



Tagesaktuelle

**News aus
der Welt der
Consumer
Electronics**

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



Besuchen Sie

PoS-MAIL

im Internet!

www.pos-mail.de

Die neue digitale Welt auf der CES 2018

Die Intelligenz der Dinge



Mit mehr als 3.900 Ausstellern wurde die CES 2018, die vom 9. bis 12. Januar in Las Vegas stattfand, einmal mehr ihrer Funktion als Schaufenster für Zukunftstechnologien gerecht. Dabei wurde deutlich: Die digitale Gesellschaft ist keine Zukunftsmusik mehr. Künstliche Intelligenz, allgegenwärtige Vernetzung und smarte Technologien wurden in zahlreichen

Produkten und für viele Anwendungen in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Hausgeräte und Smart Home demonstriert. Das wird das Geschäft mit Consumer Technologien auch für den Fachhandel grundlegend verändern, und Innovationen wie Smart City oder autonomes Fahren werden auf praktisch alle Lebensbereiche ausstrahlen.

Als Beispiel für die neue digitale Revolution kann der neue Autohersteller Byton dienen, der auf der CES sein erstes voll fahrfähiges Konzeptfahrzeug vorstellte. Bei dem SUV handelt es sich um weit mehr als ein neues Elektroauto mit einer Reichweite von bis zu 520 km. In das für völlig autonomes Fahren vorbereitete Fahrzeug sind alle derzeit denkbaren digitalen Schnittstellen eingebaut, die das Vehikel wahlweise zum digitalen Büro oder zum Entertainment-Center machen. Gegründet wurde das Startup Byton von den beiden

ehemaligen BMW-Managern Dr. Carsten Breiffeld und Dr. Daniel Kirchert, die in München federführend an der Entwicklung des hybriden Sportlers i8 beteiligt waren. Sie haben gemeinsam mit chinesischen Investoren innerhalb von knapp zwei Jahren ein Unternehmen aufgebaut, dessen internationale Zentrale, Produktion, Forschung und Entwicklung in Nanjing beheimatet ist. Für den direkten Draht zur digitalen Welt gibt es ein Entwicklungszentrum in Silicon Valley, das Design von Prototypen und Konzeptfahrzeug-

gen kommt aus einer Niederlassung in München.

Der Byton Concept wird nicht nur mit Sprache und Gesten bedient, sondern arbeitet auch mit zahlreichen Kameras, mit deren Hilfe er z. B. den Eigentümer erkennt und für ihn die Türen entriegelt. Anstelle von Rückspiegeln werden ebenfalls Kameras eingesetzt; als Kommunikations-, Büro- und Entertainment-Zentrale im Fahrzeug dient ein 125 x 25 cm großes Display, das durch drei weitere,



Jetzt mitmachen!
Metz Micos Testwochen.

Jetzt mit 5-Jahres-Garantie bei Kauf im Zeitraum vom 29. Januar bis 10. März 2018.

weitere Infos unter www.metz-ce.de



EDITORIAL

Digitale Ratlosigkeit

Wer die CES in Las Vegas besucht hat, konnte viel lernen über die Zukunft der digitalen Gesellschaft. Was man zusätzlich in den USA lernen konnte: Deutschland ist ein digitales Entwicklungsland.

Das fängt schon an, wenn man nach dem Langstreckenflug aus dem Flugzeug steigt und auf dem Flughafen ein (kostenloses) öffentliches WLAN nutzen kann, das deutlich schneller ist als das, was man hier selbst in gut ausgestatteten Firmen und Haushalten gewohnt ist. Wer sich dann auf der CES die vernetzten Welten anschaut, der fragt sich, wie die ganzen Daten in Deutschland eigentlich transportiert werden sollen – von der Rechtslage gar nicht zu reden. Nicht nur ein großer Teil der deutschen Wirtschaft, auch die Politik hinkt der digitalen Entwicklung um Jahre, wenn nicht um Jahrzehnte hinterher.

Nachdem der nicht nur für Verkehr, sondern auch für digitale Infrastruktur (noch) zuständige Minister Alexander Dobrindt im Januar nicht etwa von einer digitalen, sondern von einer „bürgerlichen Revolution“ schwadronierte, hat jetzt Volker Kauder die Einrichtung eines Digitalrats gefordert. Man weiß nicht, ob man lachen oder weinen soll: Der Mann, der seit 2005 (!) der CDU/CSU Bundestagsfraktion vorsitzt, beklagte in einem Gastbeitrag für Die Welt, in Deutschland werde „über Digitalisierung und ihre Folgen noch viel zu wenig gesprochen“. Da fragt man sich schon, warum Kauder und seine Fraktion nicht bereits vor Jahren damit angefangen haben. Immerhin hat der Politiker inzwischen entdeckt, es sei „allerhöchste Zeit, sich mit dem gewaltigen Umbruch zu befassen, der sich jeden Tag auf allen Kontinenten Schritt für Schritt vollzieht“.

Und dafür, so Kauders brillante Idee, soll ein nationaler Digitalrat eingerichtet werden, in dem sich Politik, Wirtschaft, Gewerkschaft und Experten „breit austauschen“ und dann „entschlossen handeln“.

Wer in diesen Tagen und Wochen verfolgt hat, um welche Themen bei den Sondierungs- und Koalitionsgesprächen nächtelang gerungen wurde, fragt sich, ob Kauder nicht besser daran getan hätte, seine profunde Erkenntnis den Kolleginnen und Kollegen aller Parteien mitzuteilen, anstatt sie in Die Welt zu schreiben, von der viel beschäftigte Politiker ohnehin nur das lesen, was der Ausschnittdienst ihnen empfiehlt.

Kauders Ruf nach dem Digitalrat folge ich an dieser Stelle gern. Ich gebe ihm und der gesamten deutschen Politik den Rat, bei der Digitalisierung wenigstens aus dem Weg zu gehen, wenn man schon jahrelang seine Unfähigkeit unter Beweis gestellt hat, sie zu gestalten.

Thomas Blömer
Thomas Blömer



Großes SUV-Format, umfassende Vernetzung und Kameras statt Rückspiegel: Mit dem Konzeptfahrzeug will das deutsch-chinesische Startup Byton das Auto ganz neu, nämlich digital, definieren.



darunter eins im Lenkrad, ergänzt wird. Mit ausgefeilter Sensorik und ständiger Verbindung zum Internet und zu Cloud-Diensten soll der Byton nicht nur autonom fahren können, sondern auch als mobiler digitaler Assistent seines Fahrers dienen. Das Auto unterstützt Video- und Telefonkonferenzen, spielt Musik oder Videos vom Smartphone ab und fährt auf Wunsch selbständig dahin, wo es der Terminkalender vorsieht. Die ins Dach integrierte Antenne unterstützt 5G Übertragung mit bis zu 10 GB/s – jedenfalls dann, wenn Telekom & Co. das entsprechende Netz aufgebaut haben. Mit der Markteinführung wollen die Verantwortlichen allerdings darauf nicht warten – bereits Ende 2019 soll der Byton SUV zu Preisen ab 45.000 US Dollar (derzeit ca. 37.500 Euro) in China auf den Markt kommen. Die USA und Europa sollen 2020 folgen. Für 2021 ist eine Limousine geplant.

Die klugen Roboter

Auch im smarten Zuhause sollen intelligente Geräte eine wichtige Rolle spielen. Bereits der Staubsauger-Roboter erkennt mit Hilfe digitaler Augen, d. h. Kameras, und smarter Sensoren seine Umgebung und sogar Familienmitglieder und Haustiere immer genauer; auch der vernetzte Kühlschrank kann nicht nur dem Besitzer ein Foto des Inhalts auf das Smartphone schicken, sondern auch die Familienmitglieder zu erkennen, um ihnen gegebenenfalls wichtige Nachrichten mitzuteilen, ihre Lieblingsmusik vorzuspielen und andere mehr oder weniger nützliche Dienste zu leisten. Sicherheitssysteme werden mit lichtstarken und hochauflösenden Kameras sowie leistungsfähiger Sensorik nicht nur immer zuverlässiger und komfortabler, sondern informieren ihre Nutzern per Smart-



Der Roboter als Gepäckträger – praktisch auf dem Flughafen oder im Hotel.

phone jederzeit und an jedem Ort darüber, wie es zu Hause aussieht. Roboter waren in Las Vegas ein wichtiges Thema und wurden an viele Stellen der Messe demonstriert. Das gilt sowohl für gewerbliche Anwendungen im



Der niedliche Familienroboter Kuri kann auf die Kinder aufpassen und von bemerkenswerten Momenten automatisch Fotos und Videos aufnehmen, die er auf Wunsch zum Smartphone sendet.



Krankenhaus oder auf der Pflegestation, als Wegweiser und Problemlöser auf dem Flughafen und sogar im Einzelhandel, wo in Zukunft digitale Zeitgenossen die Kunden nicht nur in die richtige Abteilung führen, sondern ihnen sogar passende Produkte empfehlen könnten. Auch in Küche und Haushalt sollen in Zukunft immer mehr smarte Helferlein das Leben leichter machen. Der putzige CLOi von LG kann Sprachkommandos an smarte Geräte weiterleiten, beantwortet Fragen und reagiert nicht nur auf Emotionen, sondern zeigt auch selber welche. Auf der LG Pressekonferenz in Las Vegas hatte der kleine Assistent allerdings nach der ersten Frage in der Live-Demo keine Lust mehr, was verständlich ist; es war ja schließlich früher Montagmorgen. Die kleine Panne dürfte LG aber nicht davon abhalten, kurzfristig Produkte mit künstlicher Intel-



Wie praktisch! Sonys Roboterhund Aibo kann spielen und mit dem Schwanz wedeln (fast) wie ein echter, muss aber nicht raus.

lizenzen auf den Markt zu bringen. Sie werden an dem neuen Markenzeichen ThinQ erkennbar sein. Das vielfältige Messeangebot zahlreicher Aussteller auf der CES macht deutlich, dass sich nicht nur LG, sondern die digitale Industrie insgesamt einiges von Robotern verspricht.

Ein besonders nettes Kerlchen ist Kuri, den sein Hersteller Mayfield Robotics ab März in möglichst viele, zunächst amerikanische Haushalte bringen möchte. Der kleine Roboter soll praktisch zum Familienmitglied werden. Er ist sprachgesteuert, schaut im Kinderzimmer nach dem Rechten, erzählt den Kleinen auf Wunsch Geschichten und soll auch dafür sorgen, dass keine Erinnerungen verloren gehen. Denn Kuri erkennt selbständig Situationen, die es wert sind, festgehalten zu werden und nimmt davon Fotos und Videos auf. 899 US Dollar (ca. 750 Euro) soll der digitale Zeitgenosse kosten. Ungefähr doppelt so teuer ist der neue Aibo von Sony – ein Roboter-Hund, der wie seine lebenden Pendanten spielen und auf die Emotionen seiner Besitzer reagieren kann, aber nicht Gassi gehen muss, sondern nur ab und zu eine Pause zum Aufladen braucht.

Sprachsteuerung überall

Nicht nur bei Robotern oder Autos, sondern auch bei alltäglichen Geräten für Haushalt und Unterhaltung breitet sich die Sprachsteuerung rasant aus. Zu verdanken ist das zuverlässig funktionierenden Systemen wie Alexa von Amazon und Google Assistant. Damit kann man zahlreiche Fernseher der neuen Generation steuern, die gewünschte Musik abspielen, im vernetzten Haushalt das Licht, die Heizung oder die Sicherheitssysteme ein- und ausschalten und vieles mehr.

Samsung will seine Sprachsteuerung mit noch mehr künstlicher Intelligenz versehen als die Systeme von Amazon und Google. Möglich machen soll das der digitale Assistent Bixby, der das Internet der Dinge zum Sprechen und Zuhören bringen soll und bereits bei einigen Geräten zur Ausstattung gehört. Allerdings spricht Bixby derzeit noch kein Deutsch, aber das kann sich ja in Kürze ändern. Der Sprachassistent ist Teil von Samsungs Strategie, das Internet der Dinge komfortabel zu gestalten und auch für andere Anbieter zu öffnen. Dazu soll ab Frühjahr 2018 die



Mit dem eigenen Sprachassistenten Bixby will Samsung die Steuerung vernetzter Geräte besonders einfach und komfortabel machen.



Ob Fernseher oder Kühlschrank, Samsung will praktisch alle digitalen Geräte im Haus zum Teil des Internets der Dinge machen.

neue SmartThings App eine umfassende Plattform bieten. Die App vereint sämtliche IoT-Anwendungen wie Samsung Connect, Smart Home und Smart View, um alle IoT-Geräte aus einer Hand zu verwalten und zu steuern. Durch die Integration von Harman Ignite soll die SmartThings-Cloud bald auch das Auto in das vernetzte Leben einbinden.

Neuheiten für den Fachhandel

Natürlich präsentierten die großen Hersteller auf der CES nicht nur Konzepte, sondern auch zahlreiche Neuheiten für die Segmente Unterhaltungselektronik und Hausgeräte. Welche davon für den Fachhandel in Deutschland wichtig sind, erfahren Sie in dieser Ausgabe.



INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten

4, 5, 15, 18

Telekom Exklusivpartner Programm 2.0 kommt gut an
Zufriedene Händler

6



Neue Lumix GH5S und neue Camcorder von Panasonic
Videofilmen wie die Profis

8

LG mit neuer Marke für künstliche Intelligenz
ThinQ steht für Lernen

10



Alexa Sprachsteuerung für die ganze Palette
MusicCast hört aufs Wort

11



Erster modularer 146 Zoll MicroLED TV
Samsungs TV-Visionen

12

Philips TVs werden smarter und besser
Der neue Jahrgang

13



TCL Multimedia mit neuen TVs auf der CES
QLED und Android

14



Ecovacs rüstet Saugroboter weiter auf
Updates per WLAN

16



Samsung Hausgeräte setzt auch 2018 auf Wachstum
Ideen für QuickDrive

17

Der neue Philips Speed-Pro Max
Schnell ohne Kabel

18

Wagners Welt • Impressum

19

PoS-MAIL @

19



Die neue 360° Kamera Vuze+ von HumanEyes Technologies erlaubt die Echtzeit-Übertragung von 360° 4K-Videos auf Plattformen wie Facebook, Youtube etc.

tig werden, berichtet PoS-MAIL an anderer Stelle in dieser und in den nächsten Ausgaben. Ein Blick aufs Gadgets und Trendsegmente zeigt gegenüber den Vorjahren einige Verschiebungen. So waren Drohnen bzw. Multikopter auf der CES 2018 durchaus präsent, aber kein besonders großes Thema. Der chinesische Hersteller Ehang, der vor zwei Jahren noch mit einem bemannten autonomen Fluggerät für Schlagzeilen gesorgt hatte, war gar nicht erst vertreten. Die deutsche Niederlassung des Unternehmens in Düsseldorf hatte bereits im Herbst des vergangenen Jahres Insolvenz angemeldet. Natürlich wurden an zahlreichen Ständen Fotokopter gezeigt. DJI stellte zwei neue Gimbals vor, und Yuneec kündigte drei neue Modelle an.

Nicht zu übersehen war dagegen das Wachstumssegment Virtual Reality (VR). Diese derzeit vornehmlich bei Computerspielen eingesetzte Technologie findet immer mehr Anwendungen, z. B. für Immobilien-Präsentationen, Hotel-Rundgänge, aber auch virtuelle Spaziergänge in Städten oder in freier Natur. Die dafür notwendigen 360° Kameras gibt es in mehr oder weniger guter Qualität von zahlreichen Herstellern. Erwähnenswert ist das Nachfolgemodell der auf der photokina 2016



Die VR 360° Kamera des chinesischen Herstellers PISOFTech erzeugt sphärische 8K-Videos direkt im Gerät.

vorgestellten Vuze VR-Kamera von HumanEyes Technologies. Die Vuze+ erlaubt nicht nur die Life-Vorschau bereits beim Videodreh, sondern auch die Echtzeit-Übertragung von 360° 4K-Videos zu Facebook, YouTube, Periscope oder anderen geeigneten Plattformen. Mit der Vuze Kamera App kann das Gerät jetzt nicht nur vollständig manuell gesteuert werden; auch das Zusammensetzen der von acht Kameras aufgenommenen Bilder ist direkt in der App möglich.

