# PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Februar 2016

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

www.pos-mail.de



Sennheiser MOMENTUM
KOPFHÖRER DES JAHRES.

EISA AWARD Best Product 2015-2016
HEADPHONES
Sennheiser MOMENTUM 2

Die zweite Generation der erfolgreichen MOMENTUM-Modelle garantiert Ihren Kunden faltbares Design, perfekten Sitz und hervorragende Geräuschunterdrückung. Gewählt zum „Best Product" von 50 führenden europäischen Technologie-Magazinen.

**Mehr entdecken auf:**
**www.sennheiser.de**

SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound


# Was die CES 2016 zu bieten hatte

# Technik im Akkord

**Technologien für vernetzte Autos, das smarte Zuhause, die noch smartere Stadt, Virtual Reality für Freizeit und Beruf, Drohnen allerorten, vernetzte Fitness und die App-kontrollierte Gesundheit – es gab fast keinen Bereich des täglichen Lebens, für den die CES vom 6. bis 9. Januar in Las Vegas keine Innovationen zu bieten hatte. Natürlich wurden auch Neuheiten in der Unterhaltungselektronik und innovative Hausgeräte vorgestellt – aber diese klassischen Domänen der CES laufen Gefahr, gegenüber den neuen Hoffnungsträgern der digitalen Industrie in den Hintergrund zu geraten. Die außerordentliche Vielfalt des Angebots wirft bei vielen Besuchern durchaus die Frage auf, für welche Zielgruppe diese Messe eigentlich organisiert wird.**

Um der steigenden Bedeutung der neuen Branchen gerecht zu werden, hat der ausrichtende Verband im vergangenen Jahr seinen Namen von CEA (Consumer Electronics Association) in CTA (Consumer Technology Association) geändert. Denn die CES will sich als weltgrößte Plattform für Innovationen in allen Consumer Technologien positionieren und unterstrich diesen Anspruch mit der Rekordzahl von mehr als 3.600 Ausstellern, einer Fläche von fast 225.000 Quadratmetern und rund 170.000 Besuchern. Trotz guter Absichten, das Chaos zu ordnen, blieb die CES recht unübersichtlich. Allein 500 Start-ups verschiedener Branchen suchten im Eureka Park nach Investoren.

Die großen Namen der Autoindustrie zeigten in der North Hall ihre Konzepte für sensor- und kamerabasierte Assistenzsysteme bis zum autonomen Fahren. Dutzende von Ausstellern präsentierten 3D-Printing für verschiedene industrielle und Konsumenten-Anwendungen im Sands Expo. Die Wachstumsbereiche Fitness und Gesundheit sowie das allgegenwärtige Smart Home belegten enorme Ausstellungsflächen. All das war ohne Zweifel beeindruckend, aber auch verwirrend.

Unterhaltungselektronik und Hausgeräte waren mit fast allen wichtigen Unternehmen des Weltmarktes vertreten, die sich alle Mühe gaben, ihren Fernsehern und Musikanlagen, vernetzten Waschmaschinen und intelligenten Kühlschränken im Konzert der tatsächlichen oder vermeintlichen Zukunftsinnovationen Gehör zu verschaffen.

→


**Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics**

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

- **Unterhaltungselektronik**
- **Informationstechnologie**
- **Telekommunikation**
- **Infotainment**
- **Fotobranche**

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

# EDITORIAL

# Klarheit hilft Verkaufen

Nach dem in vielen Segmenten nicht einfachen Jahr 2015 begann 2016 mit dem Innovationsfeuerwerk auf der CES. Das Internet der Dinge war in aller Munde, und viele Ideen sollen in Kürze die Märkte erreichen. Das ist eine gute Nachricht, denn der High-Tech-Fachhandel braucht Innovationen, damit die Umsätze wieder steigen.

Bei den Hausgeräten ist die Lage bekanntlich nicht so schlecht, und es ist erfreulich, dass nicht nur über Vernetzung gesprochen wird, sondern auch immer häufiger ein echter Kundennutzen erkennbar ist. Es ist die klassische Aufgabe des Fachhandels, seinen Kunden diesen Nutzen zu vermitteln. Das geht am besten mit eindeutigen Botschaften, und hier ist die Industrie gefragt. Mit Insel-Lösungen wird man nicht viel erreichen können, wohl aber mit Standards, die es den Geräten leicht machen, miteinander zu sprechen. Denn das smarte Zuhause wird sich am schnellsten durchsetzen, wenn die Konsumenten es eigentlich gar nicht bemerken, wie ihre Geräte und Systeme zusammenspielen, sondern nur den Komfort erleben, der dadurch entsteht.

Das gilt im Prinzip auch für den derzeit gebeutelten TV-Markt. 4K ist da der große Hoffnungsträger, obwohl die Preise für die hochauflösenden Geräte bereits mit atemberaubender Geschwindigkeit in den Keller sausen. Dabei wissen viele Kunden bisher überhaupt noch nicht, was sie von der neuen Technologie haben. Die UHD Alliance, der alle führenden Hersteller angehören, hat auf der CES die wichtigsten Merkmale bekannt gegeben, die ein Fernseher haben muss, um das neue Siegel Ultra HD Premium zu tragen. Sie haben richtig gelesen: noch ein Siegel. Da gibt es UHD, da gibt es 4K, da gibt es SUHD, da gibt es Super UHD, usw. Wenn demnächst ein Anbieter auch noch Ultra Mega Hyper UHD aus dem Ärmel zöge, es würde niemanden verwundern. Die Frage, wie viele Kunden es gibt, die mit solchen Bezeichnungen etwas anfangen können, kann sich jeder selbst beantworten.

Eigentlich wäre es Aufgabe der Verbände, allen voran der gfu, in diesem Chaos Ordnung zu schaffen. Denn es liegt im Interesse aller Beteiligten – der Hersteller, des Fachhandels und der Kunden – dass wichtige Innovationen mit eindeutigen Botschaften kommuniziert werden, damit alle sie verstehen. Wenn das gelingt, wird 2016 mit Sicherheit ein gutes Jahr.

*Thomas Blömer*

*Autos im Blickpunkt: Ob das Konzept-Fahrzeug von Ford (links), dessen Sensoren auf dem Dach die Umgebung wahrnehmen, die neuen Lichttechnologien von Audi (rechts oben) oder das vernetzte Elektrofahrzeug von Volkswagen (rechts) – alle Großen der Autoindustrie präsentierten ihre Ideen.*

## 4K und seine Nachfolger

Im TV-Segment bleibt 4K natürlich ein spannendes Thema, und praktisch jeder Hersteller, der etwas auf sich hält, versucht die hohe Auflösung mit neuen Technologien zur Steigerung des Farbraums und des Kontrastes zu ergänzen, um die Bildqualität noch weiter nach oben zu treiben. In diesen Zusammenhang gehört auch HDR – die Steigerung der Kontraste kann tatsächlich zu spektakulären Bildern führen und dramatische Effekte ermöglichen.

