stehen. „Sharp hält an seinem Anspruch fest, Premiumanbieter für Premiumpartner zu sein“, betonte Thielen. „Für den Fachhandel ist die IFA die wichtigste Messe, vor allem im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft. Deshalb werden wir auf dem Sharp Stand den Fokus klar auf unsere Handelspartner ausrichten und den B2B Bereich vergrößern.“

Bereits angekündigt wurde das neue Smartphone-Flaggschiff Sharp Aquos R3, mit dem das Unternehmen nicht nur seine Kompetenz als Japans Marktführer im Android-Segment nach Europa bringen, sondern auch mit seiner Display-Expertise Maßstäbe setzen will. Mit dem 6,2" IGZO 5 Display erreicht das Aquos R3 eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit mit einer Bildwiederholrate von 120Hz in der QuadHD+-Auflösung von 3.120 x 1.440 Pixeln. Rund eine Milliarde verfügbare Farben stehen für eine wirklichkeitsnahe Bildwiedergabe in HDR-Qualität. Beim Thema Kamera setzt Sharp beim Aquos R3 auf eine High-End Dual-Lösung mit einer Fotokamera mit 12,2 MP Sensor, F1,7 Blende und AI-Gesichtserkennung; dazu kommt eine 125 Grad Weitwinkel-Videokamera mit 20,1 MP Sensor. Der Co-Prozessor ProPix 2 steuert Weissabgleich, Helligkeit, Kontrast und hilft, verwackelte Bilder zu vermeiden. Hier nutzt Sharp Synergien aus der TV-Entwicklung, bei der ProPix2 ebenfalls Anwendung findet. Darüber hinaus wird auch AI-Technologie eingesetzt, um die Bildqualität zu erhöhen und neue Features zu ermöglichen. Dazu gehört z. B. die „AI Live Story-Funktion“, die bereits während der Videoaufnahme automatisch einen 15-Sekunden-Zuschnitt erstellt, der die schönsten Momente festhält und – auf Wunsch ergänzt mit Musik, Effekten oder Filtern – sofort in sozialen Medien geteilt werden kann.

Bessere Luft

Wie kaum eine andere steht die Marke Sharp für Klimaanlagen. Diese Kompetenz steckt auch in den effizienten Luftreinigern der Serien UA-HD und UA-HG, die vor allem Allergikern helfen können, ihre Lebensqualität deutlich zu verbessern. Diese Zielgruppe ist groß, denn laut einer Studie des Robert Koch-Institutes (RKI) leidet fast jeder dritte Deutsche an einer entsprechenden Erkrankung. Da Pollenflug nicht der einzige Allergieauslöser ist, befreien Sharp-Luftreiniger die Raumluft mit einem dreistufigen Filtersystem von zahlreichen weiteren, allergieauslösenden Partikeln und verbessern die Luft zusätzlich mit negativen und positiven Ionen. Dazu setzt Sharp seine patentierte Plasmacluster-Ionen-Technologie ein, mit der die Wirkung der natürlich vorkommenden Ionen in der Luft verstärkt wird. Zudem vernichten die Luftreiniger geruchsbildende Bakterien, beseitigen statische Aufladungen und erzeugen eine angenehme Luftfeuchtigkeit, die nicht den Atemwegen, sondern auch der Haut gut tut. Abgerundet wird die Ausstattung von Temperatur-, Bewegungs- und Geruchssensoren sowie der Möglichkeit zur automatischen Steuerung der Luftqualität und zur Befeuchtung von trockener Luft in Heizperioden. Dabei arbeiten die Sharp Geräte leise, schnell und energieeffizient; sie sind in verschiedenen Versionen für unterschiedliche Raumgrößen (21 bis 50 Quadratmeter) erhältlich.



Im neuen Sharp Aquos R3 stecken modernste Display-Technologien und die Kompetenz von Sharp als Japans Marktführer im Android-Segment.

Neuer 2-in-1 Radiowecker von Thomson

Der neue CR400iBT ist nicht nur ein eleganter Radiowecker, sondern gleichzeitig auch ein kabelloser Lautsprecher, der sich über Bluetooth mit dem Smartphone verbindet. Das integrierte FM-Radio verfügt über eine automatische Suchfunktion und die Möglichkeit zur Speicherung von bis zu 40 Sendern.



Auch eine Freisprechfunktion ist verfügbar, mit der man Anrufe im Bett tätigen kann. Der CR400iBT ist mit einer Temperaturanzeige ausgestattet. Die Bildschirmbeleuchtung ist regulierbar und lässt sich auch ganz ausschalten.

Um das drahtlose Smartphone durch Induktion aufzuladen, legt man es einfach darauf. Gleichzeitig können zwei weitere Geräte über zwei USB-Anschlüsse aufgeladen werden.

Der Radiowecker CR400iBT ist ab sofort zum Preis von 69,90 Euro (UVP) erhältlich.

One For All bringt TV-Stativ Tripod



Das neue TV-Stativ Tripod ist um 360° schwenkbar und lässt sich schnell und einfach platzieren. Damit kann der Betrachtungswinkel individuell eingestellt werden.

Tripod eignet sich bei schlanker Ausführung gleichwohl für QLED, OLED und LED-Schirme der Größen 32 bis 65 Zoll. Unterstützt werden entsprechend Vesa-Größen bis 400 x 400. Die maximale Belastbarkeit liegt bei einem Gewicht von 30 kg. Eine praktische Soundbarhalterung gehört zum Lieferumfang.

Zur Auswahl stehen zwei Ausführungen in Nussbaum (Gun-Metal-Lackierung, WM 7471) und Eiche (Silbergrau-Lackierung, WM 7472). Ein Kabelmanagement in Echtleder unterstützt den wertigen Look. Verchromte Oberflächen sorgen für edle Akzente.

Der Tripod von One For All ist ab sofort zum Preis von 299 Euro (UVP) erhältlich.

Wasserdichter Bluetooth-Lautsprecher von Hama

Hama stellt mit dem Soundcup-D einen wasserdichten 2-in-1-Bluetooth-Lautsprecher vor, der sich über ein einfaches Klicksystem in zwei einzelne Lautsprecher teilen lässt, die frei im Raum platziert werden können. Alternativ lassen sich die geteilten Lautsprecher auch einzeln mit einem Gerät verbinden, etwa bei zwei verschiedenen Musikquellen.

Die abnehmbare, ultraflexible Silikonhülle hat als kleines Extra sogar noch eine Lasche zum Aufhängen des Lautsprechers. Damit kann der Soundcup-D sogar mit unter die Dusche genommen werden.

Der wasserdichte Bluetooth-Lautsprecher inklusive micro-USB-Ladekabel ist ab sofort für 79,99 Euro (UVP) erhältlich.



Pocket Guide Künstliche Intelligenz

Der neue Pocket Guide Künstliche Intelligenz ist ein Einkaufsberater der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, der in

2019er LG TVs mit KI ab sofort mit Amazon Alexa

LG integriert in seinen 2019er TV-Modellen mit künstlicher Intelligenz (KI) ab sofort Amazon Alexa. Das Update ist als TV-Software-Update für Geräte mit ThinQ-KI verfügbar. Dazu gehören alle OLED-TVs, NanoCell-TVs und UHD-TVs.

Nach der Integration des Google Assistant im Jahr 2018 bieten die TVs mit ThinQ-KI durch die Erweiterung um Amazon Alexa noch mehr Möglichkeiten. Über die Alexa-App können Besitzer kompatibler LG TVs ihren Geräten Fragen stellen, Smart-Home-Anwendungen steuern oder auf eine der über 90.000 Alexa Funktionen zugreifen. Ein separates externes Gerät wird dabei nicht benötigt.

Alexa wird aktiviert, indem der Nutzer die Amazon Prime-Taste auf der Fernbedienung länger als zwei Sekunden gedrückt hält. Vor der ersten Nutzung ist einmalig eine Verbindung mit dem persönlichen Amazon-Konto einzurichten.



Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) erscheint.

Der Pocket-Guide KI umfasst folgende Themen:

- Was bedeutet KI? – Intelligente Maschinen: Warum selbstlernende Algorithmen die Funktion von Geräten verbessern.
- Digitale Assistenten – Stets zu Diensten: Sprache ist ein Zeichen von Intelligenz. Das gilt auch für Geräte im Haushalt.
- Haushalt – Eine saubere Sache: KI-Funktionen erledigen viele Aufgaben automatisch, sparen Wasser und Energie.
- Auto – Digitaler Co-Pilot: KI vermeidet Unfälle und ebnet den Weg zum autonomen Fahren.
- Foto & Video – Mehr als die Kamera erlaubt: Wenn Bilder besonders gut aussehen, ist meistens KI im Spiel.
- Audio – Immer der beste Sound: Schluss mit der Klangkorrektur von Hand. KI-Funktionen erledigen das automatisch.

Der neue Pocket Guide Künstliche Intelligenz steht auf den Internetseiten der gfu sowie der Partner BVT und hitec Magazin zum kostenlosen Download zur Verfügung. Der Pocket Guide kann zudem vom Fachhändler in zwei Versionen (mit und ohne Händlerindruck) bestellt werden (Staffelpreise und Händlerindruck auf Anfrage).



Neuer kabelloser Kopfhörer von Thomson

Thomson bringt unter der Bezeichnung WHP6309BT „Senior 4in1“, einen kabellosen Kopfhörer auf den Markt, der sich nach Herstellerangaben durch herausragende Audioqualität mit besten Trage- und Bedieneigenschaften auszeichnet. Das In-Ear-Modell mit weichen Silikon-Aufsätzen und dem leichten und biegsamen Kinnbügel eignet sich sowohl für Brillenträger als auch für bequemes Chillen auf dem Sofa. Ist der Fernseher Bluetooth-fähig, kann er direkt mit dem Kopfhörer kommunizieren. Wenn nicht, wird per Cinch-, Klinken- oder Toslink-Kabel ein Sender an den TV angeschlossen. Der wiederum funkt die Audiosignale dann an den Kopfhörer.

Direkt am Kopfhörer lässt sich die Lautstärke regeln und die Balance für jedes Ohr indivi-



duell einstellen. Mit einem zuschaltbaren Mikrofon werden darüber hinaus Umgebungsgeräusche, wie beispielsweise Unterhaltungen, erfasst und übertragen. Per einfachem Knopfdruck können sogar Smartphone-Anrufe entgegengenommen werden. Der neue WHP6309BT „Senior 4in1“ ist ab sofort zum Preis von 79,99 Euro (UVP) verfügbar.