Interessant ist auch die nach Herstellerangaben erste VR 360° Kamera mit 8K-Bilderzeugung direkt im Gerät. Sie wurde von dem chinesischen Unternehmen PISOFTech entwickelt und arbeitet mit anspruchsvollen 3D Panorama Algorithmen. Die Bilder (Fotos oder Videos) werden mit vier Kameramodulen aufgenommen, direkt im Gerät zusammengesetzt und auf dem eingebauten Display wiedergegeben. Auf dem Monitor kann man mit den Fingerspitzen durch das gesamte 360° Panorama fast in Echtzeit navigieren.

Panasonic nutzte die CES zur Herstellung der neuen Systemkamera Lumix GHG5S, die wir an anderer Stelle in dieser Ausgabe vorstellen. Auch dieser japanische Hersteller hat die smarten Zukunftssegmente vom autonomen Fahren bis zur vernetzten Stadt im Visier und setzt dabei neben Sensor-Technologien (nicht nur für Bilder) auch auf seine Erfahrung als Batterie-Hersteller, um im Segment nachhaltige Energie mitzuspielen. Dafür wurden in Las Vegas auch Dachziegel, die Solarstrom erzeugen, und mit Solarenergie arbeitende Straßenlaternen präsentiert.

Die Trends von morgen

Lohnt sich der Besuch der CES für den technischen Fachhandel aus Deutschland? Allein für Neuheiten sicher nicht, aber wer sich über technologische Trends über das Tagesgeschäft hinaus informieren will und auch einen Faible für Zukunftstechnologien hat, kann in Las Vegas viele interessante Entdeckungen machen. Die CES 2019 findet vom 8. bis 11. Januar statt.

Vernetzung treibt die Consumer Electronics-Branche

Smarte Technologien, wie sie auf der CES gezeigt wurden, lassen die Consumer Electronics-Branche optimistisch ins Jahr 2018 blicken. Nach Prognosen der GfK wird in diesem Jahr im weltweiten Markt für CE-Produkte wieder die Umsatzschwelle von 1.000 Milliarden US-Dollar übertroffen werden. Bei einer Steigerungsrate von knapp vier Prozent gehen die Marktforscher von einem Gesamtvolumen von 1.014 Milliarden US-Dollar aus.

Die drei größten Teilmärkte, China (23 Prozent), Europa (22 Prozent) und Nordamerika (23 Prozent) stehen dabei für annähernd 70 Prozent des Weltmarktes. In allen drei Regionen wird mit Wachstum gerechnet: China soll um ein Prozent, Europa um sechs Prozent und Nordamerika um zwei Prozent wachsen. Für die restlichen Regionen prognostiziert die GfK ebenfalls eine positive Entwicklung. So werden in „Developed Asia“ vier Prozent, in „Emerging Asia“ (ohne China) sieben Prozent, in „Latin America“ neun Prozent und in der Region „Middle East Africa“ vier Prozent Wachstum erwartet.

Die Umsatz-Schwerpunkte sind eindeutig verteilt. Rund drei Viertel des Umsatzes sollen aus drei Produktkategorien stammen: Smartphones steuern mit einer erwarteten Stückzahl von 1,5 Milliarden Geräten (+ 3 Prozent) demnach 48 Prozent zum Gesamtumsatz bei, TV-Geräte und mobile PCs jeweils zwölf Prozent und Tablet-PCs drei Prozent. Dabei soll der Absatz von TV-Geräten auf 236 Millionen Stück (+ 5,8 Prozent) wachsen, während die Verkäufe von PCs um insgesamt 3,7 Prozent auf 283 Millionen Stück zurückgehen.

„Dank ihrer Innovationskraft und ihrer Dynamik wird sich die Consumer Electronics-Branche auch im Jahr 2018 weltweit positiv entwickeln“, erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, zu den Markt-Prognosen.

„Die Konsumenten investieren gern in Consumer Electronics-Produkte, speziell Smartphones, und andere Geräte zur mobilen Mediennutzung werden weiterhin stark nachgefragt sein. Bei Fernsehern erwarten wir ebenfalls eine starke Umsatzentwicklung. Klar ersichtlich ist auch, dass smarte, vernetzte Produkte aktuell im Trend liegen, nicht zuletzt wegen der vielen Entwicklungen rund um die Sprachsteuerung.“

PoS-Aktuell

expert 2017 erneut mit Umsatzplus

expert hat im Kalenderjahr 2017 nach eigenen Angaben ein Umsatzplus von 2,2 Prozent erzielt und damit die Umsatzsteigerung im Vorjahr (plus 1,3 Prozent) deutlich übertroffen. Der mit den angeschlossenen Gesellschaftern erwirtschaftete Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer belief sich auf 2,13 Milliarden Euro. Zur positiven Entwicklung trugen laut expert Aktionen zum Jubiläum „50 Jahre expert in Europa“, eine sehr erfolgreiche „Black Week“ im November sowie Absatzzuwächse bei den im vergangenen Jahr eingeführten dezentralen Onlineshops bei.

Im Rahmen der Frühjahrstagung und Hausmesse vom 3. bis 5. Februar wird expert den expert Gesellschaftern unter dem Motto „Digitalisierung und Aktivierung“ zahlreiche Maßnahmen vorstellen, die zur Fortsetzung des erfolgreichen Kurses dienen sollen. „Darunter verstehen wir zum einen die Fortführung und weitere konkrete Umsetzung der 2017 erfolgreich begonnenen expert-Digitalisierungsstrategie“, erklärte Jochen Ludwig, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Aktivierung meint zum anderen, dass wir unsere Gesellschafter dazu aufrufen, alle im Rahmen der Strategie entwickelten Lösungen umzusetzen und ihre Potenziale damit voll auszuschöpfen.“ Die 2017 angestoßenen Neuerungen sollen in diesem Jahr konkretisiert, konsequent ausgeweitet und flächendeckend umgesetzt werden. Innovationen wie expert NEO hätten sich am PoS bereits erfolgreich etabliert und bewährt, ebenso im administrativen Bereich das neue Dokumentenmanagementsystem O.S.C.A.R., betonte die Verbundgruppe.

Letztmalig wird bei der kommenden Frühjahrstagung Noch-Vorstandsvorsitzender Volker Müller auf die Bühne treten, um sich nach zwölf Jahren an der expert-Spitze offiziell von den Gesellschaftern zu verabschieden. Sein designierter Nachfolger Jochen Ludwig, seit 1. September 2017 als stellvertretender Vorstandsvorsitzender im Unternehmen, wird auf der Frühjahrstagung seine strategischen Ziele vorstellen. Er wird den Vorstandsvorsitz am 1. April 2018 von Volker Müller übernehmen.

Miele wird Partner von „The World's 50 Best Restaurants“

Miele hat die verstärkte Zusammenarbeit mit „The World's 50 Best Restaurants“ angekündigt: Der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten ist ab sofort exklusiver Küchengeräte-Partner der internationalen Auszeichnungen und präsentiert unter anderem den „Miele One To Watch“ Award für weitere, besonders aussichtsreiche Gourmet-Restaurants. Die Partnerschaft wurde zunächst für drei Jahre beschlossen. „50 Best und Miele verbinden die Leidenschaft für Kochen auf höchstem Niveau, stilvollen Genuss und der Anspruch, sich stetig zu verbessern“, sagte Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Miele Gruppe. „Mit der Partnerschaft stärke die Marke zugleich ihre Positionierung als ‚The Kitchen Experience Brand‘ im Premiumsegment.“

Das erste gemeinsame Event fand bereits im vergangenen Jahr statt, im Rahmen des 15. Jubiläums von „The World's 50 Best Restaurants“. Die Verlängerung der Partnerschaft um zunächst drei weitere Jahre wurde in diesen Tagen besiegelt.

Miele ist nun Partner der drei Award-Programme und präsentiert darüber hinaus den jeweils vorausgehenden „Miele One To Watch“ Award. Diese Auszeichnung würdigt weltweit aufstrebende Talente und identifiziert Restaurants mit dem Potenzial, in naher Zukunft in die Liste der besten Restaurants aufzusteigen. Der nächste „Miele One To Watch“ Award wird Mitte März 2018 verkündet, im Vorfeld des Events „Asia's 50 Best Restaurants“, das im März 2018 in Macao, China, stattfindet. „Presented by Miele“ sind außerdem die „#50BestTalks“ – eine Reihe kulinarischer Live-Konferenzen und Vorführungen der weltbesten Köche, die ihre visionären Ansätze zur Zukunft der Gastronomie teilen.

Auszeichnung für den Bauknecht Kochassistenten

Im Rahmen des Konsumentenpreises „KüchenInnovation 2018“ wurden die Induktionskochfelder mit Active Cook Modus in den Bereichen „Bedienkomfort, Innovationen, Produktnutzen und Design“ ausgezeichnet sowie mit dem „Golden Award – Best of the



Best 2018“ für die besten Kategorie-Ergebnisse gewürdigt.

Dank innovativer Sensortechnologie ist nach Angaben von Bauknecht selbst die Zubereitung eines kompletten Menüs ganz einfach: Der Kochassistent bietet

dem Anwender 63 beliebte Kochkombinationen mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die intuitiv über das Touch-Display gesteuert werden. Das innovative Sensorsystem überwacht dabei den Kochvorgang und wählt die richtige Temperatur und Garzeit aus.

Es gibt keine vordefinierten Kochzonen, so dass Pfannen und Töpfe unterschiedlicher Form und Größe auf der gesamten Oberfläche platziert werden können, ohne dass dabei das Kochfeld bedient werden muss. Die komplette Kochfläche lässt sich zudem in vier verschiedene Temperaturzonen unterteilen.

„Wir freuen uns über diese Auszeichnung ganz besonders, denn sie bestätigt, dass wir verstehen, was sich unsere Kunden in der Küche wünschen“, so Jan Reichenberger, Marketing Director Germanics der Bauknecht Hausgeräte GmbH. „Unser Ziel ist es, Produkte anzubieten, die mit Leistung und Design überzeugen und unsere Konsumenten begeistern.“

Robert Thomas startet PoS-Aktion



Mit der Einführung des erstmals auf der IFA 2017 vorgestellten Thomas Cycloon Hybrid Pet & Friends Zyklonsaugers hat Thomas ein aufmerksamkeitsstarkes PoS-Paket geschnürt. Prominente Unterstützung erfährt der Staubsaugerhersteller durch die bekannte Journalistin, Moderatorin und engagierte Tierschützerin Nina Ruge.

Um starke Impulse am PoS zu setzen, bindet Thomas im Rahmen der neuen Kampagne zahlreiche Kommunikationsmittel ein, darunter Flyer, Plakate und PoS-Regale; Rollups sowie ein Produktvideo für Instore-TV mit Nina Ruge und ihren Hunden runden das PoS-Material ab. Auf Wunsch können Händler zusätzlich Fachhandelsschulungen oder Promotioneinsätze durch Fachberater buchen.

AEG feiert 60 Jahre Lavamat

AEG feiert 60 Jahre Lavamat mit einer großen Doppel-Aktion. So unterstützt das Unternehmen die Aktionsmodelle mit einer attraktiven Jubiläums-Kondition, so dass die Handelspartner ab dem 1. Februar 2018 einen Sofortrabatt von 60 Euro beim Kauf eines Aktionsmodells gewähren können – etwa bei den beiden Sondermodellen Lavamat L6.0JUBI und dem Wäschetrockner Lavatherm T6.0JUBI der Serie 8000 sowie den Modellen Lavamat Kombi L7WB65689 der 7000er Serie und Lavamat L6TB61379 der 6000er Serie. Außerdem dürfen sich Kunden bei der Online-Registrierung ihres Modells über eine hochwertig gestaltete Nostalgie-Blechdose freuen, die sich als stillvoller Waschmittelbehälter eignet.

Die AEG Lavamat Waschmaschinen sind mit der ÖkoMix-Technologie ausgestattet. Hier werden Waschmittel und Weichspüler gründlich mit Wasser vorgemischt, aufgelöst und komplett aktiviert, bevor sie in die Wäschetrommel gelangen. Zudem ermittelt die ProSense-Technologie durch spezielle Sensoren sowohl die Waschkdauer als auch den Wasser- und Energieverbrauch für jede Ladung. Die ProSteam-Funktion schließt einen Waschzyklus mit Dampf ab, während ein separates Dampf-Programm Kleidung auffrischt und so unerwünschte Gerüche ent-

fernt. Die AEG Lavatherm Wäschetrockner bieten zahlreiche innovative Technologien, die es ermöglichen, selbst empfindlichste Kleidung in den Wäschetrockner zu geben: Ausgestattet mit speziellen Programmen für Seide, Wolle und Outdoor-Kleidung, passt das AbsoluteCare-System Trommelbewegungen und Temperatur intelligent an, während die SensiDry-Technologie mit 50 Prozent niedrigerer Temperatur trocknet. Dank der ProSense-Technologie werden zudem die Trockendauer und der Energieverbrauch für jede Ladung individuell ermittelt.

Beurer verstärkt Fachhandels-Team

Seit 1. Januar 2018 übernimmt Martin Kasprovicz die neugeschaffene Position des Junior Key Account Managers Fachhandel bei Beurer. Der 25jährige startete seine berufliche Laufbahn bereits 2011 mit einer Ausbildung bei Beurer und war danach 3 Jahre im Außendienst tätig – mit den Produkten und Unternehmensstrukturen ist er somit bestens vertraut.



Martin Kasprovicz

Mit der personellen Verstärkung will Beurer ein positives Signal für den stationären Fachhandel setzen. Dem erfolgreich etablierten Beurer Premium Wellness Konzept – einem zweistufigen, beleuchteten System zur attraktiven Produktpäsentation – haben sich mittlerweile schon mehr als 350 Fachhändler angeschlossen, so dass bereits über 1100 Meter dieser hochwertigen Verkaufsdisplays im stationären Handel platziert sind. Die ersten Erfahrungen der Fachhandelspartner sind so positiv, dass die Investition in das Konzept auch in diesem Jahr weitergeführt wird. Gemeinsam mit den Partnern vor Ort will Beurer so Kompetenz- und Erlebnisflächen schaffen, die den stationären Handel klar vom Distanzhandel abgrenzen. Interessierte Fachhändler können sich gerne an ihren zuständigen Beurer-Außendienst wenden.

Neuer Geschäftsführer bei Haier Deutschland



Thomas Wittling

Haier hat zum 1. Januar 2018 Thomas Wittling zum neuen Geschäftsführer für Deutschland und Österreich ernannt. Wittling tritt die Nachfolge von Ralph Bestgen an, der auf eigenen Wunsch im Verlauf des Jahres ausscheidet. Wittling berichtet direkt an Vincent Rotger, General Manager /Head of Sales and Commercial excellence Europe.

Wittling blickt auf eine langjährige Laufbahn in der Hausgerätebranche zurück und wartet mit großer Erfahrung auf. Er war erfolgreich in führenden Unternehmen der Branche wie Gorenje, LG und AEG/Electrolux tätig. Seine exzellenten Branchenkenntnisse und sein umfangreiches Know-how auf dem

deutschen Markt sowie seine Management- und Führungsqualitäten sind die Schlüsselkenntnisse und -eigenschaften, die es braucht, um das Wachstum von Haier in Deutschland/ Österreich weiter zu fördern, heißt es in einer Pressemitteilung.

Neuer Abteilungsleiter Weiße Ware bei expert

Seit dem 2.1.2018 ist Heinz-Peter Zerwas neuer Abteilungsleiter Weiße Ware bei expert. Der 52jährige Handelsfachwirt war zuletzt als Key Account Manager für Gorenje tätig.