Für die Kombination der Technologien, die 4K über die Auflösung hinaus weiterentwickeln, hat die UHD Alliance, der praktisch alle wichtigen TV-Hersteller, aber auch Partnerunternehmen wie Dolby und Dreamworks und Content-Lieferanten wie Amazon, Netflix und Sky angehören, einen neuen technischen Standard festgelegt. Hersteller, deren Produkte den dort formulierten Anforderungen an Bildqualität, Kontrast und Klang entsprechen, dürfen diese mit dem neuen Ultra HD Premium Siegel kennzeichnen, wenn sie nicht eigene Logos bevorzugen. Ob das wirklich Klarheit für die Konsumenten schafft, wird sich zeigen.

Zum Thema 4K gehören natürlich auch Geräte, mit denen die Kunden ihre Programme selbst machen können: Nikon hat seine neuen Kameras, auch das Profi-Flaggschiff D5, mit dieser Technologie ausgestattet; Panasonic bringt bringt 4K Video nebst den innovativen 4K Foto- und Post Focus-Funktionen jetzt auch ins Kompaktkamera-Segment und stellte die neuen 4K Camcorder HC-VXF999 und HC-VX989 mit 4K Fotofunktion vor. Sony bringt mit dem FDR-AX53 einen neuen 4K Camcorder auf den Markt, der sich von seinem Vorgänger AX33 vor allem durch den größeren (1/2,5 Zoll) Exmor R CMOS Sensor und eine spürbar höhere Lichtempfindlichkeit unterscheidet.

Während 4K gerade erst dabei ist, auf dem Markt anzukommen, zeigte die Industrie bereits erste Modelle der Nachfolge-Generation. Bei zahlreichen Herstellern, auch den chinesischen wie Hisense, standen 8K-Fernseher mit imponierenden

*Die OLED Displays der Zukunft: Bei LG können sie eingerollt werden.*

Ausmaßen – und die ersten davon sollen noch in diesem Jahr ausgeliefert werden. Dazu kamen Studien für die TVs von morgen – darunter aufrollbare OLED-TVs bei LG und modulare Bildschirme, die sich selber zum gewünschten Format zusammensetzen, bei Samsung.

Keine Zukunftsmusik sind dagegen die Bestrebungen, die Rolle des Fernsehers vom Pantoffelkino bis zur Steuerzentrale für das Smart Home zu erweitern. So werden alle Samsung Smart TVs aus dem Jahre 2016 Internet of Things (IoT)-fähig sein. Das vor einigen Jahren von Samsung übernommene Un-

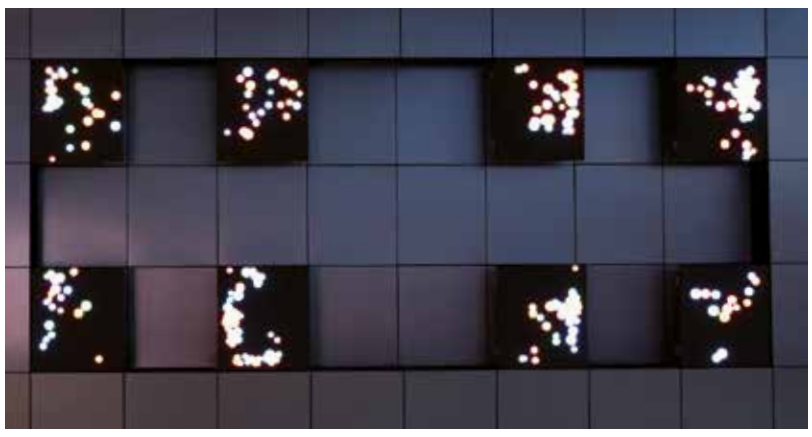
*Wenn der Laufschuh den Trainer ersetzt: Diese smarte Fußbekleidung analysiert mit Sensoren den Laufstil ihres Besitzers und teilt ihm via App mit, wie gut er ist oder was er besser machen kann.*

ternehmen Smart Things hat sich auf Technogien spezialisiert, mit denen die Vernetzung verschiedener Geräte besonders einfach und komfortabel funktioniert. So sollen die Samsung Smart TVs nicht nur mit Produkten aus dem eigenen Haus, sondern mit rund 200 SmartThings kompatiblen Geräte kommunizieren können.

## Intelligente Drohnen

Für Multikopter und Drohnen hatte die CES in der South Hall den Ausstellungsbereich „Unmanned Aircraft Vehicles" geschaffen. Während selbstfahrende Autos weitgehend noch (realistische) Zukunftsvisionen sind, haben die Drohnen das autonome Fliegen schon heute perfektioniert. Dass die Dinger fliegen können, ist ja recht triviale Physik, aber dass sie von alleine eine vorher definierte Route abfliegen – auf Wunsch auf mehrfach — dass sie auf Kommando zu ihrem Besitzer zurückkehren, selbständig Hindernissen ausweichen und überhaupt die tollsten Kunststücke aufführen können, ist der raffinierten Kombination von leistungsfähigen Prozessoren und intelligenter Software zu verdanken. Einer der großen Treiber in diesem Segment ist Intel. Das Unternehmen hat im vergangenen Jahr 65 Mio. US-Dollar in den Multikopter-Spezialisten Yuneec investiert. Dessen neuestes Modell, den Typhoon H, führte Intel CEO Brian Krzanich persönlich vor, um zu zeigen, wie gut das automatische Umfliegen von Hindernissen und das Vermeiden von Zusammenstößen mit anderen Drohnen funktioniert. Dabei eröffnete er sozusagen ein weiteres Computerzeitalter: Während die Welt noch vom Internet der Dinge redet, in dem verschiedene Geräte miteinander kommunizieren, spricht Intel bereits vom sensorgetriebenen Computing, das diesen Geräten Augen, Ohren und Tastsinn verleiht, damit sie ihre Umgebung dreidimensional wahrnehmen und auch alleine auf sie reagieren können – ein spannendes Thema.

