



## Positive Bilanz der IFA 2016



# Trends und Business



### TRANSFORM YOUR JOURNEY

PXC 550 Wireless.  
Upgrade to First Class.

Kabellos, komfortabel und faltbar für das perfekte Reiseerlebnis: Der neue PXC 550 Wireless überzeugt durch adaptive aktive Geräuschunterdrückung NoiseGard™, NFC-Konnektivität und eine Akkulaufzeit von bis zu 30 Stunden.



**SENNHEISER**

Die IFA 2016, die vom 2. bis 7. September in Berlin stattfand, hat nicht nur ihre Position als global führende Messe für Consumer Electronics und Hausgeräte unterstrichen. Auf dem Berliner Messegelände gab es zudem wichtige Ausblicke auf die vernetzte Zukunft – vom intelligenten Zuhause über die smarte Stadt bis zum digitalen Leben. Die Rekordzahl von

1.823 Ausstellern (+13 Prozent) präsentierte auf einer vermieteten Ausstellungsfläche von 158.000 qm (+5 Prozent) ihre Produkte und Dienstleistungen. 240.000 Besucher und ein erwartetes Order-Volumen von 4,5 Milliarden Euro sorgten nicht nur für zufriedene Gesichter bei den Organisatoren, sondern auch bei der Industrie und beim Handel.

„Die IFA konnte erneut ihre Stelle als weltweit bedeutendste Messe für Industrie und Handel und wichtige Order-Plattform weiter ausbauen“, resümierte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender des IFA Veranstalters gfu Consumer und Home Electronics GmbH. „Die Anzahl der in Berlin präsentierten Innovationen und Produktneuheiten ist schier grenzenlos. Entsprechend groß ist der

Beitrag der IFA zur positiven Entwicklung der Branchen.“

Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin, hob die starke internationale Beteiligung hervor: „Die IFA gewinnt weiterhin an globaler Relevanz. Das zeigt vor allem der Anstieg der internationalen Fachbesucher auf 64.000.“ Dies spiegelte sich an der Medienresonanz wider: Journalisten aus

über 50 Ländern hätten umfangreich über die neuesten Technik-Trends berichtet, betonte IFA Direktor Jens Heithecker. Die Zahl der internationalen Medienvertreter sei auf rund 1.800 gestiegen. Das große Medieninteresse zeigte sich auch in den Anmeldungen internationaler Sendeanstalten im Global Broadcast Center: So berichteten die Nachrichten-



Rudis

WEIHNACHTS  
BÄCKEREI



## DAS REZEPT ZUM PROFITIEREN

Nähere Infos ab 17. Oktober im assona-Partnerportal oder sprechen Sie uns einfach an.  
Telefon 030 208 666 66 E-Mail [aktionen@assona.net](mailto:aktionen@assona.net)

JETZT ANMELDEN &  
FLEISSIG GEWINNE  
BACKEN!

assona



## EDITORIAL

## Da geht noch was!

Diese Ausgabe von PoS-MAIL steht ganz im Zeichen der IFA, auf der die Consumer Electronics und Hausgeräte-Branche ein markantes Zeichen ihrer Innovationskraft gesetzt hat. Nachdem im ersten Halbjahr bereits zahlreiche positive Impulse zu erkennen waren, kann der High-Tech-Fachhandel jetzt auf ein gutes Weihnachtsgeschäft hoffen.

Natürlich ist deshalb nicht alles in Butter. Neben Wachstumsraten bei Hausgeräten (groß und klein) und einem durch die Fußball-Europameisterschaft wiederbelebten TV-Geschäft gibt es immer noch Segmente, die uns Sorgen machen. Aber unter dem Strich gilt: Wenn wir klagen, dann auf hohem Niveau.

Die IFA hat gezeigt, dass unsere Märkte durch die Digitalisierung nicht etwa schrumpfen, sondern wachsen – jedenfalls dann, wenn die neuen Technologien den Konsumenten das Leben tatsächlich angenehmer oder wenigstens interessanter machen. Ein Beispiel dafür ist das Thema Smart Home, das in Berlin eine besonders große Rolle spielte. Bei Hausgeräten gehören – zumindest ab der oberen Mittelklasse – Vernetzungsmöglichkeiten zum Standard. Und man kann davon ausgehen, dass für die Kommunikation von Geräten unterschiedlicher Marken in absehbarer Zeit praktikable Lösungen gefunden werden, die den Verbraucher nicht überfordern. Das macht dem Fachhandel das Verkaufen leichter, und Produkte für die Smart Home Steuerung, von der Sicherheit über das Energie-Management bis zur Küche, bieten bereits jetzt zusätzliche Umsatzchancen.

Dabei geht es nicht nur ums Verkaufen: Gerade im Smart Home Bereich ist Service besonders wichtig, denn nicht alle Kunden können oder wollen ihr Netzwerk zu Hause selbst ans Laufen bringen. Die Installation smarter Systeme kann aktiven Händlern deshalb nicht nur Geld in die Kasse bringen, sondern auch die Kundenbindung deutlich verstärken. Denn wer einmal gut bedient wurde, kommt mit Sicherheit gerne wieder, wenn er sein smartes Zuhause um weitere Komponenten erweitern will.

Allerdings gilt hier: Die Konkurrenz schläft nicht. Das Elektro-Handwerk zum Beispiel hat dieses Marktsegment ebenfalls erkannt. Und es ist nicht auszuschließen, dass sich Seiteneinsteiger und spezialisierte Anbieter um dieses neue Marktsegment kümmern. Steigen Sie darum, wenn Sie es nicht bereits getan haben, in das Smart Home Segment ein – nicht irgendwann, sondern jetzt! Denn wer zu spät kommt, wird nicht vom Leben bestraft, sondern von den Kunden.

Thomas Blömer

agenturen AP und Reuters, Deutsche Welle TV, Öffentlich-rechtliche Sender der EBU in der Schweiz und die Privatsender der ENEX in Luxemburg live aus Berlin. Zu den vertretenen internationalen Sendeanstalten zählten Al Jazeera aus Katar und Al Arabia aus den Arabischen Emiraten, CCTV und Tianjin TV aus China, O1net TV, LCI, BFM TV, MCM, Sport 365 und Ouatch.tv aus Frankreich. Auch die BBC aus Großbritannien, RAI und Mediaset aus Italien, NHK aus Japan, Polsat News aus Polen, YTN und KBS aus Südkorea, IBA International aus Israel, TRT aus der Türkei sowie die amerikanischen Sender CNBC/NBC und CNN waren live in Berlin dabei. Für die Hausgeräte-Branche bestätigte Reinhard Zinkann (Miele), Vorsitzender des ZVEI Fachverbands Elektro-Hausgeräte und CECED Präsident, die globale Bedeutung der IFA: „Einmal mehr hat die IFA ihre Rolle als weltweit wichtigster Treffpunkt der Hausgeräte-Industrie mit dem Handel und den Endkunden überzeugend unter Beweis gestellt – mit einer Vielzahl spannender Innovationen und sehr positiver Resonanz. Wir sind mit dem Verlauf überaus zufrieden und rechnen mit einem guten Jahresendgeschäft.“



Wearables können als praktische „Abkürzung“ zwischen vernetzten Geräten und Smartphones dienen und stießen deshalb in Berlin auf großes Interesse. (Foto: Messe Berlin)

### Zufriedene Aussteller

Die positive Einschätzung der Verbände und Veranstalter wurde von den Ausstellern bestätigt. „Die IFA hat sich auch 2016 als führende Plattform gezeigt, um Handelspartner wie Endkunden gleichermaßen zu begeistern“, sagte Martin Börner, Deputy President der Samsung Electronics GmbH, die sich wieder mit dem größten Stand der Messe auf 6.000 qm im City Cube präsentierte. „Wir ziehen für alle Samsung Produktbereiche eine sehr positive Bilanz – insbesondere bei Hausgeräten und Wearables konnten wir entscheidende Zuwächse erzielen.“ Auch Martin Winkler, COO von LG Electronics, erwartet von der IFA 2016 wichtige Impulse: „Die IFA 2016 war für LG ein voller Erfolg. Die für unsere Gespräche mit unseren Handelspartnern gesetzten Ziele konnten wir hier in Berlin voll erfüllen. Als aktuelles Fazit meiner Gespräche mit meinem Sales Team kann ich daher ganz einfach sagen: Ich freue mich schon jetzt auf den Herbst und das anstehende Weihnachtsgeschäft.“



Das Wachstumssegment Multikopter war in Berlin mit allen großen Herstellern vertreten. (Foto: Messe Berlin)



Das Internet der Dinge war eines der großen Messthemata auf der IFA 2016. (Foto: Messe Berlin)

Dr. Karsten Ottenberg, Vorsitzender der Geschäftsführung der BSH Hausgeräte GmbH, hob vor allem die Zukunftsorientierung der IFA hervor: „Wer die Welt von Morgen verstehen will, muss zur IFA nach Berlin. Die erneuten Rekordzahlen sprechen für sich. Als global führende Messe für Unterhaltungselektronik und Elektrohausgeräte ist die IFA Innovationstreiber und internationaler Branchentreff zugleich – hier werden die Trends der Zukunft gesetzt.“

### Zufriedener Fachhandel

Führende Vertreter des Einzelhandels bewerteten die IFA 2016 ebenfalls als vollen Erfolg. „Netzwerke pflegen, entdecken, zeigen, staunen, neue Wege gehen und gute Geschäfte machen. Die IFA ist



Viele IFA-Besucher interessierten sich auch für die Zukunft klassischer Produktbereiche, z. B. Fernseher. (Foto: Messe Berlin)

ein Glücksfall für Handel und Hersteller“, so Willy Fischel, Geschäftsführer Bundesverband Technik des Einzelhandels. „Sie bleibt Branchentreffpunkt, begeistert Endverbraucher und zeigt heute, was morgen möglich ist.“ Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober betonte die Wachstumsimpulse durch smarte Technologien. „Die IFA 2016 hat eines deutlich gezeigt: Smarte Produktwelten wachsen immer stärker zusammen und müssen integriert vermarktet werden. Für uns war die IFA wieder eine hochattraktive Plattform für unzählige Neuigkeiten aus den Bereichen Consumer Electronics und Domestic Appliances sowie für die wichtigsten Trends und Visionen rund um den digitalen Lifestyle.“ Auch Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG, zog ein positives Fazit: „Die hohe Zahl an konstruktiven und zielgerichteten Gesprächen mit den Industriepartnern hat auf ein Neues bewiesen, wie wichtig die IFA als Weltleitmesse und internationaler Branchentreff ist.“ Das bestätigte auch telering Geschäftsführer Franz Schnur: „Die Stimmung war ausgezeichnet, das Engagement und die Begeisterung unserer Fachhändler und Lieferanten waren deutlich zu spüren. Wir blicken optimistisch in die Zukunft.“

## Vielfalt am Funkturm

Tatsächlich ist es der Messe Berlin gelungen, die neuen Technologien und Anwendungen des vernetzten Lebens zu präsentieren und gleichzeitig die traditionelle Stärke als globale Plattform für Unterhaltungselektronik und Hausgeräte zu bewahren. 4K Ultra HD TV und Audio-Lösungen bis zum High-End-Bereich, immer komfortablere Hausgeräte



Das Zukunftsthema Virtual Reality (VR) stand nicht nur an vielen Ständen im Blickpunkt, sondern spielte auch bei Kongressen und Vorträgen eine große Rolle. (Foto: Messe Berlin)

mit Netzwerkfunktionen, Trend-Produkte wie Kopter und Wearables, futuristische Küchen, vernetzte Gesundheit, digitale Fitness-Systeme, Virtual und Augmented Reality – in Berlin war das gesamte Portfolio digitaler Consumer Technologien zu sehen. Auch wenn das Zusammenspiel der einzelnen Komponenten noch nicht immer so reibungslos verläuft, wie sich das alle Beteiligten wünschen, wird doch immer deutlicher: Das smarte Zuhause, die vernetzte Stadt und das digital unterstützte Leben sind keine Zukunftsvisionen mehr, sondern bereits in vielen Bereichen präsent. In den IFA Keynotes 2016 gaben

führende Vertreter der Branche einen Ausblick darauf, wie es weiter gehen kann. So präsentierte BSH-Chef Dr. Karsten Ottenberg den niedlichen Roboter Mykie, der bald auf dem Küchentisch stehen und beim Kochen gute Ratschläge geben könnte. Bereits im kommenden Jahr soll das smarte Wesen seine gewohnte Laborumgebung verlassen und in echten Küchen ausgesetzt werden, um von anderen vernetzten Hausgeräten und den Menschen zu lernen.

Die Möglichkeiten des vernetzten Autos stellte Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars vor. Mit dem mii Connect Concierge Service, Motion Seating, Community-based Parking und Smart Ready to Drop beherrscht der Autohersteller nicht nur die englische Sprache, sondern auch Technologien, um den Individualverkehr völlig neu zu definieren. Das erhöht den Komfort, unterstützt Fahrer und Passagiere genau da, wo sie sich gerade befinden, und eröffnet Perspektiven, dass man die Zeit im Auto auch zum Arbeiten nutzen kann.

Mit der wachsenden Bedeutung von Virtual Reality beschäftigte sich Mark Papermaster, CTO von AMD. Für ihn ist VR eine logische Weiterentwicklung, die traditionelle Medien wie Radio, Fernsehen und Computer in die Welt der digitalen Vernetzung integriert. Für IBM Watson IoT Managerin Harriet Green hat das Internet der Dinge (IoT) den Alltag bereits erreicht. Dafür führte Green in ihrem Vortrag zahlreiche Beispiele an und brachte das fahrerlose Auto Olli mit auf die Bühne des City Cube Berlin. Das elektrogetriebene Fahrzeug im Kleinbusformat bietet 12 Sitzplätze.

Das smarte Leben spielte auf dem Messegelände an zahlreichen Ständen eine Rolle. Besonders die großen Konzerne übertrafen sich gegenseitig mit



Auch das gab es auf der IFA: Automobilindustrie trifft Fachhandel. Daimler-Chef Dr. Dieter Zetsche (rechts) und Euronics-Vorstandssprecher Benedict Kober gemeinsam am Euronics Trend Car Mercedes-AMG C 63 S Coupé. (Foto: Euronics)

der Präsentation von Zukunftsszenarien, die nicht nur bei den Fachbesuchern, sondern auch beim ganz normalen Messepublikum auf viel Interesse stießen. Im neuen Ausstellungsbereich Smart Home präsentierten zudem über 40 Aussteller aus 15 Ländern auf 3.000 qm in Halle 6.2 ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen rund um die intelligente Haussteuerung. Dabei ging es zum Beispiel um die Steuerung von Licht, der Raumtemperaturen oder Heizung, um effizientes Energie-Management, komfortable Sicherheitssysteme, drahtlose Übertragungstechniken und dem Einsatz von Robotern bei Hausarbeiten wie Staubsaugen oder Rasenmähen. Trend-Themen spielten zudem in der IFA TecWatch eine große Rolle. Dort stellen junge Start-ups, Forschungslabore und Industrie-Organisationen ihre Ideen für die smarte Zukunft vor. Ergänzt wurden die Exponate der Aussteller mit Vorträgen, Konferenzen, Podiumsdiskussionen und Ideenwettbewerben junger Unternehmensgründer.

Mit der gelungenen Kombination von realem Business und konkreten Innovationen auf der IFA 2016 können sich alle Verantwortlichen voll bestätigt fühlen. Die IFA 2017 findet vom 1. bis 6. September 2017 in Berlin statt.

# INHALT

## PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 11, 15, 18, 20, 21

### Der smarte IFA Auftritt von Panasonic Für das bessere Leben 6



### Changhong mit neuer TV Serie CHiQ auf der IFA OLED, HDR+ und 8K 8

### Vestel mit großer Produktvielfalt auf der IFA Der Vollsortimenter 9

### Die IFA Neuheiten von Gibson Innovations Klangvolle Marken 10



### Yamaha: Soundbar für zwei 3D-Surround-Formate Dolby Atmos und DTS:X 11

### TechniSat nutzt IFA erfolgreich als Plattform Die Marke für Lösungen 12

### Der neue Gadget-Fotokopter von Yuneec Fliegen mit Breeze 14



### Neue 4K Action Cam von Sony Rasant ohne Wackler 14

### Telekom wächst weiter mit dem Handel Besser die Eins 16



### Die neue Beurer „SleepLine“ Gut Einschlafen, Durchschlafen, Aufwachen 18



### Bosch Hausgeräte erweitert Home Connect Plattform Für das smarte Zuhause 19



### Connectivity und Seamless Life Siemens setzt auf das „Internet der Dinge“ 20



### Dyson Pure Hot+Cool Link Gute Luft per App gesteuert 21

### Der neue Blizzard CX 1 von Miele Leise, kraftvoll und sauber 22

### emporia: Smartphones für die ältere Generation Teilhabe an der digitalen Welt 22

### Wagners Welt • PoS-MAIL @ • Impressum 23

## Olaf Heide verlässt Medimax



Olaf Heide

Olaf Heide, Geschäftsführender Direktor der Medimax Zentrale Electronic SE, hat das Unternehmen Ende September auf eigenen Wunsch verlassen, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Heide war fast zwanzig Jahre bei Medimax und verantwortete in der Fachmarktkette zuletzt den Einkauf. Seine Aufgaben werden zunächst von Karl Trautmann, Vorstand ElectronicPartner, kommissarisch übernommen.

Ende Oktober wird das Medimax Team zudem durch Frank Kretschmar verstärkt, der die Marke dann übergreifend verantworten soll. Michael Haubrich, der als Vorstand ElectronicPartner die Marke seit Jahresbeginn interimistisch führt, bedankte sich bei Olaf Heide für seinen Einsatz: „Olaf Heide hat Medimax mit hoher Loyalität und großem persönlichen Engagement ein Gesicht gegeben. Er hat so maßgeblich zum Aufbau und Erfolg unserer Ende des Jahres 132 Standorte umfassenden Fachmarktkette beigetragen. Wir bedauern sein Ausscheiden und wünschen ihm für seinen weiteren Weg alles Gute.“

## UMC: Mehr Sharp für Europa



Seit dem 1. August 2016 ist Sascha Lange als Vice President Marketing & Sales bei UMC tätig.