„Heinz-Peter Zerwas wird mit seiner fachlichen Expertise das Potenzial des Bereichs Weiße Ware weiter ausschöpfen“, sagte Peter Zyprian, Gesamtvertriebsleiter bei expert. „Wir freuen uns sehr über seinen Einstieg bei expert und sind davon überzeugt, dass er eine Bereicherung für das Unternehmen sein wird.“



Heinz-Peter Zerwas

Stefan Enzinger neuer Sprecher des Loewe Handelssenats

Der Loewe Handelssenat hat einen neuen Sprecher: Stefan Enzinger aus Neuötting löst den langjährigen Senatssprecher Norbert Loskill ab, der zum Jahreswechsel sein Fachgeschäft in andere Hände übergeben hat. Stellvertretende Sprecherin bleibt wie bisher Jacqueline Posner von EP.Fischer/Frankfurt. Enzinger wurde 2017 erstmals in den Loewe Handelssenat gewählt und hat sich innerhalb kürzester Zeit die Akzeptanz im Gremium erarbeitet. Das zeigt sich auch am einstimmigen Wahlergebnis.

Loewe Gesamtvertriebsleiter Kurt Doyran dankte dem ausgeschiedenen Norbert Loskill für seine langjährige Arbeit: „Er hat sich über 13 Jahre lang mit außerordentlichem Engagement im Loewe Handelssenat für die Interessen seiner Fachhandelskollegen eingesetzt und dabei auch die erfolgreiche Weiterentwicklung von Loewe nie außer acht gelassen. Wir bedanken uns sehr für diese hervorragende Leistung, die er ehrenamtlich neben seinem eigentlichen Berufsfeld erbracht hat.“ Seit 2009 war Norbert Loskill Sprecher des Handelssenats. „In dieser Zeit war er nicht nur ein Schön-Wetter-Segler“, betonte Doyran. „Er hat Loewe vielmehr auch in schwierigen Zeiten engagiert beraten und verteidigt. Und er hat den Handelssenat aktiv geführt und entscheidend weiterentwickelt.“

Der neue Sprecher hat weitreichende, jahrzehntelange Erfahrung in der Branche und ist vor allem im Euronics-Umfeld bestens vernetzt. Der Loewe Handelssenat besteht seit über 28 Jahren. Alle deutschen und österreichischen Loewe Fachhandelspartner wählen aus ihrer Mitte alle vier Jahre die Senatoren. Das Gremium berät Loewe in vielen Fragen der Marketing- und Vertriebspolitik – von der Ladenpräsentation bis zur Preisfindung.

Verkaufs-Wettbewerb für Telekom-Partner

Ab sofort startet die Telekom für alle Händler mit Telekom-Partner-Status und Partneragenturen die „Innovationswochen 2018“. Bei dem Verkaufs-Wettbewerb, der bis Ende April läuft, wird je Vertriebsregion ein Hauptgewinn in Höhe von 25.000 Euro und ein Zusatzgewinn in Höhe von 10.000 Euro verlost. Alle Absätze von EntertainTV, Telekom Sport mit Sky Sport Kompakt sowie von Magenta SmartHome fließen in die Wertung ein. Nach der Hälfte der Aktions-Laufzeit werden außerdem Sprintgewinner ermittelt. Dazu wird unter allen bis zum 15. März erarbeiteten Losen in jeder Vertriebsregion eine Reise für zwei Personen zum WM-Vorrundenspiel Deutschland gegen Mexiko in Moskau mit- samt Flug, Übernachtung und Rahmenprogramm verlost.

Im Aktionszeitraum erhalten die Teilnehmer Punkte für jeden Absatz eines Telekom-Innovationsproduktes. Für EntertainTV-Absätze werden 15 Punkte vergeben, für Magenta SmartHome-Absätze winken 10 bzw. für Telekom-Sport-Absätze 5 Punkte. Für jeweils 150 Punkte erhält der Teilnehmer ein Los, das mit allen anderen in den Lostopf wandert. Die Gewinner werden im Mai/Juni 2018 gezogen. Je mehr Lose ein Teilnehmer erspielt hat, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, bei der Auslosung zu gewinnen.

„Produkte wie IP-basiertes Fernsehen, TV Content und die intelligente Heimvernetzung befinden sich im Aufschwung“, sagte Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner, Deutsche Telekom Privatkunden-Vertrieb GmbH. „Die Telekom ist bei diesen Innovationsthemen mit EntertainTV, Telekom Sport mit Sky Sport Kompakt und Magenta SmartHome bestens aufgestellt. Da es sich hierbei um beratungsintensive Lösungen handelt, bietet insbesondere der stationäre Handel durch seine hohe Beratungskompetenz ein enormes Potenzial, um an diesem Wachstum zu partizipieren. Wir möchten durch die „Innovationswochen 2018“ gut ins Jahr starten und freuen uns, dass auch die Key Account-Zentralen unsere Innovationsprodukte während dieses Zeitraums durch verschiedene Maßnahmen und Aktionen besonders in den Fokus setzen.“

Telekom Exklusivpartner Programm 2.0 kommt gut an



Die Shops werden mit klarem Markenprofil und professioneller Gestaltung individuell an die Verhältnisse bei den Telekom-Exklusivpartnern angepasst.

Zufriedene Händler

Das von der Telekom im September 2016 eingeführte Shopkonzept für ihre Exklusivpartner kommt bei den teilnehmenden Fachhändlern gut an. Das hat eine Befragung ergeben, an der 25 Händler, die mindestens zwei Monate bereits den neuen Shop betrieben hatten, teilnahmen. Die Ergebnisse zeigen eine sehr hohe Zufriedenheit. Besonders schätzen die Exklusivpartner die deutlich verbesserte Produktpräsentation am PoS und durch das integrierte Vermarktungskonzept und die vereinfachte Beratung der Kunden auf das gesamte Telekom Portfolio.

Auch die von der Telekom angebotenen Schulungsmaßnahmen inklusive der Betreuung durch die Vertriebscoaches am PoS wurden besonders positiv bewertet. Aus Sicht der Inhaber zeigen sich die Fortschritte durch das Coaching in einer deutlich strukturierteren, effektiveren und routinierteren Arbeitsweise ihrer Mitarbeiter, die sich auch in höheren Umsätzen niederschlug. Die interviewten Telekom-Exklusivpartner betrachten das Programm als wichtige Chance zur Umsatzsteigerung und Imageverbesserung. Auch angesichts der nicht unbeträchtlichen Investition in die neue Shopausstattung hat es keiner der beteiligten Händler bereut, sich für das neue Konzept entschieden zu haben.

„Es war unser Ziel, die Shopgestaltung auf eine erlebnisorientierte Produktpräsentation auszulegen“, erklärte Karin Kranz, Leiterin Shop Management, Deutsche Telekom Privatkunden-Vertrieb GmbH. „Dementsprechend wichtig sind emotionale Inseln, die mit eingehender Beratung und Digitalisierung ein persönliches Kundenerlebnis zum Ausprobieren wie Zuhause bieten. Unser Produkt Magenta Eins, das die beiden Welten aus Festnetz und Mobilfunk konvergent verbindet, lässt sich in diesem Shopdesign optimal beraten. Kurze Wege und eine attraktive Produktpräsentation ermöglichen es dem Ver-

käufer, schnell und überzeugend die Produktvorteile erlebbar zu machen.“

Anonyme Testkäufe haben ergeben, dass dieses Konzept funktioniert. „Die Teilnehmer des Exklusivpartnerprogramms 2.0 stechen aus der Gesamtheit positiv heraus und liegen auf dem gleichen Niveau wie unsere eigenen Shops“, berichtete Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner, Deutsche Telekom Privatkunden-Vertrieb.

Wirtschaftlicher Nutzen

Der Erfolg des Telekom Exklusivpartner Programms 2.0 schlägt sich auch in Zahlen nieder. So liegen die Umsätze der teilnehmenden Exklusivpartner beim Mobilfunk im Durchschnitt um 15 und im Festnetz um zehn Prozent über ihren Kollegen. Besonders gut sind die Ergebnisse dort, wo sich die beiden Welten verbinden.

Die Zahlen der Telekom wurden auch von den interviewten Handelspartnern bestätigt. Deutlich über zwei Drittel der Befragten berichteten von einer Verbesserung der wirtschaftlichen Ergebnisse, mit besonders starken Zuwächsen bei Mobilfunk und Entertain. Auch im Smart Home

Bereich konnte die Mehrheit der Partner Steigerungen verzeichnen. Für komplexe Produkte wie Entertain und Smart Home ist die persönliche Demonstration und Beratung im Geschäft besonders wichtig. Die Termine können die Kunden der Exklusivpartner online vereinbaren. Bis Ende des Jahres 2017 hat die Telekom 60 Shops bei ihren Exklusivpartnern nach dem neuen Shopkonzept umgebaut. „Mit dem Fortschritt und dem Feedback unserer Partner sind wir sehr zufrieden und fühlen uns bestärkt, fortzufahren und die ‚integrierte Vermarktung‘ im Handel weiter zu treiben“, sagte Esfahani.

Dabei will die Telekom auch die Anregungen zur weiteren Verbesserung der Programms aufnehmen. Sie betreffen z. B. den Wunsch nach mehr Ausstattung mit Bekleidung, Ladekabeln und Warensicherung, mehr Ablagefläche am PoS, die Möglichkeit für die Abwicklung von mehr Servicefällen und den erweiterten Zugriff



Die individuelle Betreuung durch Vertriebscoaches führt zu einer spürbaren Verbesserung der Beratung.

auf IT-Systeme. Bereits umgesetzt wird eine Kundenfrequenzmessung am PoS. „Selbstverständlich nehmen wir auch die Anregungen unserer Partner sehr ernst und werden das Konzept auch weiter optimieren und um weitere Module ergänzen“, betonte Esfahani. „Unser Ziel ist es, den Handel zu stärken und in die Zukunftsfähigkeit unserer Partner zu investieren. Ein wichtiger Bestandteil des Konzeptes ist auch das Thema ‚Omni-Channel‘. Hierfür bieten wir unseren Partnern z. B. die Online-Terminvereinbarung an, mit der der Kunde online einen festen Beratungstermin mit dem Verkäufer vereinbaren kann. Das spart Wartezeit und sorgt für hohe Kundenzufriedenheitswerte.“

Bis Ende 2018 will die Telekom rund 50 weitere Exklusivpartner 2.0 sowie 30 Fachmärkte in das neue PoS-Programm integrieren.



Bei komplexen Produkten wie Entertain sind persönliche Kundengespräche mit Live-Demonstration besonders wichtig.

Jetzt Termin vormerken!

28. Februar – 1. März 2018, Congress-Centrum Ost, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

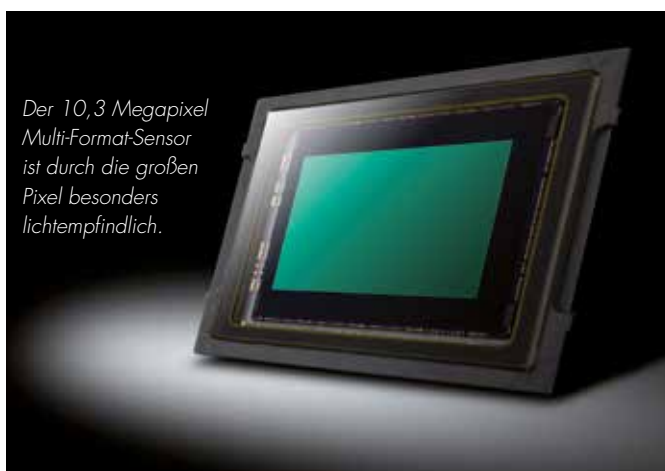
presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“

Neue Lumix GH5S und neue Camcorder von Videofilmen wie die Profis

Mit der Demonstration von Kompetenz in innovativen Bereichen wie Smart City, autonomes Fahren, digitale Systeme für Industrie und Einzelhandel sowie nachhaltiges Energiemanagement präsentierte sich Panasonic auf der CES als zukunftsorientierter Technologiekonzern. Für den Fachhandel gab es mit der neuen Systemkamera Lumix GH5S sowie neue 4K Camcordern ebenfalls wichtige Neuheiten.

Ein Jahr nach der Vorstellung der hybriden Systemkamera Lumix GH5, die ausgezeichnete Fotoqualität mit hervorragenden 4K-Videoeigenschaften verbindet, legt Panasonic mit der Lumix GH5S ein neues Modell nach, das für Videofilmer mit professionellen Ambitionen entwickelt wurde. Mit ihrem 10,3 Megapixel Multi-Format-Sensor ist sie besonders lichtempfindlich und bietet dank spezieller Technologien laut Panasonic die beste Videoqualität einer Lumix Kamera.



Der 10,3 Megapixel Multi-Format-Sensor ist durch die großen Pixel besonders lichtempfindlich.

Die wegen der relativ niedrigen Auflösung besonders großen Pixel 10,2 Megapixel MOS-Sensors nehmen viel Licht auf. Unterstützt wird dieser Effekt durch die neue



Die Lumix GH5S kommt im Februar auf den Markt.

Dual Native ISO Technologie, bei der die Kamera auf zwei Grundempfindlichkeiten (ISO 400 und ISO 2.500) zurückgreift. Das führt zu einem Lichtempfindlichkeitsbereich von ISO 160 bis ISO 51.200 (erweiterbar auf ISO 80 bis ISO 204.800), der auch bei wenig Licht rauscharme Bildergebnisse in Profi-Qualität erzielt. Um das zu erreichen, wird die Empfindlichkeit vor der Signalverstärkung festgelegt; dazu befinden sich zwei analoge Schaltkreise hinter jedem Pixel. Ein schnelleres Auslesen des Sensors reduziert zudem den Multishutter-Effekt.

Umfassende Video-Ausstattung

Wie die Lumix GH5 kann auch die GH5S 4K-Videos in 4:2:2 10Bit intern aufzeichnen, um eine besonders differenzierte Farbwiedergabe zu erreichen. Das integrierte V-Log L ermöglicht eine präzise Nachbearbeitung, übrigens auch bei Fotoaufnahmen, z. B. im Zeitraffer. Neben Hybrid Log Gamma (HLG) für die Ausgabe der Aufnahmen mit hoher Datenrate steht auch 4K HEVC zur Verfü-

gung. Das vereinfacht die Übertragung zu AV-Geräten wie Panasonic 4K HDR TVs, auf denen man die Filme einfach per USB Stick abspielen kann.

Der Multi-Aspekt-Sensor macht die Aufnahme von Videos in verschiedenen Seitenverhältnissen (4:3, 16:9 und erstmals Cinema 4K 17:9) möglich, ohne dass sich der Bildwinkel verändert. 4K- und Cinema 4K-Filme werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 60 B/s aufgenommen; im Full HD Modus sind auch extreme Zeitlupenaufnahmen von bis 240 B/s möglich.



Die wichtigsten Bedienelemente sind auf der aufgeräumten Oberseite gut zu erreichen.

Große Foteleistung

Mit ihrer hohen Lichtempfindlichkeit macht die Lumix GH5S auch beim Fotografieren eine gute Figur. Erstmals ist auch die Aufnahme von RAW-Serienbildern (bis zu 7 B/s mit und bis zu 11 B/s ohne Schärfenachführung) mit der besonders großen Farbtiefe von 14 Bit möglich. Im 12 Bit Modus erhöht sich das Tempo um 1 B/s.

Aufgrund ihrer niedrigen Auflösung von 10,3 Megapixeln bietet die Lumix GH5S, anders als ihre Schwester, natürlich keine 6K-Fotofunktion. Im 4K-Fotomodus nimmt sie bis zu 60 B/s (JPEG/8 Megapixel) auf; die Länge der Bildfolge wird nur durch die Kapazität der Speicherkarte begrenzt.

Im Vergleich zum Schwestermodell ist der Autofokus noch lichtempfindlicher und stellt selbst bei -5 EV, also in praktisch dunkler Umgebung, zuverlässig scharf. Passend dazu bietet das Display mit der Live View Boost Funktion (bei geringerer Bildwiederholrate) eine Signalverstärkung, um die Komposition des Fotos auch bei Nacht zu ermöglichen. Der Lupenassistent arbeitet bei dem neuen Modell mit bis zu 20facher Vergrößerung.