*Der Kopter zum Mitfliegen: Das chinesische Unternehmen Ehang stellte eine „bemannte Drone" vor, die ihren Piloten automatisch ans Ziel bringt, das über eine App eingegeben wird. Rund 23 Minuten soll das von acht Motoren angetriebene Luftfahrzeug mit einer Batterieladung fliegen können. Der Pilot darf allerdings nicht mehr als 100 kg wiegen*



*Modulare Displays bei Samsung – sie können zu verschiedenen Formaten mit unterschiedlichen Seitenverhältnissen zusammengesetzt werden.*

## Kluge Hausgeräte

Hausgeräte sind auf der CES für Europäer ein schwieriges Thema, denn viele Produkte sind für den amerikanischen Markt gedacht, wo die Kunden bekanntlich große Maschinen bevorzugen, die man hier schwerlich verkaufen könnte. Trends lassen sich natürlich trotzdem erkennen, und die eine oder andere Neuheit wird auch in Deutschland eingeführt werden. Energieeffizienz, Bedienung per App und/oder Touchscreen, Vernetzung und Lifestyle-orientiertes Design sind längst nicht mehr der Oberklasse vorbehalten. Dabei geben sich die Hersteller alle Mühe, nicht nur Vernetzung um ihrer selbst willen anzubieten, sondern damit auch echten Nutzen darzustellen. Sehr nett ist der Family Hub Kühlschrank von Samsung, dessen großes, berührungsempfindliches Display die klassischen Post-it Sticker und Fotos ersetzen soll, die man derzeit gerne auf das Kühlgerät klebt. Statt dessen können die Familienmitglieder ihre Termine drahtlos in der Familienkalender auf dem Kühlschrank übertragen, Fotos teilen oder auf dem Display einen Blick in den Kühlschrank werfen, ohne die Tür zu öffen. Selbstverständlich kann das schlaue Kühlgerät mit der richtigen App auch selber einkaufen und – dank einer Kooperation zwischen Samsung und Mastercard – auch bezahlen. Über das Display können natürlich auch Menschen sofort Online-Shops besuchen (und die Rechnung dort mit jedem einschlägigen Zahlungsmittel begleichen).

Über viele Neuheiten und Trends von der CES berichten wir in dieser Ausgabe. Im nächsten Jahr findet die Technologiemesse vom 5. bis 8. Januar in Las Vegas statt.

# INHALT


PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 8, 18

Die neue Samsung Strategie für Hausgeräte
Innovation und Kompetenz 5

Neue OLED TVs, Super UHD und exklusive Premiummarke – LG Signature 6

Sony mit Premium-Neuheiten auf der CES
Bild und Ton in High Resolution 7

Samsung präsentiert CES-Neuheiten auf der Roadshow 2016 – Das einfache Leben 9

Die netatmo Presence erkennt, was sie sieht
Smarte Sicherheitskamera 10

Sengled bringt weitere Leuchten für das smarte Zuhause – Licht mit Ohren 10

Schon vor dem Verkaufsstart ausgezeichnet
Die neuen Bauknecht Waschtrockner 11

Panasonic bringt neues 4K Viera Premium TV und 4k Blu-Ray Player – Die Referenzklasse 12

TP Vision gibt Ausblick auf das Sortiment 2016
Neue Partner, neue Philips TVs 13

Hisense ist globaler Partner der UEFA Euro 2016 – Impuls für die Marke 14

Grundig Jahresstartmesse 2016
Dynamik und Effizienz im Mittelpunkt 15

Neue Struktur soll Zukunft sichern
Hama ist Stiftungskonzern 16

Über 200 qm Premium-Präsentation im Herzen Düsseldorfs – Neue Loewe Galerie 16

HD+ stellt Weichen für mehr Wachstum
Volle Kraft voraus 17

Über 20 Audio-Komponenten
Yamaha MusicCast 18

Wagners Welt 19

PoS-MAIL @ 19

Impressum 19

# PoS-Aktuell Nachrichten

## Bijan Esfahani wird Leiter Indirekter Vertrieb und Service bei der Telekom

*Bijan Esfahani*

Bijan Esfahani (44), bisher zuständig für das zentrale Key Account Management, ist seit 1. Februar 2016 neuer Leiter Indirekter Vertrieb und Service für die Segmente Privatkunden und Geschäftskunden der Telekom Deutschland GmbH. Seine Nachfolge im Key Account-Management steht noch nicht fest.

Esfahani folgt in seiner Funktion Carola Wahl, die im Oktober 2015 ihren Wunsch bekanntgegeben hatte, das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Januar 2016 zu verlassen, um Leiterin Transformation und Market Management in der Geschäftsleitung der AXA Winterthur in der Schweiz zu werden.

In der neuen Funktion berichtet Esfahani direkt an den Geschäftsführer des Bereichs Privatkunden, Michael Hagspihl. Er kommentierte die Personalie: „Bijan Esfahani hat in seiner Rolle zunächst als Leiter der Region Süd-West und später als Leiter Key Account-Management in der Zentrale leistungsorientiert und konsequent den Vertriebserfolg der letzten Jahre mitgeprägt. Sowohl in der Telekom Deutschland als auch bei unseren Handelspartnern steht er für eine erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ich freue mich, dass Bijan Esfahani ab sofort mein Führungsteam verstärkt."

Bijan Esfahani ergänzte: „Für mich ist es wichtig, dass die Zusammenarbeit mit der Telekom für unsere Handelspartner ein Erfolgsgarant bleibt. In 2016 werden wir auch im Handel die MagentaEins Story konsequent weiter fortschreiben, denn unsere größten Chancen liegen in der integrierten Vermarktung aus Festnetz, Mobilfunk und Innovationsprodukten wie Smart Home. Aus diesem Grund wollen wir auch unser langjähriges T-Partner Programm weiterentwickeln, um den Handel für die Zukunft optimal aufzustellen."

## Neuer Key Account Manager Metro Gruppe bei Electrolux

*Harald Wahlschläger*

Ab 1. Februar steht Harald Wohlschläger als neuer Key Account Manager Metro Gruppe Michael Maier, Vertriebsdirektor für den Elektrohandel, zur Seite. Wohlschläger tritt die Nachfolge von Helge Mücke an, der das Unternehmen Ende Januar verlassen hat.

Der 52jährige Wohlschläger war 20 Jahre lang in zahlreichen Führungspositionen für die Grundig Intermedia GmbH tätig. Zuletzt übernahm er als Head of National Channel Management die Verantwortung für die Key Accounts der Unterhaltungselektronik in Österreich und der Schweiz. Seine berufliche Karriere startete der gebürtige Ingolstädter bei Media Markt, wo er verschiedene Führungsstationen durchlief, bevor er schließlich 1996 zu Grundig wechselte.