Die Universal Media Corporation (UMC) will die Bedeutung der TV-Marke Sharp auf dem europäischen Markt deutlich ausbauen. Das gab das Unternehmen auf einer Pressekonferenz auf der IFA bekannt. Dazu ist eine Ausweitung der bestehenden Markenlizenzvereinbarung mit Sharp geplant. Auch das europäische Marketing wird deutlich verstärkt.

So wurde mit Sascha Lange, der in der Branche durch seine langjährige Tätigkeit bei Toshiba Europe bestens bekannt ist, ein neuer Vice President Marketing & Sales ernannt. Er verantwortet unter anderem die Bereiche Markenkommunikation, Kampagnen-Management, PR sowie Handels- und Online-Marketing. Für den Vertrieb in Deutschland bleibt weiterhin Franz-Josef Gaul verantwortlich.

Auch das Verkaufsteam von UMC soll deutlich ausgebaut werden, um alle relevanten europäischen Schlüsselmärkte und Vertriebskanäle abzudecken. Mit einer Innovationsinitiative soll sichergestellt werden, dass hochwertige Produkte zu unterschiedlichen Preispunkten

vom Einstieg bis zur High-End-Klasse zur Verfügung stehen. Dabei soll die von Sharp entwickelte Igzo Bildschirmtechnologie besonders gute Bildqualität gewährleisten; bei der Klangwiedergabe arbeitet Sharp mit Harman Kardon zusammen. Dabei wurden sieben unterschiedliche Soundsysteme entwickelt, die auf verschiedene Displaygrößen und Preissegmente abgestimmt sind.

## Medisana Prime: neue Fachhandels-Produktlinie

Mit Prime stellt Medisana eine neue, speziell auf den Fachhandel abgestimmte Produktlinie vor. So sollen ab Oktober 2016 verkaufstarke Produkte für ein gesünderes Leben – darunter Massagestuhlaufbauten, Luftbefeuchter und Körperanalysewaagen – in exklusivem Design und mit exklusiver Mehrausstattung gegenüber dem bewährten Medisana Sortiment für zusätzlichen Umsatz im Fachhandel sorgen.

Mit der neuen Linie will Medisana die Wichtigkeit und Bedeutung des stationären Fachhandels unterstreichen und gleichzeitig soll die Marke im Elektrofachhandel weiter gestärkt werden. Medisana Prime steht für ein dynamisches und effizientes Business und soll Umsatz- und Ertragssteigerungen durch ein solides Sortiment

## Hisense holt Hans Wienands

Hisense hat einen der bekanntesten und erfolgreichsten Top-Manager der Consumer Electronics und Hausgerätebranche engagiert: Hans Wienands ist mit Wirkung vom 1. Oktober 2016 Senior Vice President bei Hisense Germany. In seiner neuen Position verantwortet er in Deutschland alle Produktbereiche (Weiße und Braune Ware) des global agierenden Hightech-Konzerns aus China. Wienands war zuletzt zehn Jahre bei Samsung und zuvor insgesamt 13 Jahre bei Panasonic in Spitzenpositionen tätig.

Mit der prominenten Besetzung will Hisense sein Ziel unterstreichen, in Deutschland mit seiner Marke ein Top-Player zu werden und sich als echte Alternative zu den anderen großen Herstellern zu empfehlen. Wienands hat das erklärte Ziel, eine nachhaltige und vertrauensvolle Partnerschaft zwischen Hisense und dem Fachhandel zu etablieren: „Ich habe mich nicht zuletzt deshalb für die Zusammenarbeit mit Hisense entschieden, weil das Unternehmen ein Originalhersteller mit einer eigenen erstklassigen Forschungs- und Entwicklungsabteilung ist, bei dem ich mein Wissen um die Bedürfnisse des Fachhandels und der Kunden direkt in die Produkt- und Angebotsentwicklung einbringen kann“, kommentierte der Manager. „Ich bin davon überzeugt, dass sich der Fachhandel einen weiteren starken Player wünscht – einen Player, der Fantasien weckt und der leistungsstarke Qualitätsprodukte liefert, die eine attraktive Wertschöpfung garantieren. Hisense kann all dies einlösen. Das Unternehmen nimmt das Thema Marke global sehr ernst – und investiert bereits seit Jahren sehr konsequent in den Markenauf- und -ausbau.“

Mit seinen nachweislich guten Produktangeboten im mittleren und oberen Preissegment sowie einem schnellen, unkomplizierten Service sei Hisense bestens positioniert, immer mehr Fachhandelspartner von sich zu überzeugen und in der Gunst der Konsumenten weiter zu steigen, fügte Wienands hinzu.

„Ich freue mich, dass wir mit Hans Wienands einen hervorragenden Branchenkenner für unser Team gewinnen konnten“, erklärte Candy Pang, Geschäftsführerin von Hisense Germany. „Sein erstklassiges Know-how ist die beste Voraussetzung, um die Marke Hisense in Deutschland mit Nachdruck nach vorne zu bringen und zu einer ersten Wahl für den Fachhandel und die Verbraucher zu machen.“



Hans Wienands

sgeschäft unterstützen, heißt es in einer Pressemitteilung. Zielgruppe der neuen Linie sind Menschen, die passend zu ihrem modernen Lifestyle Produkte mit hoher Funktionalität und bester Verarbeitung suchen.

## AEG feiert 55 Jahre Favorit

Zum 55-jährigen Jubiläum der AEG Favorit Geschirrspüler bringt das Unternehmen jetzt eine limitierte Sonderedition auf den Markt. Neben ausgezeichneter AEG Qualität winken 55 Monate Garantie und eine exklusive Geschenkbox.

Die drei Modelle der limitierten Auflage, FAV55V11P, FAV55IM0P und FAV55UM0P, kommen mit Energieeffizienzklasse A+++ daher und sorgen dank Premiumausstattung für glanzvolle Momente. Mit der ProClean Technologie bringen sie selbst stark verschmutzte Gläser, Töpfe, Pfannen und sogar Bleche zum Strahlen – dank extra viel Platz im Innenraum und innovativem, leistungsstarkem Reinigungssystem.

Die AEG Favorit Sondermodelle aus der ProClean Reihe bieten Platz für volle 15 Maßgedecke. Sechs verschiedene Spülprogramme meistern nahezu jede Herausforderung. So erkennt etwa das AutoSense Programm mit Hilfe integrierter Hochleistungssensoren die Beladungsmenge und den Verschmutzungsgrad des Geschirrs noch präziser und passt Energie, Wassermenge und Programmdauer automatisch an.

Zur Feier des 55-jährigen Jubiläums der beliebten Geschirrspüler erhalten Kunden außerdem eine exklusive Geschenkbox für die perfekte Pflege ihres neuen AEG Favorit. Dazu brauchen die Kunden nur das gekaufte FAV55 Modell online registrieren, schon ist das Starterkit unterwegs. Darin enthalten sind Finish Quantum Max Tabs, Finish Klarspüler sowie eine Broschüre mit wertvollen Pflegetipps für den neuen Geschirrspüler. Obendrein schenkt AEG seinen Kunden zum 55-jährigen Favorit Jubiläum 55 Monate Garantie auf die limitierte Sonderedition und verlängert die gesetzliche vorgeschriebene Gewährleistung damit um volle 31 Monate. Mehr Informationen gibt es unter [www.aeg.de/extragarantie](http://www.aeg.de/extragarantie).



## Neuer Geschäftsführer bei Haier Deutschland

Seit dem 1. September 2016 ist Ralph Bestgen neuer Geschäftsführer der Haier GmbH. Bestgen blickt auf eine langjährige Laufbahn in der Hausgerätebranche zurück; er war in führenden Unternehmen der Branche tätig, darunter Alno, Bauknecht und Electrolux. Bestgen zeichnet verantwortlich für Gewinn- und Verlustmanagement und berichtet an Vincent Rotger, General Manager für Nord- und Osteuropa.

In der Ernennung Bestgens sieht Haier einen wichtigen Schritt, um das Ziel zu erreichen, die Markenbekanntheit und den Marktanteil des weltweit größten Herstellers von Hausgeräten in Deutschland zu steigern. In den kommenden Jahren will sich Haier unter den Top 5 der Haus- und Elektrogerätehersteller in Europa etablieren.

Dafür verfolgt Haier eine „Zero Distance“-Strategie, um so nah wie möglich an seinen Kunden sein. Das spiegelt sich auch in der Personalpolitik wider: Haier will auf kompetente und erfahrene Persönlichkeiten setzen, die die Gewohnheiten in den Märkten verstehen, die Bedürfnisse im Detail kennen und so präzise die lokale Marktsituation erfassen.

„Ich kenne Ralph schon seit vielen Jahren und wir haben bereits erfolgreich zusammengearbeitet“, kommentierte Yannick Fierling, CEO bei Haier Europe. „Er hat langjährige Erfahrung in der Branche und eine beeindruckende Erfolgsbilanz vorzuweisen. Er ist deshalb genau der Richtige, um diese Position einzunehmen. Der deutsche Hausgerätemarkt ist einer der wettbewerbsstärksten in Europa. Deshalb freue ich mich sehr, von nun an mit Ralph einen Experten für Deutschland zu meinem Team zählen zu dürfen, um diese Herausforderung zu meistern. Ich bin sicher, dass er neuen Schwung in das Geschäft von Haier Deutschland bringen und die ‚Zero Distance‘-Strategie erfolgreich umsetzen wird.“



Ralph Bestgen

# Deutschland schaltet auf scharf!

## Fernsehen über DVB-T2 HD.

Erleben Sie:

- alle Top Programme
- beste Bildqualität: Full HD
- einfache Bedienung



Jetzt freenet TV Receiver  
holen – im Handel oder auf  
[www.freenet.tv](http://www.freenet.tv)

**FULL HD  
bis Juni 2017  
GRATIS**

**freenet TV**

Einfach. Besser. Fernsehen über DVB-T2 HD.

# Der smarte IFA Auftritt von Panasonic

Panasonic präsentierte sich auf der IFA als Vollsortimenter mit innovativen Lösungen für das bessere Leben der Zukunft. Dabei ging es nicht nur um erstklassige Produkte für den Fachhandel, sondern der japanische Technologie-Konzern zeigte auch Ausblicke auf Technologien für die smarte Zukunft, darunter innovative Küchenkonzepte und die nächste OLED-Generation mit neuen Anwendungen. Zudem unterstreicht die Beteiligung am ersten Smart City-Projekt in Deutschland, Future Living Berlin, dass Panasonic das große Ganze im Blick hat.



Panasonic trägt mit zahlreichen Technologien zur Realisierung des Smart City-Projekts Future Living Berlin bei.

## Für das bessere Leben



„Better living tomorrow“: Die Kochfelder auf der Möbeloberfläche werden nur bei Bedarf sichtbar, transparente OLED-Displays in verschiedenen Raum-Elementen sorgen für Unterhaltung und Information.

netzten Technologien prägnant und verständlich dargestellt. Weitere Informationen konnten über Touch-Displays abgerufen werden.

### Die Zukunft zu Hause

Im Bereich „Better Living Tomorrow“ des Panasonic Standes wurden konkrete Beispiele für das smarte Leben in der Zukunft gezeigt. So ist der Herd in der Küche nicht mehr sichtbar, sondern die in die Möbeloberflächen integrierten Kochfelder erwachen erst zum Leben, wenn sie gebraucht werden. Transparente OLED Bildschirme, die im ausgeschalteten Zustand als durchsichtiger Raumteiler oder Vitrinentür dienen, stellen das laufende Fernsehprogramm dar, informieren anschaulich über die nächsten Schritte beim Kochen oder erweisen sich, wenn sie in einen Weinkühlschrank eingebaut sind, auf Wunsch als Sommelier. Und auch bei der Wäschepflege soll das Leben besser werden. Dass Kleidung dank intelligenter Sensorik automatisch der Gewebeatart entsprechend

So war es kein Zufall, dass Christian Sokcevic, Managing Director von Panasonic Deutschland, den Einstieg in das smarte Wohnprojekt im Berliner Stadtteil Adlershof gleich zu Beginn der IFA Pressekonferenz ankündigte. Bereits mit der Entwicklung der „Fujisawa Sustainable Smart Town“ hat Panasonic in Japan mit verschiedenen Partnern einen technologisch fortschrittlichen, ökologisch nachhaltigen und lebenswertigen Stadtraum realisiert, der heute von 250 Familien bewohnt wird. Im Rahmen des Smart City-Projekts in Berlin entstehen in einem Gebäude-Ensemble 69 Smart Home Apartments, deren Bewohner ein Abbild der heutigen Gesellschaft darstellen sollen – vom jungen Manager über mehrköpfige Familien bis zu pflegebedürftigen Senioren. Panasonic bringt bei „Future Living Berlin“ zahlreiche Technologien ein. So wird das Quartier mit Solarzellen des Unternehmens versorgt; die Energie wird in Batterien des Herstellers gespeichert. Panasonic liefert zudem Technik für die Sicherheit, die Gebäude-Infrastruktur und das Assisted Living; auch beim smarten Heizen, Kühlen und Lüften der Wohnungen

ist das Unternehmen dabei. „Um den Menschen einen echten Mehrwert zu bieten, brauchen wir praktische Erfahrungen im täglichen Umgang mit smarten Technologien“, erklärte Sokcevic. „Mit unserem Engagement in Berlin und weiteren Smart Cities weltweit erhalten wir unmittelbares Feedback von Anwendern, die uns sagen können, welche Technologien ihr Leben tatsächlich verbessern und welche nur am Reißbrett sinnvoll sind.“ Anhand eines 3D Architektur-Modells konnten die IFA Besucher auf der Ausstellungsfläche „Smart City“ des Panasonic Standes das Projekt Future Living in Berlin in angemessener futuristischer Weise erleben: Mit Hilfe von Augmented Reality wurden die ver-



gereinigt und getrocknet wird, klingt noch relativ trivial. Aber der Laundroid, der von Panasonic gemeinsam mit japanischen Partnern entwickelt wurde und die Wäschestücke automatisch faltet, wird mit Sicherheit viele Freunde finden, wenn er zu einem noch unbekanntem Zeitpunkt auf den Markt kommt.

## Innovationen zum Verkaufen

Natürlich präsentierte Panasonic auf der IFA nicht nur Ausblicke in die Zukunft, sondern auch zahlreiche Produkte für das aktuelle Weihnachtsgeschäft. Und dem sehen die Verantwortlichen sehr optimistisch entgegen. Das gilt besonders für das Premium-Segment der Unterhaltungselektronik, in dem Panasonic bereits vor der IFA gut unterwegs war und die Impulse der Fussball-Europameisterschaft und der Olympischen Spiele nutzen konnte. Im um 3,5 Prozent gewachsenen TV-Gesamtmarkt sicherte sich das Unternehmen einen starken zweiten Platz. „In der Kommunikation haben wir uns bewusst auf unsere Stärken konzentriert“, erklärte Armando Romagnolo, Marketing Director CE bei Panasonic. „Mit dem UHD TV DXW904 in Kombination mit dem UHD Blu-ray Player UB900 stellen wir das derzeit konkurrenzlose 4K Dreamteam auf dem Heimkino-Markt. Das bestätigen uns die Tests aller relevanten Fachmedien, Zuschauerpreise und diverse Auszeichnungen, wie zuletzt der EISA Award.“ Zum Referenzmodell DXW904 mit LCD-Technologie gesellt sich im Panasonic-Sortiment auch der 4K OLED TV TX-65CZW954, der nach seiner Einführung 2015 sofort Referenz-Status erlangte. Auf der IFA zeigte Panasonic bereits den Prototypen der nächsten Generation, der die Messlatte für kontrastreiche Bildqualität mit tiefen Schwärztönen und brillanten Farben nochmals höher legt. Um das zu ermöglichen, setzt Panasonic seine Kompetenz bei 4K Bildprozessoren ein, zu deren Entwicklung führende Hollywood-Coloristen beigetragen haben. Das Thema 4K ist für Panasonic auch deshalb so vielversprechend, weil das Unternehmen als einer der wenigen Hersteller die gesamte Wertschöpfungskette beherrscht – von der Produktion der Inhalte über die Bearbeitung bis zur Wiedergabe. Um diesen Vorsprung auszubauen und auch in den Audio-Bereich zu übertragen, arbeitet Panasonic jetzt mit den Berliner Philharmonikern bei der Entwicklung von Audio/Video-Technologien für 4K/HDR Video und Hi-Res Audio-Plattformen zusammen. Konkret geht es um die Online-Videoplattform Digital Concert Hall (DCH), für die Panasonic 4K/HDR Video- und Hi-Res Audio-Aufnahmetechnologien bereit stellt. Darüber hinaus kooperieren die Berliner Philharmoniker auch mit Technics, um nicht nur digitale Formate und Audiostreaming zu verbessern, sondern auch die Tradition authentischer analoger Musikaufnahmen fortzuführen. Die faszinierenden Klangerlebnisse sollen nicht auf das heimische Wohnzimmer beschränkt bleiben: Auch im Innenraum eines Fahrzeuges soll in Zukunft eine authentische Konzertsaal-Erfahrung möglich werden.



Panasonic ergänzte das aus dem UHD TV DXW904 und dem UHD Blu-ray Player UB900 bestehende „4K Dreamteam“ um den preisgünstigeren UHD Blu-ray Player UB704 (rechts).

**Fortsetzung auf Seite 8**

## Neue Lumix System- und Kompaktkameras 4K für Foto und Video

Panasonic hat zur photokina weitere Kameras mit innovativen 4K Funktionen vorgestellt. Darunter ist mit der Lumix G81 ein neues Flaggschiff in der Systemkamera-Mittelklasse. Auch die Bridgekamera Lumix FZ2000 bietet neben einem 1 Zoll 20,1 MP MOS-Sensor mit hoher Empfindlichkeit und einem 20x-Zoom Leica-Objektiv zahlreiche 4K- und Full HD Video-Optionen. Ebenfalls mit 1-Zoll-Sensor und den innovativen 4K Foto-Funktionen von Panasonic ausgestattet ist die lichtstarke Lumix LX15. Zudem hat Panasonic die Entwicklung der Lumix GH5 angekündigt, die als erste DSLM-Kamera in der Lage sein wird, 6K Foto und 4K/60p Videos aufzunehmen.