Neben dem 3,2 Zoll/6,6 cm großen dreh- und schwenkbaren sowie berührungsempfindlichen Monitor mit 1,62 Millionen Bildpunkten ist die Lumix GH5S wie die GH5 mit einem 3,7 Megapixel OLED Sucher (Vergrößerungsfaktor 0,76) ausgestattet. Durch die im Vergleich zum Schwestermodell nochmals erhöhte Bildwiederholrate von 120 B/s ist das Sucherbild besonders klar.

Die Lumix GH5S ist frostsicher bis -10°C; für den Einsatz bei harten Bedingungen ist das robuste Magnesium-

Managementwechsel bei Panasonic



Kai Hillebrandt wechselt zum 1. April von Samsung zu Panasonic.

Zum 1. April 2018 wird Kai Hillebrandt das Management bei Panasonic DACH+NL übernehmen. Als neuer Managing Director folgt er nach einer kurzen Übergangsphase auf Christian Sokcevic, der das Unternehmen Ende vergangenen Jahres verlassen hat.

Hillebrandt blickt auf eine erfolgreiche Tätigkeit in der Elektronikbranche und auf langjährige Erfahrungen in leitender Position in den Bereichen Marketing und Vertrieb zurück. Von 1997 bis 2011 war er bei Philips in verschiedenen leitenden Funktionen tätig. Ab 2011 trug er Verantwortung bei Samsung Deutschland als Vice President und Division Head Consumer Electronics.

Als neuer Managing Director Panasonic DACH+NL stehe Hillebrandt für eine Fortsetzung des erfolgreichen und stabilen Kurses der letzten Jahre, heißt es in einer Pressemitteilung. Zusammen mit dem Managementteam rund um Marketing Director CE Armando Romagnolo und Sales Director CE Michael List soll er die erfolgreiche Marketing- und Vertriebsstrategie in den Bereichen Unterhaltungs- und Haushaltselektronik fortführen. Auch solle zukünftig Fach-

handelstreue, Produktqualität und Serviceorientierung zu den Grundpfeilern einer starken und verlässlichen Markenpolitik bei Panasonic gehören, betonte das Unternehmen.

Panasonic

gehäuse gegen Staub und Spritzwasser geschützt.

Neben dem Lumix G Systemzubehör bietet Panasonic für die GH5S spezielle Ergänzungen an, darunter die Lumix Tether Studio Software zur Aufnahmesteuerung

per Notebook oder PC, den Batteriegriff DMW-BGGH5 und den XLR Mikrofon-Adapter DMW-XLR.

Die Lumix GH5S kommt im Februar zum Preis von 2.499 Euro (UVP Gehäuse) auf den Markt.

Neue 4K-Camcorder

Panasonic rüstete auf der CES seine 4K-Camcorder Palette mit neuen Spitzenmodellen auf, in die auch Technologien aus den professionellen 4K-Recordern integriert wurden. Damit bieten die Camcorder eine interessante Alternative für Videospezialisten, die einen großen Zoombereich bevorzugen, ohne sich mit schwerem Equipment belasten zu wollen.

Das neue Top-Modell VXF11 und seine preiswertere Schwester VX11 zeichnen sich im Vergleich zu ihren Vorgängern vor allem durch den neuen, besonders lichtempfindlichen Sensor aus. Er ist von bisher 1/3,1 Zoll auf 1/2,5 Zoll gewachsen und bietet eine Auflösung von 8,5 Megapixeln. Dadurch haben die Pixel mehr Platz und können auch mehr Licht aufnehmen. Mit der neuen Active Contrast Funktion kann der Kontrast automatisch an die Helligkeitsverteilung im Bild angepasst werden. Das verbessert die Detailwiedergabe in dunklen Bereichen; bei Gegenlicht werden unschöne Schatten deutlich reduziert. Bei beiden Modellen deckt das f1,8-4,0 25-600 mm Leica



In die neuen Camcorder wurden auch Technologien aus den professionellen 4K-Kameras von Panasonic eingebaut.

Dicomar Weitwinkelobjektiv einen Zoombereich von 25-600mm (KB) ab. Es bietet nicht nur große optische Leistung; Panasonic hat auch den neuen optischen 5-Achsen-Hybrid-Stabilisator Ball O.I.S. eingebaut, bei dem Kugellager anstelle von Stäbchen eingesetzt werden, um den Bewegungswiderstand zu reduzieren. Mit dieser Technologie, die aus den professionellen Camcorder-Systemen von Panasonic stammt, reagiert das System noch schneller und erzielt laut Panasonic im Vergleich zum Vorgänger eine doppelt so effektive Stabilisierung.

Das Spitzenmodell VXF11 bietet im Vergleich zum VX11 einen klappbaren Sucher (1,5 Millionen Bildpunkte), einen manuellen Objektivring und einen Kopfhörer-Anschluss. Beide Camcorder nehmen 4K (25p) und Full HD Videos (50p) auf, bieten Zeitlupenfunktion und 5.1 Kanaltone. Wichtige Momente können mit der 4K-Fotofunktion von Panasonic festgehalten werden.

Im Full HD Segment führt Panasonic mit dem V808 ein neues Modell ein, das weitgehend mit dem VX11 identisch ist. Die neuen Camcorder sind ab März erhältlich und kosten 999 Euro (UVP HC-VXF11), 799 Euro (UVP HC-VX11) bzw. 599 Euro (UVP HC-V808).

Updates zum HDR10+ Standard

Panasonic, das Filmstudio 20th Century Fox und Samsung haben auf der CES Updates zum neuen HDR10+ Standard angekündigt. Ab sofort beginnen die drei Unternehmen mit der Lizenzierung von HDR10+ Produkten und Inhalten. Dafür haben sie eine unabhängige HDR10+ Plattform geschaffen, die Metadaten für Content-Unternehmen, Ultra HD TVs, Blu-ray Discs, Blu-ray Player, Blu-ray Recorder und Hersteller von Set-Top-Boxen sowie SoC Anbieter lizenziert. Verbraucher können den neuen Standard an einem eigenen Logo erkennen.

HDR10+ nutzt die Stärken von HDR, um die Bildqualität von TV-Geräten der nächsten Generation weiter zu verbessern, damit die Zuschauer die Bilder so wahrnehmen können, wie es Regisseure und Filmemacher bei der Produktion beabsichtigt haben. Das wird bei zertifizierten Produkten durch das HDR10+ Logo bescheinigt.

Für Partner, die den Standard für ihre Produkte übernehmen möchten, bietet HDR10+ gleich mehrere Vorteile. Dazu gehört eine Anlagenflexibilität, die es TV- und Geräte-Herstellern, Filmemachern und Content-Anbietern ermöglicht, den Standard in ihre Produktentwicklung einzubinden und so die Bildqualität auf ein neues Niveau zu heben. Die HDR10+ Plattform wird auch für zukünftige technologische Entwicklungen und Innovationen offen sein.

Sobald das HDR10+ Programm frei zugänglich ist, werden die drei Gründungsunternehmen die Technologie für alle künftigen Ultra HD Film-Veröffentlichungen, ausgewählte Fernseher, Ultra HD Blu-ray Player/Recorder und weitere Produkte nutzen. Mehr als 25 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen hätten bereits ihr Interesse signalisiert, heißt es in einer Pressemitteilung.



PoS-Aktuell Nachricht

Revox setzt auf den Fachhandel

Revox will für die Vermarktung seiner anspruchsvollen Produktpalette weiterhin auf den Fachhandel setzen. Der traditionsreiche Hersteller sieht qualifizierte Vertriebswege als besonders prädestiniert dafür an, den Kunden die hohen Qualitätsansprüche der Marke zu vermitteln.

Mit der Berufung von Anton Schalkamp in den Verwaltungsrat hat Revox bereits 2016 ein deutliches Signal in diese Richtung gesetzt. Während seiner jahrzehntelangen Tätigkeit für Bose hat Schalkamp die Partnerschaft mit dem Fachhandel buchstäblich gelebt und mit durchdachten Vertriebsstrategien große Erfolge erzielt.

Im vergangenen Jahr hat Revox sich auf dem deutschen Markt deutlich verstärkt, z. B. durch die Ernennung des in der Branche bestens bekannten Jürgen Imandt als Marketingleiter. Auch das Vertriebsteam wurde ausgebaut und steht seit Mitte letzten Jahres unter der Leitung von Martin Schalkamp, der über profunde Erfahrung in der Entwicklung und Durchsetzung fachhandelsbasierter Vertriebsstrukturen verfügt.

REVOX

Treu bleiben will Revox auch seiner Maxime, Audio-Komponenten zu vermarkten, deren Qualitätsanspruch bis in das High-End-Segment reicht, die aber trotzdem erschwinglich sind. Dabei hat das Unternehmen auch bei der Entwicklung smarter Lösungen immer wieder Akzente gesetzt. Der nach eigenen Angaben „Erfinder der Multiroom-Systeme“ ist in Sachen Individualität und Bedienkomfort inzwischen einen Schritt weiter: Denn das Multiuser-Konzept des Revox Systemdesigns ermöglicht es jedem Nutzer, sein individuelles Audio-Programm per Tastendruck genau da zu hören, wo er sich gerade aufhält. Dabei kann die Musik beim Zimmerwechsel einfach mitgenommen werden. Die Multiroom- und Multiuser-Systeme von Revox sind natürlich update-fähig und können deshalb immer wieder auf den neuesten digitalen Stand gebracht werden.

Mit seiner breiten Produktpalette von der klassischen Audio-Komponente bis zum in KNX-gesteuerten Smart Home Umgebungen integrierten Digitalsystem will Revox noch mehr Konsumenten überzeugen und setzt dabei auf die persönliche Begegnung der Marke mit ihren Kunden. „Die Plätze dieser entscheidenden Begegnungen mit den Produkten der Marke Revox finden sich nicht im Internet, sondern in den Verkaufsräumen unserer Fachhandelspartner“, weiß Fadri Haller, CEO der Revox-Group. „Dort, bei einer qualifizierten Vorführung, erleben Markeninteressenten die hör- und demonstrierbaren Vorteile und besonderen Qualitäten der Revox-Produkte. So machen sie den entscheidenden Schritt vom Interessenten zum Revox-Besitzer – und zu einem Kunden, der nicht nur unsere Produkte, sondern auch unsere Fachhandelspartner vor Ort weiterempfiehlt.“

LG mit neuer Marke für künstliche Intelligenz

ThinQ steht für Lernen

Mit dem neuen Markenzeichen ThinQ kennzeichnet LG Electronics ab sofort alle Produkte und Dienste, die künstliche Intelligenz nutzen. Sie werden in der Lage sein, von ihren Umgebungen und dem Verhalten der Kunden zu lernen und miteinander zu kommunizieren. Möglich wird das durch den Einsatz der von LG entwickelten Plattform DeepThinQ sowie Technologien, die von Partnern entwickelt wurden. Die ersten ThinQ Produkte aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Hausgeräte wurden von LG auf der CES in Las Vegas gezeigt.



ThinQ steht für intelligente LG Geräte, die miteinander vernetzt werden.



LG stattet OLED und Super UHD Fernseher der neuen Generation mit ThinQ-Funktionen aus. Der neue Alpha 9 Prozessor soll dabei für weiter verbesserte Bildqualität sorgen.

Die von LGs Artificial Intelligence Lab in Seoul entwickelte Plattform DeepThinQ macht es möglich, künstliche Intelligenz in zahlreiche Produkte zu integrieren. Die Version 1.0 ermöglicht Sprach-, (Bewegt-) Bild, Raum- und Körpererkennung und unterstützt unterschiedliche Betriebssysteme wie Android, Linux und webOS. Die für die neuen Funktionen benötigten Daten wurden über Jahre hinweg aus den Nutzungsgewohnheiten von Anwendern gewonnen.

DeepThinQ bildet die Grundlage dafür, dass kompatible Produkte nicht nur ihre externen Umgebungen erkennen, sondern auch die Verhaltensmuster ihrer Nutzer verstehen können. So weiss z. B. eine Klimaanlage über das Wohnverhalten der Kunden im Laufe der Zeit immer besser Bescheid und stimmt die Raumtemperatur auf ihre Vorlieben ab. Im Auto erkennt ThinQ z. B. den Fahrer und die Passagiere, um Musik, Beleuchtung und Klima automatisch an ihre Präferenzen anzupassen.

Auch Roboter profitieren von künstlicher Intelligenz. Bereits jetzt sind LGs Airport Guide Robots auf dem koreanischen Flughafen Incheon International Airport (Seoul) im Einsatz. Sie arbeiten mit speziellen Sensoren, um Sprache von den Umgebungsgeräuschen zu unterscheiden und die Passagiere besser zu verstehen. Beim Staubsauger-Roboter helfen die ThinQ-Technologien dem Gerät dabei, den Unterschied zwischen einem Stuhl und einem Hund zu erlernen und die Navigation entsprechend anzupassen.

Fernseher mit ThinQ

Auf der CES stellte LG eine neue Generation von OLED und Super UHD Fernsehern mit ThinQ-Funktionen vor. Sie können mehrere hundert verschiedene Sprachanfragen verstehen und arbeiten sowohl mit der herstellereigenen Smart-Plattform als auch mit AI-Diensten von Drittanbietern zusammen. So können die Nutzer nach Informationen, Bildern oder Videos mit bestimmten Inhalten suchen, indem sie z. B. über die Fernbedienung des Fern-

sehers das Kommando geben „Zeige mir alle Filme, in denen der Schauspieler XX mitgespielt hat“, „Zeige die Fotos aus dem letzten Urlaub“ oder „Zeige mir Yoga-Videos“. Auch Befehle wie „nach dem Soundtrack des Films XX suchen“ oder „den Fernseher ausschalten wenn die Sendung zu Ende ist“ werden verstanden und ausgeführt. ThinQ kann kompatible LG Fernseher auch zur Zentrale des smarten Zuhauses machen und die Verbindung mit Staubsauger-Robotern, Klimaanlage, Luftreinigern, smarten Beleuchtungslösungen, vernetzten Lautsprechern usw. herstellen, die dann ebenfalls per Sprache gesteuert werden. In bestimmten Ländern können die Kunden auch den Google Assistenten nutzen, um vernetzte Geräte zu kontrollieren oder Dienste von Drittanbietern zu aktivieren.

Die 2018er OLED und Super UHD Fernseher von LG sind zudem mit dem neuen intelligenten Prozessor Alpha 9 ausgestattet, der die Farbwiedergabe nochmals verbessert und die wichtigsten HDR-Formate unterstützt. Die Klangwiedergabe wird mit objekt-basiertem Dolby Atmos Surround Sound ebenfalls verbessert.

Intelligenz in der Küche

Auch für die Küche zeigte LG auf der CES intelligente Geräte, darunter der Kühlschrank InstaView ThinQ, die



LG zeigte in Las Vegas verschiedene vernetzte Küchengeräte mit ThinQ-Funktionen.

Backofenreihe EasyClean und die Geschirrspülmaschine QuadWash. Sie arbeiten mit Spracherkennung und -steuerung, um ihren Besitzern das Leben zu erleichtern. So ermöglicht der LG InstaView ThinQ Kühlschrank nicht nur per zweimaligem Klopfen auf das 29 Zoll Display den Blick in sein Inneres, sondern empfiehlt auf Wunsch auch Rezepte und kann anhand seines Inhaltes vorschlagen, was es zum Abendessen geben soll. Wird ein Rezept ausgewählt, sendet der Kühlschrank die Information automatisch an den mit ihm vernetzten Ofen, der dann die richtigen Einstellungen vornimmt. Mit Hilfe der intelligenten Sprachsteuerung Alexa werden die einzelnen Schritte des Rezeptes dem Koch anschaulich erklärt. Zur Entspannung kann dabei Musik dienen, denn über den Kühlschrank kann man auch auf Dienste wie Amazon Music, iHeartRadio und andere Streaming-Angebote zurückgreifen.

Der per App steuerbare LG EasyClean Ofen verarbeitet nicht nur Rezeptinformationen, indem er z. B. automatisch auf die richtige Temperatur vorheizt, sondern informiert seine Besitzer per Smartphone auch darüber, dass er gereinigt werden soll.