TechniSat bringt Update für Smart-Home-System

Aktuelle Software-Updates für die Connect-App und die Zentraleinheit des Smart-Home-Systems von TechniSat bringen nicht nur neue Funktionen, sondern machen die Bedienung noch komfortabler.

So können z. B. vorhandene Philips Hue Bridges (als zentrale Steuereinheiten der Hue-Lampenwelt) in das TechniSat Smart-Home-System integriert werden. Hierbei wird die Hue Bridge bei der TechniSat Zentraleinheit „eingelernt“. Die Zentraleinheit kann anschließend auf Lampen und Räume der Hue Bridge zugreifen und diese in der Connect-App bereitstellen. Zur Steuerung genügt dann die TechniSat App oder die Fernbedienung der Zentraleinheit. Durch die neuen Updates sind jetzt auch Push-Mitteilungen, die den Nutzer bei Eintritt speziell definierter Ereignisse auf dem Mobilgerät informieren oder alarmieren, auf dem TV-Bildschirm möglich. Die TechniSat Connect-App wurde grundlegend überarbeitet. Vor allem auf dem Smartphone herrscht nach dem Update mehr Übersicht, die Bedienung wurde deutlich verbessert. Hierzu trägt u. a. ein neues Tab-Design bei. Das bedeutet, dass Informationen in der Smart-Home-Welt (Favoriten, Räume, Geräte, Szenen) als übersichtliche Tabs angezeigt werden. Die Benutzerführung innerhalb der Ein- und Auslernprozesse von Komponenten wurde mit neuen Texten, mehr Hilfestellungen sowie Video- und Bedienungsanleitungen erweitert.





Georg Schmitz-Axe: „Wir sprechen mit unseren Qualifizierungsmaßnahmen nicht nur das Verkaufspersonal, sondern auch Führungskräfte an.“

Georg Schmitz-Axe, Leiter des Bereichs Telekom Partner

„Der Mensch macht den Unterschied

Am 1. April 2019 hat Georg Schmitz-Axe von Bijan Esfahani, der auf die Position des Leiters Telekom-Shops wechselte, die Leitung des Bereichs Telekom-Partner bei der Telekom Deutschland übernommen. Der 41jährige ist kein Newcomer in der Zusammenarbeit mit den Handelspartnern. Er stieß vom Institut für Handelsforschung zur Telekom und arbeitete 2005/2006 an der Entwicklung des Agentur-Konzeptes mit. Nach verschiedenen Aufgaben bei der Entwicklung von Strategien für die Telekom Shops und in der Vertriebssteuerung war er zuletzt drei Jahre als Leiter Key-Account Management tätig. PoS-MAIL hat mit Georg Schmitz-Axe darüber gesprochen, welche Schwerpunkte er bei der Zusammenarbeit mit den Telekom Partnern setzen will.

PoS-MAIL: Herr Schmitz-Axe, der Bereich Telekom Partner hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. Können Sie die Dinge nach der Übernahme Ihrer neuen Position entspannt angehen?

Georg Schmitz-Axe: Das wäre bei der Schnelligkeit, mit der sich die Märkte verändern, sowohl für die Telekom als auch für unsere Partner fatal. Ich hatte aber tatsächlich das Privileg, in eine gut etablierte Struktur einzusteigen, die ich aus meinen früheren Tätigkeiten bereits gut kenne. Der Bereich Telekom Partner steht mit

guten Händlern auf einem stabilen Fundament und hat eine bewährte Kooperationskultur. Besonders fruchtbar ist dabei die Zusammenarbeit mit dem Händlerbeirat, der unsere Partner vertritt und mit dem wir neue Dinge erarbeiten, um den Markt weiter zu entwickeln.

PoS-MAIL: Welche Ziele haben Sie bei dieser Weiterentwicklung des Marktes?

Georg Schmitz-Axe: Wir wollen den Kunden wie bisher das beste Einkaufs- und Markenerlebnis für Telekommunikation in Deutschland bieten. Dafür müssen wir uns ständig bewegen, um mit neuen Produkten und Strategien den schnellen Veränderungen der Technik und der Konsumpräferenzen gerecht zu werden. Dabei sollen die Kunden bei unseren Partnern keinen Unterschied zwischen Handelsmitarbeitern und unserem eigenen Telekom-Personal erkennen können. Denn wir wissen: Die Telekom hat zwar, unserer Ansicht nach, die beste Produktpalette und die besten Dienste auf dem Markt, aber am Ende machen die Menschen den Unterschied. Um diese Menschen zu motivieren und zu qualifizieren, unterstützen wir gerne mit neuen Konzepten und Maßnahmen den Mut, den Fleiß und die Innovationsfreude unserer erfolgreichen Partner.

PoS-MAIL: Welche Maßnahmen stehen da auf dem Programm?

Georg Schmitz-Axe: Wir setzen in diesem Jahr besonders auf die Qualifizierung – und da sprechen wir nicht nur das Verkaufspersonal, sondern auch Führungskräfte an, denen wir helfen möchten, ihre Teams richtig zu führen und jede einzelne Verkäuferin oder jeden einzelnen Verkäufer besser zu machen.

Am 1. Juli ist unsere Sales Academy für Partner und Agenturen gestartet. In diesem E-Learning-Portal sollen alle, die es möchten, lernen können. Deshalb sind die Inhalte auf allen Endgeräten nutzbar, so dass die Verkäufer sich einloggen können, wann und wo sie es wollen. Dabei werden sie von einer intuitiven Bediener-/Nutzeroberfläche und einer intelligenten Suche nach Stichworten unterstützt.

PoS-MAIL: Welche inhaltlichen Schwerpunkte setzen Sie dabei?

Georg Schmitz-Axe: Zur Zeit legen wir einen besonderen Fokus auf unsere Vermarktungsschwerpunkte Breitband und Festnetz sowie auf die Innovationsprodukte TV, Smart Home und IoT. Im Geschäftskundenbereich ist die Umstellung auf VoIP immer noch ein großes Thema.

PoS-MAIL: Geht es bei der Qualifizierung des Personals vor allem um Produkte?

Georg Schmitz-Axe: Nein. Wir wollen auch die Persönlichkeiten des Verkaufspersonals und der Führungskräfte weiter entwickeln und sie in die Lage versetzen, ihre eigene Entwicklung selbst zu steuern. Denn am Ende geht es nicht nur um Produkte, sondern darum, den Kunden positive Erfahrungen zu bieten. Dazu braucht man Menschen, die immer wieder neu darüber nachdenken, wie sie Kundenzufriedenheit weiter erhöhen können. Dabei können übrigens auch stationäre Händler durchaus von Online-Spezialisten lernen, denn diese verbessern praktisch täglich ihre Schnittstellen zum Kunden. Das sollten wir im stationären Handel auch tun, denn nur zufriedene Kunden kommen wieder.

PoS-MAIL: Nun fungieren ja nicht nur Menschen als Schnittstellen zum Kunden, sondern auch die Geschäfte.

Georg Schmitz-Axe: Das ist richtig, und deshalb werden wir noch in diesem Jahr ein neues Shop-Design für unsere Exklusiv-Partner einführen. Dabei werden wir für teilnehmende Händler auch eine Kundenfrequenz-Messanlage installieren, denn es geht ja am Ende darum, dass die Besucher zu Kunden werden. Auch bei der professionellen Gestaltung ihrer Online-Auftritte wollen wir unsere Partner stärker unterstützen.

PoS-MAIL: Sie haben sich ja viel vorgenommen.

Georg Schmitz-Axe: Die Telekom-Partner und vor allem die Exklusiv-Partner entwickeln sich deutlich besser als der Markt und haben es deshalb verdient, dass wir sie intensiv unterstützen. Darin sehe ich den Kern meiner Aufgabe, und ich will den Bereich Telekom-Partner, genauso wie mein Vorgänger, so führen, als wenn es mein eigenes Unternehmen wäre.

PoS-MAIL: Dabei wünschen wir Ihnen viel Erfolg und danken Ihnen für dieses Gespräch.

Startschuss für 5G-Ausbau in Deutschland

Nach dem Abschluss der Frequenzauktion hat die Telekom den Startschuss für 5G in Deutschland gegeben. Bis Jahresende sollen rund 300 5G-Antennen an mehr als 100 Standorten gebaut und in Betrieb genommen werden. Der Ausbau startet zunächst in Berlin und Bonn, dann folgen Darmstadt, Hamburg, Leipzig und München. In den nächsten 18 Monaten sollen die 20 größten Städte Deutschlands mit 5G angebunden werden. Die Telekom beginnt den 5G-Ausbau in Metropolen, weil in diesen Ballungsräumen viele Menschen leben, die besonders hohen Nutzen aus neuen 5G-Anwendungen ziehen werden. Später soll das Netz sukzessive in weniger dicht besiedelten Gebieten ausgeweitet werden.

Die ersten 5G Geräte sowie passende Tarife sind ab sofort verfügbar, Anwendungen sollen vom Telekom Tech-Inkubator hubraum kommen. 18 Startups haben in den letzten Monaten ihre 5G Produkte im Live-Netz der Telekom in Berlin entwickelt.

„Mit der Frequenzauktion haben wir das Ticket für die 5G-Zukunft gelöst“ erklärte Dirk Wössner, Vorstand Telekom Deutschland. „Nun wollen wir 5G möglichst schnell auf die Straße und zu unseren Kunden bringen. Denn unser Anspruch, immer das beste Netz zu haben, gilt auch für 5G.“ Auch im Bestandsnetz will die Telekom weiter investieren. „Der LTE-Ausbau steht weiterhin voll im Fokus“, betonte Wössner. „Allein in diesem Jahr wollen wir etwa 2.000 Mobilfunkstandorte neu aufbauen. Es geht darum, besonders im ländlichen Raum Lücken zu schließen.“

Luftverbesserung mit dem neuen maremed von Beurer

Meeresklima für zu Hause

Immer mehr Menschen wird bewusst, dass Luftverschmutzung schwerwiegende gesundheitliche Auswirkungen haben kann. Entsprechend steigt das Interesse an natürlichen Behandlungsmethoden, mit denen sich Asthma, Allergien und Atemwegserkrankungen lindern oder gar vermeiden lassen. Mit dem neuen maremed Meeresklimagerät von Beurer kann der Fachhandel seinen Kunden jetzt ein neues Kombi-Produkt anbieten, das ein naturidentisches Meeresklima ins eigene Zuhause bringt.