Die neue Lumix G81 ist mit einem 16,1 MP Sensor ohne Tiefpassfilter, Dual I.S. Bildstabilisierung um 5 Achsen, DFD-Kontrast-Autofokus, einem beweglichem Touchscreen-LCD-Monitor sowie einem großen OLED-Sucher ausgestattet. Die Nachfolgerin der G70 kann 4K Videos aufnehmen sowie mit der 4K Fotofunktion Bewegungsabläufe und Action-Szenen mit 30 Bildern pro Sekunde festhalten. Auch die Post Focus-Option und die Focus Stacking-Funktion sind an Bord. Das robuste Gehäuse der G81 mit einem Frontrahmen aus Magnesium-Legierung und zahlreichen Einstellerelementen im direkten Zugriff ist komfortabel bedienbar sowie spritzwasser- und staubgeschützt. Die Lumix G81 kommt ab Oktober in Schwarz für 899 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 999 Euro (UVP im Kit mit dem F 3,4 - 5,6 12 - 60mm Standardzoom) in den Handel.

Mit einem 1 Zoll große 20,1 MP Hochempfindlichkeits-MOS-Sensor und dem Leica DC-Vario-Elmarit 2,8-4,5/24-480mm (KB) mit optischem Bildstabilisator Hybrid O.I.S.+ bietet die neue Lumix FZ2000 viel Flexibilität. Sie arbeitet mit dem besonders schnellen DFD-Kontrast-AF, der Serienbelichtungen mit bis zu 100 (JPEG)/30(RAW) Aufnahmen in Folge mit 12B/s (AF-S) bzw. 7B/s (AF-C) ermöglicht. Auch diese Kamera ist mit den 4K Video- und Foto-Funktionen von Panasonic ausgestattet. Dazu kommt Full HD Video mit hohen Bitraten von 200Mbit/s (ALL-Intra) oder 100Mbit/s (IPB). Benutzer können zwischen den Formaten MOV, MP4, AVCHD3 Progressive und AVCHD wählen. Die Lumix FZ2000 erlaubt auch die gleichzeitige Echtzeit-Bildausgabe während der Videoaufnahme an einen externen Monitor über ein optionales HDMI Kabel. Weitere professionelle Features wie Dolly Zoom, VFR (Variable Bildrate), Zeitraffer und Stop-Motion-Animation runden das Leistungsspektrum ab. Die Kamera kommt im November für 1.249 Euro (UVP) auf den Markt.

Eine besonders feine „Immer-dabei-Kamera“ ist die neue Lumix LX15 mit großem 1-Zoll-MOS-Sensor, lichtstarkem Leica Summilux Zoom 1,4-2,8/ 24-72mm (KB) mit optischer Bildstabilisierung und Hybrid-Kontrast-AF-System mit DFD (Depth From Defocus)-Technologie. Auch bei diesem Modell sind die 4K-Video und Foto-Funktionen von Panasonic dabei. Die 4K Cropping Funktion erlaubt zudem ruhige, gleichmäßige Schwenks und Zoombewegungen bei der Video-Aufzeichnung, da sich das Zoom bei diesem digitalen Effekt nicht mechanisch bewegt. So lassen sich beeindruckende Full HD Videos mit professionellen Effekten erzeugen. Die Lumix LX15 ist in Schwarz ab November für 699 Euro (UVP) erhältlich.

## 6K Foto-Funktion 2017

Mit der Ankündigung der Lumix DMC-GH5, die im ersten Halbjahr 2017 auf den Markt kommen soll, gab Panasonic auf der photokina einen Ausblick auf zukünftige Kamera-Generationen. Sie soll als weltweit erste spiegellose Systemkamera sowohl hochauflösende Videos mit 4K/60p als auch Filme im naturgetreuen 4:2:2 10-Bit 4K-Modus aufzeichnen können und damit vor allem professionelle Fotografen, Videofilmer und Multimedia-Foto/Video-Gestalter ansprechen. Zudem wird die GH5 das erste Lumix-Modell mit der neuen 6K Foto-Funktion sein – eine superschnelle Serienbelichtungsfunktion mit 30 B/s bei 18 Megapixel Auflösung.

Mit der Ankündigung der neuen Leica Objektivserie DG-Vario-Elmarit F2,8-4,0 für Micro-FourThirds-Kameras will Panasonic zudem seine Position als Anbieter hochwertiger spiegelloser Kamera-Systeme unterstreichen. Als erste Produkte sind ein Weitwinkel 5fach-Zoom mit 12-60mm, ein Super-Weitwinkel-Zoom mit 8-18mm und ein Tele-Zoom mit 50-200mm geplant.



Die neue Lumix G81 tritt die Nachfolge der G70 an und bietet umfangreiche 4K-Video- und Fotofunktionen.



Auch die Lumix Kompakt-Modelle FX2000 und LX15 sind mit 4K-Funktionen ausgestattet.



Die auf der photokina als Prototyp gezeigte Lumix GH5 wird erstmals eine 6K-Fotofunktion haben. Das bedeutet 30 18 MP-Bilder/s.

## Fortsetzung von Seite 7



Die NA-149XRW ist die erste 9 Kilo Waschmaschine von Panasonic mit AutoCare Programmautomatik.

## Impulse für die Weiße Ware

Bei der Weißen Ware gehört Panasonic bekanntlich (noch) nicht zu den ganz großen Anbietern, verzeichnet aber im laufenden Geschäftsjahr zweistellige Zuwachsraten. Mit eigenen Technologien will das Unternehmen den Konsumenten und dem Fachhandel einen sichtbaren Mehrwert bieten. Ein Beispiel dafür ist die Wasch-Technologie AutoCare. Mit Hilfe von vier Sensoren erkennt die Waschmaschine, welche Temperatur, Wassermenge, Schleuder- und Spülvorgänge für die jeweiligen Gewebe

erforderlich sind und leitet automatisch den richtigen Waschgang ein. Das ist echte Lebenshilfe für Verbraucher: Eine Studie, bei der im Auftrag von Panasonic 5.000 Erwachsene in Deutschland, Dänemark, Frankreich, Italien und Großbritannien befragt wurden, ergab, dass 46 Prozent der Deutschen die Pflegehinweise in ihrer Kleidung ignorieren. Besonders junge Menschen gehen nachlässig mit ihrer Wäsche um: 49 Prozent aller Europäer zwischen 18 und 35 Jahren beachten die Pflegehinweise nicht. Die AutoCare Programmautomatik ist jetzt auch bei einer 9kg-Waschmaschine von Panasonic erhältlich. Das Modell NA-149XRW mit Energieeffizienz A+++ minus 35 Prozent ist zudem mit dem 3D Hydro Active System für erhöhte Waschleistung ausgestattet und arbeitet ausgesprochen leise.

Um die Marktpräsenz im Hausgeräte-Bereich zu verbessern, setzt Panasonic verstärkt auch auf Kleingeräte für die Körperpflege und die Küche. So wurde der 2015 vorgestellte Slow Juicer innerhalb eines Jahres europa-

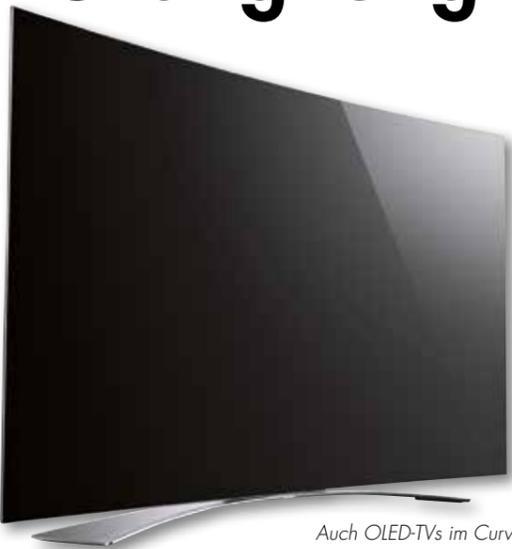
weit Marktführer in seiner Kategorie. Um die Marke in noch mehr Haushalten zu verbreiten, stellte Panasonic auf der IFA eine edle Frühstücksserie, den Hochleistungsmixer MX-ZX1800 und die Küchenmaschine MK-F800 vor. Für beide Geräte macht das Unternehmen dem Fachhandel im Weihnachtsgeschäft das Verkaufen mit einer scharfen Zugabe-Aktion leicht: Beim Mixer MX-ZX1800 gibt es bis zum 31. Januar 2017 ein japanisches Messer im Wert von ca. 130 Euro gratis dazu. Mit seiner 20 cm langen Klinge aus 30fach gefaltetem Damaszener-Stahl bietet das genietete Messer mit fugenloser Verarbeitung einen ausgezeichneten Schneidekomfort. Beim Kauf der Küchenmaschine MK-F800 gibt es ein zweiteiliges japanisches Messer-Set im Wert von ca. 55 Euro gratis dazu. Es besteht aus einem vielseitigen Küchenmesser mit 17 cm langer Klinge sowie einem Obst- und Gemüsemesser. Den Handelspartnern macht die Aktion keine Arbeit: Die Käufer können bis Mitte Februar 2017 ihren Beleg einsenden und erhalten die Zugabe bequem nach Hause.

Zugabe-Aktion zum Weihnachtsgeschäft: Beim Kauf des Hochleistungsmixers MX-ZX1800 und/oder der Küchenmaschine MK-F800 gibt es hochwertige japanische Messer gratis dazu.



# Changhong mit neuer TV Serie CHiQ 3 auf der IFA

## OLED, HDR+ und 8K



Auch OLED-TVs im Curved-Design gehören zur neuen CHiQ 3 Serie.

**Changhong, Chinas zweitgrößter Produzent von Fernsehgeräten, hatte auf der IFA das Ziel, sich auf dem deutschen Markt deutlich zu verstärken – und zwar unter eigener Marke. Dazu präsentierte der Hersteller, der in China auch für Haus- und Klimageräte sowie Smartphones bekannt ist, einen 98 Zoll großen 8K-UHD-Fernseher sowie die neue 4K-Produktlinie CHiQ 3 mit OLED-Technologie und HDR-Unterstützung.**

In Europa ist Changhong seit elf Jahren mit einer Fabrik in Tschechien vertreten, in der rund eine Millionen Fernseher im Jahr für bekannte Marken produziert werden. Zudem gibt es ein Werk in Barcelona. 35 Prozent seines internationalen Umsatzes generiert das Unternehmen in Europa. „Wir sind seit sieben Jahren in Deutschland und haben in dieser Zeit gelernt, welche hohen technologischen Ansprü-

che hier gestellt werden“, erklärte Chaim Ning, Präsident von Changhong Europe, und fügte selbstbewusst hinzu: „Diese Ansprüche erfüllen wir und stellen dies mit unserer Eigenmarke ‚CHiQ‘ unter Beweis.“

### Intelligenz aus China

Die Produktserie CHiQ besteht aus acht TV-Modellen mit 4K-Auflösung, darunter vier OLED-TVs im Curved-Design mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 65 Zoll. Mit der Submarke CHiQ will Changhong nach eigener Aussage Mode, Schönheit und Eleganz ausdrücken. Dabei steht das CH gleichermaßen für China und Changhong und das iQ für Intelligenz-Quotient. So kann CHiQ sowohl China Intelligenz als auch Changhong Intelligenz bedeuten. Die netzwerkfähigen Geräte sollen nicht nur komfortablen Zugriff auf Smart-TV-Angebote bieten, sondern auch gut mit Smartphones zusammenarbeiten. In dem Cloud-Technologie basierenden Changhong C-Store stehen zahlreiche Online-Anwendungen aus verschiedenen Bereichen wie Audio, Video, Online-Shopping, Spiele und Nachrichten zur Verfügung. Für die Zukunft will Changhong seine Fernseher so weiterentwickeln, dass sie reibungslos in Smart Home Umgebungen integriert werden können. Mit der Vorstellung eines 98 Zoll großen 8K-Fernsehers wollte Changhong in Berlin seine Leistungsfähigkeit als TV-Hersteller anschaulich machen. Das Gerät mit einem Metall-Rahmen, X-förmigen Fuß in Doppel-U-Form und High-Bright Silber-Optik bietet ein durchaus interes-

santes Design. Ein 5.1-Lautsprecher-System ist eingebaut, das von Changhong entwickelte UMAX Konzept soll beste Bild- und Tonqualität vereinen. Zudem stehen DTS-Sound und Dolby HD+ Technologien für Heimkino-Atmosphäre. Der Fernseher selbst arbeitet mit einem Dual-Core-Grafikprozessor, bietet Local Dimming in 200 Display-Bereichen und unterstützt HDR+. Liefertermine und Preise wurden nicht genannt.



Der 98 Zoll große 8K-Fernseher von Changhong hat ein durchaus markantes Design.

Changhong-Produkte sind in Deutschland bereits bei Media Markt, Saturn und Expert erhältlich. Auch einige Euronics XXL und Euronics-Fachhändler führen die Marke. Außerdem bieten Online-Shops wie Redcoon und Cyberport Changhong-Produkte an. Am Rande der IFA gab Changhong eine Partnerschaft mit dem Fußball-Bundesligisten FC Augsburg bekannt, mit der die Markenbekanntheit erhöht werden soll.

# Vestel mit großer Produktvielfalt auf der IFA

## Der Vollsortimenter

Auf über 3.000 Quadratmetern präsentierte Vestel auf der IFA ein umfassendes Produktsortiment aus verschiedenen Bereichen. Das türkische Technologie-Unternehmen stellte sich gekonnt als führender Anbieter von Unterhaltungselektronik, Haushaltsgroßgeräten, Smart Home Lösungen sowie B2B-Produkten wie Public Displays, Hotel TVs und LED-Leuchten vor. Neben den neuesten TVs lag ein wichtiger Schwerpunkt auf Haushaltsgroßgeräten, die in passenden Themenwelten gezeigt wurden.

Innovative Ausstattungsmerkmale wie HDR, Wide Color Gamut, Super Resolution, Local Dimming und MEMC unterstrichen die Kompetenz von Vestel als einer der größten Hersteller für Unterhaltungselektronik in Europa. Auch den Virtual Reality Trend hat das Unternehmen bereits aufgegriffen und mit eigenen Apps, Szenarien und Spielen in seine Fernseher integriert. Zudem wird der Zugriff auf smarte Funktionen bei den aktuellen TV-Modellen durch eine überarbeitete Android TV Bedienoberfläche, einen neuen Browser sowie die Kooperation mit YouTube und verschiedenen Video-on-demand-Diensten noch komfortabler. In Sachen Bildqualität setzte das aktuelle Lineup der Vestel OLED TVs einen unübersehbaren Akzent in Helligkeit und Farbdarstellung auf dem IFA Stand.

### Zukunftsmarkt Smart Home

Mit dem neuen Smart Home Hub können Vestel TVs auch zur Schaltzentrale des vernetzten Zuhauses werden. Dieser Zukunftsmarkt ist ein wichtiges Element in der segmentübergreifenden Wachstumsstrategie des Unternehmens. Bereits im April dieses Jahres ist der türkische Hersteller dem Innovationszentrum Connected Living beigetreten. Diese branchenübergreifende Initiative arbeitet in Deutschland seit über fünf Jahren erfolgreich an der nachhaltigen Umsetzung der digitalen Agenda in den Bereichen Smart Home, eEnergy, eHealth und Connected Security. Mehr als 50 Mitglieder, darunter prominente Namen wie Miele, Allianz Worldwide Partners, SAS,

Die aktuellen OLED-TVs von Vestel waren ein besonderer Blickfang auf dem IFA Stand.



devolo und Telekom Innovation Laboratories gehören dem Innovationszentrum Connected Living an. Das Sortiment von Vestel umfasst bereits eine ganze Reihe vernetzbarer Endgeräte für das Internet der Dinge, darunter Smart TVs und Hausgeräte. Weitere Lösungen für das Smart Home Segment werden kurzfristig folgen.

### Schwerpunkt Hausgeräte

Die Weiße Ware nahm in diesem Jahr einen besonders großen Teil des Vestel IFA-Standes ein. Das hatte seinen Grund: In diesem Segment will das Unternehmen im kommenden Jahr besonders hohe Wachstumsraten erzielen und seine Marktposition deutlich verstärken. Gelingen soll das vor allem mit modernen Ausstattungsmerkmalen, die einen echten Kundennutzen bieten. Um diesen deutlich zu machen, wurden die Haushaltsgroßgeräte in Themenwelten präsentiert und geordnet nach Verkaufsargumenten und Zielgruppen aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt. Besonders viel Beachtung fanden die Themenwelten, die Energieeffizienz und hohe Kapazitäten in den Vordergrund stellten. Aber auch Marktnischen wie Geräte mit Bedienelementen in Blindenschrift fanden Aufmerksamkeit. „Mit diesen Themenwelten haben wir eine neue Art der Präsentation gezeigt, die nicht nur unseren Messeauftritt noch aufgeräumter erschienen ließ“, erklärte Vestel Germany Geschäftsführer Özcan Karadogan. „Die Besucher konnten auch die Produktvorteile und technischen Innovationen unserer Produkte praktisch auf den ersten Blick erkennen.“ Ein besonderes Highlight bei den

Vestel Hausgeräten war eine mit acht Sensoren ausgestattete Waschmaschine. Sie stimmt nicht nur automatisch das Waschprogramm auf den jeweiligen Inhalt ab, sondern dosiert auch selbsttätig das Waschmittel. Ein wichtiges Bindeglied zwischen Hausgeräten und dem Internet der Dinge ist der neue viertürige Smart Control Kühlschrank von Vestel. Er ist mit einem 22 Zoll großen Touch Display ausgestattet und kann nicht nur dem Frischhalten von Lebensmitteln, sondern auch der Steuerung weiterer Haushaltshelfer von der Wasch- bis zur Kaffeemaschine dienen. Kameras im Innenbereich zeigen auf Wunsch den Inhalt – auch mobil via App auf dem Display des Smartphones.