Die mit ThinQ ausgestattete QuadWash Geschirrspülmaschine stellt auf der Grundlage der Küchendaten den richtigen Waschzyklus ein und wählt z. B. für ein fettiges Gericht ein längeres Programm mit heißerem Wasser als für einen leichten Gemüseaufguss. Um die Zusammenarbeit der Küchengeräte zu koordinieren, können die Anwender auch mit dem niedlichen LG CLOi Roboter zusammenarbeiten, der Fragen beantwortet, über das Wetter oder Termine informiert und die Sprachbefehle an die richtige Adresse weiterleitet.

Einzelheiten zu den Produkten für den deutschen Markt wird LG ab Februar auf der Roadshow für die Handelspartner bekanntgeben.

LG Roadshow 2018

LG startet mit der diesjährigen Roadshow durch fünf deutsche Städte in ein besonderes Jahr der Unternehmensgeschichte: 2018 blickt LG auf 60 Jahre erfolgreiche Innovationsentwicklung zurück.

Von dieser Innovationskraft können sich die Fachhändler auf der „60 Jahre Innovationen“ LG Roadshow Tour überzeugen, auf der das Unternehmen seine aktuellen Technik-Highlights für das Jahr 2018 präsentieren wird.

Im Mittelpunkt der 2018er

Roadshow-Wochen steht neben dem LG Signature W8 OLED TV, einem neuem Ultra-Premium-TV aus der LG Signature Serie, auch der neue LG Monitor 38WK950C für Gaming-Spaß sowie die neueste LG TwinWash-Serie und das LG V30 Premium-Smartphone. Beeindruckende Bilder am PoS liefert das neue LG 88 Zoll-Digital-Signage-Display.

Die „60 Jahre Innovationen“ LG Roadshow 2018 macht in folgenden Städten Station:

- Köln, Dock.One: 20. – 22. Februar 2018
- Hamburg, Hamburg Cruise Center HafenCity: 8. März 2018
- Berlin, Alte Försterei (Union Stadion): 12. März 2018
- München, Sport Scheck Allwetteranlage: 15. März 2018
- Frankfurt, HDB (Haus der Begegnungen): 19. März 2018



Alexa Sprachsteuerung für die ganze Palette MusicCast hört aufs Wort



Mit dem MusicCast Skill kann Alexa alle MusicCast Komponenten steuern.

Mit dem MusicCast Skill für die Amazon Sprachsteuerung Alexa hebt Yamaha die Bedienung von vernetzten Audio-Systemen auf ein neues Komfort-Niveau und gibt dem Fachhandel weitere Verkaufsargumente. Denn mit Alexa hören alle MusicCast-Komponenten vom Streaming-Lautsprecher bis zu den Klavieren und Flügeln der disclavier Enspire Reihe aufs Wort. So bequem war Multiroom-Audio noch nie – und ein so umfangreiches Sortiment mit Sprachsteuerung gibt es von keinem anderen Hersteller.

Mehr als 60 MusicCast-Produkte gehören derzeit zum Yamaha Portfolio, darunter hochwertige HiFi- und AV-Receiver, Soundbars, Design-Musiksysteme und Streaming-Lautsprecher. Sie alle können mit dem MusicCast Skill für Alexa mit Sprachkommandos gesteuert werden.

Alexa schaltet die Geräte auf Kommando nicht nur ein und aus, sondern passt auch die Lautstärke den Wünschen der Nutzer an, und zwar individuell für jedes Zimmer. Wenn die Musik in mehreren Räumen simultan wiedergegeben werden soll, reicht ebenfalls ein einfacher Sprachbefehl.

Schon bisher war die Bedienung der Yamaha MusicCast-Komponenten mit Hilfe der kostenlosen App für Android und iOS sehr komfortabel. Mit Alexa wird es jetzt noch einfacher, Musik in MusicCast-Qualität im ganzen Haus zu verteilen. Das Multiroom-System von Yamaha zeichnet sich gegenüber anderen Angeboten bekanntlich dadurch aus, dass es die Audio-Signale von allen angeschlossenen Quellen da hin bringt, wo die Kunden sie hören wollen – ganz gleich, ob die Töne vom Mobilgerät, der Minianlage oder einem High-End AV-Receiver kommen. Im MusicCast-Multiroom System ist wirklich jede Komponente vernetzt.

Die MultiCast-Erweiterung mit der Alexa Sprachsteuerung gibt es für viele Kunden kostenlos, jedenfalls dann, wenn sie bereits einen Alexa-fähigen Lautsprecher zu

MusicCast
Wireless Music System

Hause haben. Dann brauchen sie über ihre Alexa App nur den MusicCast Skill zu installieren. Wenn noch kein Alexa Produkt vorhanden ist, genügt für den Einstieg der günstigste Amazon Lautsprecher mit Alexa, der Echo Dot (UVP 59,99 Euro), denn er wird ja nur für die Sprachsteuerung und nicht für die Musikkwiedergabe benötigt. In dieser Disziplin sind die Yamaha Komponenten den Echo Geräten deutlich überlegen.

Die Sprachkommandos für MusicCast sind genauso aufgebaut, wie es die Alexa Nutzer gewohnt sind. Sie können z. B. lauten: „Alexa, sage MusicCast, Wiedergabe Playlist 1 in der Küche/im Wohnzimmer/in allen Räumen“ oder „Alexa, sage MusicCast, Lautstärke anheben im Wohnzimmer“. Einfacher geht es wirklich kaum.

Der MusicCast Skill für Alexa macht die Sprachsteuerung natürlich für alle MusicCast-Geräte verfügbar, die seit der Einführung dieser Technologie verkauft wurden. Das ist ein prägnantes Beispiel dafür, dass dieses durchdachte Multiroom-System jetzt und in Zukunft mit neuen Entwicklungen um Segment Smart Home Schritt halten kann.



Selbst die Klaviere und Flügel der disclavier Enspire Serie von Yamaha spielen mit Alexa auf Kommando.

Erster modularer 146 Zoll MicroLED TV

Samsungs TV-Visionen

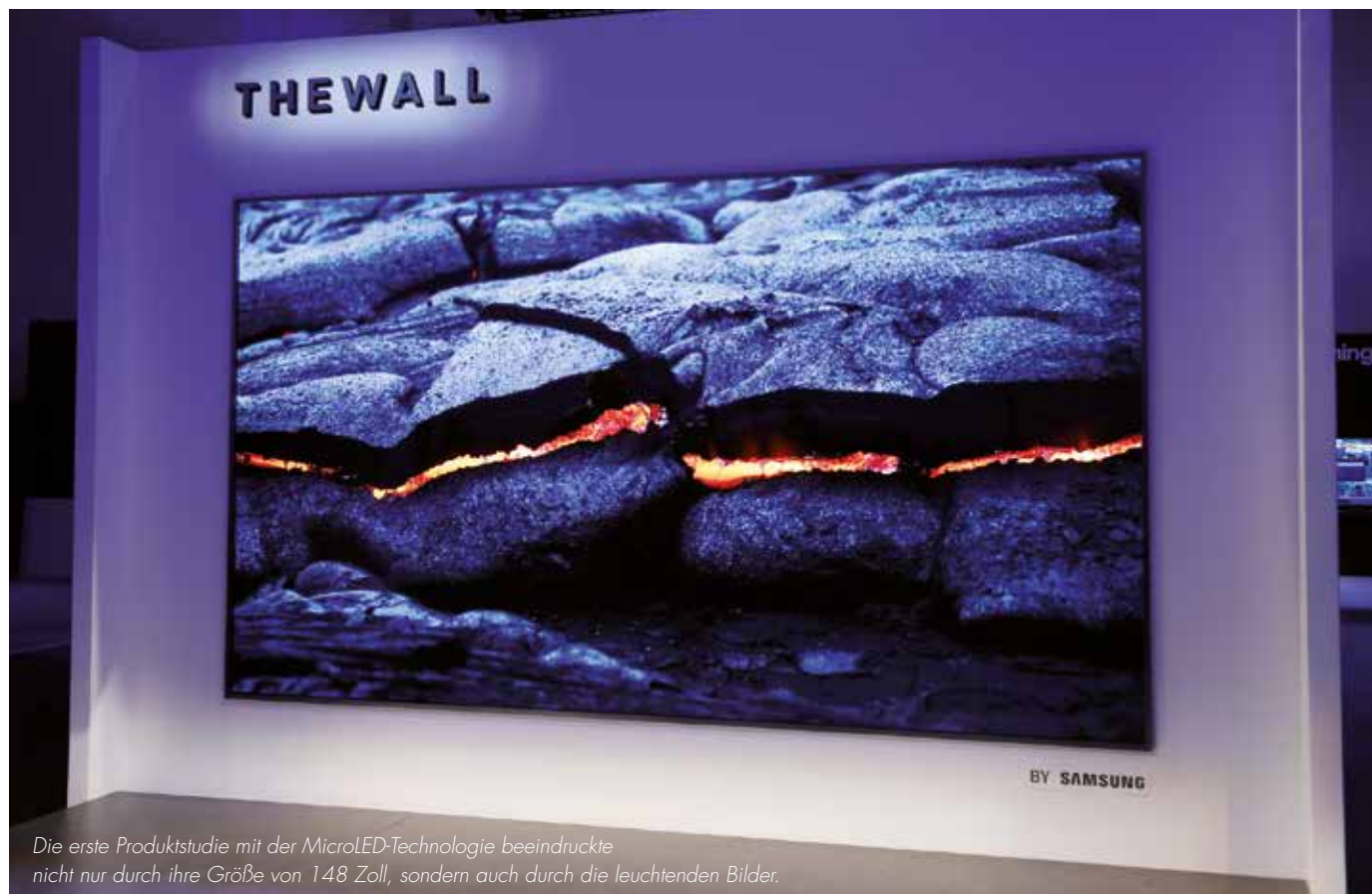
Im Konzert der vernetzten Technologien auf der CES spielte Samsung nicht nur mit Szenarien für das Internet der Dinge mit, sondern überraschte auch mit der neuen Display-Technologie MicroLED. Die erste Produktstudie, The Wall, beeindruckte nicht nur mit der respektablen Größe von 148 Zoll, sondern auch durch seinen modularen Aufbau. Zusätzlich stellte Samsung auch einen 8K QLED-Fernseher mit künstlicher Intelligenz vor.

Die MicroLED Technologie arbeitet mit selbstleuchtenden, anorganischen LED-Elementen, die ohne Farbfilter und Hintergrundbeleuchtung auskommen. Sie sind deutlich kleiner als aktuelle LEDs, übertreffen diese aber in Sachen Haltbarkeit, Lichtausbeute, Lebensdauer und Energieeffizienz. Das Ergebnis sind strahlend helle TV-Bilder mit großem Farbraum, sattem Farbvolumen und tiefdunklen Schwarzwerten. Die Zielrichtung ist klar: Mit MicroLED will Samsung die Vorteile von OLED, nämlich selbstleuchtende Pixel, bieten, aber ohne die Nachteile wie geringere Helligkeit und aufwendige Produktion. Wenn das funktioniert – der Prototyp zeigte wirklich beeindruckende Bilder – könnte daraus tatsächlich ein neuer Standard für Displays werden.

Dazu kommt die modulare Bauweise, mit der rahmenlose Displays in praktisch jeder Größe und Auflösung entstehen können, die sich nicht nur in Fernseher, sondern in praktisch jede Wohnumgebung einbauen lassen – vom Möbelstück bis zur raumfüllenden Wandverkleidung. Das ist eine Voraussetzung dafür, dass Displays zur Zentrale des vernetzten Zuhauses werden können.

8K QLED TV mit KI

Samsung zeigte auf der CES auch den ersten QLED TV mit 8K mit KI (Künstlicher Intelligenz)-Technologie, der in der zweiten Jahreshälfte in Korea und den USA auf den



Die erste Produktstudie mit der MicroLED-Technologie beeindruckte nicht nur durch ihre Größe von 148 Zoll, sondern auch durch die leuchtenden Bilder.

Markt kommen und anschließend weltweit eingeführt werden soll. Die künstliche Intelligenz wird eingesetzt, um Inhalte mit geringerer Auflösung auf 8K hochzurechnen. Dabei setzt Samsung selbstentwickelte Algorithmen ein, mit denen die Auflösung auf den Bildcharakter jeder einzelnen Szene anpasst wird. So soll eine kontinuierlich gute Bildqualität für jede Art von Content aus allen möglichen Quellen realisiert werden. Das geschieht mit intelligenten Funktionen zur Rauschreduzierung sowie Glättung bzw. Wiederherstellung von Kanten.

Auch den Ohren soll die künstliche Intelligenz zugute kommen: Die Geräte passen den Klang selbstständig an unterschiedliche Inhalte wie Sportübertragungen, Filme oder Konzerte an.

Nicht zuletzt soll die gesamte Smart TV Palette des Modelljahrs 2018 intelligenter werden, und zwar durch neue Vernetzungs- und Bedienungsmöglichkeiten wie Bixby, SmartThings und den Universal Guide.

Der von Samsung entwickelte intelligente Sprachassistent Bixby soll eine besonders einfache Interaktion zwischen dem TV und dem Nutzer ermöglichen, während SmartThings, die zentrale IoT-Plattform von Samsung, den Austausch und die Verbindung mit anderen smarten Geräten besser, schneller und komfortabler machen soll. 2018 wird Samsung in der neuen TV-Generation den Universal Guide einführen, einen neuen Programmführer, der die Sehgewohnheiten der Nutzer erlernt und automatisch passende Sendungen und andere Inhalte empfiehlt.

Samsung mit neuer Führungsstruktur im Bereich Consumer Electronics

Wenn Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics GmbH, wie berichtet, zum 31. März 2018 seine Tätigkeit bei Samsung beendet, wird er seine Aufgaben an ein erfahrenes Managementteam übergeben. Wie Samsung bekanntgab, wird eine fünf-

köpfige Führungsebene den Bereich Consumer Electronics dezentral leiten und direkt an Simon Sung, Präsident und Geschäftsführung Samsung Electronics GmbH, berichten.

An der Spitze der Produktbereiche AV, Home Applian-

ces und Display Solutions stehen unverändert erfahrene Manager: Leif-Erik Lindner trägt als Business Director CE AV die Gesamtverantwortung für Sales und Marketing im Bereich AV, Alexander Zeeh, Director Home Appliances, führt gesamtverantwortlich den Bereich Home Appliances, und Markus Korn, Director CE Display, leitet das B2C- und B2B-Geschäft mit Displaylösungen.

Simon Sung, Präsident und Geschäftsführung Samsung Electronics GmbH, dankte Kai Hillebrandt für seine erfolgreiche Arbeit und kommentierte den Führungswechsel: „Kai Hillebrandt hat als Vice President und Division Head Consumer Electronics einen maßgeblichen Anteil am Wachstum von Samsung im deutschen Markt gehabt. Ich bedaure seinen Weggang, gleichzeitig freue ich mich auf das führungsstarke Team, das unsere Vision für Samsung wie gehabt erfolgreich umsetzen und in gewohnter Weise eng mit unseren Handelspartnern kooperieren wird. Wir wünschen Kai Hillebrandt alles Gute für seine Zukunft und weiterhin viel Erfolg.“



An der Spitze der Samsung Produktbereiche AV, Home Appliances und Display Solutions stehen erfahrene Manager: v.l. Leif-Erik Lindner (Business Director CE AV), Alexander Zeeh (Director Home Appliances) und Markus Korn (Director CE Display).

Philips TVs werden smarter und besser

TP Vision hat die neue Generation der Philips TVs angekündigt. In der Palette für das Jahr 2018 gibt es mehr Geräte mit dem P5 Bildprozessor; die Fernseher mit Android-Betriebssystem werden mit Sprachsteuerung und Google Assistant ausgestattet. Mit einer Erweiterung des OLED-Sortiments unterstreicht Philips TV sein Bekenntnis zu dieser Bildschirmtechnologie. Auch zum Thema Ambilight gibt es Neues: Alle mit diesem Alleinstellungsmerkmal ausgestatteten Philips TVs des Jahrgangs 2018 bieten die dreiseitige Variante.