Jeder Nordseeurlauber weiß: Ein Urlaub an der Küste ist eine Wohltat für die Atemwege. Das liegt vor allem am Salz- und Mineralgehalt in der Luft, die zudem häufig viel weniger mit Allergenen wie z. B. Pollen belastet ist als in anderen Regionen oder in Städten. Genau diese Effekte erzielt das neue maremed Meeresklimagerät von Beurer, indem es die Raumluft reinigt, mineralisiert, entkeimt, ionisiert und befeuchtet.

Das intelligente, aufeinander abgestimmte System arbeitet mit einem Spezial-Meersalz, das exklusiv für Beurer hergestellt wird, natürlicher Herkunft ist und mehr als 65 Spurenelemente enthält. Damit kann das maremed die Biodynamik der Meeresküste nach einem patentierten Prinzip in fünf Schritten simulieren:

maremed®



Das neue maremed Meeresklimagerät bringt maritime Frischluft nach Hause.

Smarter Clip mit Coach-App gegen Rückenleiden

Rückenleiden gelten als die Volkskrankheit Nummer Eins. Jetzt hat Beurer gemeinsam mit dem Start-Up 8sense den smarten Sensorclip PC 100 PostureControl mit App entwickelt, um Rückenbeschwerden zu lindern. Denn der virtuelle Coach mit dem Namen „8sense by beurer“ kann die Körperhaltung und -bewegungen erfassen, analysieren und helfen, sie zu verbessern.

Der innovative Clip wird unauffällig im Nackenbereich mittig am Kragen des Kleidungsstücks befestigt und lässt sich per Bluetooth mit dem Smartphone verbinden. Mittels Körperscanning erfasst das Gerät automatisch Mikrobewegungen, Aufrechtphasen, Positionswechsel und aktive Pausen. Bei zu langer eintöniger Sitzhaltung gibt der Sensor eine sanfte Vibration ab, um den Nutzer dazu aufzufordern, die Sitzposition zu verändern. Die aufgezeichneten Daten lassen sich mithilfe der kostenfreien „8sense“ App abrufen und auswerten.

So können einseitige Belastungen der Muskulatur verhindert und ein besseres Körperempfinden gefördert werden. Zudem motiviert der PC 100 PostureControl dazu, individuelle Aktivitätsziele zu erreichen und sich zum Beispiel in der Mittagspause mehr zu bewegen.

Zukünftig soll es in einem Community-Bereich möglich sein, die eigenen Ergebnisse mit den Durchschnittswerten anderer App-Nutzer zu vergleichen und Tipps für einen gesunden Rücken zu erhalten. Zudem soll ein Trainingsmodul in den virtuellen Rückencoach integriert werden, um den Nutzern Übungen für das Büro oder zu Hause vorzuschlagen. Der „8sense by beurer“ ist ab September 2019 für 99,99 Euro (UVP) erhältlich.



Der Sensorclip PC 100 PostureControl wird unauffällig am Kragen angebracht und erfasst die Sitzhaltung, um vor einseitigen Belastungen der Muskulatur und der Wirbelsäule zu warnen.



1. Das maremed Spezial-Meersalz wird mit Leitungswasser aus dem sechs Liter fassenden Tank zu einer Meersalzlösung verbunden.
2. Der Lüfter saugt die Raumluft an, die in einem Vorfilter von Schmutzpartikeln, Pollen, Fein-/Hausstaub und Tierhaaren befreit wird.
3. Das mit dem Spezialsalz angereicherte Wasser zirkuliert permanent mithilfe des Lüfters und bewirkt eine Mineralisierung der Luft nach Vorbild der Natur.
4. Durch den Einsatz einer UVC-Lampe werden 99 Prozent der Bakterien, Viren und Mikroorganismen aus dem Luftaerosol beseitigt.
5. Ein Ionisationskamm sorgt schließlich für zusätzliche Reinigung und Frische, bevor die Luft wieder an die Umgebung abgegeben wird.

So kann das maremed Meeresklimagerät die Atemintensität fördern und das allgemeine Wohlbefinden verbessern. Denn es befeuchtet die Atemwege auf natürliche Weise, wirkt unterstützend bei asthmatischen Beschwerden und fördert einen erholsamen Schlaf. Dabei erfolgt die Luftbefeuchtung ohne Dunstbildung oder gar Salzablagerungen in den Räumen.

Bedient wird das Gerät über ein LC-Display mit Sensortouchbutton. Die Anwender können zwischen drei Befeuchtungsstufen wählen und mit einer Timerfunktion (1-24h) die Betriebszeiten festlegen. Im Nachtmodus wird die Luft in flüsterleisem Betrieb bei ausgeschaltetem Bedienpanel gereinigt, ohne dass der Schlaf gestört wird. Das maremed Meeresklimagerät misst 31x38,5x34 cm und ist für Raumgrößen bis 50 Quadratmetern geeignet. Es kann ganz einfach ohne chemische Zusätze gereinigt werden und ist ab Januar 2020 erhältlich. Inkl. 2 Vorfiltern, Wasserfilter und maremed Spezial-Meersalz soll es 349,99 Euro (UVP) kosten.

Samsung bringt SmartThings nach Deutschland

Die neue Vernetzung

Die Erkenntnis, dass ein smartes Zuhause erst wirklich smart ist, wenn viele oder sogar alle Geräte miteinander vernetzt sind, ist nicht neu. Aber die Realität sieht häufig anders aus. Um das zu ändern, will Samsung ab September sein Smart Things Konzept auch auf den deutschen Markt bringen: Neue Hardware-Komponenten rund um Smart Hubs, Sensoren und Steuerungsgeräte sollen nicht nur bestehende Samsung Produkte ergänzen, sondern sie sind auch mit zahlreichen Produkten anderer Hersteller kompatibel.

Dadurch ermöglichen sie Nutzern nicht nur die einfache Smart-Home-Steuerung per App oder Sprachbefehl, die SmartThings Geräte können auf vielfältige Weise auch

Smart Home mit AR erklären

Das Zusammenspiel der verschiedenen Komponenten im smarten Zuhause ist nicht immer einfach zu erklären, zumal es eine Herausforderung ist, die wichtigsten Vorteile der verschiedenen Geräte im Kopf zu haben. Mit einer pfiffigen Display-Box und AR schafft Samsung Abhilfe: Hier sind nicht nur die wichtigsten Samsung Geräte zu sehen. Wenn man diese mit Smartphone oder Tablet scannt, erscheinen auf dem Display die entscheidenden Merkmale und Verkaufsargumente: So wird bei der Waschmaschine z. B. das QuickDrive Feature erklärt oder beim 2in1 Ofen die Dual Cook Flex Ausstattung. So kann das Verkaufsgespräch schnell in die richtige Richtung gelenkt werden.



...der Steckdose SmartThings Outlet oder...



für Sicherheit im vernetzten und intelligenten Zuhause sorgen. Das ist wichtig, damit Routinen im smarten Zuhause problemlos funktionieren. Neben einem offenen Partnernetzwerk braucht man deshalb eine intelligente Schaltzentrale, die unterschiedliche Standards übersetzen kann, um das Zusammenspiel zu ermöglichen. Genau dafür entwickelt Samsung die SmartThings Serie. Mittelpunkt ist der SmartThings Hub V3 (UVP 89,99 Euro), der wie ein intelligentes Gehirn die Steuerung des Smart Home übernimmt. Er ist zu Smartphones ab Android 6.0 und einem Speicher von mindestens 2 GB RAM sowie mit dem iPhone ab Modell 5 mit iOS 10.0 oder höher kompatibel. Da der Hub die Protokolle ZigBee 3.0, Z-Wave und BLE unterstützt, kann man ihn ganz einfach kabellos mit zahlreichen Geräten verbinden. Diese können dann direkt über die SmartThings App per Smartphone, Tablet, Smart TV oder Family Hub gesteuert werden. Außerdem versteht das System Spracheingaben über den Samsung Assistenten Bixby, den Google Assistant oder Amazon Alexa.

Der SmartThings WiFi Hub von Samsung (UVP 139,99) bietet die gleichen Möglichkeiten zur Smart Home Steuerung, kann aber zusätzlich als WiFi Router mit Mesh-Funktionalität fungieren. Dadurch entsteht im Zusammenspiel mit weiteren SmartThings WiFi Hubs eine flächendeckende und stabile WLAN-Abdeckung, deren Netzwerkqualität durch integrierte KI verbessert wird.

Sicherheit und Komfort

Beide Hubs lassen sich ganz einfach mit weiteren SmartThings Komponenten verbinden. Nützlich ist der SmartThings Button (UVP 29,99), mit dem sich nicht nur Leuchtmittel oder andere Smart Home Geräte per Knopfdruck steuern, sondern auch festgelegte Szenarien auslösen lassen. Über die Steckdose SmartThings Outlet (UVP 44,99 Euro) können Nutzer Geräte wie Stehlampen oder die Kaffeemaschine auch nachträglich in ihr smartes



Als Schaltzentrale für das smarte Zuhause arbeitet der SmartThings Hub V3 von Samsung mit zahlreichen Geräten und Komponenten wie dem...



...SmartThings Button,...



...dem Bewegungssensor zusammen.

Netzwerk integrieren. Dabei werden in der App Informationen zum Stromverbrauch des angeschlossenen Gerätes angezeigt, und die Steckdose dient auch als Verstärker, um die Reichweite des ZigBee-Netzwerkes zu erweitern.

Für zusätzlichen Komfort und mehr Sicherheit können die SmartThings Sensoren sorgen. Der Bewegungssensor registriert Bewegungen in einem Strahlungswinkel von 120° und kann nicht nur zum automatischen Lichteinschalten genutzt werden, sondern auch Alarmanlagen auslösen. Einen ähnlichen Schutz bietet der Multipurpose Sensor, der an Fenstern oder Türen installiert wird und die Nutzer per App darüber informiert, wenn diese geöffnet werden. Als dritter im Sensorbunde kann der Feuchtigkeitssensor austretendes Wasser erkennen, damit man eingreifen kann, bevor es zu einem weitreichenden Wasserschaden kommt.