Auch Zukunftsthemen wie VR und das Internet der Dinge waren für Vestel auf der IFA ein Thema.



Waschmaschinen mit innovativen Technologien wurden aufmerksamkeitsstark präsentiert. In Themenwelten konnten die Besucher die wichtigsten Vorteile der Vestel Hausgeräte praktisch auf den ersten Blick erkennen.

### Erweitertes Markenportfolio

Am Vorabend der IFA überraschte die türkische Vestel Group mit einer besonderen Nachricht: Das Markenportfolio des Konzerns, das bereits prominente Namen wie Hitachi, JVC, Sharp (Haushaltsgroßgeräte) und Telefunken (Kleingeräte) enthält, wird um einen weiteren prominenten Namen vergrößert: Vestel hat auch die Produktion und den Vertrieb von Toshiba TV Geräten in Europa übernommen. Die neue Partnerschaft mit dem japanischen Technologie-Unternehmen beinhaltet zudem die Zusammenarbeit in der Entwicklung und der Qualitätssicherung. „Diese Nachricht ist für uns eines des IFA Highlights“, kommentierte Özcan Karadogan.

# Die IFA Neuheiten von Gibson Innovations

## Klangvolle Marken



Trotz ihrer kompakten Abmessungen bietet das Philips Fidelio B1 Nano Home Cinema eindrucksvollen Klang.

**Mit Neuheiten für die drei Marken Philips, Philips Fidelio und Onkyo stellte Gibson Innovations auf der IFA Produkte vor, die im Weihnachtsgeschäft nicht nur für gute Töne, sondern auch für Umsatz sorgen können. So kann der Fachhandel sowohl im Heimkino-Bereich als auch bei Kopfhörern verschiedenen Zielgruppen attraktive Angebote machen.**

Das Philips Fidelio Soundbar-Flaggschiff B8 mit Dolby Atmos und der Philips-eigenen Ambisound-Technologie (siehe PoS-MAIL 9/2016, S. 21) ist eine eindrucksvolle Lösung für Heimkino-Fans, die ihren großen Bildschirm mit einer besonders hochwertigen Tonwiedergabe ergänzen möchten. Kompakter und auch preisgünstiger ist das Philips Fidelio B1 Nano Home Cinema, das mit hervorragender technischer Ausstattung und einem kleinen und edlen Gehäuse eine kompakte Lösung mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis darstellt. Die vier Treiber sind kreuzförmig konfiguriert und verbreiten dank der Microbeam-Technologie den Klang über 180°. Zwei Hochtöner auf der Oberseite werden mit dem innovativen Tweeter Waveguide multipliziert. So entstehen nicht weniger als 18 virtuelle Hochtöner für brillanten Sound in HiFi-Qualität.

### Onkyo Indoor-Kopfhörer

Für anspruchsvolle HiFi-Freunde sind die neuen Onkyo Indoor-Kopfhörer A800 und H900 gedacht, denn sie entsprechen den Anforderungen für eine High Resolution Audio Wiedergabe. Mit weichen Lederbügeln und wärmeabsorbierenden Ohrpolstern bieten sie hohen Tragekomfort. Das moderne Design im eleganten Schwarz mit goldenen Elementen erinnert an traditionelle Musikinstrumente.

Mit seinem offenen Akustik-System, 50mm Hochleistungstreibern und einer mehrlagigen Membran bietet der Onkyo A800 ein Hörerlebnis, das sehr nahe an die originale Studioqualität reicht. Der Kopfhörer ist ab sofort für 399,99 Euro (UVP) erhältlich.

Der luxuriöse OverEar Kopfhörer H900 schirmt mit seiner akustisch geschlossenen Architektur Umgebungs-



Die neuen Onkyo Indoor-Kopfhörer (hier das Modell A800) zeigen ihren Premium-Anspruch bereits mit ihrem luxuriösen Äusseren.

Die kompakte Soundbar ist mit einem linken und rechten Frontlautsprecher, einem Center-Kanal sowie zwei Surround-Kanälen ausgestattet und unterstützt Dolby Digital Pro Logic 2. In Verbindung mit dem kabellosen Subwoofer entsteht eine Lautsprecher-Konfiguration, die mit einem klassischen 5.1 System vergleichbar ist. Mit ihrem minimalistischen Design und dem hochwertigen Gehäuse aus edlem Metall passt das Nano Home Cinema zu praktisch jedem Einrichtungsstil.

Der kabellose Subwoofer ist nur 86 mm tief, kann sowohl vertikal als auch horizontal aufgestellt und unauffällig in einer Ecke oder sogar unter dem Sofa versteckt werden. Die Philips Fidelio B1 ist ab sofort für 499,99 Euro (UVP) erhältlich.

geräusche weitgehend ab. Ein Inline Gesprächs- und Steuerungsmanagement mit integriertem Mikrofon ermöglicht einfaches Umschalten von der Musikwiedergabe zu Telefonanrufen. 50mm Hochleistungstreiber sorgen für differenzierte, ausgeglichene Tonwiedergabe. Auch dieser Kopfhörer ist ab sofort lieferbar; die unverbindliche Preisempfehlung lautet 299,99 Euro.

### Philips Flite für unterwegs

Mit der neuen Philips Flite Familie stellt Gibson Innovations leichte Kopfhörer für den urbanen Lifestyle vor. Mit ihrem schlanken, futuristischen Metallicdesign, geringem Gewicht und tiefen, kräftigen Bässen wurden sie vor allem für junge und aktive Menschen entwickelt,

Verkaufspreise zwischen 24,99 Euro und 39,99 Euro (UVP) machen sie zu einem idealen Geschenk.

Die beiden OverEar-Modelle Everlite SHL4805 39,99 Euro (UVP) und Aerolite SHL4600 29,99 Euro (UVP) lassen sich mit einem Faltmechanismus schnell in der Tasche verstauen, ein flaches Kabel verhindert Knoten. 32mm Lautsprechertreiber bieten klaren Sound mit satten Bässen; beim Everlite SHL4805 ermöglicht das eingebaute Mikrofon ein einfaches Umschalten zu Telefonanrufen.

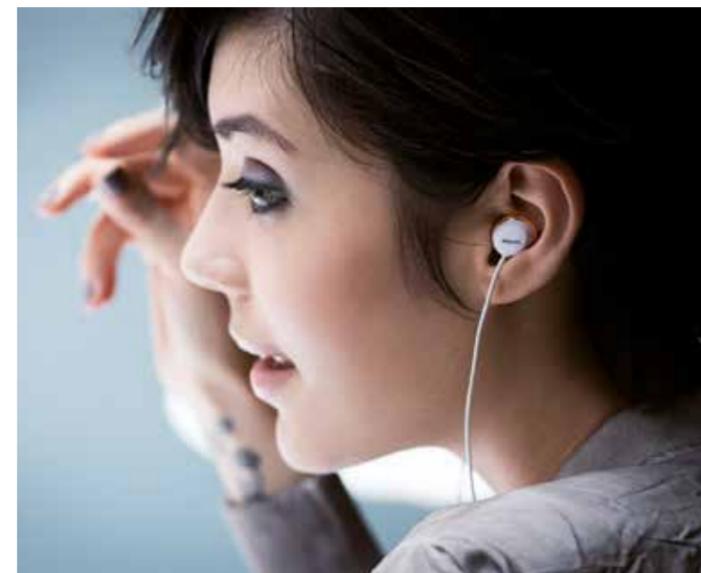
Die Aerolite Kopfhörer sind in Schwarz und Weiß erhältlich; die Everlite entsprechen dem futuristischen Metallic Fashion Trend – und zwar in Schwarz für Jungen und Roségold für Mädchen.



Die neuen Everlite OverEar-Modelle (hier der SHL4805) sind leicht und können zum Transport zusammengeklappt werden.

Ganz unauffällig und beim Tragen kaum zu spüren sind die InEar-Kopfhörer Hyprlite SHE4205 24,99 Euro (UVP) in den Farben Schwarz oder Weiß mit Roségold. 12,2mm Lautsprechertreiber bieten guten Klang; mit dem integrierten Mikrofon kann man telefonieren, und die ergonomisch geformten Earbuds sorgen für guten Sitz.

Mit diesen Volumenmodellen will Gibson Innovations die führende Position der Marke Philips im Kopfhörer-Segment weiter ausbauen. Die Marke erfreut sich bereits jetzt weltweit großer Beliebtheit: Alle fünf Sekunden wird ein Philips Kopfhörer verkauft.



Die InEar-Kopfhörer Hyprlite SHE4205 sind beim Tragen kaum zu spüren.

# Yamaha: Erste Soundbar für zwei 3D-Surround-Formate

Die YSP-5600 von Yamaha ist die weltweit erste Soundbar, die die neuen 3D-Surround-Sound-Formate Dolby Atmos und DTS:X unterstützt. Damit ermöglicht der Erfinder der Soundbar ein einzigartiges Kinoerlebnis, das bisher nur mit erheblichem Lautsprecher-Einsatz realisiert werden konnte. Denn der Klang entsteht hier nicht nur um den Zuhörer herum – er kommt auch von der Decke. Und natürlich ist auch die YSP-5600 mit dem MusicCast Multiroom System von Yamaha kompatibel.



Für ihren dreidimensionalen Surround-Sound wurde die YSP-5600 mit dem EISA-Award ausgezeichnet.



## Dolby Atmos und DTS:X

Mit der Digital Sound Projector Technologie, die den Klang erstmals bündelte und durch gezielte Reflexionen an einen definierten Punkt im Raum projizierte, hat Yamaha vor zehn Jahren die Tonwiedergabe im Heimkino auf eine neue Ebene gehoben. Erstmals war (und ist) kein 5.1 Lautsprecher-Set mehr nötig, um authentischen Surround-Sound zu erzeugen. Jetzt können die Kunden sogar die neuen 3D-Surround-Sound-Formate mit einer Soundbar genießen.



44 Array-Lautsprecher und zwei integrierte Tieftöner sorgen für ein einzigartiges Sound-Erlebnis im Heimkino.

Möglich wird das durch 44 Array-Lautsprecher, von denen zwölf allein für die Dolby Atmos Deckenkanäle zuständig sind. Unterstützt wird das System von zwei integrierten Tieftönern, ein kabelloser Subwoofer sorgt zusätzlich für kraftvolle Bass-Effekte.

Die neuen Surround-Sound-Formate Dolby Atmos und DTS:X machen das Heimkino-Erlebnis noch intensiver: Denn der Klang kommt nicht nur aus verschiedenen horizontalen Richtungen, sondern auch von oben und gibt

dem Zuschauer so das Gefühl, mitten im Geschehen zu sitzen. Die objektorientierte Positionierung der Schallquellen lässt zudem bei beiden Formaten eine detailliertere Tonmischung zu.

Die Yamaha YSP-5600 Soundbar mit 4K-fähiger HDMI-Konnektivität unterstützte Dolby Atmos bereits bei ihrer Einführung, inzwischen kam die Kompatibilität mit DTS:X auch für ausgelieferte Geräte über ein Firmware-Update dazu. Der 3D-Surround-Eindruck bleibt bei der YSP-5600 aber nicht nur auf Medien beschränkt, die bereits die neuen Tonformate unterstützen: Mit Cinema DSP 3D von Yamaha wird das Klangbild auch bei konventionell gemischten Filme und Games in die Höhe erweitert.

### Kompatibel mit MusicCast

Wie alle neuen Soundlösungen von Yamaha kann auch die YSP-5600 in MusicCast Umgebungen integriert werden. Als Teil dieses Multiroom-Systems kann die Soundbar nicht nur Signale von Netzwerk-Quellen wie iTunes, Spotify oder Internet-Radio wiedergeben, sondern stellt auch umgekehrt ihre angeschlossenen Audioquellen wie das TV-Gerät oder den Blu-ray-Player für die Multiroom-Wiedergabe zur Verfügung.

Bedient wird die Yamaha YSP-5600 mit der Systemfernbedienung (im Lieferumfang) oder per Smartphone/Tablet. Mit der Home Theater Controller (WLAN) App lassen sich die grundlegenden Funktionen sowie die Ein-

stellungen für die Schallabstrahlung der einzelnen Kanäle steuern, die MusicCast Controller App erlaubt das Audio-Streaming zu anderen MusicCast-Geräten. Für komfortables Handling sind beide Apps miteinander gekoppelt.

Mit dem mitgelieferten IntelliBeam-Mikrofon kann die YSP-5600 ganz einfach installiert werden: Das Abstrahlverhalten der einzelnen gerichteten Lautsprecher und der gesamte Klang des Systems werden vollautomatisch eingerichtet. Dazu wird das Einmess-Mikrofon einfach an der Hörposition aufgestellt und der Einmessvorgang gestartet. Für Musikliebhaber bietet die 3D-Surround-Funktionalität der YSP-5600 noch einen weiteren Vorteil: Die Ausrichtung der auf die Decke strahlenden Lautsprecher lässt sich automatisch so einstellen, dass das Live-Ambiente verschiedener Räumlichkeiten simuliert wird.

### Ausgezeichnet

Die Yamaha YSP-5600, die 1.699 Euro (UVP) kostet, wurde soeben als beste Soundbar 2016-2017 mit dem begehrten EISA-Award ausgezeichnet. Neben der technischen Ausstattung beeindruckte auch das attraktive moderne Styling der Soundbar die Jury. Im Grunde, so die Juroren, sei es anderen Soundbars gegenüber unfair, das Produkt einfach als Soundbar zu bezeichnen. Denn die YSP-5600 habe „einzigartige Fähigkeiten, mit denen sie eine Klasse für sich darstellt.“

## PoS-Aktuell

### Sennheiser gut gerüstet fürs Weihnachtsgeschäft

Mit einer Auswahl an innovativen Wireless-Kopfhörern ist der Audiospezialist Sennheiser für das Weihnachtsgeschäft gut aufgestellt und wendet sich mit Reisekopfhörern mit ausgezeichneter Geräuschunterdrückung bis hin zum Lifestyle-Kopfhörer an anspruchsvolle Musikliebhaber und Technik-Fans.

Für Musikliebhaber, die viel unterwegs sind, ist besonders der neue Sennheiser PXC 550 Wireless geeignet. Der leichte, kabellose Kopfhörer liefert nach Angaben von Sennheiser ausgezeichnete Sound-Qualität und ist mit der adaptiven Geräuschunterdrückung NoiseGard™ Hybrid ausgestattet. Der aus hochwertigen Materialien gefertigte und flach zusammenfaltbare Reisekopfhörer kommt in einem schicken Design und erlaubt einfaches NFC-Pairing und verwendet apt-X für eine qualitativ hochwertige Blue-

tooth-Audioübertragung. Ein Touch-Panel an der Ohrmuschel, mit dem sich der Kopfhörer intuitiv steuern lässt, und Sprachmeldungen, die zum Beispiel über den Ladezustand des Akkus informieren, machen die Bedienung des kabellosen Kopfhörers besonders komfortabel. Zudem kann der PXC 550 Wireless Musik und Anrufe automatisch unterbrechen, sobald der Kopfhörer abgesetzt wird. Mit der Sennheiser CapTune App lässt sich das Hörerlebnis dabei an individuelle Vorlieben anpassen.

Die Modelle Momentum Wireless und Momentum On-Ear Wireless zeichnen sich nach Herstellerangaben durch herausragende Klangqualität, minimalistischen Stil und hochwertige Materialien, kombiniert mit innovativer Wireless-Technologie aus. Für besonders angenehmen Tragekomfort sorgen die weichen Ohrpolster, die für den Momentum Wireless aus feinem Leder und für den Momentum On-Ear Wireless aus Alcantara gefertigt werden.



PXC 550 Wireless

Die kabellosen Momentum-Modelle nutzen NFC-Technologie für bequemes Pairing und APT-X für eine Bluetooth-Audioübertragung. Sowohl der Momentum Wireless als auch der ohraufliegende Momentum On-Ear Wireless sind mit der aktiven Geräuschunterdrückung NoiseGard ausgestattet, die Umgebungsgeräusche zuverlässig herausfiltert und selbst in lauten Umgebungen ungestörten Hörgenuss ermöglicht. Der Sennheiser Urbanite XL Wireless, bestehend aus widerstandsfähigen Metallkomponenten und platzsparend zusammenfaltbar, ist für Musikliebhaber geeignet, die urbanen Style und bassbetonten Sound mögen. Dank NFC lässt sich eine Verbindung mit kompatiblen Bluetooth-Geräten herstellen. Außerdem verfügen die Kopfhörer für komfortable Bedienung über ein intuitives Touch-Panel an der Ohrmuschel. Er liefert kraftvollen Club-Sound mit betontem Bass und kristallklaren Höhen, während der apt-X Codec für kabellose Übertragungen in CD-Qualität sorgt.

# TechniSat nutzt IFA erfolgreich als Plattform

## Die Marke für Lösungen



TechniSat

Mit der eingebauten Soundleiste, die TechniSat gemeinsam mit Elac entwickelt hat, und einem serienmäßig mitgelieferten externen Subwoofer bietet der neue TechniMedia UHD+ SL hervorragende Tonwiedergabe.

erster TV-Hersteller einen UHD/4K Smart TV mit integriertem HD+ entwickelte, ging auf der IFA eine neue Variante des TechniSat UHD+ TV-Flaggschiffs an den Start: Der neue TechniMedia UHD+ SL. Die zwei Buchstaben stehen für Soundleiste und weisen damit auf eine eindrucksvolle Klangwiedergabe hin, die TechniSat wieder gemeinsam mit Elac realisiert hat. Beim TechniMedia UHD+ SL wurden die Stereo-Lautsprecher des TechniSat Deluxe Sound 2.1 Systems so in einer eleganten Soundleiste verbaut, dass sie direkt auf die Zuschauer nach vorne gerichtet sind. Davon profitiert vor allem die Klarheit und Verständlichkeit von Sprache. Ergänzt wird die Soundleiste von den satten Bässen des externen Subwoofers (im Lieferumfang). Der TechniMedia UHD+ SL ist in den Bildschirmgrößen 43 Zoll (UVP 1.899 Euro), 49 Zoll (UVP 2.099 Euro) und 55 Zoll (UVP 2.399 Euro) jeweils in den Farben Silbermetallic/Schwarz oder Titanmetallic/Schwarz erhältlich.