## LG als nachhaltiges Unternehmen ausgezeichnet

Zum dritten Mal in Folge wurde LG vom Magazin Corporate Knights in die Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit aufgenommen. Im Vergleich zum Vorjahr rückte LG um sieben Positionen auf Rang 44 vor.

Corporate Knights hat rund 4.000 der Top-Unternehmen weltweit untersucht, um ihre Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen aufzustellen. Jedes Unternehmen wurde anhand von zwölf Leistungskriterien untersucht. Dazu gehören u. a. Innovation auf Basis von Forschung und Entwicklung, Kapitalmanagement, Nutzung nachhaltiger Energie, Treibhausgasemissionen sowie die Fähigkeit, Arbeitnehmern sichere Arbeitsplätze zu bieten und neue Mitarbeiter zu integrieren.

Ungeachtet der herausfordernden ökonomischen Bedingungen hat LG seine Investitionen in Forschung und Entwicklung Jahr für Jahr ausgebaut, um seine Position als führendes Forschungsunternehmen aufrecht zu erhalten. Ein Großteil dieser Investitionen kam dem Aufbau neuer Märkte sowie dem Finden und Fördern von Talenten zugute, heißt es in einer Pressemitteilung. Auch LGs Engagement für den Umweltschutz wurde anerkannt, so z. B. seine Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen und des Wasserverbrauchs. Als weltweit erstes Elektronikunternehmen wurde LG bereits im März 2014 seine Umweltfreundlichkeit durch ein Certified Emission Reduction (CER)-Zertifikat der Vereinten Nationen bescheinigt.

## expert International setzt Wachstumskurs fort

Im vergangenen Jahr erhielt die expert International Gruppe in Europa Zuwachs von zwei neuen, starken Lizenznehmern: In Polen konnte der auf IT spezialisierte Fachhändler Komputronik erfolgreich in die Gruppe integriert werden, und in der Schweiz ist die Elektronik-Fachmarktkette melectronics neu an Bord. Somit ist die Marke expert in 20 Ländern mit mehr als 3.500 Fachgeschäften präsent.

Komputronik gehört mit mehr als 200 Shops und einem jährlichen Umsatz von 550 Mio. Euro zu den Grossen in Polen. Im Bereich IT ist das Unternehmen bereits die Nummer eins; in Kooperation mit expert soll die Kompetenz in Weißer und Brauner Ware kontinuierlich ausgebaut werden. Auch in der Schweiz, dem Sitz der expert International Gruppe, ist die Marke seit 2015 bestens positioniert: Der zum Migros Konzern gehörende Fachhändler melectronics hat ein dichtes Standortnetz mit mehr als 100 Filialen in der ganzen Schweiz. Insbesondere die starke Cross-Channel-Ausrichtung und das damit verbundene Know-how ist eine Bereicherung für die expert International Gruppe, heißt es in einer Pressemitteilung.

## Joyson und Preh übernimmt TechniSat Automotive Aktivitäten

Die Joyson Electronic Corp., Ningbo (China), und deren Tochtergesellschaft Preh Holding GmbH, Bad Neustadt an der Saale (Bayern), haben am 29. Januar 2016 mit der TechniSat Digital GmbH, Daun, vereinbart, je 50 % des Geschäftsbereiches TechniSat Automotive von der TechniSat Digital GmbH, Daun, zu erwerben. Über die Modalitäten der Transaktion wurde zwischen den Vertragsparteien Stillschweigen vereinbart.

Zentrale der neuen Preh TechniSat Car Connect GmbH wird das TechniSat Forschungs- und Entwicklungszentrum in Dresden. An diesem Standort sowie an weiteren Entwicklungsstandorten in San Carlos, Kalifornien, USA und Shanghai, China, sind ca. 400 Mitarbeiter beschäftigt. Die etwa 1.200 Mitarbeiter von TechniSat Automotive werden zukünftig in der Preh TechniSat Car Connect gebündelt. Ebenso werden die Mitarbeiter der Automotive-Produktionswerke in Dippach bei Eisenach in Thüringen und Oborniki bei Breslau in Polen übernommen sowie die Mitarbeiter in der Automotive-Betriebsstätte in Daun, Vulkaneifel.

Die TechniSat Digital GmbH wird sich auf die Weiterentwicklung des Consumer Electronic Geschäftes konzentrieren. Dazu wird das in Dresden bestehende CE-Entwicklungsunternehmen (TechniSat Dresden GmbH) an diesem Standort weiterbetrieben. Weiterhin wird die Fertigung von CE-Produkten in den TechniSat-Werken der TechniSat Vogtland GmbH in Schöneck/Sachsen, in der TechniSat Teledigital GmbH in Staßfurt bei Magdeburg (Sachsen-Anhalt) sowie im CE-Produktionswerk in Oborniki bei Breslau (Polen) fortgeführt.

TechniSat-Gründer Peter Lepper erklärte dazu in einer Pressemitteilung: „Durch die Übernahme der TechniSat Automotive-Aktivitäten durch Joyson und Preh können zum einen die seit 15 Jahren aufgebauten Automotive-Aktivitäten weltweit ausgebaut werden, und auf der anderen Seite können wir uns verstärkt auf den Ausbau unserer CE Consumer Electronic-Produkte konzentrieren."

## Neuer Vertriebsleiter Elektrofachhandel bei Bauknecht

*Till Bickelmann*

Seit Anfang Januar ist Till Bickelmann neuer Vertriebsleiter Elektrofachhandel der Bauknecht Hausgeräte GmbH und folgt damit auf Peter Stenzel, der das Unternehmen Ende Dezember 2015 verlassen hat. Bickelmann berichtet in seiner neuen Funktion direkt an Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH.

Till Bickelmann wird in seiner neuen Position als Vertriebsleiter Elektrofachhandel Deutschland vor allem in der Umsetzung strategischer Ziele in enger Zusammenarbeit mit den Handelspartnern tätig sein, heißt es in einer Pressemitteilung.

Bickelmann kann auf langjährige Erfahrung im Vertrieb und Marketing zurückblicken – sowohl in Deutschland als auch international. So bekleidete er verschiedene leitende Positionen, unter anderem als Regionalleiter, Key Account Leiter und Senior Director Business Development für Europa, Russland und Zentralasien. Zuletzt war er in globaler Verantwortung als Senior Director Consumer Marketing bei Philips in den Niederlanden zuständig für Male Grooming.

Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH, betonte: „Wir freuen uns sehr, dass wir einen so erfahrenen Mann für diese Aufgaben gewinnen konnten. Unter seiner Vertriebsführung werden wir kontinuierlich weiter wachsen."

## assona verteilt Preise an Gewinner der Rudi-Aktion

Die große Weihnachtsaktion von assona lief bis zum 31. Dezember 2015, und die Handelspartner hatten bis zum 18. Januar Zeit, die übrigen Online-Spiele der Weihnachtsaktion mit Rentier Rudi durchzuspielen, um die letzten Extraprovisionen und Sachpreise einzuheimsen. Nun ruht sich das Rentier Rudi aus, und die Gewinner der zahlreichen Preise stehen fest. Einer der Hauptpreise, ein Curved TV, wurde von Vertriebler Christoph Blaufuß bereits an Theresa Klay von Versus Marketing, Goslar, übergeben. Sie kann das Gerät für ihre gerade neu bezogene Wohnung besonders gut gebrauchen. Auch Thomas Kleinert von Euronics XXL in Eschwege war begeistert von seinem Gewinn; mit dem gewonnenen Städtetrip kann er bei seiner Verlobten punkten, denn kurz vor der Hochzeit im Sommer geht es nun in die „Vorflitterwochen" nach Venedig.

Zahlreiche weitere Gewinne, darunter ein E-Bike, neue Smartphones und ein weiterer Städtetrip, werden derzeit vom assona Außendienst in Deutschland und Österreich verteilt. Bereits im fünften Jahr hatten assona-Vertriebspartner im Rahmen der Rudi-Weihnachtsaktion die Chance auf tausende Extraprovisionen und Sachpreise.

# Die neue Samsung Strategie für Hausgeräte

# Innovation und Kompetenz

**Nach seinem Amtsantritt am 1. September 2015 hat Alexander Zeeh, Head of Home Appliances Samsung Electronics GmbH, die Strategie für das Jahr 2016 vorgestellt und sein Team neu formiert. Mit der Samsung Innovation AddWash, die es erlaubt, Wäschestücke auch während des Waschgangs in die Maschine zu stecken, will das Unternehmen seine Position im Segment Waschen deutlich ausbauen. Eine Veränderung der Kernkompetenzen von Frank Lubnau (National Sales Manager Home Appliances) und Sven Schenten (Head of Key Account Manager) soll auf organisatorischer Ebene dazu beitragen, den Bereich Hausgeräte mit kontinuierlichem Wachstum auszubauen.**

*Unter der Leitung von Alexander Zeeh will das Samsung Kompetenzteam mit Frank Lubnau (o. l.), Sven Schenten (o. r.), Diana Diefenbach (u. l.) und Harald Böhner (u. r.) die Marktposition im Bereich Hausgeräte weiter ausbauen.*

„Wie im Bereich Kühlen gezeigt, in dem wir mit Side-by-Side Geräten die Marktführerschaft erreicht haben, treffen designstarke Samsung Technologien die Bedürfnisse einer anspruchsvollen Zielgruppe", erklärte Zeeh. „Mit AddWash planen wir die Kategorie Waschen zu revolutionieren und eine deutliche Absatzsteigerung über eine breite Sortimentierung zu erzielen." Dafür will Samsung balanciert in alle Handelspartner und -kanäle investieren. Die Marktinnovation AddWash wird jetzt in Deutschland eingeführt und von einer 360° Kampagne begleitet. Bereits im vergangenen Jahr hat Samsung seine Marktposition im Bereich Home Appliances mit innovativen Produkten, einer starken Promotion-Präsenz in den relevanten Vertriebskanälen und einer gezielten Erweiterung des Vertriebs- und Marketingteams weiter verbessert. Das Wachstum der letzten drei Jahre, in denen die Umsätze im Premium Segment verdoppelt wurden, soll auch in diesem Jahr fortgesetzt und von einer nachhaltigen Wertschöpfungsstrategie für den Handel begleitet werden.

## Neue Kompetenzen im Vertrieb

Als Leiter der vier Regionalverkaufsleiter und des nationalen Flächenvertriebs wird sich Frank Lubnau , National Sales Manager Home Appliances, darauf konzentrieren, den Unternehmensumsatz im Bereich Hausgeräte konsistent zu steigern. Unter seiner Leitung werden alle Verkaufsaktivitäten auf nationaler Ebene gebündelt. Zur Wachstumsstrategie gehören die Identifikation potentieller Kunden, Akquisition und erfolgsorientierte Betreuung. Dabei geht es darum, nicht kurzfristig zu taktieren, sondern gemeinsam mit den zukünftigen und natürlich den bereits vorhandenen Kunden ein langfristig gedachtes Kundenbeziehungsmanagement aufzubauen. Für diese Ziele bringt Lubnau seine langjährige Erfahrung als Sales-Manager und sieben Jahre erfolgreiche Tätigkeit bei Samsung im Bereich Home Appliances ein. Der Head of Key Account Manager Sven Schenten will als neues Mitglied im Team von Samsung Home Appliances die Zusammenarbeit mit den größten Kunden weiterentwickeln. Seine Kompetenz und Professionalität hat er in vielen Jahren als Key Account Manager bei der Samsung Electronics GmbH TV/AV unter Beweis gestellt.

Mit ihrer jahrelangen Erfahrung bei Samsung unterstützt Diana Diefenbach als Head of Communications den Vertrieb mit einem wirkungsvollen Kommunikations-Mix für den Bereich Home Appliances. Ihr fundiertes Produktwissen und ihre Marketing-Expertise bringt sie in die Leitung des Marketing Communications Teams und in alle Maßnahmen zur Außen- wie zur Innendarstellung ein. Unter ihrer Führung werden die Aktivitäten in allen Kanälen on- und offline für alle Touchpoints zielgerichtet entwickelt und ausgeführt. Neben aufmerksamkeitsstarker Marketingkommunikation gehört auch die Pressearbeit für Fach- und Publikumsmedien zu ihrem Aufgabenbereich.

Harald Böhner legt als Head of Product Management & Retail Management sein Augenmerk neben der Führung des Produktmanagements auf die strategische Weiterentwicklung des gesamten Produktportfolios der Home Appliances von Samsung. Zu seinem Aufgabenbereich gehören auch die Portfolioplanung und die Einführung neuer Produkte auf der Basis von Marktbeobachtung und Antizipierung von Kundenwünschen. Im Retail Management verantwortet Böhner die Überwachung der Kennzahlen für die Koordination und Optimierung des Warenflusses. Sein Team betreut dabei unter anderem auch Promotions und Shop Displays.