Entlastung durch smarte Szenarien

In einem smarten Zuhause kann man komplette Szenarien festlegen, um die Bewohner von Routinemaßnahmen zu entlasten. So kann man beim Verlassen des Hauses mit einem Druck auf den SmartThings Button oder per Sprachbefehl kompatible Leuchtmittel und alle verbundenen Geräte abschalten und die Rollläden automatisch herunterfahren. Fenster- und Türsensoren sorgen in der Abwesenheit für ein sicheres Gefühl. Und wenn die smarte Waschmaschine fertig ist, informiert sie ihre Besitzer per Mitteilung auf dem Smartphone. Diese können sich schon auf dem Nachhauseweg vergewissern, dass alle Zutaten fürs Abendessen im Family Hub liegen und später das Rezept auf dem Display des Kühlschranks abrufen. Nach dem Essen startet ein Befehl an Bixby nicht nur die Lieblingsserie auf dem Smart TV, auch das Licht wird gedimmt, damit zu Hause Kino-Feeling aufkommt. Zum Abschluss des Tages werden die Sensoren noch in den Alarmzustand versetzt, bevor die letzte Lampe ausgeschaltet wird.

Innovativer Home-Care-Robot von medisana

Helfer im Alltag

Angesichts der steigenden Lebenserwartung der Bevölkerung wird immer wieder über den Einsatz von Robotern bei Betreuung und Pflege alter Menschen diskutiert. Medisana macht in dieser Angelegenheit jetzt Nägel mit Köpfen: Der Home-Care-Robot medisana temi unterstützt alte Menschen mit künstlicher Intelligenz in Punkto Gesundheit, Sicherheit, Kommunikation und Unterhaltung. Dabei ist das Gerät so einfach zu bedienen, dass auch Senioren Zugang zu ihm finden.

Robotik ist schon länger ein großes Thema in der digitalen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft: In der Industrie werden Roboter z. B. bei der Montage von Autos eingesetzt, und in der medizinischen Bildverarbeitung können mit KI arbeitende Diagnose-Systeme Tumore bereits heute besser erkennen als die meisten Ärzte. Auch die ältere Generation soll in ihrem Alltag von digitalen Diensten, die durch KI und Robotik möglich werden, profitieren. Denn die Menschen werden heute nicht nur älter, sondern bleiben auch länger gesund und wollen so lange wie möglich eigenständig und unabhängig in ihren eigenen vier Wänden leben.



Beim Gesundheits-Monitoring arbeitet der smarte Roboter mit Hilfe der App VitaDock+ mit allen medisana Connect-Geräten zusammen, erfasst die gemessenen Werte, meldet, wenn diese im kritischen Bereich liegen, und kann die Daten auf Wunsch auch an Angehörige und den Arzt übertragen.



Der Home-Care-Robot medisana temi kann Menschen im Alltag unterstützen, die Kommunikation erleichtern und für Unterhaltung sorgen.

Vielseitiges Leistungsprofil

Dank der video-orientierten Home-Care-KI ist der Roboter in der Lage, mit seinen Nutzern zu interagieren und autonom durch die Wohnung zu navigieren. Dabei lernt das Gerät permanent dazu. So kann der Home-Care-Robot medisana temi eine ganze Menge:

Durch die Integration von Amazons Alexa kann er mit kompatiblen Smart-Home-Geräten vernetzt werden, um den Alltag zu erleichtern. Ob das Licht ein- und ausschalten, die Heiztemperatur regeln oder die Alarmanlage einstellen – mehr als 3.000 Alexa Skills können barrierefrei über Sprachbefehle genutzt werden. Die Steuerung über den Sprachassistenten ist besonders für Menschen mit eingeschränkter Mobilität oder beeinträchtigten motorischen Fähigkeiten hilfreich. Denn mit steigendem Alter sinkt meist das Sehvermögen, und ein Zittern der Hände macht bei vielen Senioren die Bedienung von technischen Geräten wie Smartphones und Tablets zur Herausforderung. Zudem vereinfachen die Benutzeroberfläche und die Videotelefonie den Kontakt mit Familie und Freunden und beugen soziale Isolation vor. Und nicht zuletzt kann der medisana temi auch für Unterhaltung sorgen, indem er Musik und Filme abspielt.

Digitaler Gesundheitshelfer

Vor allem erweist sich der smarte Roboter aber als praktischer Helfer beim Gesundheits-Monitoring. Denn gerade bei älteren Menschen ist eine regelmäßige Überprüfung von Blutdruck, Blutzucker, Puls oder Sauerstoffsättigung wichtig, damit bei abweichenden Werten sofort Maßnahmen getroffen werden können. Die im Home-Care-Robot integrierte App VitaDock+ arbeitet mit sämtlichen medisana Connect-Geräten zusammen, erfasst alle gemessenen Werte und meldet, wenn diese im kritischen Bereich liegen. Auf Wunsch sendet das Gerät die Werte auch direkt an den Hausarzt oder Angehörige. Falls eine Messung vergessen wird, erinnert

der Roboter daran. In Zukunft soll der medisana temi um eine Telemedizin-Funktion ergänzt werden, damit die Nutzer ihren Arzt bei Bedarf direkt kontaktieren können. Auch für mehr Sicherheit fühlt sich der Home-Care-Robot zuständig. Im Notfall hilft er z. B. dem Betroffenen, per Sprachbefehl oder Touch Control Verwandte zu benachrichtigen. Ab 2020 soll es eine Zusatzfunktion geben: Ist niemand erreichbar, leitet der medisana temi den Notruf an einen Notfall-Manager weiter. Der kann dann die Rettungskräfte mit allen wichtigen Informationen wie Standort und Gesundheitsdaten versorgen.

Auch für Angehörige kann der Roboter das Leben stressärmer machen: Wenn z. B. Anrufe über einen längeren Zeitraum nicht angenommen werden und Grund zur Sorge besteht, können bis zu vier autorisierte Personen, Pflegekräfte oder Familienmitglieder über die Videofunktion nach dem Rechten sehen und den Roboter dazu auch durch die Wohnung navigieren. „Mit medisana temi sind Senioren niemals allein und können so auch im Alter eigenständig und unabhängig leben“, kommentierte Ulrich Schulze Althoff, Vice President Business Development meditemi und Chief Digital Officer der medisana GmbH. „Dadurch leistet der Home-Care-Robot einen wichtigen Beitrag, die Herausforderungen einer älter werdenden Gesellschaft zu bewältigen.“

Der Home-Care-Robot medisana temi wurde von dem Joint Venture meditemi entwickelt, das 2016 von medisana und der Firma temi, einem Robotik-Start-Up mit Sitz in New York, gegründet wurde. Es ist heute bereits ein globales Unternehmen mit Niederlassungen in Shenzhen China (Produktion), New York (Marketing & Vertrieb), Tel Aviv (Forschung & Entwicklung) und Singapur.

Namhafte Investoren haben sich bereits an temi beteiligt, darunter der ehemalige CTO von Alibaba, John Wu, Generali Investments und die Ogawa Smart Healthcare Technology Group, einer der weltweit führenden Hersteller von Gesundheits- und Massageprodukten.

Siemens Hausgeräte revolutioniert mit activeLight das Kochen

Das neue activeLight Kochfeld von Siemens Hausgeräte ist eine Glaskeramik mit 80 cm Durchmesser, die im ausgeschalteten Zustand vollständig mit der Umgebung verschmilzt. Schließlich sind auf ihrer Oberfläche weder vorgezeichnete Kochzonen zu sehen noch ein Bedienfeld oder gar eine Rasterung. Das iQ700 activeLight Kochfeld ersetzt sie durch blaues Licht und intelligente Technik.



Ist das Kochfeld einmal aktiviert, wählen Köchinnen und Köche einfach das Kochgeschirr aus, das sie für ihre Vorhaben brauchen. Unabhängig von Größe und Form stellen sie es auf eine beliebige Stelle auf dem Kochfeld. Die automatische Zonenwahl erkennt sofort, wo die Pfanne oder der Topf stehen und markieren sie nun durch vier blaue activeLight Lichtstreifen. Dabei stellt die varioInduction Technologie sicher, dass alles gleichmäßig beheizt wird.

So ist es zum Beispiel möglich, Töpfe und Pfannen während des Kochvorgangs beliebig zu verschieben – die varioMotion Funktion sorgt dafür, dass alle Einstellwerte von der ursprünglichen Position auf die neue Kochzone übertragen werden. Im powerMove Plus Modus wird das gesamte Kochfeld in drei unterschiedlich heiße Zonen eingeteilt. Durch Vor- und Zurückschieben der Töpfe und Pfannen in die unterschiedlichen Bereiche lässt sich die Temperatur anheben oder senken. Das iQ700 activeLight Kochfeld ist ab September zum Preis von 2.900 Euro (UVP) erhältlich.

Jura: Neue Variante der ENA 8

Ab der IFA 2019 werden die beiden neuen Varianten der ENA 8 von Jura in Full Metropolitan Black und massive Aluminium erhältlich sein. Der Eintassen-Vollautomat bietet weiterhin das Premium-Design sowie das AromaG3-Mahlwert und den Puls-Extraktionsprozess P.E.P.

Neu ist hingegen der 2,8 Zoll-TFT-Touchscreen. In der Rondell-Ansicht im Display stehen jetzt zwölf anstelle der bisher zehn Spezialitäten zur Verfügung – Kenner können sich ab sofort auch über einen perfekten Caffee Barista oder Cortado freuen. Ein speziell entwickelter Algorithmus sorgt dafür, dass die ENA 8 die individuellen Vorlieben jedes Kaffeeliebhabers eigenständig erkennen und den Startscreen entsprechend anpassen kann.

Eingerahmt wird der Touchscreen bei der attraktiven neuen Farbvariante Full Metropolitan Black. Die Version Massive Aluminium Signature Line setzt auf drei Millimeter starkes Aluminium rundum. Die besondere Oberfläche, die Rundung der Seitenwände in einem 4000er-Radius sowie die akkurat gebrochenen Kanten zeugen von höchster Handwerkskunst, heißt es in einer Pressemitteilung.