### DVB-T2 HD Receiver

Mit einem differenzierten Sortiment von DVB-T2 HD Receivern zeigte TechniSat auf der IFA, dass die Neupo-

sitionierung als Anbieter vernetzter Lösungen nicht zu Lasten der Kompetenz als Empfangsspezialist geht. Damit stehen dem Fachhandel ausgezeichnete Produkte zur Verfügung, um den Kunden den Übergang zum hochauflösenden Antennen-Fernsehen einfach zu machen, bevor am 29. März 2017 der Regelbetrieb mit rund 40 Programmen, überwiegend in HD Qualität (1080p), beginnt.

Der DigiPal Isio HD Receiver, der bis zur kompletten Umstellung auf den neuen Standard auch DVB-T Signale empfangen kann, speichert auf Wunsch die Programme auf einem externen USB-Datenträger und bietet mit der Isio Internet-Technologie zudem Zugriff auf Mediatheken, diverse Apps und HbbTV. 199,99 Euro (UVP) soll das in Silber oder Schwarz erhältliche Gerät kosten.

Nicht nur zum DVB-T2 HD Empfang, sondern auch für das smarte Zuhause ist der neue DigiPal Smart Home geeignet. Er ist mit der TechniSat Connect App kompatibel, die es möglich macht, alle entsprechend ausgestatteten Geräte von einer zentralen Oberfläche aus zu bedienen. Das ermöglicht die Vernetzung von Smart Home und Multimedia Streaming Funktionen in einem Gerät. Der Receiver ist im vierten Quartal verfügbar und kostet 109,99 (UVP).

Vielseitig ist der DigiPal T2 DVR Receiver von TechniSat. Er bietet eine Internetradio-Funktion, kann Programme auf USB-Datenträgern aufzeichnen und empfängt DVB-T/T2 HD mit H.265/HEVC und H.264. Das Gerät, das auch über ein 12-Volt Stromnetz betrieben werden kann, kostet 129,99 (UVP).

Einfachen Zugriff auf TechniSat Mehrwertdienste und Empfang von digitalen TV-Programmen über Antenne in HD Qualität bietet der DigiPal T2 HD Receiver mit dem Programminformationsdienst „Sieh Fern Info“ und Internetradio-Funktion. Wie seine Schwestermodelle ist der Receiver in Anthrazit und Silber zu haben und kostet 109,99 Euro (UVP).

Damit die Receiver mit guten Signalen versorgt werden, bietet TechniSat verschiedene Antennen für den Empfang von DVB-T2 HD und DAB+ an – für innen und außen.



Der neue DigiPal Smart Home Receiver von TechniSat ist mit der TechniSat Connect App kompatibel und kann deshalb leicht in Smart Home Umgebungen integriert werden.



**TechniSat nutzte die IFA 2016, um den Wandel des Unternehmens vom Empfangsspezialisten zum Anbieter vernetzter Lösungen deutlich zu machen. So stand der Messeauftritt nicht nur, wie berichtet, im Zeichen des neuen markanten Marken-Designs, des neuen Bedienkonzeptes mit der TechniSat Connect App und spannender Audio-Produkten. Das Unternehmen stellte auch weitere Neuheiten für das TV-Geschäft vor – natürlich mit smarten Funktionen. Der Auftritt in Berlin kam nicht nur bei den Handelspartnern, sondern auch bei vielen Konsumenten sehr gut an.**

„Die positive Resonanz auf unseren neuen Markenauftritt freut uns in diesem Jahr ganz besonders“, resümierte Stefan Kön, Geschäftsführer der TechniSat Digital GmbH. „Wir haben unser Ziel erreicht, uns nicht nur als Empfangsspezialist mit Premium-Technik aus Deutschland zu präsentieren, sondern mit neuen ganzheitlichen, vernetzten Lösungen. Die IFA 2016 war somit ein großartiger Erfolg.“ Neben den bereits vor der IFA angekündigten Lösungen (siehe PoS-MAIL 9/2016, S. 12) stellte TechniSat in Berlin auch Neuheiten für das smarte Fernsehen vor. Nachdem das Unternehmen mit der Serie TechniMedia als weltweit

**Panasonic**

# PANASONIC AUTOCARE: DIE WASCHMASCHINE, DIE MITDENKT.



## A+++ Waschmaschine NA-168ZS1 mit AutoCare

Bieten Sie Ihren Kunden ein echtes Kaufargument: Denn mit dem AutoCare Programm der NA-168ZS1 müssen sie sich für eine perfekte Wäschepflege um nichts mehr kümmern. Dafür sorgen vier intelligente Sensoren, die Ihren Kunden die Auswahl der richtigen Wascheinstellungen abnehmen. Wassermenge, Temperatur, Waschzeit und Schleuderrzahl werden von der Waschmaschine automatisch an die jeweilige Waschlading angepasst. Das Ergebnis ist eine schonende und fasertiefe Reinigung, die Wasser und Energie spart. So haben Ihre Kunden lange Freude an ihrer Wäsche und Sie freuen sich über margenstarke Umsätze.



# Der neue Gadget-Fotokopter von Yuneec

## Fliegen mit Breeze

Mit dem neuen Breeze stellt Yuneec einen besonders kompakten Multikopter vor, der praktisch überall mit dabei sein kann, drinnen und draußen eine gute Figur macht und leicht mit einer App zu bedienen ist. Trotz des handlichen Formats nimmt der Flieger hoch aufgelöste Fotos und 4Videos auf, die man mit dem Smartphone sofort teilen kann.

Mit einem Durchmesser von nur 24 cm und einem Gewicht von 385 g ist der Breeze sozusagen ein Mitnahme-Kopter, der durch seine zahlreichen Automatik-Funktionen und die kinderleichte Bedienung auch für wenig erfahrene Piloten geeignet ist. Die kostenlose Breeze Cam App (iOS



Der Breeze ist für den Einsatz in Innenräumen und für draußen geeignet.

und Android) macht das eigene Smartphone mit einer Reichweite von 80 - 100 Metern per WiFi zur intuitiven Fernsteuerung für das kleine Fluggerät. Das Mobilgerät stellt dabei die Bilder in Echtzeit und HD-Auflösung (720p) dar und ermöglicht das einfache Teilen jedes Breeze-Moments in sozialen Netzwerken. Die Steuerung des Kopters erfolgt über virtuelle RC-Sticks oder einfach durch Neigung des Smartphones.

### Einfach abheben

Der Breeze ist mit GPS und Optical Flow ausgestattet und erweist sich sowohl in geschlossenen Räumen als auch draußen als flugstabil. In den verschiedenen Automatik-Modi (Selfie, Follow Me, Orbit, Journey, Return Home) kann man eigentlich nicht viel falsch machen: Auf Wunsch folgt der Flieger draußen seinem Nutzer mit Hilfe des GPS-Signals auf Schritt und Tritt, landet auf Knopfdruck, umkreist den Piloten oder ein anderes Objekt

im Orbitalflug oder fliegt eine vorher definierte Strecke präzise ab. Zur Vermeidung von Unfällen ist die Höchstgeschwindigkeit softwareseitig auf 5m/s limitiert, die maximale Flughöhe liegt bei 80 Metern, die maximale Steigrate bei 1 Meter/s.

Fotos und Videos nimmt der Kopter mit einer vertikal schwenkbaren 4K-Kamera auf, die mit einem 13 MP CMOS-Sensor, einem state-of-the-art Umbrella-Fotochipsatz und elektronischer Bildstabilisierung ausgestattet ist. Damit braucht sie den Vergleich mit einer hochwertigen ActionCam nicht zu scheuen. Das Objektiv hat einen Bildwinkel von 117°, für die Speicherung der Aufnahmen steht ein eingebauter Flash-Speicher mit einer Kapazität von 16 GB zur Verfügung. Verschiedene Motivprogramme (Natur, hohe Farbsättigung, RAW, Nacht) und verschiedene Optionen für den automatischen Weißabgleich sorgen für gelungene Bilder.

Der Breeze ist ab sofort lieferbar und kostet 499 Euro (UVP).



Die Steuerung erfolgt mit Hilfe der Breeze Cam App über das Smartphone.



Mit der FDR-X3000R hat Sony auf der IFA die erste Action Cam angekündigt, die mit der besten Bildstabilisierung des Herstellers ausgestattet ist. Die Balanced Optical SteadyShot-Technologie (B.O.SS.), die bisher den traditionellen Handycam Camcordern vorbehalten war, soll auch in 4K-Videos keine Wackler zulassen.

Auch die weitere Ausstattung der X3000R kann sich sehen lassen. Der 1/2.5 Zoll große Exmor R CMOS Sensor im 16:9 Format bietet den 8.2 Megapixeln viel Platz, um das Licht einzufangen. Im Vergleich mit den Modellen X1000V und AS200V reduziert das neue Zeiss Tessar Objektiv Verzerrungen am Bildrand deutlich. Wie bei den Vorgängern

## Neue 4K Action Cam von Sony

# Rasant ohne Wackler

kann der Blickwinkel justiert werden, sogar leichtes Zoomen (maximal dreifach) ist während der (HD-) Aufnahmen möglich. Bewährte Funktionen wie Loop Recording, High Speed Recording und Full HD Aufnahmen mit 100p für Zeitlupenvideos gehören ebenso zum Leistungsprofil der neuen Action Cam wie Live Streaming via Ustream, Burst Shooting sowie die Möglichkeit, den Weißabgleich manuell einzustellen und eine Belichtungskorrektur vorzunehmen. Der Bionz X Prozessor, der auch in den Alpha 7 Kameras von Sony Dienst tut, ermöglicht der Action Cam eine volle Pixelauslesung ohne Pixel Binning und jagt die Daten schnell auf die Speicherkarte. Ist eine Micro SDXC/SDHC Class 10 Speicherkarte eingelegt, nimmt die X3000R Videos sowohl in 4K als auch in Full HD im XAVC S Format auf. Eine Micro SDXC/SDHC UHS-I U3 Karte ist mindestens nötig, um 4K Videos mit 100 Mbit pro Sekunde abzuspeichern.

### Komfortable Bedienung

Zur neuen Action Cam, die gegen Spritzwasser und Staub geschützt und im mitgelieferten Unterwassergehäuse MPK-

UWH1 bis zu 60 Meter Tiefe wasserdicht ist, gibt es die neue Fernbedienung RM-LVR3 mit Monitor fürs Handgelenk. Mit praktischem neuen Zubehör kann man sie jetzt auch an Gegenständen, zum Beispiel einem Fahrradlenker, befestigen. Soll die Kamera zusammen mit der Fernbedienung gut in der Hand liegen, hilft der Mehrzweckgriff (VCT-STG II) oder der Fingergriff (AKA-FGP I).

Mit der PlayMemories Mobile App von Sony kann man die Action Cam auch mit seinem Smartphone oder Tablet steuern. Dabei sind die Menüs und Steuerungsfunktionen auf allen Plattformen nahezu gleich. Die kostenfreie Action Cam Movie Creator PC Software macht es einfach, aus Intervallaufnahmen mit maximal 8,3 Megapixeln Zeitraffer-Videos in Full HD oder 4K zu erstellen und mit Freunden teilen. In vielen Aufnahmeformaten übernimmt die Highlight Movie Maker Software die Auswahl der besten Szenen. Sie erkennt unter anderem Gesichter und fügt die Höhepunkte jedes Videos zu einem neuen Clip zusammen, auf Wunsch auch mit Hintergrundmusik.

Die neue Action Cam FDR-X3000R von Sony ist ab November 2016 erhältlich und kostet 599 Euro (UVP).

## Ultrakompakte Micro-Four-Thirds Kamera von Xgem

Das Sortiment von Xgem umfasst seit kurzem nun auch die Z Camera E1. Die 4K Ultra-HD Kamera des chinesischen Start-Ups Zcam mit WLAN und Bluetooth 4.0 ist mit einem Micro-Four-Thirds-Sensor und einem Wechselobjektivsystem ausgestattet und mit den MFT-Objektiven von Olympus, Panasonic Lumix, Leica oder Sigma kompatibel. Die E1 verfügt über einen A9-Prozessor von Ambarella und Verbindungsmöglichkeiten wie WiFi 802.11N und Bluetooth Low Energy (BLE). Filmaufnahmen sind in 4K (4096x2160) mit 24 Bildern pro Sekunde möglich oder in UHD (3840x2160) mit 30 Bildern pro Sekunde mit H.264 Komprimierung. Der MCTF-3D-Entstörfilter sorgt für Bilder ohne weiche Kanten oder Ghosting. Zudem kann die Z Camera E1 bis zu 102.400 ISO aufnehmen. So lassen sich Filme auch bei schlechtem Licht mit einer hohen Bildqualität von bis zu 6400 ISO drehen.

Dank einer App ist es möglich, die E1 aus der Ferne zu steuern. Die Kamera kann vom Handy aus in den Standby Modus versetzt oder ausgelöst werden, verschiedene Foto- und Videomodi eingestellt und Bilder direkt geteilt und heruntergeladen werden. Mit ihrem geringen Gewicht (210g) ist die Z Camera E1 auch für den Einsatz auf Drohnen geeignet. Dazu wird die Batterie entfernt und an die der Drohne angeschlossen. Die Z Camera E1 von ZCAM ist zum UVP von 799,99 Euro erhältlich.

## Micro Four Thirds Systemkamera aus China

Das chinesische Unternehmen YI Technology stellte auf der Photokina seine erste spiegellose Systemkamera vor. Die YI M1 mit einer Auflösung von 20 Megapixeln und 4K-Video-Funkti-

on soll nach Angaben des Herstellers professionelle Ansprüche erfüllen und ist u. a. mit einer Bluetooth-Funktion und einer einfachen App-Schnittstelle ausgestattet. So vereine die Kamera die Leistungsmerkmale einer Profikamera mit einfachster Handhabung und beispielloser Konnektivität eines Smartphones, erklärte der Hersteller. Offizielle Angaben zum Preis gibt es noch nicht, verschiedene Medien berichten von 300 Euro für das Gehäuse und 400 Euro für die zwei Objektive. Die YI M1 nimmt 4K-Videos mit 30 Bildern pro Sekunde auf. Sie ist mit dem Sony IMX269 Image Sensor (20 MPI) ausgestattet, unterstützt super high ISO-Werte bis zu 25.600 und Wide Dynamic Range Video. Zum Start bietet YI zwei Objektive an: ein Zoom 12-40mm F3.5-5.6 und eine lichtstarke Festbrennweite 42.5mm F1.8. Die Markteinführung soll „zeitnah“ erfolgen.



## Epson und DJI entwickeln Augmented Reality für Multikopter

Epson will zusammen mit dem Multikopter-Spezialisten DJI neue Augmented Reality (AR)-Anwendungen vorantreiben. Einer Pressemitteilung zufolge konzentriert sich die Zusammenarbeit zunächst auf die Epson Smart Glasses Moverio BT-300 und die Entwicklung von Anwendungen, die das Steuern von Koptern für Profi- als auch für Hobbypiloten sicherer und einfacher machen sollen.

Für die Anwendung wurde die DJI Go App an die Epson Moverio BT-300 Augmented Reality-Brille angepasst. Drohnenpiloten können auf der Moverio klare First Person Views (FPV) von der Kamera aus sehen und zeitgleich die Drohne im Flug im Blick behalten. Die DJI Go App ist kompatibel mit den Kopter-

Modellen DJI Phantom, Inspire und Matrice sowie der Osmo Handheld-Gimbalkamera.

Epson und DJI wollen die Moverio BT-300 als zertifiziertes DJI-Zubehör zusammen mit der DJI Go App noch in diesem Jahr auf den Markt bringen. So werden die Epson Smart Glasses auf der Website von DJI erhältlich sein, während die DJI GO App im „Moverio Apps Market“ heruntergeladen werden kann. In vielen Ländern entwickeln Luftfahrtbehörden derzeit Vorgaben und Richtlinien zur Steuerung von Drohnen. Eine verbreitete Regel ist, dass Piloten die von ihnen gesteuerten Drohnen nicht aus dem Sichtfeld verlieren dürfen. Genau das soll die Kombination der Moverio BT-300 und der DJI-Anwendung möglich machen. Die populären Multikopter werden nicht nur von Liebhabern eingesetzt, sondern finden auch immer häufiger in professionellen Umgebungen Anwendungen, z. B. in der Landwirtschaft, der Bau- und Immobilienindustrie sowie bei Bereichen wie Rettungsdienste, der Feuerwehr und in der Forschung.



Epson und DJI wollen gemeinsam neue Anwendungen für Gewerbliche und Konsumenten entwickeln und planen dabei auch gemeinsame weltweite Vertriebs- und Marketingaktivitäten. Die Epson Moverio BT-300 ist die dritte Generation der Smart Glasses von Epson. Sie ist transparent und arbeitet binokular – damit sind Augmented Reality-Anwendungen möglich. Ein von Epson entwickeltes Si-OLED-Display sorgt für kontrastreiche Bilder. Die Epson Moverio BT-300 wird Ende 2016 verfügbar sein und kann bereits jetzt auf der Produktwebsite bestellt werden.

Miele. Für das, was wir besonders lieben.  
**Höchstleistung, Kraft, Innovation.**

Derbeutellose Staubsauger Miele Blizzard CX1.  
Mit innovativer Vortex Technologie.



# Telekom wächst weiter mit dem Handel

## Besser die Eins

Zwei Jahre nach dem Start von MagentaEins präsentierte sich die Telekom auf der IFA als unangefochtener Marktführer im Netz. Mit neuen Angeboten will das Unternehmen die Erfolgsgeschichte gemeinsam mit den T-Partnern fortschreiben. Dazu sollen neben dem Bestseller MagentaEins auch das Festnetz- und Breitband-Geschäft sowie das Wachstumssegment Smart Home beitragen. Mit immer besseren Netzen treibt die Telekom die Konvergenz von Mobilfunk und Festnetz voran.