Der bereits auf der IFA 2017 erstmals gezeigte Philips TV 65OLED973 kommt in wenigen Wochen auf den Markt.

Der neue Jahrgang



Alle 2018er Philips TVs mit Android-TV Betriebssystem werden im ersten Halbjahr über ein Software-Update mit Google Assistant Sprachsteuerung ausgerüstet. Zunächst wird Englisch unterstützt; weitere Sprachen, darunter Deutsch, sollen folgen. Philips TV plant, auch für Android-TVs des Modelljahres 2017 ein Update für Google Assistant anzubieten.

Die neuen OLED-TVs sind alle mit Ambilight ausgestattet, das bei den besonders schlanken bzw. praktisch nicht vorhandenen Rahmen eine besonders gute Wirkung erzielt. Neues Flaggschiff in diesem Segment ist der erstmals auf der IFA 2017 gezeigte 65OLED973, der in den nächsten Wochen auf den Markt kommt. Er zeichnet sich durch besonders hochwertige Materialien und hohe Verarbeitungsqualität aus und bietet nicht nur OLED-Bildqualität, sondern auch hervorragenden Klang durch das im Standfuß integrierte 6.1 High-End 60-Watt-Soundsystem. Die Soundbase ist aus Aluminium gefertigt und mit speziellem Lautsprechertuch des dänischen Herstellers Kvadrat bespannt. Sechs nach vorne gerichtete Lautsprecher und eine Triple Ring-Einheit mit integriertem Bass-Port auf der Rückseite sorgen für raumfüllenden Klang. Die Soundbase kann auch als Wandhalterung dienen, wofür sie einfach nach hinten geklappt wird, ohne dass die Soundqualität beeinträchtigt wird. Der Philips 65OLED973 basiert auf der Android-TV-Plattform und bietet Zugang zu allen TV-orientierten Apps, Diensten und Inhalten im Google Play Store. Dazu kommt das bekannte Smart-TV Angebot von Philips.

Letzteres gilt auch für den neuen 65OLED873, die größere Version des vielfach preisgekrönten Modells

55POS9002. Auch dieser Fernseher kombiniert P5 Bildverarbeitung mit dreiseitigem Ambilight. Die Spitzenhelligkeit von 900 Nits übertrifft die Werte für die UHD Premium Zertifizierung und den Philips eigenen HDR Perfect Standard, sowohl für HDR10 als auch für HLG-Inhalte.

Im dritten Quartal dieses Jahres will Philips TV mit dem OLED803 zwei weitere TVs mit dieser Bildschirmtechnologie einführen, einen in 55 und einen in 65 Zoll. Die eleganten Geräte sind ähnlich ausgestattet wie der 873, machen mit einem extrem schlanken Rahmen in gebürstetem Metall-Finish einen hochwertigen Eindruck und stehen auf zwei schmalen, horizontalen Metallfüßen, die rechtwinkelig zum Bildschirm stehen.

Die im ersten Quartal verfügbaren Philips TV Modelle 65OLED973 und 65OLED873 werden 4.999 Euro (UVP) bzw. 3.499 Euro (UVP) kosten. Die Preise für die 803 TVs werden bei der Markteinführung bekanntgegeben.

Mehr LED-TVs mit P5 Prozessor

Der besonders leistungsfähige P5 Bildprozessor ist in der neuen Philips TV-Generation auch in den LED-Modellen der 8000er und 7000er Serie zu finden. Diese beiden Familien mit Android-Betriebssystem werden im Laufe des zweiten Quartals mit der Google Assistant Sprachsteuerung ausgerüstet. Dafür gibt es in der Fernbedie-

nung ein Mikrofon, das per Knopfdruck aktiviert wird. Dann ist es möglich, mit dem Google Assistant zu sprechen, Fragen zu stellen und ihn Aufgaben erledigen zu lassen. Mit dem Google Assistant auf Philips TVs können Musik, Filme, Videos und andere Inhalte bei Anbietern wie YouTube und Netflix gesucht und abgespielt werden. Auch Wetter und Verkehrsinformationen stehen zur Verfügung, Termine und Erinnerungen können in den Kalender eingetragen werden. Mit dem Google Assistant kann der Fernseher auch dabei helfen, andere kompatible Smart Home Geräte wie Philips Hue, Nest Home Automation oder zahlreiche netzwerkfähige Lautsprecher zu steuern.

Saphi Smart TVs

Für die nicht-android basierten Geräte der 5000er (Full HD) und 6000er (UHD) Serien hat Philips die eigene Saphi Smart TV Oberfläche entwickelt. Sie bietet schnellen Zugang zu den Philips Smart TV Apps und wichtigen Diensten wie YouTube, Netflix oder Amazon Prime Video. Mit Miracast können auch Fotos auf dem Bildschirm wiedergegeben werden.

In der 8000er Serie wird die vom P5 Prozessor gesteigerte Bildqualität durch den Einsatz von Wide Color Gamut Panels und NanoLED-Technologie weiter verbessert. Zudem unterstützt diese Serie ebenso wie die OLED-TVs den HDR10+ Standard, der gegenüber dem bisherigen HDR10 eine noch differenziertere Bildwiedergabe ermöglicht. HDR10+ arbeitet mit dynamischen Metadaten und kann die Farb- und Kontrastkurven für jede einzelne Szene unabhängig festlegen und Bild für Bild verbessern. Der neue Standard ist mit HDR10 abwärtskompatibel und wird im zweiten Quartal per Firmware-Update in die Philips 8000er TVs und alle 2018er OLED-Modelle integriert.

Philips TV-Roadshow 2018

Die neue Philips TV-Generation wird den Handelspartnern frühzeitig auf einer Roadshow präsentiert. Die Premiertour mit den Themen OLED, Ambilight und Design findet bereits im Februar und März an neun Standorten statt. Alle Partner im Handel seien eingeladen, sich vor Ort über die Philips TV-Neuheiten zu informieren, heißt es in einer Pressemitteilung. Zu den Veranstaltungsorten gehören die großen Fußballarenen Deutschlands und Österreichs sowie das Porsche-Museum in Stuttgart.

In folgenden Städten ist die Philips TV-Roadshow 2018 zu Gast:

Leipzig (Red Bull Arena): 7. Februar • Berlin (Olympiastadion): 13. Februar • Stuttgart (Porsche Museum): 21. Februar
Dortmund (Signal Iduna Park): 28. Februar • Köln (RheinEnergieStadion): 8. März • Hamburg (Volksparkstadion): 13. März
Frankfurt (Commerzbank Arena): 15. März • München (Allianz Arena): 20. März • Wien (Allianz Stadion): 22. März

Die Roadshow ist an den Veranstaltungstagen zwischen 10 und 18 Uhr geöffnet. Handelspartner können sich per Email an event@tpv-tech.com anmelden.

TCL Multimedia mit neuen TVs auf der CES

Mit dem Rückenwind einer sehr positiven globalen Geschäftsentwicklung in 2017 präsentierte sich TCL Multimedia auf der CES als selbstbewusstes Hightech-Unternehmen. Dabei wurde auch die neue TV-Generation gezeigt, zu der auch ein neues Flaggschiff-Produkt mit QLED-Bildschirm und einer anspruchsvollen Soundlösung gehört. Für breitere Marktsegmente wurden OK Produktlinien mit HDR und Android-Betriebssystem vorgestellt.

QLED und Android

Das Unternehmen erzielte 2017 mit einer Absatzsteigerung um 16,4 Prozent die höchste Wachstumsrate in den vergangenen fünf Jahren und übertraf mit dem weltweiten Verkauf von 23 Millionen Geräten deutlich das selbstgesteckte Ziel von 22 Millionen Einheiten. Besonders erfreulich entwickelte sich das Geschäft mit Smart TVs und 4K-Fernsehern mit Steigerungsraten von 42,5 bzw. 45,9 Prozent.

Außerhalb Chinas verzeichnete TCL 2017 im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum von 33,5 Prozent. Dabei legte der Hersteller im US-Markt mit einem Plus von 131,5 Prozent überproportional zu. Nach Zahlen des Marktforschungsunternehmens NPD zeigte sich TCL als die am schnellsten wachsende TV-Marke auf dem US-Markt und war zwischen Januar und Oktober 2017 der drittstärkste Anbieter. Auch die Geschäfte in Mexiko, Japan, dem Nahen Osten und Afrika entwickelten sich positiv. In Europa hat TCL seine Vertriebs- und Marketingteams in mehreren Ländern, darunter Deutschland, deutlich erweitert.

Flaggschiff mit QLED-Display

Ein besonderer Blickfang auf dem CES-Stand von TCL war das neue, 85 Zoll große Flaggschiff der TV-Familie. Der Xess X6 vermittelt schon äußerlich durch eine handwerklich anmutende Verarbeitung einen hochwertigen Eindruck. Mit QLED (Quantum Dot) Displaytechnologie, HDR Premium 1500, Local Dimming in 600 Zonen und



Das neue Flaggschiff Xess X6 von TCL kombiniert anspruchsvolle Display-Technologien mit 7.1.4 Sound und hochwertiger Verarbeitung.

Motion Clarity Technologie mit echten 100Hz bietet das Gerät eine Bildqualität, die den Wert auf dem 3200 Picture Performance Index erreicht. Die differenzierte Farbwiedergabe mit erweitertem Farbraum wird durch die HDR Premium 1500 Technologie weiter verbessert, denn diese erzeugt noch größere Helligkeit, stärkere Kontraste und sattere Farben. Das Android-Betriebssystem macht den Zugriff auf smarte Angebote einfach.

Zu den hervorragenden Fernsehbildern bietet das X6-Modell auch erstklassige Klangqualität. Dafür sorgt ein JBL-Audiosystem mit 7.1.4 12-Kanal-Panorama-Surround-Sound, das DTS-Decoding sowie Bluetooth Audio unterstützt.

Für breitere Zielgruppen zeigte das TCL auf der CES mit der C76-Serie elegante Fernseher im 360° All-In-One-Design. Auch diese 4K-Smart TVs haben ein Android-Betriebssystem und bieten mit Wide Color Gamut-Technologie (WCG) und HDR Pro mit Smart HDR gute Bildqualität, die von einer JBL-Soundbar und DTS Premium ergänzt wird. An jüngere Konsumenten richten sich die 4K-Smart TVs der P6-Serie, die ebenfalls mit Wide Color Gamut-Technologie, HDR Pro und Smart HDR ausgestattet ist. Mit flachem Profil und einem nur 5,0 mm schmalen Rahmen greifen die Android-basierten Fernseher aktuelle Design-Trends auf.

Auf der CES präsentierte TCL als Studie das nach Angaben des Unternehmens weltweit dünnste Direct Backlight Quantum Dot Displayssystem. Der Lichtweg des Backlights

beträgt nur 3,9 mm, während das Gerät selbst nur 9,9 mm dick ist.

Mehr Marketing-Aktivitäten

Um den globalen Wachstumskurs weiter zu beschleunigen, investiert TCL in Marketing-Aktivitäten, um seine Marke zu stärken. Dabei setzt das Unternehmen vor allem auf die Präsenz bei Sportveranstaltungen und Kooperationen im Entertainment. Bereits im November 2017 wurde eine Partnerschaft mit dem Superhelden-Film Justice League von Warner Bros. Pictures bekanntgegeben. Für dieses Jahr ist u. a. eine globale Kooperation im Sportbereich geplant.

Auch in Europa hat TCL 2017 erste Sponsorings durchgeführt und ist in Deutschland beim Berlin-Marathon im September 2017 als Partner aufgetreten. Weitere Aktivitäten sollen in diesem Jahr folgen. In Frankreich wurde bereits eine erste nationale TV-Werbekampagne durchgeführt.

Neue Key Account Manager

TCL hat sein deutsches Vertriebsteam um drei Key Account Manager verstärkt. Sie verfügen über umfangreiche Erfahrungen in der Unterhaltungselektronik.

Hassan Akabbouz, der vorher als Senior Sales Manager bei Sengled Europe tätig war, leitet ein Team von fünf Gebietsverkaufsleitern und ist für die strategische Entwicklung von Fachmärkten verantwortlich. Dafür bringt er aus seinen früheren Tätigkeiten bei LG Electronics, Twentieth Century Fox Home Entertainment und Media-Saturn gute Voraussetzungen mit.

Ivo Lokas' Hauptaufgabe besteht darin, die strategischen Beziehungen zu bereits bestehenden Kunden zu intensivieren und das Bewusstsein für die Marken TCL und Thomson in Deutschland zu verstärken. Vor seiner Zeit bei TCL sammelte Lokas fast 15 Jahre Erfahrung bei der Medion AG, zuletzt als Key Account Manager im Bereich International Sales, wo er die Bereiche eCommerce sowie große deutsche Online-Kanäle wie Amazon und Otto betreute.

Dieter Kreisle ist für den Bereich TV als Key Account Manager National für die ganzheitliche Entwicklung der Kundenbindung sowie den Aufbau des Geschäftsbereiches der Buying Groups verantwortlich.

Mit ihrem schlanken Design und schmalen Rahmen wurde die P6 Serie für junge Konsumenten entwickelt.



Neuheiten

PoS-Aktuell

Grundig bringt XXL Geschirrspüler

Der neue vollintegrierte XXL Geschirrspüler GHV 41835 mit Best-Fit-Technologie zeichnet sich durch umfangreiche und nachhaltige Funktionen aus und bietet eine besonders flexible Besteckschublade. Mit Energieeffizienz A+++ und einem Geräuschpegel von 42 db(A) arbeitet die Maschine sparsam und leise. Mit Hilfe des Schlepptürmechanismus, bei dem sich bei geöffnetem Geschirrspüler die Möbelfront einfach über die Scharniere um 4 cm nach oben schiebt, können auch längere Möbelfronten bzw. kürzere Sockel verwendet werden.



Zu den praktischen Funktionen zählt unter anderen die Back&Sauber Funktion. Über das LC-Display wird einfach die entsprechende Sensortaste betätigt, und bis zu drei Ofenbleche oder -gitter werden unter Hochdruck gereinigt. Die flexible Besteckschublade ermöglicht dank eingefahrbarer Seitenteile auch die Beladung von langstieligen Gläsern oder großen Weingläsern im Oberkorb. Zudem bietet die Maschine Platz für 14 Maßgedecke; die IonFresh-Technologie verhindert die Bildung von unangenehmen Gerüchen durch Speisereste. Die Maschine erkennt automatisch, wenn der Innenraum nur halb befüllt ist und passt das Programm entsprechend an. Der Grundig GHV 41835 ist ab sofort zum UVP von 854 Euro erhältlich.

Braun Series 3 Rasierer und Multigrooming-Kit

Mit dem neuen Braun Series 3 ProSkin Rasierer und dem 9-in-1 Multigrooming-Kit (Bild) will Braun Männern eine zeit-effiziente und präzise Morgenrasur ermöglichen. Mit der MicroComb-Technologie, einer kammartigen Struktur, führt der Rasierer die Barthaare in das Scherelement des Trimmers.



Damit reduziert sich nicht nur die Rasurzeit, sondern es werden auch Hautreizungen vermieden.

Die unabhängig voneinander beweglichen Scherelemente und die zwei SensoFolien

passen sich den Gesichtskonturen an und bieten nach Herstellerangaben besonders intensiven Hautkontakt.

Das Braun 9-in-1 Multigrooming-Kit ermöglicht dank unterschiedlicher Trimmeraufsätze individuelle Rasuren von Kopf bis Fuß. Mit dem Haarschneide-Aufsatz ist präzises Styling möglich, die 13 abnehmbaren Kammaufsätze dienen zu Gestaltung unterschiedlicher Bartlooks.

Der Körperhaartrimmer ermöglicht zudem ein Styling am ganzen Körper.

Der Braun Series 3 ProSkin ist für 119,99 Euro (UVP) erhältlich, die Braun Multigrooming-Kits sind ab 29,99 Euro (UVP) verfügbar.