Die App J.O.E. (Jura Operating Excellence) steht für zahlreiche zusätzliche Möglichkeiten bei der Zubereitung von Kaffeespezialitäten ganz nach individuellem Gusto. Sie erlaubt ein Anpassen von Temperatur, Kaffeestärke sowie Milch- und Wassermenge bequem vom Smartphone aus. Zudem führt sie Schritt für Schritt in Bild und Text durch alle Pflegeprogramme des Vollautomaten – und die Produkte können direkt aus dem Jura



E-Store bestellt werden. Die App eignet sich für die Betriebssysteme Android und iOS.

Der Preis für die ENA 8 Full Metropolitan Black liegt bei 999 Euro (UVP), der für die ENA 8 Massive Aluminium Signature Line liegt bei 1.499 Euro (UVP).

Rommelsbacher macht Joghurtherstellung einfach

Der Joghurtbereiter JG 80 ist aus einem hochwertigen, doppelwandigen Gehäuse verarbeitet, der Innenbehälter ist aus Edelstahl und somit leicht zu reinigen. Im Lieferumfang sind vier Keramikbecher mit Deckel à 125 ml sowie zwei XXL Glasbehälter à 1,2 L inkl. Abtropfsieb und Deckel (BPA-frei) enthalten. Die Programme sind zudem zeitlich einstellbar. So lässt sich mit „Jona“ auch Sauerteig herstellen. Mit dem übersichtlichen LED-Display und den Touch Control Sensoren ist das Gerät komfortabel zu bedienen. Praktisch zur Zubereitung ist die 24 Stunden Zeitschaltuhr. Das Gerät schaltet nach der eingestellten Zeit automatisch ab und gibt einen Signalton. Der integrierte Überhitzungsschutz sorgt für Sicherheit.



Der Rommelsbacher JG 80 ist ab sofort zum Preis von 79,99 Euro (UVP) verfügbar.

Neuer Akku-Handstaubsauger von AEG

Der neue QX8 von AEG reinigt mit der extrabreiten motorbetriebenen Power-Softrolle alle Bodenarten, eignet sich aber besonders für den Einsatz auf Hartböden. Durch den herausnehmbaren Akkusauger lassen sich auch kleine Malheure schnell beseitigen.

Mit der Deep Clean Zusatzdüse, die modellabhängig im Leistungsumfang bereits enthalten ist, können zudem Polstermöbel und Matratzen gereinigt werden. Der QX8 wurde bereits im Online-Vergleichstest (05/2019) des ETM Testmagazins sowohl als Testsieger als auch als Preis-/ Leistungssieger mit der Note „Sehr gut“ ausgezeichnet. In diesem wurden gezielt Hartbodenspezialisten unter den Akku-Staubsaugern getestet.

Den QX8 gibt es in den weiteren Modellvarianten QX8-1-45IB in Indigo Blue Metallic, QX8-1-45SM in Soft Sand Metallic und QX8-1-45MB in Mahogany Bronze Metallic.

Der QX8 ist zum Preis von 329,95 Euro (UVP) verfügbar.



Tefal Profigrill für Zuhause

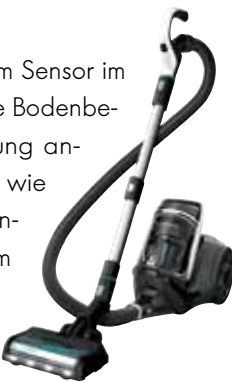
Der neue Tefal OptiGrill Elite ist mit der OptiGrill-typischen Technologie ausgestattet, die Grilltemperatur und -zyklen automatisch an die Dicke und Art des Grillguts anpasst. Die Grillboost-Funktion, die vor jedem Programm dazu geschaltet werden kann, bringt eine Extraportion Röstaromen und perfekte Grillstreifen wie im Restaurant.

Praktisch ist zudem die neue Funktion „Nachlegen“: Sind die ersten Steaks fertig, kann ohne Zeitverzögerung und ohne den Grill neu zu starten für Nachschub gesorgt oder das begleitende Gemüse gegrillt werden. In dem manuellen Modus gelingen nun auch bereits vorgebrühte Bratwürste. Die mitgelieferte Garzeit-Tabelle gibt hierzu Tipps und informiert darüber, mit welcher individuell eingestellten Temperatur und Zeit des Deutschen liebsten Grillgut wie Bratburst, Rindswurst oder Nürnber-

ger optimal gegrillt werden. Das intuitiv zu bedienende, digitale Display gibt leicht verständliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen und informiert mit visuellen und akustischen Signalen über den Grillvorgang. Ein präziser Countdown weist auf das Ende der Grillzeit hin. Zusätzlich zu den zwölf Automatik-Programmen bietet der neue Tefal OptiGrill Elite zwei weitere Programme: zum einen den manuellen Modus mit individuell einstellbarer Temperatur und Grillzeit, zum anderen einen Modus für schonendes Auftauen von gefrorenem Grillgut. Der Tefal OptiGrill Elite ist ab September zum Preis von 329,99 Euro (UVP) erhältlich.

Bissell sagt Haustierhaaren den Kampf an

Der neue Bissell SmartClean Pet ist mit einem Sensor im Düsenkopf ausgestattet, der automatisch die Bodenbeschaffenheit erkennt und die Saugeneinstellung anpasst. Selbst pflegeintensive Bodentypen wie Hochflur-Teppiche werden nach Herstellerangaben gründlich von Staub, tiefsitzendem Schmutz und verfangenen Haaren befreit. Die spezielle Bürstenrolle verhindert ein Aufwickeln von eingesaugten Haaren, und mit einem praktischen Mechanismus kann der Schmutztank hygienisch entleert werden. Schmutz und Haare werden ganz einfach per Knopfdruck in den Mülleimer entsorgt. Die Hände kommen nicht mit dem Schmutz in Berührung, und auch ein Nacharbeiten mit den Fingern, um anhaftende Haare oder festsitzenden Schmutz aus dem unteren Teil des Tanks zu entfernen, entfällt. Der Bissell SmartClean Pet ist zum Preis von 329,99 Euro (UVP) erhältlich.



Tefal: Smart gegen Falten

Mit der Pro Express Ultimate Plus Dampfbügelstation gehören Falten der Vergangenheit an. Ein intelligenter Sensor erkennt, wenn das Bügeleisen bewegt wird und gibt auf Wunsch automatisch Dampf ab.

Die Dampfmenge kann über ein intuitiv zu bedienendes Feld direkt am Griff reguliert werden. Sogar schwere, dicke Stoffe lassen sich glätten. Dank Silence Technology arbeitet das Gerät auch besonders leise.

Fünf voreingestellte Bügelprogramme bieten für jede Stoffart die optimale Dampfmenge und Bügeltemperatur. Die Einstellung „Normal“ eignet sich für alltägliche Kleidungsstücke wie T-Shirts aus Baumwolle, Polyester oder Viskose. Die Einstellung „Delicate“ ist besonders schonend und ideal für empfindliche Stoffe wie Seide. Mit der Wahl „Max“ lassen sich dicke oder schwierige Stoffe wie Leinen effektiv glätten.

Durch einen Extra-Dampfstoß von 630 g/min entfernt die Pro Express Ultimate Plus auch besonders hartnäckige Falten. Um Energie und damit Stromkosten zu sparen, verfügt die Pro Express Ultimate Plus zusätzlich über ein „Eco“-Programm, das mit nur einer Einstellung bis zu 20 Prozent Energieersparnis ermöglicht. In der Einstellung „Smart“ werden Temperatur und Dampfmenge je nach Stoffart automatisch angepasst.

Für besondere Gleitfähigkeit verfügt die Pro Express Ultimate Plus über eine Durilium AirGlide Autoclean Bügelsohle: Sie ist mit einer Palladium-Beschichtung überzogen, die mittels katalytischer Verbrennung Mikrofasern, die sich während des normalen Bügelns von der Wäsche lösen, in Luft auflöst. Dadurch bleibt die Sohle langanhaltend sauber und behält ihre Gleitfähigkeit, so der Hersteller. Dank der Präzisionsbügelspitze sind auch schwer zugängliche Stellen, wie z. B. Hemdkragen oder Bereiche zwischen Knöpfen, einfach und schnell erreichbar.

Die Dampfbügelstation Pro Express Ultimate Plus ist ab September zum Preis von 579,99 Euro (UVP) erhältlich.



Der neue Haushaltsroboter Deebot 500 von Ecovacs

Der Roboter-Spezialist Ecovacs bringt mit dem Deebot 500 einen neuen Putzhelfer auf den Markt, der mit cleveren Saugmodi, smarter Steuerung und einfacher Bedienung zum Einstieg in die Roboter-Technik motivieren soll. Das schlanke Modell ist in schwarz, weiß und grau erhältlich und wird mit dem Smartphone (per Ecovacs Home App) oder einer Fernbedienung gesteuert.

Wenn er als Teil von Smart Home Systemen genutzt wird, versteht sich der neue Roboter auch mit Sprachassistenten wie Google Home oder Amazon Alexa (Foto).

Der nur 7,9 Zentimeter hohe Deebot 500 kommt dank seiner flachen Bauweise auch an schwer zugängliche Stellen unter Sofas, Regalen und sonstigen Möbeln.



Anders als herkömmliche Staubsauger kommt das nur 7,9 Zentimeter hohe Gerät dank seiner flachen Bauweise auch an schwer zugängliche Stellen unter Sofas, Regalen und sonstigen Möbeln. Damit es dort auch wirklich sauber wird, gibt es vier verschiedene Modi für unterschiedliche Anwendungsszenarien: Im Auto-Modus arbeitet sich der Deebot selbstständig Zimmer für Zimmer durch die Wohnung, um Staub, Krümel, Haare und sonstigen Schmutz aufzusaugen. Liegt viel herum, geht der Max-Modus mit doppelter Kraft den stärkeren Verunreinigungen an den Kragen. Mit dem Rand- oder dem Punktmodus werden gezielt die Seiten des Zimmers oder ein bestimmter Punkt im Raum besonders gründlich bearbeitet.