So erreicht die Telekom mit ihrem LTE Netz heute fast 92 Prozent der Bevölkerung; 10 Millionen Kunden nutzen Bandbreiten von bis zu 300 MBit/s. Dazu kommt das Glasfasernetz mit einer Länge von 400.000 km, glasfaserbasierte Anschlüsse stehen bereits über 5 Millionen Kunden zur Verfügung. Weitere 6 Millionen Haushalte sollen vom Vectoring-Ausbau der Telekom profitieren, für den das Unternehmen rund 1 Milliarde Euro investiert. Trotz dieser Erfolge wollen die Verantwortlichen auf dem Teppich bleiben. „Wir sind mit weitem Abstand zum Wettbewerb unangefochtener Marktführer im Netz bei den Angeboten und im Service“, erklärte Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden bei der Telekom Deutschland GmbH, auf der traditionellen Telekom Night with friends zur IFA. „Aber wir heben deshalb nicht ab. Der Markt ist umkämpft, das wissen wir. Und das wissen auch unsere Handelspartner. Deshalb kämpfen wir mit ihnen gemeinsam um die Kunden.“

Das gelingt inzwischen nicht nur in den Parade-Disziplinen Mobilfunk und MagentaEins, sondern auch immer häufiger beim Festnetz. So konnten die Handelspartner im Breitband-Neukundengeschäft im ersten Halbjahr 2016 die Absätze um rund 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern. Die im August gestarteten Highspeed-Wochen



Der Telekom-Stand auf der IFA war gut besucht. Allein an den ersten fünf Messetagen wurden 152.000 Besucher gezählt.

mit dem Aktionspreis von 19,95 Euro im Festnetz führten gegenüber den Vorwochen sogar zu Wachstumsraten von rund 50 Prozent im Breitband-Neukundengeschäft. „Die Festnetzvermarktung gewinnt für den Handel immer mehr an Bedeutung“, betonte Bijan Esfahani, Leiter Indirekter Vertrieb und Service bei der Telekom Deutschland GmbH. „Unsere Margen sind attraktiv, und wir werden uns weitere Impulse für die Festnetzvermarktung einfallen lassen, um das Momentum aufrecht zu erhalten.“

### MagentaEins noch attraktiver

Als Brücke zwischen Festnetz und Mobilfunk wird das Erfolgsprodukt MagentaEins konsequent weiter entwi-

ckelt. Innerhalb von zwei Jahren wurden 2,6 Millionen Kunden für den Bestseller gewonnen. Dazu haben neben den Aktivitäten der Telekom-Partner auch zahlreiche Updates beigetragen, die MagentaEins noch attraktiver machen. Seit der Vorstellung von MagentaEins 8.0 auf IFA erhalten die Kunden Entertain TV mobil kostenlos dazu. Das Angebot, das für Neu- und Bestandskunden gilt, soll Appetit darauf machen, die Programme von rund 40 Sendern auch zu Hause zu nutzen. Festnetz-Neukunden bekommen Entertain TV sogar zu Hause für 24 Monate, also die gesamte Vertragslaufzeit, kostenlos. „Die Verbindung von MagentaEins mit dem neuen TV-Produkt Entertain TV bietet dem Handel sehr attraktive Margen und beste Cross- und Upselling-Möglichkeiten“, erklärte Esfahani.

Alle Entertain TV Kunden können ein dreimonatiges Probeabo von Big TV und HD Start kostenfrei buchen. Mit mehr als 50 zusätzlichen TV-Sendern aus den Kategorien Film, Serie, Doku, Sport und Kids, darunter mehr als 30 in HD Qualität, bietet Big TV Unterhaltung für die ganze Familie. HD Start erhöht die Auswahl von HD Programmen und weitere 25 Privatsender. Die Kunden können selbst entscheiden, ob sie die beiden Angebote gleichzeitig oder nacheinander testen wollen. Regulär kostet Big TV 19,95 Euro, HD Start 6,95 Euro im Monat. Alle TV-Pakete sind monatlich kündbar.

Beim Mobilfunk bietet die Telekom als Partner von Apple Music ihren Kunden jetzt den weltweit am schnellsten wachsenden Musikstreaming-Dienst an – und zwar exklusiv für 6 Monate kostenlos.

### Neue Kampagne

Der durchschlagende Erfolg von MagentaEins basiert auch auf konsequenter Markenkommunikation – die im Mittelpunkt der transmedial erzählten Werbegeschichten stehende Familie Heins hat inzwischen praktisch Kult-



Michael Schuld (links), Leiter Kommunikation und Vertriebsmarketing, und Bijan Esfahani, Leiter Indirekter Vertrieb und Service bei der Telekom Deutschland, präsentierten den Telekom-Partnern in Berlin zahlreiche Aktivitäten und Neuheiten.



Der neue MagentaEins Spot mit Familie Heins setzt auf Emotionen.

status. „Zwei Jahre nach der Einführung liegt der Bekanntheitsgrad unserer Produktwelt bei 77 Prozent – Tendenz steigend“, berichtete Michael Schuld, Leiter Kommunikation und Vertriebsmarketing der Telekom Deutschland. In der neuen Kampagne geht es jetzt besonders emotional zu.

Der aktuelle Spot, bei dem kein geringerer als der Regisseur und Schauspieler Simon Verhoeven Regie führte, zeigt, wie Tochter Clara aus dem Elternhaus in eine Wohngemeinschaft umzieht. Bereits die musikalische Untermalung mit dem Billy Joel Song „She's always a woman“ (interpretiert von Fyfe Dangerfield) drückt kräftig auf die Tränendrüsen. Wenn man dann zuschaut, wie Vater Walter seine Tochter bei den Vorbereitungen, beim Renovieren und Umziehen als „kleines Mädchen“ vor sich sieht, bleibt endgültig kein Auge trocken. „Die aktuelle Kampagne ermöglicht es uns, völlig neue Charaktere einzubinden und anhand unterschiedlicher Lebenssituationen die Geschichte rund um MagentaEins weiter zu erzählen“, erklärte Schuld.

## Neues bei Smart Home

Auch im Wachstumssegment Smart Home setzt die Telekom weiter auf ihre Handelspartner. „Der Handel hat gezeigt, dass er Smart Home vermarkten kann“, erklärte Bijan Esfahani. „Wir liegen bis dato im Handel bei einem fünfstelligen on top Absatz gegenüber dem Vorjahr, und



Die Qivicon SmartHome Base 2.0 ermöglicht mit zusätzlichen Funkprotokollen die Steuerung zahlreicher Geräte bzw. Produktfamilien unterschiedlicher Hersteller.

wir sind überzeugt, dass dies nur der Anfang ist und noch ein riesiges Potential erschlossen werden kann.“ Dazu soll auch die auf der IFA vorgestellte neue Version der Magenta Smart Home App mit zusätzlichen Anwendungen beitragen. So kann sie jetzt die kabellosen Lautsprecher des Marktführers Sonos steuern und

die Daten der netatmo Wetterstation an verschiedene smarte Komponenten im Haushalt weiterleiten. Zudem macht das neue Modell der Qivicon Steuerungszentrale das Leben im smarten Zuhause leichter.

Die SmartHome Base 2.0 ermöglicht mit zusätzlichen Funkprotokollen die Steuerung zahlreicher Geräte bzw. Produktfamilien unterschiedlicher Hersteller. So sind in der für den deutschen Markt vorgesehenen Version bereits HomeMatic, Homematic IP, ZigBee Pro und Dect Ule eingebaut. Zusätzliche Funkprotokolle werden ganz einfach per USB-Stick hinzugefügt, sobald sie von der Qivicon Plattform unterstützt werden. Zudem findet in einem der zwei vorhandenen USB-Ports auch ein 3G-Funkstick Platz, damit die

Haustechnik bei einem etwaigen Ausfall der Router-Verbindung über das Mobilfunknetz gesteuert werden kann.

## Erweiterter Service

Auch im Service-Bereich legt die Telekom weiter zu. So können Neukunden mit MagentaZuhause Schnellstart bereits mit hoher Geschwindigkeit surfen, bevor der Festnetzanschluss geschaltet ist. Dafür bietet die Telekom für den Einmalpreis von 49,99 Euro ein Paket mit einem mobilen WLAN-Router von Huawei, einer Sim-Karte für die Verbindung zum LTE Netz und einem Gutschein für 30 Gigabyte Datenvolumen an. Nach Bereitstellung des Festnetzanschlusses kann der mobile Router problemlos im Inland weiter genutzt werden, z. B. in einer Ferien- oder Zweitwohnung; Datenpässe sind zum günstigen Preis nachbuchbar.

Von einem persönlichen Wechselberater profitieren die Kunden, wenn sie im Festnetz von einem anderen Anbieter zur Telekom wechseln. Damit haben sie einen festen Ansprechpartner, um bis zur Umschaltung des Anschlusses auf dem Laufenden zu bleiben. „Dies ist auch eine Entlastung für unsere Handelspartner“, betonte Esfahani. „Während des Bereitstellungsprozesses wird die Zahl der Rückfragen am PoS damit deutlich reduziert.“

Mit dem Rückenwind der neuen Angebote erwartet die Telekom ein gutes Weihnachtsgeschäft auch für die Handelspartner. Unterstützt wird dieser Optimismus durch das Feedback des Handels, das sich soeben in weiteren Auszeichnungen von Telecom Handel und marktintern ausdrückte.

## Erster Telekom Partnership mit neuer Ausstattung

Bereits im Frühjahr hat die Telekom einen neuen Look für die Shops der Exklusivpartner angekündigt. Im September wurde nun der erste Shop eröffnet: eine Filiale der TMC Sauerland GmbH in Sundern. Das neue Konzept umfasst nicht nur eine aufgefrischte Ladenausstattung, sondern besteht aus einem Komplett-Paket, das neben den neuen Möbeln auch die Qualifizierung der Mitarbeiter und die Verkaufunterstützung am PoS beinhaltet. Damit soll für alle Telekom-Angebote, vom Mobilfunk über Festnetz und Smart Home bis zur Zweitmarke Congstar, eine besonders positive Kundenerfahrung erzeugt werden. Das modulare Konzept stellt sicher, dass die Läden so ausgestattet werden, wie es ihrer Verkaufsfläche, den Zielgruppen, der Kundenfrequenz und dem individuellen Potential entspricht. So wird das komplette Personal des Exklusivpartners bereits vor der Eröffnung intensiv betreut und für das neue Konzept und die Ladenbauelemente geschult. Auch nach der Eröffnung wird die Unterstützung fortgesetzt.

Zudem werden die neuen Exklusivpartner Shops regelmässig von Coaches betreut – damit können jetzt auch Einzelhändler auf ein Angebot zurückgreifen, das bisher nur den Telekom Shops vorbehalten war. „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, den Kunden in die digitale Welt zu begleiten“, erklärte Michael Schuld, Leiter Kommunikation und Vertriebsmarketing bei der Telekom Deutschland GmbH. „Also wollen wir den Kunden viel stärker als bisher die Möglichkeit geben, die Produkte auch zu erleben. Dabei helfen zum Beispiel die digitalen Präsentationsformen in Form von Screens.“

Noch in diesem Jahr sollen weitere Eröffnungen folgen und dann sukzessive bestehende Exklusivpartner in das neue Konzept einbezogen werden. Im nächsten Schritt soll ein formatspezifisches Programm für Fachmärkte und -geschäfte erarbeitet werden.



Bijan Esfahani eröffnete den ersten neuen Telekom Partnership in Sundern.

Beurer hat im Rahmen der IFA 2016 seine innovative „SleepLine“ vorgestellt. Das Sortiment besteht aus sieben Produkten zur Analyse des Schlafverhaltens und positiven Beeinflussung der Einschlaf-, Durchschlaf-, und Aufwachprozesse. Ein Drittel des Lebens verbringt der Mensch mit Schlafen. Schlaf ist deshalb so wichtig, weil er der Erholung sämtlicher Körperfunktionen dient. Schlafstörungen können beispielsweise Bluthochdruck, Diabetes oder Depressionen zur Folge haben. Das Beurer Experten-Sortiment „SleepLine“ bietet ein abgerundetes Portfolio für einen gesunden Schlaf und einen aktiven Tag.



Die Basis der neuen SleepLine Serie bildet der Schlafsensor SE 80 SleepExpert zur Schlafdokumentation. Der kontaktlose Sensor wird unter der Matratze platziert. Er zeichnet präzise die Herzfrequenz, Atemfrequenz und Bewegung auf. Daraus werden dann die Schlafphasen ermittelt. Alle gemessenen Werte werden in der Beurer SleepExpert App übersichtlich aufbereitet dargestellt und durch Tipps ergänzt. Durch diese Auswertungen ist die Schlafbeurteilung nicht mehr subjektiv.

### Kein lästiges Schnarchen mehr

Neben einem gesunden Raumklima beeinflussen auch Geräusche das Durchschlafen. Schnarchen ist oftmals ein Störfaktor. Nicht nur die eigene Schlafqualität und Gesundheit wird hierdurch gefährdet, auch die des Partners wird beeinträchtigt. Der Schnarchstopper SL 70 dient der sanften Schnarchtherapie. Er wird am Ohr fixiert und ist durch den Memory-Ohrbügel flexibel einstellbar. Durch Ton- und Vibrationsimpulse



im Ohr wird das Schnarchen vermieden. Die Impulsintensität ist hierbei einstellbar. Das Gerät ist Bluetooth-fähig und stellt das Schnarchverhalten auf einen Blick dar.

### Gute Luft fördert erholsamen Schlaf

Zu trockene Raumluft kann den Schlaf stören. Mit der Ultraschall-Befeuchtungstechnologie des Luftbefeuchters LB 37 kann die optimale Luftfeuchtigkeit einfach und geräuscharm erreicht werden. Ebenfalls neu im Beurer Sortiment ist der Luftreiniger LR 200. Dank dreischichtigem Filtersystem erzielt er eine Filterleistung von bis zu 99,5 Prozent und reinigt die Luft von bspw. Hausstaub und Pollen. Durch die zuschaltbare Ionen-Funktion ist eine zusätzliche Luftreinigung möglich. Bei der Beurteilung des optimalen Schlaf-Raumklimas hilft das Thermo-Hygrometer HM 55. Es zeigt die aktuelle Uhrzeit, Temperatur und relative Luftfeuchtigkeit an.

# Die neue Beurer „SleepLine“ Gut Einschlafen, Durchschlafen, Aufwachen

Daneben gibt der Raumklima-Indikator über Farbanzeige eine schnelle Einordnung der Raumluftqualität.

### Licht an – aber bitte sanft

Für einen guten Start in den Tag sorgt der neue Lichtwecker WL 75. Durch langsam heller werdendes LED-Licht wird der Sonnenaufgang simuliert. Der Körper bereitet sich dadurch langsam auf das Aufwachen vor – ein Weckton kann natürlich zusätzlich eingestellt werden. Als Tageslichtlampe mit fünf dimmbaren Helligkeitsstufen sorgt die TL 55 Day & Night für einen energie-

vollen, aktiven Start in den Tag und unterstützt bei einer sanften Tag-Nacht-Regulierung. Sie simuliert das Sonnenlicht mit einer Lichtstärke von ca. 10.000 Lux und arbeitet flimmer- und UV-frei.



## Nachrichten

## PoS-Aktuell

### Assona startet Händler-Weihnachtsaktion

Ab 17. Oktober können sich assona-Partner zur großen Händler-Weihnachtsaktion anmelden. Bereits zum sechsten Mal in Folge ruft der Berliner Versicherungsvermittler zur Teilnahme an seinem traditionellen Gewinnspiel mit Rentier Rudi auf.

Begleiteten die Fachhändler im vergangenen Jahr Rotnase Rudi auf den Weihnachtsmarkt, geht es in diesem Jahr in die Backstube. Unter dem Titel „Rudis Weihnachtsbäckerei“ erwartet die teilnehmenden Märkte im Partnerportal ein



Online-Spiel rund ums Plätzchen- und Lebkuchenbacken. Für jeden verkauften Schutzbrief und jede verkaufte Garantie bekommen die Partner eine Runde im weihnachtlichen Online-Spiel. Mitmachen lohnt sich, denn es gibt hochwertige Smartphones, Saugroboter und Fitnesstracker im Aktionszeitraum vom 7. November bis 31. Dezember zu gewinnen ebenso wie Erlebnisgutscheine, Kaffeepad-Maschinen und lukrative Zusatzprovisionen.

Die Anmeldung zu „Rudis Weihnachtsbäckerei“ erfolgt direkt im assona-Partnerportal. Interessierte Fachhändler, die noch nicht mit assona kooperieren, schicken einfach eine E-Mail an sales@assona.net oder melden sich telefonisch unter der 030 208 666 66.

### Telekom: Neuer smarterer Router für zuhause

Beim neuen Speedport Smart sorgen bis zu vier Antennen pro Frequenz für höhere Reichweite und Geschwindigkeiten von bis zu 2.100 Mbit/s. Bis zu 100 mögliche WLAN-Endgeräte lassen sich einfach und unkompliziert ins heimische Netz einbinden. Damit ist der neue Router auch für die künftige Verknüpfung mit weiteren Geräten im smarten Zuhause bestens gerüstet. Das gilt auch für das Fernsehen mit EntertainTV. Abhängig vom gebuchten Anschluss unterstützt der Router mehrere hoch-

auflösende TV-Streams gleichzeitig. Der Speedport Smart ist geeignet für ADSL-, VDSL-, Vectoring- und Glasfaser-Anschlüsse. Er verfügt neben den zwei direkten Anschlussmöglichkeiten für analoge Telefone über eine moderne DECT-CAT-iq 2.0-Basisstation. Über diese kann mit bis zu fünf Speedphones in HD-Voice-Qualität telefoniert werden. Für hohe Sicherheit sorgen die voreingestellte WLAN- und DECT-Verschlüsselung sowie Botnet-Schutz für das Heimnetzwerk.