Medisana bringt drei neue Personenwaagen

Medisana erweitert sein Sortiment um drei neue Personenwaagen: die Motiv-Glaswaage PS 405, die Personenwaage PS 425 und die Design-Glaswaage PS 435. Alle neuen Modelle verfügen über vier präzise DMS Sensoren für genaue Messergebnisse sowie eine bequeme „Step-on“ Einschaltung.

Die Gewichtsanzeige ist zwischen den gängigen Maßeinheiten Kilogramm, Pfund und Stone flexibel umschaltbar. Eine energiesparende Abschaltautomatik, die Überlastungsanzeige und eine Batteriewechselanzeige runden die praktischen Funktionen ab. Die Motiv-Glaswaage PS 405 (Bild) zeichnet sich durch ihr leicht lesbares LCD-Display und ihre moderne Optik aus: Sie besitzt drei Fotomotive zum Wechseln – je nach Wohnambiente und Geschmack.

Die Personenwaage PS 425 bietet neben dem leicht lesbaren LCD-Display zusätzlich eine Sprachausgabe in vier Sprachen: Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch. Die sprechende Waage gibt Auskunft über das Körpergewicht und eignet sich besonders für ältere Menschen, Sehbehinderte oder Blinde.

Die in Weiß gehaltene Design-Glaswaage PS 435 hat als besonderes Design-Element ein unsichtbares LED Display – die Anzeige erscheint erst beim Wiegen. Das schicke Design und die großen, leicht lesbaren LED-Leuchtziffern machen sie zu einem tollen Hingucker in jedem Bad.

Die drei neuen Personenwaagen von Medisana sind ab sofort erhältlich. Die Motiv-Glaswaage PS 405 kostet 29,95 Euro (UVP), die Personenwaage PS 425 39,95 Euro (UVP) und die Design-Glaswaage PS 435 29,95 Euro (UVP).



Graef: Filterkaffee wie von Hand



Die neuen Filterkaffeemaschinen FK 701 und FK 702 von Graef verfügen über das Direct Brew-Verfahren, bei dem nach Herstellerangaben das Kaffeewasser vom ersten bis zum letzten Tropfen eine Brühtemperatur von 92 bis 96 Grad beibehält. Mit der automatischen Blooming-Funktion, die 30 Sekunden vor dem eigentlichen Brühvorgang einsetzt und für ein Aufquellen des Kaffeemehls sorgt, kann der Kaffee sein volles Aroma entfalten. Der große Brühkopf aus Edelstahl mit acht Brüh-

punkten sorgt dafür, dass das Kaffeemehl großflächig benetzt wird. Der Brühvorgang der Modelle FK 701 (weiß) und FK 702 (schwarz) dauert für eine Kanne etwa 5 bis 6 Minuten. Über das Touchdisplay wird automatisch angezeigt, wie viele Tassen mit dem vorhandenen Wasser aufgebrüht werden können. Die Nutzer können mit einfachem Druck auf das Display die gewünschte Anzahl von Tassen – zwischen 2 und 10 – wählen und schon entnehmen die Maschinen dem Tank selbsttätig exakt die benötigte Wassermenge. Die PTC-Heizung im Gehäuseboden wird bei Beginn des Brühvorgangs automatisch angeschaltet und hält den Kaffee 30 Minuten lang warm bei 80 Grad. Die Heizung arbeitet mit nur 50 Watt und schont damit zugleich das Aroma und den Energieverbrauch. Die Glaskanne mit Aromatrichter und der Kaffeefilter sind spülmaschinengeeignet. Der Kaffeefilter eignet sich für herkömmliche Filtertüten der Größe 4 und verfügt über eine Tropfstop-Automatik.

Die neuen Filterkaffeemaschinen FK 701 und FK 702 sind zum UVP von jeweils 129,99 Euro erhältlich.

Neue kompakte Soundbar von Sony



Die neue Kompakt-Soundbar HT-SF200 von Sony in edlem Leder-Look zeichnet sich durch extratiefe Bässe und breiten Surround-Sound aus. Subwoofer und S-Force Pro Front Surround sind direkt integriert. Die schmale Lautsprecherleiste lässt sich direkt beim Fernseher platzieren. In Schwarz oder Weiß erhältlich, passt sie in jede Wohnumgebung. Die komplette Technik ist in die Soundbar integriert. Dank „S-Force Pro Surround“ Technologie ist sie in der Lage, ein Soundfeld mit Surround-Effekt zu erschaffen und verarbeitet zudem den Dolby Digital Codec, um Sounds möglichst realitätsnah zu reproduzieren.

Die Einrichtung der Soundbar SF200 ist komfortabel: Via HDMI ARC, optischem Kabel, USB oder Bluetooth mit dem Fernseher oder Smartphone verbunden, spielt sie den Sound von Videos, Spielfilmen oder Songs ab.

Die Soundbar HT-SF200 (Charcoal Black) bzw. HT-SF201 (Crème White) sind ab März zum UVP von jeweils 249 Euro verfügbar.

Zentrale Fernbedienung von Bosch Smart Home Ein Twist genügt



Mit dem Twist kann man Smart Home Systeme einfach per Drehbewegung steuern. Die Fernbedienung kann auch von der Wand abgenommen und portabel verwendet werden.

Mit der zentralen Fernbedienung Twist will Bosch Smart Home die Steuerung von Smart Home Systemen besonders komfortabel machen. Alle wichtigen Geräte, Funktionen und Szenarien, die sich über die Bosch Smart Home App kontrollieren lassen, hat man mit dem Twist im Griff, ohne das Smartphone in die Hand nehmen zu müssen.

So kann man das Alarmsystem, die Lampen im Badezimmer und die Heizkörper im Schlafzimmer ein- und ausschalten oder das Szenario „nach Hause kommen“ auch ohne Mobilgerät aktivieren. Das ist vor allem für die Familienmitglieder (oder auch Besucher) praktisch, die keine App auf ihrem Smartphone installiert haben.

Dafür hängt der Twist wahlweise als fixes Bedienelement in der praktischen Magnet-Halterung, die ohne Verkabelung schnell an der Wand angebracht werden kann, oder er wird portabel verwendet. Dafür nimmt man das handliche Element einfach dahin mit, wo man es im Haus oder der Wohnung braucht.

Ist die Fernbedienung an der Wandhalterung befestigt, bietet sie noch einen besonders praktischen „Twist“: Sie kann nicht nur mit den vier Tasten, sondern auch intuitiv mit leichten Drehbewegungen nach rechts oder links bedient werden. Dabei lässt sich das Bosch Smart Home Alarmsystem mit einer selbstdefinierten Bewegungsreihenfolge als Code deaktivieren. Beim Nachhausekommen dreht man z. B. den Twist in der Wandhalterung zweimal nach links und einmal nach rechts, und schon ist das Alarmsystem entschärft.

Das klare, hochwertige Design des Twists mit E-Paper-Display passt zu praktisch jedem Einrichtungsstil. Die Menüführung wurde auf das Wesentliche reduziert: Der Twist wird intuitiv über Icons, mit den vier Tasten oder per Drehbewegung bedient. Mit den Statusinformationen der aktuellen Einstellungen behält der Nutzer stets den Überblick.

Der Bosch Smart Home Twist ist ab dem 2. Quartal 2018 für 149,95 Euro (UVP) erhältlich.

Ecovacs rüstet Saugroboter weiter auf

Updates per WLAN



Mit der neuen OTA Funktion kann die Software der Saugroboter drahtlos aktualisiert werden.

Mit der neuen OTA (= Over The Air) Funktion rüstet Ecovacs Robotics seine Saugroboter weiter auf. Damit werden Firmware-Updates kabellos per WLAN direkt auf das Gerät geladen und können umgehend genutzt werden. Das erste Gerät mit der neuen Funktion ist der Deebot Ozmo 930. In Zukunft sollen alle Saug- und Wischroboter der 900-Serie mit der drahtlosen Schnittstelle ausgestattet werden.

Die ersten Updates sind bereits für das erste Quartal geplant. Dann soll die Smart Navi-Technologie der Deebots durch fortlaufende Kartenaktualisierung noch komfortabler werden, die Neu-Kartierung beim Verstellen von Möbeln und Teppichen entfällt. Auch nach einem Ortswechsel können sich die Roboter schneller neu orientieren und die Reinigungsarbeit selbstständig wieder aufnehmen. Weitere Vorteile soll ein Firmware-Update im zweiten Quartal bringen: Dann können die Saugroboter die Karten mehrerer Stockwerke gleichzeitig abspeichern.

Der Nutzer kann diese einzeln verwalten, für jede Etage individuelle Zeitpläne erstellen und virtuelle Grenzen definieren.

Über die neuen Versionen und die Möglichkeit zur Installation werden die Nutzer in der Ecovacs-App informiert. Nach der Zustimmung mit einem Klick stehen die aktualisierten Programme und die neuen Funktionen schnell zur Verfügung.

Neuer Winbot

Auf der CES stellte Ecovacs Robotics ein neues Modell seiner einzigartigen Winbot Roboter zur Fensterreinigung vor. Der Winbot X wird von einem Akku mit Strom versorgt und arbeitet unabhängig von der Steckdose ohne Stromkabel. Dafür erhielt Ecovacs in Las Vegas den CES Innovation Award in der Kategorie Home Appliances. Der neue Reinigungsroboter kann so auch fern jeder Stromversorgung eingesetzt werden, z. B. für schwer erreichbare Glasflächen im Innen- sowie Außenbereich, im Gartenhaus oder für Dachbodenfenster. Gesichert wird der Roboter dabei durch ein flexibles Seil. Es befindet sich in einer Abrollvorrichtung, die per Saugnapf an

der Scheibe befestigt wird und via Bluetooth mit dem Winbot kommuniziert. Bei Problemen mit dem Unterdruck kann das System so direkt reagieren, das Seil straffen und den Roboter vor einem Sturz schützen.



Der akkubetriebene Winbot X reinigt Fenster unabhängig vom Stromanschluss.

Nach dem Aufsetzen auf die Fensterscheibe misst der Winbot die Glasfläche aus und wählt automatisch eine passende Reinigungsroute. So kann der Roboter Scheiben von einer Größe bis zu vier mal vier Metern streifenfrei putzen. Das Gerät wird Ende Juni 2018 erhältlich sein.

Andreas Wahlich, General Manager Ecovacs Europe

„Ecovacs ist eine Premium-Marke“



Andreas Wahlich, General Manager Ecovacs Europe: „Ecovacs Saugroboter sind leistungsfähige Hausgeräte, die dazu beitragen, die Kategorie Smart Home nach vorn zu bringen.“

Ecovacs hat 2017 gegenüber dem Vorjahr seine Marktanteile im Segment Saugroboter mehr als versechsfacht und ist jetzt die klare Nummer 2 in diesem Segment. PoS-MAIL hat mit Andreas Wahlich, General Manager Ecovacs Europe, über die Ursachen dieses Erfolges und seine Pläne für 2018 gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Wahlich, Ecovacs

hat sich in Deutschland im vergangenen Jahr sehr erfolgreich entwickelt. Worauf führen Sie Ihre steigenden Marktanteile zurück?

Andreas Wahlich: Es ist uns tatsächlich gelungen, 2017 von einer kleinen Basis zur eindeutigen Nummer 2 im Segment Saugroboter aufzusteigen. Dabei haben wir in

einzelnen Berichtsperioden sogar nach Stückzahlen den ersten Platz belegt. Die Ursachen dafür sind vielfältig: Wir haben unsere Organisation in Düsseldorf ausgebaut, die Vertriebsmannschaft wesentlich verstärkt und die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern deutlich intensiviert. Dazu kommt natürlich unsere erstklassige Produktpalette, die wir im vergangenen Jahr vor allem im oberen Bereich verstärkt haben. Ecovacs Saugroboter sind keine Gadgets, sondern leistungsfähige Hausgeräte, die dazu beitragen, die Kategorie Smart Home nach vorn zu bringen. Das haben viele unserer Handelspartner so gut verstanden, dass wir im Dezember das Luxusproblem hatten, unsere Premiumprodukte wie den Deebot Ozmo 930 nicht mehr liefern zu können, weil sie komplett ausverkauft waren.

PoS-MAIL: Welche Pläne haben Sie für 2018?

Andreas Wahlich: Wir werden in diesem Jahr mit weiteren Innovationen im wachsenden Markt für Saugroboter neue Akzente setzen und z. B. die Palette von Geräten mit OTA Funktion ausbauen. Damit können Deebot Saugroboter per WLAN ganz einfach und schnell auf den neuesten Stand der Software gebracht werden. Das bedeutet für die Anwender mehr Komfort und neue

Funktionen – für den Fachhandel gute Verkaufsargumente.

PoS-MAIL: Apropos Fachhandel: Wie hat sich die Distribution von Ecovacs in diesem Vertriebskanal entwickelt?

Andreas Wahlich: Wir haben im vergangenen Jahr zahlreiche neue Partner im Fachhandel gewonnen und wollen diese Entwicklung auch 2018 fortsetzen. Dabei gilt allerdings das Prinzip Klasse statt Masse. Das heißt: Wir wollen vor allem Fachhändler unterstützen, die smarte Produkte wie Haushaltsroboter kompetent vermarkten und sich um dieses Segment wirklich kümmern. Dabei helfen wir durch intensive Betreuung, Schulung des Verkaufspersonals, Marketing-Materialien und PoS-Elemente bis zum Sonder-Display mit Demofläche.

PoS-MAIL: Ist ein solches Engagement für den Fachhandel denn den Aufwand wert?

Andreas Wahlich: Unbedingt, denn das Segment Haushaltsroboter wächst stark, und zwar besonders im oberen Marktsegment. Hier hat Ecovacs sein Sortiment deutlich ausgebaut und bietet den Handelspartnern die Möglichkeit, vernünftige Margen zu erzielen. Unsere wachsenden Marktanteile zeigen deutlich, dass unsere Produkte gut sind und wir von den Konsumenten als Premium-Marke wahrgenommen werden. Diese Position wollen wir gemeinsam mit dem Fachhandel weiter ausbauen.

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

Samsung Hausgeräte setzt auch 2018 auf Wachstum

Ideen für QuickDrive

Die Drei-Jahres-Strategie „Vision 2020“, mit der sich Samsung Hausgeräte ehrgeizige Ziele für den deutschen Markt gesetzt hat, geht offensichtlich auf. So weisen aktuelle Zahlen für das erste Halbjahr 2017 ein Wachstum von mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr aus. Für dieses Jahr haben sich die Verantwortlichen wieder viel vorgenommen. Bereits im Januar wurden dafür mit einer TV-Kampagne und einer innovativen App zur Unterstützung der Handelspartner beim Verkauf der QuickDrive Waschmaschinen wichtige Akzente gesetzt.

Alexander Zeeh, Director Home Appliances Samsung Electronics GmbH, der 2017 als „Jahr des Handel(n)s“ ausgerufen hatte, blickt zufrieden zurück. Das Wachstum basiert seiner Ansicht nach nicht nur auf dem erfolgreichen Verkauf der Waschmaschinen mit AddWash, von denen Samsung bis Oktober 2017 88.888 Geräte absetzte. Auch die verlässliche Produktqualität, die mehrfach von der Stiftung Warentest bestätigt wird, die große Markenbekanntheit und der Ausbau der Handelsbeziehungen haben zum Erfolg beigetragen, erklärte der Manager. „Wir konnten in der Weißen Ware entscheidende Maßnahmen in den Bereichen Qualitätssicherung, Vertriebsstruktur, Service und Logistik umsetzen. So ist es uns in enger Zusammenarbeit mit dem Handel gelungen, die Bekanntheit der Marke Samsung Hausgeräte signifikant zu steigern. Mit Produkttechnologien wie AddWash und QuickDrive, die Qualität und Technologie vereinen, können wir unsere Kunden begeistern. Diesen Erfolgskurs wollen wir beibehalten und auch in Zukunft kontinuierlich Impulse im Hausgerätemarkt setzen.“

Bewährt haben sich auch Kooperationsprogramme wie Samsung Smart Dealer, mit denen die kompetente und kontinuierliche Händlerbetreuung sichergestellt wird. Dabei werden die Partner mit konkreten Maßnahmen in den Bereichen Training, Promotion, Produktsortiment und Service unterstützt, die Kundenbindung zu stärken und neue Vertriebsmöglichkeiten zu erschließen.