„Mit dem neuen Deebot 500 geben wir unseren Handelspartnern ein Einstiegermodell mit sehr interessantem Preis-/Leistungsverhältnis in die Hand“, kommentierte Andreas Wahlich, General Manager Ecovacs Europe. „So können auch Kunden, die Haushaltsrobotern kritisch gegenüber stehen, mit relativ geringem finanziellem Aufwand selbst erfahren, wie diese Technik sie im Alltag unterstützen kann. Denn der D500 bietet mit dem Max Mode eine gute Saugleistung unterstützt durch eine Bürstentiefenreinigung; und er kann per App sehr leicht in Smart Home Umgebungen integriert werden.“

Smarte Software

Der technische Aufbau des Roboters wurde auf effizientes Arbeiten ausgelegt: Seitenbürsten kehren im Umfeld des Deebots Schmutz und Staub zusammen, während rotierende Hauptbürsten die Partikel in Richtung der Einsaugöffnung transportieren. Dieses dreistufige Reinigungssystem macht den D500 zu einem Allrounder, der auf Teppichboden ebenso gute Ergebnisse erzielt wie auf Parkett, Fliesen oder anderen harten Belägen. Die smarte Software sorgt dafür, dass dies mit möglichst wenig

Aufwand für den Benutzer reibungslos funktioniert. Deshalb lässt sich der Sauger ganz leicht in Smart-Home-Systeme integrieren

und versteht sich dann auch mit Sprachassistenten wie Google Home oder Amazon Alexa. Mit der Ecovacs Home App kommt man per Smartphone jederzeit mit dem Roboter in Kontakt, z. B. zum Abfragen des Status, der Programmierung von Putzzeiten, Modi etc. Wie bei Ecovacs gewohnt, fährt der Deebot D500 selbstständig zurück an die Ladestation, wenn ihm die Puste

ausgeht. Neben dieser automatischen Ladefunktion gehört auch die Möglichkeit der Zeitprogrammierung zur Grundausstattung. So kann man festlegen, dass der Roboter seinen täglichen Dienst erst beginnt, wenn niemand gestört wird. Damit dabei weder dem Gerät noch den Möbeln etwas passiert, verhindern zahlreiche Sensoren, dass der Roboter Treppenstufen herabstürzt oder Einrichtungsgegenstände verkratzt. Effiziente Filter halten den Staub im Gerät zurück und beseitigen dabei auch Allergie- und Asthmaauslöser aus der Luft. Der Ecovacs Deebot D500 ist sofort lieferbar und kostet 199 Euro.

Für Einsteiger

Test bestätigt: Weniger Bodenbakterien mit Ecovacs Ozmo

Selbst ohne Zusatz von Chemikalien wischen Saugroboter von Ecovacs Robotics, die mit der Ozmo Wischtechnik des Herstellers ausgestattet sind, den Boden so gründlich, dass nahezu alle schädlichen Bodenbakterien entfernt werden. Dies hat das Forschungsinstitut „Hygiene & Microbiology Research Center“ in Japan bestätigt.

Demnach entfernen Ecovacs Saug-/Wisch-Roboter mit Ozmo-Technologie (z. B. die Modelle 930, Pro930, Slim10 und 900) bis zu 99 Prozent aller schädlichen Keime vom Fußboden.

Bemerkenswert ist, dass dies sogar in Japan funktioniert, wo im Sommer große Regenmengen für eine durchschnittliche Luftfeuchtigkeit von über 75 Prozent sorgen, die Keimen, Schimmelpilzen und Milben gute Lebensbedingungen bietet. Bereits im ersten Testszenario waren bei maximaler Saug- und Wasserstärke schon nach acht Minuten rund 95 Prozent der Bakterien verschwunden. In zweiten Test wurden (ebenfalls bei maximaler Saugleistung und sehr hohem Wasserlevel) innerhalb von 20 Minuten praktisch alle, nämlich 99 Prozent der Keime entfernt. Damit können die Ecovacs Ozmo Roboter wesentlich zu einem hohen Hygiene-Standard in Wohnumgebungen beitragen.



Das Wischen mit dem waschbaren Mikrofasertuch beseitigt auch ohne Chemikalien fast alle Bakterien. Smarte Modelle wie der Ozmo 930 (Foto) erkennen unterschiedliche Bodenbeläge, lassen Teppiche beim Wischen aus und saugen sie dafür besonders gründlich.

„Innovationen für ein bewusstes Leben“

Die IFA-Themen von Bosch

Bosch will auf der IFA nicht nur noch effizientere Hausgeräte präsentieren, sondern greift auch aktuelle gesellschaftliche Trends wie Entschleunigung, Vereinfachung, Achtsamkeit, Gesundheit und Vernetzung auf. Das Spektrum der Innovationen reicht von künstlicher Intelligenz, die mit dem Sensor-Backofen der Serie 8 auch in die Hausgeräte einzieht, über ebenso smarte wie einfach zu bedienende Waschmaschinen und Wäschetrockner bis zum ersten Pollenfilter für Bosch Dunstabzugshauben. Auch die accent line carbon black Serie von Einbaugeräten wird erweitert.



Der neue Sensor-Backofen der Serie 8 kann mit künstlicher Intelligenz vorhersagen, wann der Kuchen oder der Braten fertig ist.

„Wir beobachten seit Jahren, dass der Wunsch nach einem bewussten Leben zunimmt“, erklärte Geschäftsführer Harald Friedrich, „Mit unseren Produkten wollen wir diesen Wunsch bestmöglich unterstützen.“ Dahinter stehen Erkenntnisse wie die des Trendforschers und Zukunftsexperten Daniel Anthes, dass mit bewusstem Leben keineswegs schmerzhaftes Askese verbunden sein muss. Der dafür von Anthes geprägte Begriff „Gesundzufriedenheit“ steht für bewussten Konsum, hohe Qualität und ansprechendes Design.

Zeit sparen mit Hochleistungssensorik

Zum bewussten Leben gehört auch ein bewusster Umgang mit der Zeit. Dabei kann der erste Sensor-Backofen der Serie 8 von Bosch helfen: Denn er kann vorhersagen, wann der Kuchen oder der Braten fertig ist, und berücksichtigt dabei die individuelle Zubereitung. Dafür wird die patentierte Bosch Sensorik mit dem PerfectBake Backsensor und dem PerfectRoast Bratenthermometer in der neuen Serie 8 mit künst-



Beim neuen interaktiven Kochfeld aus der accent line carbon black Serie illuminieren rote LEDs im eingeschalteten Zustand die Funktionen und die aktive Kochzone.

licher Intelligenz kombiniert: Der vernetzte Backofen lernt auf einer ständig wachsenden Basis von – selbstverständlich anonymisierten – Daten zahlreicher Back- und Bratvorgänge, das exakte Zubereitungsende des individuellen Gargutes vorauszusagen. Im Frühjahr 2020 will Bosch alle Serie 8 Backöfen des accent line Programms, die mit Home Connect, PerfectBake oder PerfectRoast ausgestattet sind, mit dieser künstlichen Intelligenz aufwerten.

Intelligente Wäschepflege

Auch Geräte für die Wäschepflege sollen intelligenter werden: Im Rahmen der rundum erneuerten Premium-Geräteserien Home Professional und Serie 8 präsentiert Bosch den ersten Wäschetrockner, der mit der Waschmaschine interagiert, um genau richtig zu trocknen. Die neuen Trockner besitzen außerdem keinen Türfilter mehr, um die Flusen aufzufangen, sondern diese werden durch ein ausgeklügeltes System in ein separates Depot in der Bodengruppe des Gerätes geleitet, das nur noch acht Mal jährlich – und nicht wie der Türfilter 160 Mal – im Jahr gereinigt werden muss. Dazu kommt die zweite Generation von i-DOS mit nunmehr drei Dosierkammern, die flexibel befüllt werden können. In Kombination mit den Automatik-Programmen von Bosch ist i-DOS 2.0 nach



Auf der IFA präsentiert Bosch den ersten Wäschetrockner, der mit der Waschmaschine interagiert, automatisch das passende Programm auswählt und die Wäsche bestmöglich trocknet.

wie vor ein besonders einfacher Weg zu gut gepflegter Wäsche – und dank des innovativen 4D Wash Systems mit zusätzlichem Wassersprühstrahl ein besonders effektiver dazu.

Pollenfilter in der Küche

Allergiker werden eine weitere Innovation von Bosch begrüßen: Der Hersteller stattet erstmals Dunstabzugshauben mit seinem Pollenfilter CleanAir Plus aus. Dieser Umluftfilter reinigt nicht nur die Luft, sondern inaktiviert auch auf natürliche Weise die in den Pollen enthaltenen Allergene zu mehr als 99 Prozent. In Verbindung mit



Ein weiterer Minimalist unter den Bosch-Neuheiten ist der kabellose Akkustaubsauger Unlimited Serie 6. Der kleine Bruder des 2018 eingeführten Serie 8 Gerätes ist besonders leicht, flexibel einsetzbar und mit dem austauschbaren Akku aus dem Power for All System von Bosch ausgestattet.

Home Connect und der Sensorstation cair von Partner NuWave schaltet sich die Dunstabzugshaube sogar automatisch ein, wenn der Sensor erhöhte Pollenbelastung meldet.

Neue accent line carbon black Geräte

Die Konzentration auf das Wesentliche kennzeichnet auch die Einbaugerätelinie accent line carbon black von Bosch. Sie hat für ihr puristisches Design bereits mehrere Preise gewonnen. Zur IFA wird das Portfolio um zwei Wandessen – eine im Schräg-Design, eine im Flach-Design – sowie zwei Deckenlüfter in Weiß und Schwarz ergänzt. Ein besonderes Highlight ist der schwarze Deckenlüfter mit spektakulärer Lift-Automatik.

Ebenfalls neu ist ein 80 Zentimeter breites Kochfeld mit erweiterter FlexInduction und interaktiver Beleuchtung. Intelligent gesteuerte rote LEDs markieren im Betrieb sämtliche Funktionen und beleuchten die aktive Kochzone passend zur Kochsituation. Alle Neuheiten verfügen über zahlreiche Komfortfeatures wie die kochfeldbasierte Haubensteuerung, Home Connect und Sprachsteuerung.

Sharp Home Appliances auf der IFA 2019

Erstmals bei Vestel

Auf der IFA 2019 präsentiert sich die Marke Sharp Home Appliances erstmals in der Vestel Halle 8.2. Dort soll das Marken- und Produkt-erlebnis im Mittelpunkt stehen, um mit neuen Designs, technischen Innovationen und einem noch breiteren Produktportfolio einen spannenden Messeauftritt zu realisieren.