Der neue Router unterstützt wie alle aktuellen Speedports die automatische Konfiguration sowie die DSL-Hilfe-App und ist damit einfach und schnell eingerichtet. Über die neue Benutzeroberfläche im Standardmodus können die wichtigsten Einstellungen vorgenommen werden. Mit WLAN to GO oder dem neuen WLAN-Gastzugang kann der Internetzugriff auch mit Besuchern und anderen Nutzern geteilt werden.

Zusätzlich bietet der Speedport Smart viele neue Komfortfunktionen. So lassen sich zum Beispiel über den Schlafmodus die LED-Leuchtanzeigen komplett ausschalten, und im Falle einer Störung gibt der Speedport Smart über das Telefon Hinweisansagen und Lösungsvorschläge.

Der Speedport Smart ist ab sofort für 159,95 Euro (UVP) oder für 5,95 Euro (UVP) monatlich im Endgeräte-Servicepaket (4,95 Euro (UVP) ab dem 13. Monat) erhältlich.

# Bosch Hausgeräte erweitert Home Connect Plattform

## Für das smarte Zuhause



Die neuen Bosch-Küchengeräte lassen sich dank Home Connect künftig sicher und bequem vom Sofa oder von unterwegs per Smartphone oder Tablet bedienen.

**Bosch hat in den vergangenen Jahren sein Portfolio an vernetzbaren Hausgeräten kontinuierlich erweitert. Auf der IFA 2016 präsentierte das Unternehmen Home Connect in allen Großgeräte-Kategorien: von vernetzbaren Backöfen, Geschirrspülern, Dunstabzugshauben und Wäschepflegegeräten bis hin zu Kaffeevollautomaten, Kühlschränken, intelligenter Sensorik und Rauch- und Bewegungsmeldern. Mit der Integration von Home Connect in die Smartphone App des Schwesterunternehmens Robert Bosch Smart Home GmbH sollen die Hausgeräte Teil des gesamten smarten Ensembles werden.**

„Eine vernetzte Welt braucht vernetzte Geräte – und zwar auf vielen Ebenen. Diesem Anspruch sind wir auf der diesjährigen IFA gerecht geworden“, so Bosch Hausgeräte Geschäftsführer Harald Friedrich auf der IFA-Presskonferenz des Unternehmens. Mittelpunkt des Bosch-Messestandes war das „Smart House“ – das vernetzte Haus. Hier wurden nicht einzelne Produkte und Technologien erklärt, sondern es wurde gezeigt, wie vernetzte Hausgeräte in verschiedenen alltäglichen Lebenssituationen jeweils sinnvoll unterstützen und entlasten können.



Das neue Induktionskochfeld der Serie 8 mit FlexInduction bietet einen integrierten Dunstabzug. Dank PerfectCook Kochsensor gibt es kein Überkochen, der PerfectFry Bratsensor assistiert beim Braten und verhindert das Überhitzen von Fetten.

### Bequeme Steuerung per App

Backöfen, Geschirrspüler, Dunstabzugshauben und Wäschepflegegeräte, Kaffeevollautomaten und Kühlschränke lassen sich bei Bosch sicher und bequem vom Sofa oder von unterwegs aus per Smartphone oder Tablet bedienen. Dank neuer Kooperationen mit Partnerunternehmen, die ihr Angebot in das digitale Ökosystem Home Connect integrieren, können Bosch-Kunden demnächst zahlreiche digitale Dienste nutzen: So werden Spülmaschinentabs künftig automatisch nachgeliefert, bevor sie ausgehen, und Geräteeinstellungen von Rezepten aus beliebigen Koch- und Back-Apps wie HelloFresh oder Simply Yummy können direkt an Bosch-Backöfen gesendet werden.

Doch die vernetzte Welt geht über die smarte Küche hinaus. Lösungen aus Bereichen wie Heizung, Sicherheit oder Licht bündelt beispielsweise die übergreifende, interoperable System-Plattform Bosch Smart Home. Anfang 2017 wird Bosch erste Hausgeräte mit Home Connect in das Smart Home System integrieren

### Kluge Unterstützung dank Sensorik

Die neuen Bosch-Geräte zeichnen sich durch eine unkomplizierte Bedienung aus. Eine tragende Rolle spielt dabei die Sensorik. Sie erfüllt die Funktion eines Assistenten, der schwierige Aufgaben übernimmt und ohne Anstrengung beste Ergebnisse ermöglicht. Ein Beispiel hierfür ist das neue Induktionskochfeld der Serie 8 mit FlexInduction und integriertem Dunstabzug. Der PerfectCook Kochsensor verhindert ein Überkochen und hält automatisch die perfekte Temperatur, der PerfectFry Bratsensor assistiert beim Braten und verhindert gesundheitsschädliches Überhitzen von Fetten. Für gute Luft sorgt der integrierte Dunstabzug mit dem völlig neuartigen PerfectAir Luftgütesensor. Der Sensor erkennt automatisch, wenn sich Dunst und Geruch bilden und saugt diese selbsttätig direkt nach unten ins Kochfeld ab. Dank seiner neunstufigen Feinautomatik steuert er stets die niedrigstmögliche Leistungsstufe an – und arbeitet damit immer so leise und so effizient wie möglich. Mit dem innovativen Luftgütesensor sind auch die neuen Design-Abzugshauben ausgestattet, die Bosch in einer großen Bandbreite präsentierte. Auffällig sind hier die neuartigen Bauformen in Kubus und Flach-Design, die sehr gut auf die individuellen Ansprüche eines modernen Wohnambientes abgestimmt werden können. Sensorik steckt bei Bosch auch in kleinen Hausgeräten. So löst die Küchenmaschine Optimum die Herausforderungen, die sich beim Kochen und Backen stellen, dank eines cleveren Sensors ganz allein: Mit der Automateinstellung SensorControl Plus stoppt das Gerät eigenständig, sobald Sahne, Eiweiß oder Hefeteig die richtige Konsistenz erreicht haben.

### Sicheres Zuhause

In Zukunft werden die Bosch Hausgeräte Teil des übergreifenden Smart Home Konzeptes von Bosch. Auf der IFA wurde gezeigt, was darunter zu verstehen ist: Damit man zu jeder Zeit und von überall auf der Welt seine eigenen vier Wände im Blick hat, bietet Bosch z. B. ein neues Kamera-Überwachungssystem.

Dank lokaler und verschlüsselter Aufzeichnung werden keine relevanten Ereignisse mehr verpasst. Es sei denn, es wird gewollt: Das Kameraobjektiv der 360° Innenkamera lässt sich mit einem Fingertipp einfach im Gehäuse versenken und sorgt so für den Schutz der Privatsphäre. Auch die Eyes Außenkamera ist mehr als eine Kamera – sie vereint zusätz-

lich Licht, Bewegungssensoren und eine Gegensprechanlage in einem intelligenten Gerät. Ein weiteres Plus an Sicherheit bietet der Twinguard von Bosch Smart Home, ein Premium-Rauchmelder mit Luftqualitätssensor. Dank seiner professionellen Dual-Ray-Technologie erkennt er Gefahrensituationen mit größerer Treffsicherheit und vermeidet dadurch Fehlalarme. Technisch werden hier LEDs mit unterschiedlichen Lichtlängen – infrarot und blau – genutzt, um Rauchpartikel verschiedener Größe erkennen zu können. Diese Technologie basiert auf der langjährigen Erfahrung, die Bosch Sicherheitssysteme in der professionellen Branderkennung hat. Der integrierte Luftqualitätssensor des Twinguard macht zudem ein Notfallgerät zu einem Helfer des täglichen Lebens: Er misst die Temperatur, Luftfeuchtigkeit oder Luftreinheit und kann so das System steuern, mit dem die Luftqualität zuhause verbessert wird.

### Jedes Szenario im Griff

Der neue Szenario-Manager ist die Kernfunktion des Bosch Smart Home Systems. Er ermöglicht das intelligente Zusammenspiel zwischen den Systemgeräten und macht so das vernetzte Zuhause noch intuitiver. Wenn zum Beispiel das Haus verlassen wird, muss nicht mehr selbst überprüft werden, ob Heizung, Elektrogeräte und Licht ausgeschaltet sind. Der Szenario-Manager für die Bosch Smart Home App übernimmt derartige Alltagsroutinen durch die einfache Aktivierung von Szenarien via Fingertipp. Anhand der Szenarien werden Einstellungsempfehlungen für alle beteiligten Geräte vorgeschlagen. Standardmäßig gibt es drei voreingestellte Szenarien: „Haus verlassen“, „Nach Hause kommen“ und „Relax“. Letztere sorgt für eine angenehme Lichtatmosphäre und Raumtemperatur in der Wohnung, in Kooperation mit dem Partner Philips. Der Nutzer kann intuitiv auch individuelle Szenarien definieren, die seinen Ansprüchen an mehr Komfort, Sicherheit, Zeit- und Energieersparnis am besten entsprechen.



Die Eyes Außenkamera vereint neben der Kamerafunktion Licht, Bewegungssensoren und eine Gegensprechanlage in einem intelligenten Gerät.

# Connectivity und Seamless Life

Das Thema Vernetzung spielt bei Siemens-Hausgeräte eine wichtige Rolle. Auf der IFA zeigte das Unternehmen neue webbasierte Lösungen und präsentierte Ergebnisse einer Studie zu aktuellen Verbraucherwünschen.

## Siemens setzt auf das „Internet der Dinge“

**Das Thema Connectivity spannt sich als großer Bogen über alle Produktneuheiten von Siemens: Mit vernetzten Dunstabzügen und Kochfeldern schließt das Unternehmen zur IFA 2016 letzte Lücken im smarten Hausgeräte-Sortiment. So treten die Geräte miteinander in Dialog und regeln übergreifende Abläufe selbst. Das stellt die Weichen in Richtung „Internet der Dinge.“**

Den vernetzten Siemens Kühlschrank mit Kamera wird es erstmals auch als großzügige Side-by-Side Version geben; die Generation 2.0 der vernetzten Geschirrspüler und avantgarde Wäschepflege-Geräte verfügt jetzt auch über Energiemanagement-Funktionen. Und mit dem EQ.9 Home Connect Kaffeevollautomaten ist schließlich auch das erste Siemens Kleingerät „on“. Faszinierend

inszeniert wurden die Neuheiten von Siemens mit Hilfe von Virtual-Reality-Brillen oder Video-Mapping. Die futuristische Standarchitektur auf der IFA schaffte dafür einen beeindruckenden Rahmen. Doch das ist nur die Basis: Roland Hagenbucher, Geschäftsführer von Siemens Hausgeräte Deutschland, denkt bereits mehrere Schritte weiter. Für ihn heißt das nächste Ziel in der digitalen Entwicklung

„Seamless Life“. Gemeint ist damit das „nahtlose, fließende, digitale Ineinandergreifen von Lebenswelten und umfangreichen Ökosystemen, durch das unser Leben einfacher und komfortabler werden kann.“ Die Weichen dafür will Siemens mit offenen Standards und Partnerschaften mit externen Services und Anbietern stellen.

### Wunsch nach „Seamless Life“

Für viele Menschen ist ein erstrebenswertes Leben heutzutage ein vernetztes, dynamisches Leben. Das bescheinigt eine internationale Studie, die Siemens Hausgeräte in Zusammenarbeit mit Goldsmiths, University of London, erstellt hat. 81 Prozent der insgesamt 7.000 Befragten in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Russland und China wünschen sich demnach einen integrierten Lebensstil, dem unterstützende, intelligente Technologien zu Grunde liegen – dieses Leben benennen internationale Experten nun als „Seamless Life“. Der Graben zwischen Wunsch und Realität ist enorm – so ist z. B. in Frankreich (91%), Deutschland (85%) und Russland (80%) das Verlangen nach einem solchen Lebensstil groß. Nach eigenen Angaben leben ihn aber bislang nur wenige – lediglich 10% in Großbritannien, 11% in Russland und 28% in Deutschland.

Wie kann diese Kluft geschlossen werden? Ein „Seamless Life“, so die Studie, ist ein Produkt aus zielorientiertem Verhalten, intelligenten Technologien und dem ständigen Streben nach Verbesserung. Oder wie es ein Studienteilnehmer ausdrückte: „Ein ‚Seamless Life‘ anzustreben, bedeutet, ständig nach Möglichkeiten zu suchen, um eine perfekte Balance zwischen allen Lebensbereichen herzustellen und genug Zeit für eine Vielfalt an Tätigkeiten zu haben“. Mögen die Waschmaschine, der Kühlschrank und der Geschirrspüler einst Helfer im Haus gewesen sein, sollen sie heute dank intelligenter Technologien und Innovationen eine viel zentralere Rolle im Leben der Menschen einnehmen. Siemens sieht sich auf dem besten Weg, den Ansprüchen der Anwender gerecht zu werden.

## PoS-Aktuell

### Philips Fachhandelspartnerschaft 2.0

Das neue Direkt Programm von Philips, das Anfang Oktober unter [www.philips.de/direkt](http://www.philips.de/direkt) allen deutschen Fachhändlern mit direkter Geschäftsbeziehung zu Philips zur Verfügung steht, zeichnet sich durch persönliche Betreuung, Zugriff auf exklusive POS-Materialien, Informationen über aktuelle Kampagnen, Aktionen und Produkte aus. Das Programm hat zum Ziel, alle Maßnahmen zu bündeln, um sie einheitlich und transparent an die Händler zu kommunizieren. Die Händler werden dabei auf Grundlage der vorliegenden Daten drei Philips Direkt Mitgliederstufen mit verschiedenen Vorteils-Paketen zugeordnet: Aktiv, Plus und Premium. Mit dem erweiterten Direkt Programm sollen so die Fachgeschäfte und die gemeinsamen langjährigen, erfolgreichen Partnerschaften gestärkt und die Händler optimal unterstützt werden.

Ab sofort werden auch Fachhändler der Stufe Direkt Plus von einem persönlichen Telefon-Berater betreut. Neben den bereits für alle Fachhändler zugänglichen Hotlines für Fragen zu Service und Aufträgen wird somit eine zusätzliche Kontaktmöglichkeit geboten, die insbesondere bei der Beratung zu Produkten, Neuheiten, Kampagnen und Aktionen Unterstützung bietet. Der zugeteilte Berater ist bei jedem Telefongespräch ein und derselbe.

„Wir haben sehr gute Erfahrungen mit dem bestehenden Philips Direkt Programm gemacht, das wir nun auf die nächste Stufe stellen. Wie auch bisher werden Fachhändler der Kategorie Direkt Premium durch unseren Außendienst persönlich besucht. Neu ist, dass ab Oktober auch Fachhändler der Kategorie Direkt Plus einen direkten persönlichen Ansprechpartner haben – sie können nun

bequem via Telefon ihre Anliegen loswerden und bei individuellen Fragen eine schnelle Rückmeldung erhalten“, so Bernd Laudahn, Geschäftsführer Philips GmbH Market DACH. „Hier sehen wir eine große Chance, einen noch direkteren und persönlicheren Draht sowie noch mehr Transparenz zwischen Philips und insbesondere kleineren Fachhändlern zu schaffen“.

### Mehr Besucher auf der photokina

Die photokina 2016 hat mit 191.000 Besucher (2014: 185.000) mehr Besucher verzeichnet als vor zwei Jahren. Dabei nahm der Anteil junger Konsumenten deutlich zu: Der Anteil der Besucher unter 30 Jahre stieg um rund ein Fünftel an. Rund 40 Prozent der Privatbesucher gab an, 2016 zum ersten Mal auf der photokina zu sein. Die Zahl der Fachbesucher blieb stabil. 983 Aussteller (2014: 1.074) aus 42 Ländern zeigten unter dem Titel „Imaging Unlimited“ ihre Produkte und Dienstleistungen.

„Wir haben die Anpassung des Konzeptes der photokina nicht aus Selbstzweck vorgenommen, sondern um der Imagingbranche auch in der Zukunft eine starke Business-Plattform zu bieten“, erklärte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „Die Erschließung neuer Zielgruppen ist dafür unabdingbar – wir freuen uns sehr, dass dieses Konzept aufgegangen ist.“

Auch die Branche erwartet von den sechs Messtagen Impulse. „Die photokina 2016 hat die Dynamik und Innovationskraft der Imagingbranche unterstrichen“, resümierte Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes. „Sie war für alle Beteiligten ein besonderes Erlebnis, aus dem die Industrie gestärkt hervorgeht. Auch der Handel nimmt wichtige Impulse für die nächsten Monate mit.“

## Nachrichten

Der neue photokina-Untertitel „Imaging Unlimited“ spiegelte das Ausstellungsgeschehen wider. „Mit dem neuen Konzept wollten wir – zusätzlich zu unseren Kernzielgruppen – noch mehr junge Leute dazu anregen, sich tiefergehend mit den Themen Foto, Video und Imaging zu beschäftigen“, erläuterte Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse, die Hintergründe der Neugestaltung. „Dafür haben wir die photokina weg von einer reinen Produktschau hin zu einem Multi-Media-Event entwickelt, bei dem die Bildkommunikation im Vordergrund steht. Dass diese Idee sowohl bei den Besuchern als auch den Ausstellern gezündet hat, haben wir in den vergangenen Tagen deutlich gespürt.“

Ein Trend der photokina 2016 war die Konzentration auf den „Decisive Moment“, also den einen, entscheidenden, einzigartigen Augenblick, festzuhalten. Auch die Nachfrage nach gedruckten Bildern steigt. So zeigte die photokina den hochwertigen Druck auf unterschiedlichen Materialien. Neue Texturen, Formate und kreative Impulse für Fotobücher und Scrapbooks bedienen gleichzeitig den „Do-it-yourself“-Trend und die Liebe zum Bild. Bei den neuen Kameras stehen die Zeichen auf noch mehr Bildqualität und individuelle Bearbeitungsmöglichkeiten, z. B. durch die 4K/6K-Foto-Funktion, austauschbare Sucher, flexibel einsetzbare Kamerasysteme oder sofort editierbare Aufnahmen im RAW-Format.