## Kommt im Februar: Die neue AddWash Waschmaschine

Die neue WW8500 AddWash Waschmaschine, die im Februar auf den Markt kommt, erlaubt es, über eine Klappe im Bullauge während des Waschgangs Wäschestücke hinzuzufügen. Das hilft nicht nur, wenn man die berühmte Socke vergessen hat, sondern auch, wenn es um Teile geht, die nur gespült oder geschleudert werden sollen. Wann die Zugabe von Wäsche möglich ist oder wann der Spül- oder Schleudergang beginnt, erfahren die Anwender bequem durch die Smart Home-App.

Zusätzlich ist die AddWash mit zahlreichen Automatik-Funktionen von Samsung ausgestattet und braucht im Super Speed Modus weniger als eine Stunde für einen Waschgang.

# Neue OLED TVs, Super UHD und exklusive Premiummarke

*Die neuen LH OLED-TVs tragen das Ultra HD Premium-Siegel der UHD Alliance.*

# LG Signature

**Mit zahlreichen Neuheiten startete LG auf der CES ins Jahr 2016. Die neue OLED-TV Generation und die für das LED-Segment gehobene Super UHD TV-Palette sind HDR-fähig und basieren auf der weiterentwickelten Plattform webOS 3.0. Unter der neuen Marke LG Signature wird zudem segmentübergreifend ein Premium-Sortiment zusammengestellt, das dem Fachhandel eine besonders hohe Wertschöpfung ermöglichen soll.**

Die Flaggschiffe der aus acht Modellen bestehenden neuen OLED-TV-Generation, die LG Signature G6-TVs in Größen von 77 Zoll/195 cm und 65 Zoll/165 cm und die E6-Modelle mit 65/55 Zoll (165/139 cm), zeichnen sich durch besonders dünne 2,57-mm-OLED-Panels mit durchscheinenden Glasrückseiten und ein nach vorne gerichtetes Harman/Kardon Sound Bar-Lautsprechersystem aus. Die Geräte unterstützen BT.2020 für Fernsehübertragung und Distribution sowie die HDR-Formate, die von führenden Fernsehsendern, Filmstudios und TV-Herstellern etabliert wurden, darunter HDR10 und Dolby Vision. Mit einem 10-Bit-Panel und 10 Bit Verarbeitungsleistung können die OLED TVs von LG auf mehr als eine Milliarde möglicher Farben zugreifen und decken mit der Color-Prime Pro-Technologie 99 Prozent des DCI-P3-Farbraums ab.

## Super UHD TV und webOS 3.0

Im LED-Segment stellte LG auf der CES Spitzenmodelle vor, die neben HDR eine höhere Farbwiedergaberate sowie Verbesserungen bei der Bild- und Tonwiedergabe bieten. LG fasst dieses Leistungsprofil mit der Bezeichnung Super UHD zusammen und ergänzt es mit der Fortsetzung des Super Slim Design Konzepts und dem neuen Betriebssystem webOS 3.0.

*LG fasst das verbesserte Leistungsprofil der neuen LED-TVs mit der Bezeichnung Super UHD TV zusammen.*

Zu den Super UHD Spitzenmodellen gehören IPS TVs wie der UH9500 mitt 65 Zoll/165 cm Bildschirmdiagonale, der UH9550 mit 86 Zoll/218 cm sowie die neuen Super UHD Fernseher UH8500 in den Größen 65 Zoll/165 cm und UH8550 mit 75 Zoll/190 cm. Bei den Modellen UH9500 und UH9550 sorgt die True Black Panel-Technologie für weniger Reflexionen und höhere Kontraste. Verstärkt wird dieser Effekt durch den Contrast Maximizer, der mehr Tiefe und Kontrast durch Trennen der Objekte vom jeweiligen Hintergrund erzeugt. Der HDR-Effekt wird zudem durch Ultra Luminance gesteigert, und mit SDR-zu-HDR-Konvertierungslogik werden Signale aus Standardquellen hochgerechnet, um der HDR-Qualität nahezukommen. Auch diese Modelle unterstützen mit BT.2020 den Standard der nächsten Generation für Aufnahme und Verteilung von UHD-Programmen.

## webOS 3.0

Alle 2016er TVs von LG basieren auf der neuen Version 3.0 des webOS Betriebssystems von LG. Sie bietet drei neue Funktionen: Mit Magic Zoom lassen sich Objekte oder Buchstaben ohne Verschlechterung der Bildqualität vergrößern, mit Magic Mobile Connection können die Nutzer ihre mobilen Apps ganz einfach auf den TV-Bildschirm bringen, und LGs intuitive Fernbedienung Magic Remote ist jetzt mit einer zusätzlichen Taste ausgestattet, um Set-Top-Boxen (STB) unkompliziert anzusteuern. Zudem wurde webOS 3.0 um die Channel Plus Funktion erweitert, die während des Surfens durch die TV-Kanäle das Anschauen von OTT-Inhalte ermöglicht. Durch eine Partnerschaft mit Xumo bietet Channel Plus auch zahlreiche kostenfreie digitale Inhalte wie z. B. Bloomberg, Time Inc., Condé Nast Entertainment und The Wall Street Journal. Dazu kommen Premium-Inhalte wie BuzzFeed, PopSugar und Mode Media sowie internationale Programmangebote.

Um den Kunden 4K HDR (High Dynamic Range)-Inhalte anzubieten, arbeitet LG u. a. mit Dolby und Netflix zusammen. Auf der CES wurde erstmal auch HDR-Content von YouTube gezeigt, der über den VP9-Profile Codec von Google wiedergegeben wird. YouTube will im Laufe des Jahres HDR-Playback über seine TV-App anbieten.

## LG Signature Hausgeräte

Unter der Marke LG Signature werden neben den neuen OLED TVs auch verschieden Hausgeräte angeboten,

z. B. die LG Twin Wash, bei der eine zweite Mini-Waschmaschine in den Gerätefuß integriert ist. Sie arbeitet mit dem LG Centum System, das den Geräuschpegel vermindert und Vibrationen stark reduziert.
Beim LG Signature Kühlschrank mit Inverter Linear Kompressor kann man das eigentlich undurchsichtige Door-in-Door Fach transparent machen, indem man einfach anklopft, um einen Blick in das Innere des Gerätes werfen. Praktisch, wenn man gerade die Hände voll hat, ist die automatische Türöffnung, wenn jemand sich dem Kühlschrank nähert.