„Wir freuen uns, dass neben Toshiba TV nun auch Sharp Home Appliances in der Halle 8.2 vertreten ist“, erklärte Vestel Germany Geschäftsführer Özcan Karadogan. „Damit können wir uns noch besser als Haus der Marken präsentieren. Die IFA gehört zu den wichtigsten Events des Jahres, um uns mit den Handelspartnern auszutauschen.“

Das große Vertrauen, das die Marke Sharp beim Endkonsumenten genießt, spiegelt sich auch in Zahlen wider: Im Januar 2019 gehörte Sharp im Bereich Kondenswäschetrockner mit 21,2 Prozent Marktanteil (nach Stückzahl) zu den führenden Lieferanten in Deutschland und



Auch smarte Einbaugeräte werden beim IFA-Auftritt von Sharp auf dem Vestel Stand zu sehen sein.

konnte seinen Anteil im Hausgerätebereich im ersten Halbjahr weiter ausbauen.

„Auf der IFA 2019 msetzen wir neben der Vorstellung des neuen Sharp-Designs 2020 unsere Schwerpunkte auf die sehr effiziente Inverter-Technologie, die wir in den Bereichen Waschen, Trocknen, Kühlen und Geschirrspülen einsetzen“, sagte Marketing & Sales Director Marek Dietze. „Darüber hinaus wird Sharp einen neuen A+++ Wärmepumpentrockner sowie neue Kühlgeräte

im Retro-Design vorstellen.“ Speziell für den deutschen Markt konzipiert wurde eine neue Power-Geschirrspülerlinie, die mit Effizienz, Bedienkomfort und einzigartigem Preis-Leistungsverhältnis überzeugen soll.

Komplettiert wird das Sharp Produktportfolio mit neuen Dunstabzugshauben und Einbau-Kühlgeräten, darunter die Anfang des Jahres auf der Living Kitchen präsentierten Einbau-Kühlgeräte sowie semi- und vollintegrierte Geschirrspüler mit Flex-Scharnier.

PoS-Aktuell

Nachrichten

Bissell ernennt International Manager DACH

Seit Juni 2019 leitet Carsten Ritter als International Account Manager DACH zusammen mit dem deutschen Distributionspartner Duttenhofer (DGH) die Aktivitäten des in den USA führenden Markenherstellers von Staubsaugern, Bissell, in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Carsten Ritter

Ritter war 17 Jahre in verschiedenen Führungspositionen bei Dyson tätig. In den letzten vier Jahren war Ritter als Sales Manager DACH-BeNeLux bei Midea Europe für den Fach-/Großhandel, die Fachmärkte und den Online- Handel verantwortlich und konnte seine Expertise im Bereich der Haushaltsgroßgeräte erweitern.

Seit dem Markteintritt in Deutschland 2016 verzeichnet Bissell vor allem dank des großen Intesses für das Flaggschiff Bissell CrossWave, einem preisgekrönten 3-in-1 Wischsauger, großen Erfolg und will seine Position unter den führenden Herstellern im Bodenpflegesegment kontinuierlich weiter ausbauen.

assona erweitert Vertriebsteam

Ab sofort verstärken Benjamin Winterstein und Alexander Dallmann das fünfköpfige Team um Vertriebsleiter Guido di Blasi beim Vertrieb der assona-Schutzbriefe und -Garantien im Elektronikfachhandel. Dallmann übernimmt die Regionen Berlin, Hessen und Nordrhein-Westfalen. Winterstein verantwortet in gleicher Position den Südwesten Deutschlands.

Von Berlin über Kassel bis ins Ruhrgebiet ist der 44-jährige Dallmann Ansprechpartner für assonas Fachhandelspartner im Bereich Elektronik. Der zweifache Familienvater ist geprüfter Versicherungsfachwirt und kann auf jahrelange Erfahrung bei unterschiedlichen Versicherungsunternehmen zurückgreifen – unter anderem auf 12 Jahre bei der AachenMünchener.

Auf Wintersteins Unterstützung zählen, können Fachhändler aus Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Der 38-jährige Experte für Unterhaltungselektronik hat bereits selbst erfolgreich Elektronikgeräte mit assona-Schutzbriefen vertrieben. Nach seinem Wechsel in die Telekommunikationsbranche hat der gelernte Fachmann für Systemgastronomie zunächst bei RD Telecom in Hachenburg im Westerwald gearbeitet. Bei expert klein wurde Winterstein zum stellvertretenden Bereichsleiter.

Neuer Key-Account-Manager bei Fakir

Ab sofort ist Michael Rolle neuer Key-Account-Manager bei Fakir. In seiner neuen Funktion soll der 53-jährige die strategische Marktdurchdringung weiter vorantreiben und MediaMarkt, Saturn, EK/servicegroup, Bielefeld, sowie weitere große Schlüsselkunden des Vaihinger Unternehmens aktiv betreuen und weiterentwickeln.

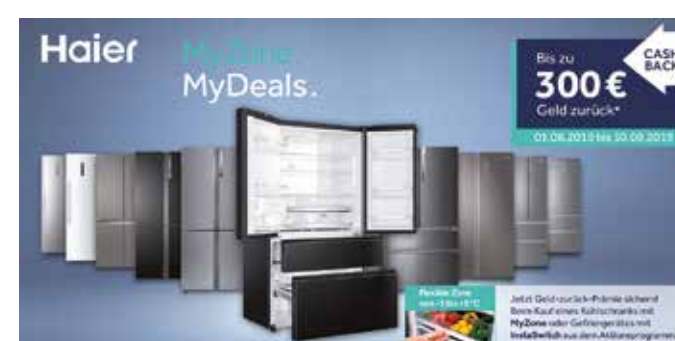
Rolle war zuletzt zehn Jahre als Key-Account-Manager und Verkaufsleiter für Leifheit tätig, wo er sowohl für Großkunden als auch für die fachliche Führung des vielköpfigen Außendienstteams verantwortlich war. Der Vertriebsprofi konnte sein strategisches Geschick unter anderem bereits bei Saeco, Candy Hoover und Hailo unter Beweis stellen.

Cashback für Haier Kühlgeräte

Mit Cashback-Beträgen von bis zu 300 Euro unterstützt Haier den Fachhandel beim Verkauf ausgewählter Kühl- und Gefriergeräte. Im Rahmen der Aktion „My Zone. My Deals.“ erhalten die Kunden bis zum 30. September 2019 beim Kauf eines von zehn ausgewählten Kühlschranksmodellen mit My Zone/ MySwitch Zone oder eines von drei Gefriergeräten mit InstaSwitch bei teilnehmenden Händlern namhafte Beträge zurück.

Zu den Aktionsgeräten gehören der A3FE744CPJ aus der Haier 3D Series (200 Euro), aus der Haier 4D French Door Series der HB20FPAAA (200 Euro) sowie die Modelle HB25FSNAAA, HB25FSSAAA, HB26FSNAAA und HB26FSSAAA (je 300 Euro) und der Haier Side-by-Side HRF-800DGS7 (300 Euro); aus der Cube Series die Geräte HTF-610DM7 und HTF-610DSN7 (je 200 Euro) sowie HTF-540DGG7 (250 Euro). Dazu kommen die InstaSwitch Modelle H3F-320FSAU1, H3F-320WSAU1 und H3F-320WTAAU1 (je 150 Euro).

Um die Cashback Beträge zu erhalten, müssen die Kunden ihr gekauftes Gerät bis zum 31. Oktober 2019 auf www.haier-cashback.de registrieren.



Das Panasonic Senioren-Mobiltelefon KX-TU466

Mit dem Klapphandy KX-TU466 stellt Panasonic ein weiteres Mobiltelefon vor, dass speziell auf die Bedürfnisse älterer Menschen abgestimmt wurde. Es ist nicht nur leicht zu bedienen, sondern bietet auch nützliche Sonderfunktionen wie Hörgerätekompatibilität und eine Notruffunktion mit Notfallknopf.

Die Benutzerfreundlichkeit fängt mit der Tastatur an: Die extra großen Tasten sind besonders griffig, und bei gedrückter Taste wird die entsprechende Nummer angesagt. Alle Informationen auf dem Menü sind sehr gut lesbar, die Schriftgröße kann in drei Stufen individuell eingestellt werden. Durch die Klappform findet in dem kompakten Gehäuse ein 6,1 cm (2,4 Zoll) großes Farbdisplay Platz. Ist das Handy zugeklappt, sind die Tasten vor versehentlichem Drücken geschützt.

Das KX-TU466 veträgt sich ausgezeichnet mit Hörgeräten. Da gerade ältere Menschen höhere Töne schlechter hören, können diese individuell verstärkt werden.

Hilfe bei Noffällen

Im Notfall kann mit dem Senioren-Mobiltelefon einfach und schnell Hilfe angefordert werden. Dazu reicht das

Notruf-Funktion mit GPS-Ortung

Drücken der Notruftaste, die auch die Freisprechfunktion aktiviert. Falls der erste oder zweite Kontakt nicht erreichbar ist, können bis zu drei weitere Telefonnummern festgelegt werden. Zudem kann die Notruf-Funktion per SMS die aktuellen GPS-Positionsdaten versenden. Der Empfänger sieht dann auf seinem Smartphone den genauen Standort auf einer Karte und kann Hilfsmaßnahmen einleiten.

Dank seiner robusten Konstruktion übersteht das stoßfeste Mobiltelefon Stürze aus bis zu 1,5 Metern Höhe. Mit 5 Stunden Sprech- und 600 Stunden Standby-Zeit bringt das KX-TU466 viel Ausdauer für lange Gespräche oder lange Abwesenheit von zu Hause mit. Eine besonders große, trichterförmige Ladeschale, die viel unkomplizierter zu nutzen ist als kleiner Stecker, macht das Aufladen einfach.

Das Panasonic Senioren-Mobiltelefon KX-TU466 ist ab sofort in Schwarz und Weiß für 89,99 Euro (UVP) erhältlich.



Um das Telefon in die praktische Ladeschale zu stellen, brauchen – anders als beim kleinen Stecker – auch alte Menschen keine Brille.