TV-Kampagne für QuickDrive

Bereits seit dem 12. Januar läuft eine Werbe-Offensive für die Samsung Waschmaschine WW8800, die mit der innovativen QuickDrive Technologie gegenüber vergleichbaren Geräten ohne dieses Feature eine Zeitersparnis von bis zu 50 Prozent möglich macht. Herzstück ist ein TV-Spot, der durch reichweitenstarke Online-, Digital und PoS-Maßnahmen flankiert wird.

Unter dem Motto „Get dirty fast – get clean faster“ setzt Samsung die QuickDrive Technologie eindrucksvoll in Szene. Bei QuickDrive drehen sich Trommel und Rückwand in entgegengesetzte Richtungen. Diese voneinander unab-



Die Waschmaschinen mit der AddWash-Funktion haben 2017 wesentlich zum Wachstum von Samsung Hausgeräte beigetragen. In diesem Jahr soll die QuickDrive-Technologie weitere Impulse setzen.

hängigen Rotationen sorgen für eine stärkere Bewegung der Wäsche in alle Richtungen. Dadurch wird die kürzere Waschzeit möglich, und zwar laut Samsung ohne Kompromisse bei der Waschleistung und in allen Waschgängen, nicht nur im Schnellwaschprogramm. Im TV-Spot, der von der Frankfurter Kreativ-Agentur Leo Burnett entwickelt wurde, wird dieses Prinzip in aufmerksamkeitsstarken und überraschenden Bildern visualisiert und mit den Worten „Volle Waschleistung. Halbe Zeit.“ auf den Punkt gebracht. „Im Rahmen unserer 2017 ausgerufenen 3-Jahres-Strategie wollen wir Samsung als Innovationsführer im Bereich der Hausgeräte positionieren“, erklärte Thorsten Bross, Head of Marketing Home Appliances Samsung Electronics GmbH. „Mit AddWash haben wir bereits 2016 eine Neuheit im Bereich der Waschmaschinen auf den Markt gebracht, die sich nach wie vor großer Beliebtheit erfreut. Genau an diesen Erfolg knüpfen wir mit QuickDrive an. Mit dem neuen Spot präsentieren wir unsere nächste große Innovation im Bereich Waschen in einer für die Kategorie völlig neuartigen Art und Weise, um dem Markt so zusätzliche Impulse zu geben.“

Verkaufstraining mit AR

Auch bei den Trainings und Schulungen für das Verkaufspersonal setzt Samsung auf Innovation: Für die neuen Waschmaschinen mit QuickDrive Technologie wurde eine interaktive 3D Hologramm App mit Googles ARCore Technologie entwickelt, um die Funktionen der Waschmaschine, z. B. die gegenläufige Bewegung von Trommel und Rückwand oder das SchaumAktiv-Prinzip, anschaulich zu erklären.

In der App wird die Waschmaschine als Hologramm in der realen Umgebung, sei es in der Filiale oder beim Kunden, auf dem Display angezeigt. Ein Blick in das Innere



Die gegenläufige Drehung von Trommel und Rückwand erzeugt bei den QuickDrive-Waschmaschinen eine stärkere Bewegung der Wäsche, um die Waschzeit deutlich zu verkürzen.

des 3D Modells zeigt anschaulich, wie die QuickDrive-Technologie funktioniert. In ähnlicher Weise wird auch die SchaumAktiv Funktion in der Hologramm App simuliert. So wird der gesamte Wasserfluss vom Zulauf in der Waschmittelschublade über die SchaumAktiv Pumpe hin zur Trommel gezeigt.

Da die Google ARCore Technologie bereits auf dem Samsung Galaxy S8/S8+ vorinstalliert ist, kann die Hologramm App auf diesen Geräten ohne weitere Software verwendet werden. Mit dem Einsatz von ARCore will Samsung neue Wege bei der Händlerschulung gehen, aber auch Endkonsumenten ansprechen. So können Händler ihren Kunden das QuickDrive Hologramm direkt vor Ort auf dem Display zeigen und den Waschmaschinenkauf zum virtuellen Erlebnis machen.

Um seine neuen Hausgeräte-Technologien dem Fachhandel näherzubringen, startete Samsung Trainingstouren in ganz Deutschland und verdoppelte die Anzahl der Trainings pro Tag. Auch die Hologramm App wurde in die Trainingsmaßnahmen integriert. In diesem Jahr soll die Zusammenarbeit mit dem Handel mit individuellen Trainingsmaßnahmen im Rahmen des modularen Smart Dealer Trainings ausgebaut werden. Dabei ist auch eine Erweiterung der Hologramm App auch Geräte wie Kühlschränke und Wäschetrockner geplant.



Mit Google ARCore Technologie zeigt die interaktive 3D Hologramm App anschaulich das technische Prinzip von QuickDrive.



Der neue Philips SpeedPro Max Schnell ohne Kabel

Der PowerBlade Digitalmotor im SpeedPro Max erzeugt den dafür notwendigen, besonders starken Luftstrom von bis zu 1.000 Litern pro Minute.

Die Düse ist mit LED-Leuchten versehen, sodass der Anwender den Schmutz auch in dunklen Ecken und an schwer zugänglichen Stellen gut erkennen kann. Dank seiner flexiblen, umplappbaren Düse passt der SpeedPro Max auch unter flache Möbelstücke.

Der Staubsauger arbeitet mit der beutellosen PowerCyclone 8 Technologie von Philips, die Staub und Schmutz effektiv von der eingesaugten Luft trennt. Der SpeedPro Max verfügt über eine Universaldüse für alle Bodenbeläge und eine bereits integrierte Fugendüse und Bürste. So muss die Arbeit nicht für das Umstecken von Zubehör unterbrochen werden. Am Handgriff kann zwischen drei Geschwindigkeitseinstellungen ausgewählt werden. Hier wird auch der Ladezustand des Akkus in Prozentwerten angezeigt. Die maximale Laufzeit beträgt 65 Minuten; das ist deutlich mehr als bei vielen Mitbewerbern und reicht für mehrere Saugdurchgänge.

Die spezielle Form und glatte Oberfläche des Staubbehälters wirkt Staubwolken beim Entleeren entgegen. Mit der praktischen Wandhalterung (im Lieferumfang) kann der SpeedPro Max leicht in Griffweite untergebracht werden. Das magnetische Ladesystem ermöglicht ein besonders hochwertiges und komfortables Aufladen.

„Viele Kunden haben wenig Zeit, um den Schmutz kleiner ‚Kräumelmaschinen‘ wie Kindern oder Haustieren zu entfernen“, erklärte Yannick Pyne, Marketing Manager FloorCare bei Philips. „Der kabellose, handliche SpeedPro Max bietet die optimale Lösung, den gerade entstandenen Schmutz auch schnell zwischendurch zu beseitigen.“

Der Staubsauger ist ab April erhältlich und kostet in rot inkl. Universaldüse, Fugendüse, umklappbare Bürste und motorisierte Turbobürste 499,99 Euro (UVP). Andere Farbvarianten sind zu Preisen von 449,99 Euro (UVP Blau oder Weiß) bzw. 479,99 (UVP Bronze) lieferbar.

Mit der praktischen Wandhalterung (im Lieferumfang) kann der SpeedPro Max leicht in Griffweite untergebracht werden.

Mit dem neuen SpeedPro Max stellt Philips einen Akku-Staubsauger vor, mit dem der Fußboden besonders schnell sauber wird. Dafür wurde das Gerät mit einer 360-Grad-Saugdüse ausgestattet, die den Schmutz mit jedem Zug erfasst, auch bei Rückwärtsbewegungen und von den Seiten.

PoS-Aktuell

Neuheiten

Roberts Radio bietet intelligente Funktionen in einem Gerät

Das neue Stream 218 von Roberts Radio vereint zahlreiche intelligente Funktionen in einem Radiogerät: Neben Musikstreaming über Bluetooth und integriertem WLAN verfügt das Smart Radio über Spotify Connect und Internet-Radio. Alle Funktionen lassen sich über die Smartphone Undok-App steuern.

Via Bluetooth lassen sich die eigenen Playlisten auf dem Smartphone oder Tablet wiedergeben. Die Spotify Connect Funktion erlaubt den Zugriff auf Millionen von Songs. Ist die Musiksammlung auf dem PC, Mac oder NAS gespeichert, so lässt sie sich einfach über das Heimnetzwerk abspielen. Dank FM, DAB, DAB+ und WLAN kann man mit dem Roberts Radio lokale und nationale Radiosender sowie über



20.000 Internet-Radiostationen und Tausende von Podcasts auf der ganzen Welt hören.

Zusätzlich verfügt das Stream 218 über einen USB-Anschluss, eine AUX-Eingangsbuchse, um Audiodateien von mobilen Endgeräten wiederzugeben, sowie eine Kopfhörerbuchse.

Zwei große Lautsprecher und ein 6-Positionen-Entzerrer sorgen für den bestmöglichen Sound. Neben MP3 und WMA unterstützt das Stream 218 auch unkomprimierte Dateiformate wie FLAC und ALAC.

Neben dem Netzbetrieb läuft das Radio auch über Batterie und kann am Henkel leicht transportiert werden.

Die gesamten Funktionen des Stream 218 lassen sich direkt am Gerät selbst bedienen oder ganz praktisch über die

Undok Smartphone-App, die kostenlos im Apple Store oder im Google Play Store heruntergeladen werden kann. Das Stream 218 ist ab sofort in den Farben Schwarz und Weiß für 229 Euro (UVP) erhältlich.

Caso Design stellt innovatives Produkt-Portfolio vor

Caso Design stellt neue Produkte aus den Bereich Design-Mikrowellen, Vakuumierer und Vakuumgaren, Induktion, Smart Kitchen und Heißgetränkezubereitung vor. Highlight ist die neuartige Kombination aus Soundbar, Getränkekühler und Lounge-Tisch.

Die neue Vakuumiergeräte-Designserie zeichnet sich durch ein innovatives Flügel-Verschlussystem, mit dem sich das Gerät noch leichter verschließen lässt und die Lebensmittel noch einfacher vakuumiert werden können. Das Einstiegsmodell 180 verfügt schon über umfangreiche Funktionen wie eine kraftvolle Vakuumpumpe mit einer Leistung von 9 Litern pro Minute, doppelte Schweißnähte für absolut luftdichten Vakuumschutz, eine herausnehmbare Vakuumkammer für eine leichte Reinigung von Restflüssigkeiten und eine intuitiven Bedienleiste. Die auf dem GourmetVAC 180 aufbauenden Modelle werden um weitere praktische Ideen ergänzt: Cutter, Folienrabroller, Memoryfunktion und einstellbare Vakuumstärke.

Sound & Cool ist die neuesten Idee von Caso Design. Hierbei handelt es sich um eine Kombination aus Soundbar, Getränkekühler und Lounge-Tisch. Auf dem ersten Blick sieht die Sound & Cool wie ein eleganter, stylischer Lounge-Tisch aus. Die weißen Fronten harmonisieren mit der schwarzen Glasoberfläche und betonen zugleich das minimalistische Design. Über das LED Touch-Display auf der Glasoberfläche lässt sich sowohl die Kühltemperatur des linken und rechten Fachs als auch die Musik steuern.



Eine Bluetooth Schnittstelle, zwei USB-Anschlüsse (5V/1A + und 5V/2.1A) und ein AUX-Anschluss sorgen für den notwendigen Musik-Input. Das Aufladen von USB-fähigen Geräten ist ebenfalls möglich. In den zwei herausziehbaren Fächern können jeweils bis zu 65 l oder 50 Flaschen (0,5 l) gelagert werden. Die Temperaturzonen lassen sich einzeln von 1 – 12° C einstellen. Darüber hinaus verfügt jede Kühlzone über eine LED-Beleuchtung. Die Behälter der Kühlzonen lassen sich bequem herausnehmen und einfach reinigen.

Hama: Internetradio und Lautsprecher in einem

Der neue IR80MBT von Hama ist Internetradio und Lautsprecher in einem. Das Gerät macht den Empfang zahlreicher Radiosender aus dem Netz möglich.

Das Gerät unterstützt Spotify Connect, ist kompatibel zu Undok-Multiroom-Produkten und eignet sich besonders für die Beschallung von mehreren Räumen gleichzeitig. Die Steuerung erfolgt über die mitgelieferte Fernbedienung oder über die kostenlose Undok-App.

Der IR80MBT ist ab sofort erhältlich; der UVP beträgt 139 Euro.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

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

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Neue Erkenntnis: Rabatte kosten Geld!

Als Rentner muss ich mir ja eigentlich nichts mehr beweisen, und deshalb ist es mir auch eigentlich egal, ob ich mit meinen Kolumnen Recht habe oder nicht. Trotzdem bin ich noch eitel genug, um mich zu freuen, wenn meine Thesen von unabhängiger Stelle bestätigt werden. Der geneigte Leser und natürlich auch die geneigte Leserin werden sich erinnern, dass ich im Dezember in der mir eigenen Höflichkeit die Rabattorgien anlässlich des sogenannten Black Fridays als bescheuert bezeichnet habe. Kein geringerer als das „Metro-Startup“ Ceconomy hat diese Aussage jetzt mit Zahlen untermauert. Denn das Management führt den Rückgang des operativen Ergebnisses, das im vierten Quartal des Kalenderjahres 2017 um saftige 15,6 Prozent in den Keller rauschte, auf „Preisreduzierungen rund um den Black Friday insbesondere in Deutschland“ zurück. Daraus, so die Pressemitteilung, habe sich eine Verlagerung von Dezember-Umsätzen in den wettbewerbsintensiveren November ergeben. Ob die Media-Markt und Saturn Manager tatsächlich vorher nicht gewusst haben, dass Billigangebote die Nachfrage nicht beleben, sondern bestenfalls verlagern und dummerweise auch noch richtig Geld kosten?

Jedenfalls spricht sich diese Erkenntnis inzwischen herum. Soeben hat der Informationsdienst für die IT-Branche, Channelpartner, eine wegweisende Kolumne veröffentlicht, deren Verfasser Oliver Schumacher von der Redaktion als „Experte“ vorgestellt wird. Herr Schumacher findet es nicht unbedingt eine gute Idee, mit hohen Preisnachlässen zu verkaufen. Denn er weiß: „Jeder zusätzliche Prozentpunkt Rabatt fehlt am Ende des Tages dem IT-Unternehmen als Einnahme.“ Der Mann scheint wirklich ein Experte zu sein, denn er fügt hinzu: „Wirtschaftlich überleben kann ein Unternehmen auf lange Sicht jedoch nur, wenn es über die Kostendeckung hinaus auch Gewinne erzielt. Unnötige Preisnachlässe sind deshalb unbedingt zu vermeiden.“

Ich will mich ja nicht schon wieder selber loben, aber all das habe ich zu meiner aktiven Zeit bereits gewusst. Und ich rufe es allen PoS-MAIL Lesern gerne noch einmal in Erinnerung. Bleiben Sie profitabel!

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich),
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 20
v. 1. Januar 2018.

Gestaltung:

Susanne Blum

Vertrieb:

Barbara Klomps

Satz und Repro:

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

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635



Panasonic

MOVE FREE

4K Foto und Video

4K

FEEL FREE

Kompakt und leicht



SEE FREE

Staub- und Spritzwasserschutz



GENERATION FREEDOM



LUMIX G. SO FOTOGRAFIERST DU HEUTE.

Weil du viel unterwegs und gern spontan bist. Weil du kreativ und neugierig bist. Weil du keine Einschränkungen magst und gern die Wahl hast. Mach Bilder und Filme auf neue Art. Mit den Freiheiten einer LUMIX G Systemkamera.

Verpasse keinen Moment – 4K Foto und Video bieten eine einzigartige Bildqualität. Und mit Staub- und Spritzwasserschutz, doppeltem Bildstabilisator und lautlosem Auslöser bist du für jede Situation gerüstet.

Entdecke die Vorteile moderner spiegelloser Kameras.
panasonic.de/generation-freedom

LUMIX **G**