*Beim neuen LG Signature Kühlschrank wird das undurchsichtige Fenster transparent, wenn man daran klopft.*

Der neue LG Signature Luftreiniger ist mit einer Aqua-Cyclone Funktion ausgestattet, die die Kraft des Wassers nutzt, um schädliche Chemikalien und Verunreinigungen aus der Luft zu filtern sowie schnell ein angenehmes Feuchtigkeitsniveau im Raum zu erzeugen.

## LG tourt durch Deutschland

Viele der auf der CES vorgestellten Neuheiten wird LG auf der diesjährigen Roadshow präsentieren, die am 18. Februar in Hamburg startet und am 15. März in Essen endet. Neben den neuen 4K OLEDs, die der Roadshow auch ihr diesjähriges Motto „Perfektes Schwarz erschafft perfekte Farben" geben, zeigt das Unternehmen auch die LG Super UHD-TVs mit HDR.

Im Premium Smartphone-Bereich können sich die Handelspartner von LG über das Premium-Smartphone V10 sowie weitere Flagship-News informieren. Im Bereich Home Appliance hat LG „Centum Wash" jetzt für den deutschen Markt im Gepäck und wird mit neuesten Technologien die Lebensdauer von LG Waschmaschinen verdoppeln.

**Die LG Roadshow 2016 macht in folgenden Städten Station:**

- Hamburg, Alte Hagenbeck'sche Dressurhalle: 18. Februar 2016
- Berlin, even island: 23. Februar 2016
- München, Muffatwerk: 1 . März 2016
- Stuttgart, GOLDBERG[Werk]: 4. März 2016
- Frankfurt a. M., Klassikstadt: 11 . März 2016
- Essen, Casino Zollverein Halle 9: 15. März 2016

Interessierte Fachhändler können direkt einen Termin mit ihrem LG Außendienstmitarbeiter vereinbaren oder sich anmelden unter lgroadshow@lge.de.

# Sony mit Premium-Neuheiten auf der CES

*Die Bravia XD93 Edge LED TVs mit Local Dimming sind dank der Slim Backlight Drive Technologie besonders schlank.*

# Bild und Ton in High Resolution

**Sony setzte mit seinen Neuheiten auf der CES konsequent auf das Premium Segment. Neun neue 4K Bravia TVs mit HDR sowie zahlreiche Heimkino- und Audio-Komponenten mit High Resolution-Audio bieten dem Fachhandel die Möglichkeit, konsequent hoch zu verkaufen und die Kunden für hervorragende Bild- und Tonqualität zu begeistern. Dazu kommt ein hochwertiges Design, das den exklusiven Anspruch der Produkte unterstreicht.**

Mit HDR treiben die neuen 4K Bravia Fernseher die ohnehin brillante Bildqualität von 4K weiter nach oben: Sie können höhere Kontraste, feinere Abstufungen zwischen tiefschwarzen und strahlend hellen Bereichen sowie noch leuchtendere Farben darstellen, als das bisher möglich war.
Android TV ermöglicht die bequeme Nutzung von Video On Demand Diensten wie Netflix, Amazon Video, Maxdome und Watchever sowie das Installieren weiterer Apps. Die Sprachsuche von Android TV, mit der Fernsehsendungen, Filme und andere Inhalte aufgerufen werden können, ist bei den neuen Bravia TVs in die Fernbedienung integriert. Um sie zu nutzen, tippt man einfach auf die Voice-Taste. Zusätzlich können die Nutzer mit der intelligenten Sprachsteuerung zwischen den Sendern oder vom Blu-ray Player zur PlayStation wechseln. Mit Google Cast werden Smartphones und Tablets auf Knopfdruck mit dem Fernseher vernetzt. Durch Anklicken des Cast-Icons in vielen Apps erscheinen Videos, Musik oder Fotos sofort auf dem Bildschirm.

## Schlankes Flaggschiff

Das Flaggschiff unter den neuen 4K Bravia TVs ist die Premium-Serie XD93. In diesen Edge LED TVs mit Local Dimming kombiniert Sony die Slim Backlight Drive Technologie mit X-tended Dynamic Range Pro. Dadurch wird ein noch größerer Kontrast- und Farbumfang mit der dreifachen Helligkeit eines gewöhnlichen Fernsehers möglich. Zusätzlich verbessert das Triluminos Display mit seinem

erweiterten Farbraum die 4K HDR Bildqualität. Dennoch ist der XD93 besonders schlank und misst an seiner schmalsten Stelle kaum mehr als einen Zentimeter.
Für eine realitätsnahe Darstellung sorgt auch der intelligente 4K Bildprozessor X1, der jede Sekunde mehr als tausend Bildverbesserungen durchführen kann, um die Detailschärfe, den Kontrast und die Farbe der Darstellung zu verbessern.
Der Bravia XD93 sieht mit Akzenten in Champagnergold oder Silber in praktisch jeder Umgebung gut aus. Alle Kabel werden hinter Abdeckungen verborgen. Mit der integrierten Wandhalterung lässt sich der Fernseher mit lediglich 3,7 Zentimetern Abstand an der Wohnzimmerwand anbringen und wirkt dann wie ein Gemälde.

*Der neue 4K Heimkino-AV-Receiver STR-DN1070 kann als Multi-Room-Unterhaltungszentrale dienen.*

## Der Klang zum 4K Erlebnis

Mit neuen Soundbar- und Soundbase-Modellen, AV-Receivern und einem AV-Player sorgt Sony für den guten Ton beim 4K Fernsehen. In vielen Modellen wurden Funktionen wie Google Cast, Spotify Connect oder Wireless Multi-Room integriert. Die Premium-Soundbar HT-NT5 im diskreten Aluminiumgehäuse gibt mit sechs Lautsprechern, die jeweils von einem eigenen Verstärker angesteuert werden, High-Resolution-Audio-Signale detailgetreu wieder, der neue Sigma-Subwoofer mit dualen Magneten erzeugt druckvolle Bässe. Mit HDMI 2.0 Passthrough und HDCP-2.2 ist die Soundbar für die aktuellsten 4K-Klang- und -Bildstandards gerüstet.
Die All-in-one-2.1-Kanal-Soundbase HT-XT2 mit 170 Watt Leistung wird direkt unter dem Fernseher positioniert. Das Lautsprechersystem mit integriertem Subwoofer lässt sich ohne zusätzliche Verkabelung direkt mit dem Fernseher verbinden. Google Cast und Spotify Connect ermöglichen die Nutzung von Musikstreaming-Diensten, Inhalte von Google Play Music oder Deezer Musik können vom Smartphone oder Laptop direkt auf die kabellose Soundbar zugespielt werden. Wireless Multi-Room-Fähigkeit und die neue Wireless Surround-Technologie ermöglichen auch den Einsatz zusätzlicher Rücklautsprecher im Heimkino.