Das neue Seniorenhandy KX-TU466 von Panasonic ist gut ausgestattet und bietet nützliche Zusatzfunktionen.



Der Airfryer XXL HD9860/90 mit Smart Sensing Technologie bietet in seinem 7,3 Liter großen Garraum Platz für ein ganzes Hähnchen oder bis zu 1,4 Kilogramm Pommes.

Mit dem neuen Airfryer XXL mit Smart Sensing Technologie macht Philips es jetzt noch einfacher, gesunde Gerichte mit bis zu 90 Prozent weniger Fett zuzubereiten und dabei den Garpunkt genau zu treffen. Denn genau das kann das Gerät, das mit der Smart Sensing Technologie Zeit und Temperatur während des Garvorgangs automatisch anpasst, praktisch von allein.

Einfacher geht es kaum: Schublade auf, Pommes, Fleisch, ein ganzes Hähnchen oder einen ganzen Fisch hinein, Gericht per Tastendruck auswählen, und den Rest besorgt der Airfryer. Intelligente Sensoren überwachen den Garvorgang und regulieren in Abhängigkeit von der Menge automatisch die Temperatur und die Garzeit. Dahinter steckt mehr als nur vorprogrammierte Einstellungen. Die fünf Programme (für frische oder gefrorene Pommes Frites, ein

ganzes Huhn, Hähnchenschenkel oder einen ganzen Fisch) wurden tausendfach getestet. Die daraus abgeleiteten Algorithmen nutzt der Airfryer XXL für die Steuerung der wichtigsten Parameter.

Wenig Fett, viel Geschmack

Natürlich bietet auch das neue Gerät die bekannten Vorteile der Airfryer-Technologie: Ein Ventilator wirbelt oberhalb des Heizelements heiße Luft mit hoher Geschwindigkeit durch den Garraum nach unten, wo er durch das See-sterndesign am Boden intensiviert und anschließend wieder nach oben geblasen wird. Im Vergleich zum Philips Viva Airfryer mit flachem Boden erzeugt das Gerät einen sieben Mal schnelleren Luftstrom, um die Lebensmittel besonders gleichmäßig zu garen und knusprige Ergebnisse zu erzielen. Zudem enthalten die Speisen bis zu 90 Prozent weniger Fett als solche aus herkömmliche Fritteusen, denn es wird nicht nur viel weniger Fett eingesetzt, sondern das überschüssige auch entfernt und aufgefangen. Dadurch

Philips Airfryer XXL mit Smart Sensing Technologie

Richtig garen auf Knopfdruck

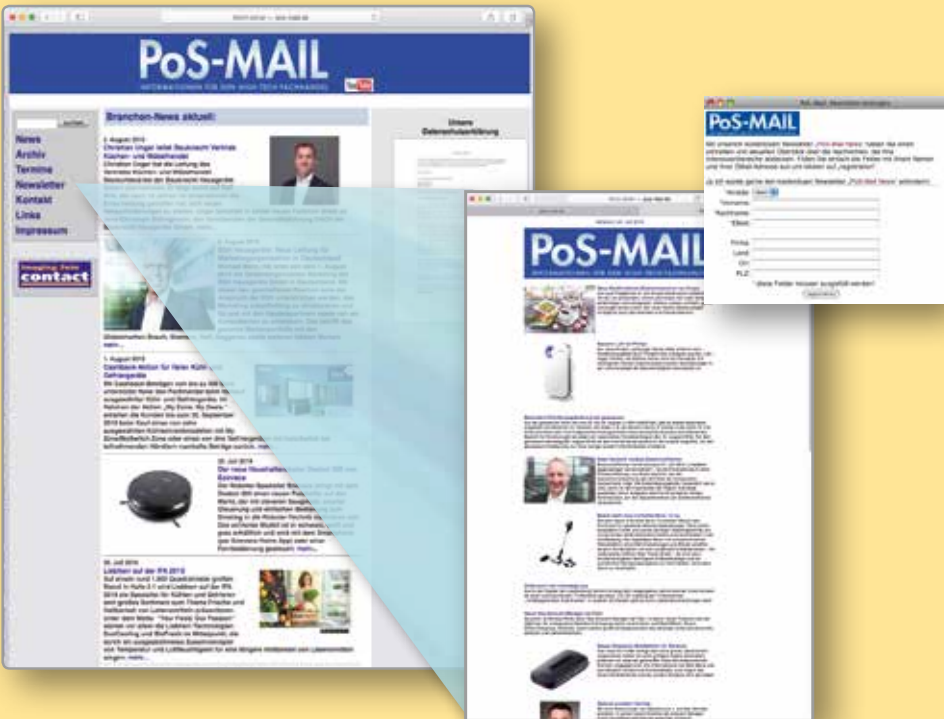
sinkt auch der Gehalt an weniger gesättigten Fettsäuren um bis zu 50 Prozent. Dank QuickClean Korb mit herausnehmbarem Netz ist die Reinigung des Geräts schnell und einfach erledigt: Alle abnehmbaren Teile kommen einfach in die Spülmaschine.

„Viele Menschen verbinden eine gesunde, ausgewogene Ernährung mit viel Zeitaufwand“, kommentierte André Rahe, Marketing Manager Kitchen Appliances bei Philips. „Unsere neue Airfryer Generation beweist das Gegenteil: Lebensmittel hineingeben, Gericht auswählen und ohne weiteres Zutun fettarme und perfekt gegarte Ergebnisse erhalten – ohne Vorheizen.“ Wie der Vorgänger kann auch der neue Airfryer XXL nicht nur frittieren, backen, grillen und garen, sondern auch aufwärmen und warmhalten. Der große Garraum mit einem Volumen von 7,3 Litern bietet Platz für ein ganzes Hähnchen oder bis zu 1,4 Kilogramm Pommes. Der Airfryer XXL HD9860/90 mit Smart Sensing Technologie ist in der attraktiven Farbkombination Schwarz/Kupfer ab September für 299,99 Euro (UVP) erhältlich.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden. Mit einem Klick kommen Sie zudem auf das News-Portal unserer Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact*, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland. Jede Woche informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der Hightech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren: www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet
die Hightech-Branche

Der Brexit von Sir James

Selbst als Rentner, der bekanntlich viel Zeit hat, kann ich das Thema Brexit wirklich nicht mehr hören. Seit der unseligen Abstimmung wird es durch die Medien gejagt, Frau Theresa May hat dieserhalb schon einen Weinkrampf erlitten, und jetzt versucht ein blondbehaartes Rumpelstilzchen, die Sache endlich zu einem Abschluss zu bringen, koste es, was es wolle.

Das ist ein gutes Stichwort. Denn manchem prominenten Befürworter der britischen EU-Flucht ist offensichtlich schon der Geduldsfaden gerissen. So hat Sir James Dyson bereits seinen eigenen, ganz privaten Brexit durchgeführt, koste es, was es wolle, und wieviel das ist, wissen wir schon: Presseberichten zufolge hat der Gründer des bekannten Staubsauger- und Fön-Vertriebs 54,2 Millionen Dollar für ein Penthouse in Singapur auf den Tisch gelegt, wo der erfolgreiche Unternehmer in Zukunft zu residieren gedenkt. Natürlich wandert er nicht wegen seiner seit Jahren bekannten EU-Phobie aus, sondern, weil es in Asien größere Wachstumschancen für innovative Unternehmen gibt. Deshalb will Dyson sein erstes Elektroauto auch in Singapur bauen lassen. Warum der steinreiche Magnat sich nicht einfach eins kauft, mag der liebe Himmel wissen.

Jedenfalls liegt Dysons neues Zuhause in den Etagen 62-64 der noblen Wallich-Residence im Herzen von Singapur und ist bestens ausgestattet. So soll der Weinkeller rund 600 Flaschen beherbergen, da kann man schon mal ein Jahr mit auskommen.

Schon Monate vor der Bekanntgabe seines persönlichen Brexits hat Dyson angekündigt, seine Firma von der britischen Insel nach Singapur zu verlegen. Auf Deutsch gesagt: Er hat das Projekt Brexit seit Jahren kräftig gefördert, und jetzt bringt der alte Feigling seine Schäfchen lieber ins Trockene, anstatt sie in Großbritannien vor die Hunde gehen zu lassen. Das zeigt, wie weitsichtig der Sir denkt. Immerhin hat er sein Penthouse ja auch rechtzeitig gekauft, bevor das britische Pfund im Strudel einer Brexit-Katastrophe nur noch Pence wert ist.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den
High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich),
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31
Christina Metzger • TiMe GmbH
Glückaufstr. 57 • 45481 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 21 v. 1. Januar 2019.

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



So entspannt kann Fernsehen sein.

Jetzt Guthabekarte holen und 25% mehr erhalten!¹

- ✓ Bis zu 69 Top Sender in echtem Full HD²
- ✓ Kein Abo, keine Bereitstellungskosten
- ✓ Bequem mit TV Modul oder Receiver



25%
EXTRA¹



Media Broadcast GmbH | Erna-Scheffler-Straße 1 | 51103 Köln

¹ Voraussetzungen: Aktivierung 12-Monats-freenet TV-Guthabekarte zwischen 24.06.-30.09.2019 über www.freenet.tv; Erteilung einer widerruflichen Werbeeinwilligung in E-Mail- und Telefon-Werbung mit Mindestbestand von 12 Monaten für Media Broadcast GmbH und für deren Produkte. Bei Widerruf der Einwilligung vor Ablauf der 12 Monate entfallen die zusätzlichen 3 Monate. Ausführliche Infos: www.freenet.tv/teilnahmebedingungen

² Einzelne Programme sind nur in Verbindung mit DVB-T2 HD über das freenet TV connect Angebot verfügbar. Die Voraussetzungen für freenet TV connect finden sich unter www.freenet.tv/connect. Die Qualität ist bei freenet TV connect abhängig von der Bandbreite der zur Übertragung genutzten Internetverbindung des Kunden und der vom Programmanbieter zur Verfügung gestellten Signalqualität. Die öffentlich-rechtlichen Programme können über ein mit dem DVB-T2 HD gekennzeichnetem Empfangsgerät frei empfangen werden und sind nicht Teil von freenet TV. Weitere Informationen zu den genauen Programmen entnehmen Sie unter www.freenet.tv/programme.



freenet TV

Einfach.Besser.Fernsehen.