Bewegte Bilder spielten auf der photokina eine größere Rolle als in den Vorjahren – für den Profibereich ebenso wie für Videoeinsteiger. Dazu kamen Neuheiten im Bereich Actionfotografie, 360 Grad-Aufnahmen und Multicoptern. Kooperationen von namhaften Kameraherstellern mit Smartphone-Produzenten unterstreichen die wachsende Bedeutung vernetzter Lösungen.

Die photokina 2018 findet vom 25. bis 30. September 2018 statt.

# Dyson Pure Hot+Cool Link

## Gute Luft per App gesteuert

Die Luftverschmutzung in Innenräumen kann bis zu fünf Mal stärker sein als draußen. Dyson schafft jetzt effektiv Abhilfe. Der Dyson Pure Hot+Cool Link verfügt über drei Funktionen: Er ist Luftreiniger, Heizlüfter und Ventilator in einem. Per App-Steuerung kann der Nutzer auch von unterwegs die aktuelle Qualität der Luft innerhalb und außerhalb der eigenen vier Wände in Echtzeit kontrollieren – und sie bei Bedarf wirkungsvoll reinigen lassen, noch bevor er selbst zuhause ist.

Der durchschnittliche Europäer verbringt rund 90 Prozent seiner Zeit in geschlossenen Räumen. Gute Luft ist eben auch dort elementar. Der Pure Hot+Cool Link von Dyson reinigt die Luft äußerst effektiv und entfernt 99,95 Prozent aller Partikel bis zu einer Größe von 0,1 Mikron, also einem Tausendstel Millimeter. Er filtert nicht nur Pollen, Schimmelpilzsporen und Feinstaub, sondern auch Gerüche, gasförmige Schadstoffe, Tabakrauch und sogar Allergene und Bakterien zuverlässig aus der Luft. Zunächst durchströmt die Luft den patentierten 360° HEPA-Filter und wird dabei gereinigt. Der HEPA-Filter besteht aus feinen Borosilikat-Glasfasern und hat im ausgedehnten Zustand eine Fläche von 1,1 m. Für eine effi-



*Dank patentierter Jet Focus Technologie wird ein schneller Luftstrom über die Oberfläche geleitet, die seine Strömungsrichtung an diese anpasst. So kann sowohl Heizen als auch Kühlen fokussiert eingestellt werden.*

ziente Filtration von Schwebstoffen ist der Filter mehr als 200 Mal gefaltet. Eine zweite Filterschicht aus Aktivkohlegranulat filtert Gerüche und gasförmige Schadstoffe, wie z. B. Farbdämpfe, aus der Luft und schließt sie ein.

### Jet Focus Technologie für schnelle Luftzirkulation

Der Dyson Pure Hot+Cool Link ist mit einer patentierten Technologie, der sogenannten Jet Focus Technologie ausgestattet. Diese bewirkt, dass ein schneller Luftstrom, der über eine Oberfläche geleitet wird, seine Strömungsrichtung an diese anpasst. Für eine konzentrierte persönliche Heizung und Kühlung wird die Luft aus einer Düse freigesetzt und über eine Schräge am Luftring beschleunigt, sodass ein fokussierter Luftstrom entsteht. Um den ganzen Raum zu heizen, wird der Abstrahlwinkel durch das Zuschalten eines zweiten Luftschlitzes vergrößert.

### Steuerbar per Dyson Link App

Der Pure Hot+Cool Link ist über WLAN mit dem Internet

verbunden. Per Dyson Link App (für Android und iOS) erhält der Nutzer Echtzeitdaten zur Luftqualität innerhalb und außerhalb seiner vier Wände sowie einen Überblick über die Nutzungshistorie. Er kann die aktuelle Luftqualität von überall aus kontrollieren und das Gerät bei Bedarf aktivieren, noch bevor er selbst zuhause ist. Über integrierte Sensoren ermittelt er die Luftqualität im Innenraum.

### Auch nachts im Einsatz

Der Pure Hot+Cool Link verfügt über einen automatischen Nachtmodus. Somit überwacht das Gerät die Luftqualität auch zu Schlafenszeiten und reagiert entsprechend der eingestellten Zielwerte – allerdings besonders geräuscharm und mit abgedunkelter LED-Anzeige. Der Pure Hot+Cool Link wird inkl. einer zweijährigen Garantie auf Teile und Verschleiß geliefert. UVP: 599 Euro



*Der Pure Hot+Cool ist unkompliziert per App steuerbar. Der Nutzer kann sich zudem immer in Echtzeit über die Luftqualität außerhalb und innerhalb seiner vier Wände informieren.*

## Neuheiten

### Neues Gigaset Schnurlostelefon

Gigaset erweitert jetzt die Produktfamilie router-basierter Schnurlostelefone um das neue CL660HX. Das in Weiß erhältliche CL660HX ist besonders auf das Zusammenspiel mit AVM FRITZ!-Box, Telekom Speedport oder dem TP-Link Archer VR900v abgestimmt und zeichnet sich durch eine herausragende HD-Sprachqualität sowie ein besonders großes TFT-Farbdisplay aus.

„Wir, als führender Hersteller von DECT-Schnurlostelefonen für Privatkunden in Europa, nehmen die Umstellung auf IP-basierte Anschlüsse sehr ernst“, sagte Raphael Dörr, Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations bei Gigaset. „Wir wollen unseren Kunden das beste und umfangreichste Angebot an Router-basierten Telefonen anbieten und damit unser aktuelles Portfolio entsprechend ergänzen.“

In einem schlanken und kompakten Gehäuse bietet das Gerät eine großzügig dimensionierte und mechanisch hochpräzise Tastatur. Der 2,4" große TFT-Farbbildschirm lässt sich intuitiv bedienen. Neben der HD-zertifizierten Audio-Qualität, die auch im Freisprech-Modus ihr Potential hat, bietet das CL660HX auch größtmöglichen Audio-Komfort beim Telefonieren. So hat das Adressbuch mit bis zu 400 möglichen Kontakten zu je drei

Rufnummern reichlich Kapazität und kann darüber hinaus mit Google Kontakten (Cloud-Service im Internet), mit Windows- oder Outlook-Kontakten und Apple Mac Adressbüchern (inklusive iCloud) synchronisiert werden. Der Micro-USB-Anschluss am Mobilteil liefert die Hardwarevoraussetzung dafür, und die für PCs und Macs verfügbare Software Gigaset QuickSync sorgt für den Austausch der Adressdaten und gegebenenfalls auch der zugeordneten Bilder. So ist es zum Beispiel möglich, Kontakten spezielle VIP-Töne und ein Bild zuzuordnen und so schon am Klingelton oder dem persönlichen Bild zu erkennen, wer anruft. Das neue Gigaset CL660HX ist ab Oktober 2016 zum Preis von 69,99 Euro (UVP) erhältlich.

### Bauknecht mit vier neuen Produktlinien

Edle Materialien und raffinierte Details zeichnen die vier einzigartigen Designlinien von Bauknecht aus. Die neuen Einbaugeräte tragen nach Angaben von Bauknecht mit ihren vielfältigen Funktionen dazu bei, die Aufgaben in der Küche zu erleichtern und zu beschleunigen – dabei lassen sie sich intuitiv und einfach bedienen.

## PoS-Aktuell

- Die Collection.09 ist eine gelungene Kombination aus Glas und Edelstahl. Der Backofen der Collection.09 wurde mit dem Red Dot Design Award 2016 ausgezeichnet.
- Bei der Collection.07 stehen die Interaktion mit der Technik und der Spass am Kochen im Mittelpunkt.
- Collection.05 zeichnet sich durch die innovative Einknopf-Bedienung aus und verleiht den klassischen Geräten eine zeitlose Ästhetik.
- Collection.03 präsentiert sich markant und robust – die soliden Elemente aus Edelstahl garantieren Qualität und setzen durch ihre zeitgemäße Designsprache Akzente.



# Der neue Blizzard CX 1 von Miele

## Leise, kraftvoll und sauber

Sehr gute Reinigungsergebnisse dank ausgefeilter Zyklontechnologie und eine äußerst komfortable und hygienische Leerung des Staubbehälters – das bescheinigt Miele dem leisen „Blizzard CX1“. Der Marktstart des neuen Miele-Flagschiffs in Sachen Bodenpflege in Deutschland und Österreich ist im Oktober.

Beim Kauf von Bodenstaubsaugern gehen die Vorlieben der Kunden auseinander: In Europa entscheidet sich etwa jeder zweite, der hervorragenden Saugleistung und Hygiene wegen, für die Variante mit Staubbeutel. Mit Blick auf die Folgekosten – und auf die sofort sichtbare „Ausbeute“ im Staubbehälter – bevorzugt die andere Hälfte jedoch ein Gerät ohne Beutel. Die damit häufig verbundenen Nachteile nehmen die Fans der „Beutellosen“ in Kauf, z.B. die unter Umständen wenig hygienische Handhabung bei der Entleerung sowie – bei vielen in Umlauf befindlichen Geräten – eine nicht immer zufriedenstellende Reinigungsleistung auf Teppich.

### Power dank Vortex-Technologie

Im Staubsauger ohne Beutel werden Staub und Luft durch Zentrifugalkräfte infolge starker Luftverwirbelung voneinander getrennt (Zyklon-Technik). Dabei wird die Luft bei den meisten Fabrikaten am Markt nacheinander durch eine Vielzahl kleiner Zyklone geleitet (Multizyklon), was zahlreiche Luftumlenkungen erforderlich macht, Leistung schluckt und hohe Geräuschpegel verursachen kann. Zudem ist eine Regulierung der Saugleistung kompliziert, da Multizyklon-Sauger nur mit konstanter Luftleistung funktionieren. Daher hat Miele sich für das Monozyklon-Verfahren entschieden (Vortex-Technologie, lat. vortex = Wirbel), bei der die Luft nur durch einen einzigen, entsprechend größeren Zyklon geführt wird. Dies ermöglicht eine



Bei normalem Gebrauch ist der leicht entnehmbare Filterbehälter etwa ein- bis zweimal pro Jahr unter fließendem Wasser auszuspülen, worauf der Nutzer zu gegebener Zeit sensorgesteuert hingewiesen wird.

sehr gute Reinigungsleistung bei angenehmer Geräuschkulisse – und der Blizzard CX1 lässt sich komfortabel in vier Stufen regulieren.

### Hygienisch durch Grob- und Feinstaubtrennung

Neue Maßstäbe soll der Miele Blizzard insbesondere in Sachen Hygienekomfort setzen: „Nur wenn der Feinstaub



Der neue Miele Blizzard CX1 arbeitet mit dem Monozyklon-Verfahren, das gute Reinigungsergebnisse bei angenehmer Geräuschkulisse ermöglicht.

während des Saugvorgangs zuverlässig herausgefiltert wird, lässt sich der Staubbehälter nahezu ohne Staubwolke entleeren“, erklärte Matthias Sander, Leiter Bodenpflege im Geschäftsbereich Hausgeräte International bei Miele. Im Blizzard CX1 sorgt eine besonders effektive Trennung von Grob- und Feinstaub für eine hygienische Handhabung. In der ersten Filterstufe wird innerhalb des Vortex der Grobschmutz konsequent vom Feinstaub getrennt. Dieser landet anschließend im plissierten Gore-CleanStream-Feinstaubfilter. Letzterer ist in einem separaten Filterbehälter im Inneren des Gerätes untergebracht und bleibt bei der Entleerung außen vor. Der Filter seinerseits ist mit einer sensorgesteuerten ComfortClean-Selbstreinigung ausgestattet, die für weitgehend konstanten Luftdurchsatz sorgt. Bei normalem Gebrauch ist der leicht entnehmbare Filterbehälter etwa ein- bis zweimal pro Jahr unter fließendem Wasser auszuspülen, worauf der Nutzer zu gegebener Zeit sensorgesteuert hingewiesen wird. In der dritten Filterstufe ist der Blizzard CX1 mit einem HEPA-Filter ausgestattet. Letzterer fängt selbst kleinste Partikel und Allergene auf, so dass am Ende die Abluft sauberer ist als die Raumluft. Der Filter ist absolut wartungsfrei und funktioniert – wie auch der Feinstaubfilter – ein Geräteleben lang, muss also nicht ausgewechselt werden.

# emporia: Smartphones für die ältere Generation

## Teilhabe an der digitalen Welt



Die Marke emporia steht für Mobiltelefone, die besonders einfach zu bedienen sind. Das Unternehmen entwickelt seit 25 Jahren im österreichischen Linz Produkte und intelligente Dienste, mit denen moderne Kommunikation auch älteren Menschen zugänglich gemacht werden soll. Auf der IFA wurde das Mobilfunk-Sortiment um das neue emporiaComfort erweitert.

Die Ausstattung dieses Smartphones im Klappformat wurde genau auf die Vorlieben der älteren Zielgruppe abgestimmt. Das fängt mit einem Akku an, der nicht nur lange Standby- und Sprechzeiten ermöglicht, sondern auch jahrelang hält. Denn gerade ältere Menschen tauschen ihr Smartphone ungern aus, sondern wollen es viele Jahre nutzen können. Drei Kurzwahltasten, ein großes Außendisplay mit Anrufer- bzw. Uhrzeitanzeige, eine eigene Taste zum Ein- und Ausschalten sowie die speziellen Tasten „Taschenlampe“ und „Notruf“ machen die Bedienung sicher und komfortabel.

Mit einer 2-Megapixel-Kamera, einem 2,4-Zoll-Bildschirm, ein externes LED-Display und den emporiaConnector, der sicherstellt, dass das Ladegerät immer korrekt angeschlossen ist, macht das Smartphone die Teilhabe am digitalen Leben leicht. Dabei wurde bewusst auf Features verzichtet, die moderne Smartphones so komplex machen und den Nutzer mit Softwareupdates, Downloads und grenzenlosen Menüoptionen

belasten oder sogar verwirren. Die extragroßen, beleuchteten Tasten mit ausgewiesenem Druckpunkt und der große Bildschirm mit veränderbarer Schriftgröße passen gut zu dem handlichen Klappformat.

Das emporiaComfort ist mit einer sofort zugänglichen Notruf-funktion auf der Rückseite des Geräts ausgestattet. Mit dem bewährten Notrufsystem von emporia können die Nutzer bis zu fünf Nummern in Folge mit nur einer Berührung der Ruftaste anrufen – ein beruhigendes Gefühl nicht nur für sie selbst, sondern auch für die Angehörigen.

Die Fotos der 2-Megapixel-Kamera können ganz einfach gespeichert und verschickt werden. Sprachansagen, Lautstärke-einstellungen für die Klingeltöne und spezielle Vibrationsalarme, die für Nutzer mit eingeschränktem Hörvermögen entwickelt wurden, runden die Ausstattung ab. Mit einem Preis von 89,99 Euro (UVP) ist das emporiaComfort für praktisch jeden erschwinglich.

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](http://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](http://www.pos-mail.de/newsletter)

# WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche



## Grüße vom Phrasenschwein

Als Rentner bin ich natürlich besonders am Smart Home und anderen neomodischen Dingen interessiert, weil die ja das Leben viel bequemer machen (sollen). Eigentlich muss man ja gar kein Rentner sein, um sich zu freuen, dass man nicht mehr den Lehnstuhl verlassen muss, um nachzuschauen, ob der Braten gar oder die Wäsche fertig ist. Denn faul ist vermutlich jeder – oder hätte ich „lazy“ schreiben müssen, weil beim Smart Home, wie der Name schon sagt, nichts ohne Englisch geht? Das liegt sicher daran, dass diese ganze Connectivity viel zu advanced ist, um von einem Digital Native mit viel Urban Energy auf Deutsch ausgesprochen, pardon, ausgesprochen zu werden.

Auf der IFA hat mich besonders beeindruckt, dass ich in meinem Smart Home demnächst nahtlos leben werde. Denn in Deutschland, das hat Siemens gemeinsam mit Goldsmith, University of London, herausgefunden, wollen 85 Prozent der Bevölkerung ein Seamless Life. Da will ich bestimmt nicht zurückstehen, vor allem, nachdem ich gelesen habe, was das ist: „Ein Seamless Life anzustreben, bedeutet, ständig nach Möglichkeiten zu suchen, um eine perfekte Balance zwischen allen Lebensbereichen herzustellen und genug Zeit für eine Vielfalt an Tätigkeiten zu haben.“ Aha. Es geht also doch auf deutsch, aber auf keine Kuhhaut. Ab heute suche ich nach Möglichkeiten, um eine perfekte Balance zwischen allen Lebensbereichen herzustellen – und zwar seamless, und wie! Dabei hilft mir bestimmt Ingolf Jakobi, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke. Er sprach auf der IFA die goldenen Worte: „Deswegen sollen sich Lösungen in der digitalen Welt leicht bedienbar, sicher, komfortabel und nachhaltig darstellen.“ Das finde ich auch. Ob in der nicht-digitalen Welt alle Lösungen, auf deutsch Solutions, schwer bedienbar, unsicher, unkomfortabel und vorhaltig gewesen sind? Jedenfalls ich habe verstanden, was Smart Home und Seamless Life eigentlich bedeuten: Lieber reich und gesund, als arm und krank. Oder, um es auf deutsch zu sagen, better rich and healthy than poor and sick.

Herzlichst Ihr

## IMPRESSUM

### PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

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

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



#### Herausgeber:

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

#### Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);  
Barbara Klomps

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Lidija Zimmek  
Franz Wagner

#### Anzeigen:

Barbara Klomps  
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 18  
v. 1. Januar 2016



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner  
des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

#### Satz und Repro:

C.A.T.-Publishing  
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

#### Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte  
geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder  
und Manuskripte wird keine Verant-  
wortung übernommen. Rückporto ist bei-  
zufügen.

#### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

#### Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635

# Hisense

Erleben Sie  
neue **Dimensionen**  
mit der **ULED**  
Technologie  
von Hisense.

 ULED TV

Der **Hisense TV H65M7000\*** eröffnet mit der ULED Displaytechnologie neue Dimensionen der Bildschirmtechnik. Hoher dynamischer Kontrast, 240 Local-Dimming-Zonen, der extragroße Farbraum und Backlight Scan sorgen für ein brillantes Fernseherlebnis.

\*in 65 und 55 Zoll erhältlich

[hisense.de](http://hisense.de)