Als Multi-Room-Unterhaltungszentrale kann der neue Heimkino-AV-Receiver STR-DN1070 dienen, der mit einem neuen DAU (Digital-analog-Umsetzer) die native DSD-Wiedergabe von High-Resolution-Audio-Dateien über HDMI-, USB- oder Heimnetzwerkverbindungen unterstützt. Alle HDMI-Anschlüsse sind kompatibel mit HDMI 2.0 sowie HDCP 2.2 für 4K 50p/60p 4:4:4 und HDR. Als weitere Neuheit verbindet der 4K-Receiver STR-DH770 Surround-Sound aus Frontlautsprechern mit der neuen Front-Surround-DSP-Technologie, über die auch das Schwestermodell STR-DN1070 verfügt.
Als erster High-Resolution-Premium-Audio- und -Video-Player von Sony bietet der UHP-H1 jetzt audiophilen Klang von CDs, Super-Audio-CDs, Blu-ray-Discs und USB-Speicher. Nach einem Firmware-Update wird das auch für die integrierten Audio-Apps wie Spotify und Deeze gelten. In Sachen Video bietet der Player Upscaling von Full-HD-Filmen auf Blu-ray-Disc auf 4K/60p sowie Bildverbesserungen durch Super Bit Mapping.

## Neuheiten auf der Sony Roadshow

Auf der großen Frühjahrsroadshow können Sony Partner die auf der CES gezeigten Neuheiten aus den Bereichen Home Entertainment, Audio und Digital Imaging live erleben. Nach dem Start in Berlin am 10. und 11 . Februar im Holiday Inn Airport Hotel Schönefeld macht die Roadshow am 16. Februar in Düsseldorf (Swisshotel), am 22. und 23. Februar in München (Hilton Airport), am 29. Februar in Stuttgart (Mövenpick Airport), am 3. März in Frankfurt (Steigenberger Airport) und am 9. März in Hamburg Station.

*Mit dem PS-HX500 kann man analoge Musik in High-Resolution-Audio-Dateien konvertieren.*

## High-Resolution von der Schallplatte

Mit dem PS-HX500 stellte Sony den ersten Plattenspieler vor, mit dem man die analoge Musik in High-Resolution-Audio-Dateien (entspricht DSD-Qualität) konvertieren kann, um sie überall zu genießen. Zudem hat das Gerät einen Phono-Vorverstärker.
Der PS-HX500 von Sony ist mit einem Plattenteller aus Aluminiumguss und einem Riemen-Antriebsmotor mit zwei Geschwindigkeiten ausgestattet. Er besitzt einen 30 Millimeter dicken Sockel mit neu entwickelter, 5 Millimeter dicker Kautschukmatte und vier isolierenden Füße. Die Nadelspitze sitzt genau in der Mittelachse des geraden Tonarms, der mit Anti-Skating-Mechanismus und Cueing-System ausgestattet ist.
Als weltweit erster Plattenspieler unterstützt der PS-HX500 Double-Rate- und Single-Rate-DSD (5,6 MHz/1 Bit, 2,8 MHz/1 Bit). Bei der Analog-Digital-Umwandlung stehen auch die Dateiformate WAV und High-Resolution Audio mit höherer Bitrate und Abtastfrequenz zur Verfügung. Mit der zum Gerät gehörenden PC-Software des PS-HX500 lässt sich Musik in High-Resolution-Audio-Dateien umwandeln. Anschließend können die Stücke mit Titeln versehen, geschnitten oder zusammengefügt werden. Der PS-HX500 kommt im Mai zum Preis von 449 Euro (UVP) auf den Markt.

# PoS-Aktuell Neuheiten

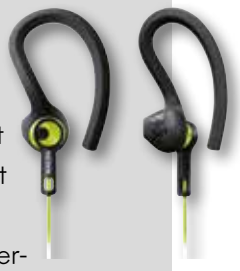
## Neue Siebträger-Maschine von Gastroback

Gastroback hat mit dem „Design Espresso Advanced Pro G s“ einen neuen Siebträger mit Top-Ausstattung angekündigt. Die Neuauflage des meistverkauften Siebträgers der Marke steht in Sachen Ausstattung und Design seinem Vorbild in nichts nach. Es erinnert an das Äußere des auf der vergangenen IFA vorgestellten „Design Espresso Advanced Professional“ und kombiniert hochwertige Materialien mit hervorragender Technik aus dem Profi-Bereich.

Die „Design Espresso Advanced Pro G s“ ist mit einem integrierten Kegelmahlwerk mit 18 Mahlgradeinstellungen und einem Thermo-Block-Heizsystem ausgestattet. Die professionelle Ulka Espressopumpe geht mit kraftvollen 15 bar ans Werk. Für die gradgenaue Wassertemperatur-Kontrolle während des Espresso-Bezugs sorgt der elektronische PID-Regler, die korrekte Temperatur des Milchschaums ist auf der Temperaturanzeige des mitgelieferten Kännchens abzulesen. So kann der Hobby-Barista mit den verschiedenen Parametern Mahlgrad, Mahlmenge und Anpressdruck experimentieren und seinen eigenen Espresso entwickeln.
Wer seinen Kaffee nach amerikanischer Art, mit Extrawasser verlängert, trinkt, kann sich der integrierten Heißwasserfunktion des „Design Espresso Advanced Pro G s“ bedienen, um einen echten „Café Americano“ zu genießen.
Der neue Siebträger „Design Espresso Advanced Pro G s“ von Gastroback ist ab März 2016 für 799,99 Euro (UVP) erhältlich.

## Gibson: Neue Philips ActionFit Kopfhörer

Zum Start der Outdoor-Saison bringt Gibson jetzt die Philips ActionFit Kopfhörer Serie. Dazu gehören neben dem kabellosen Modell SHQ7900CL mit Bluetooth, verfügbar in drei Trägervarianten, ein weiterer Bluetooth-Kopfhörer SHQ6500CL im EarBud Design sowie die kabelgebundenen Modelle EarBud SHQ1400, InEar SHQ2400 und der EarHook SHQ3400.
Die One-Touch-NFC-Funktion und Bluetooth 3.0 sorgen für eine intuitive Steuerung; die Inline Gesprächs- & Steuerungseinheit ermöglicht ein komfortables Wechseln zwischen Musik und Anruf sowie Stummschaltung und Titelsteuerung. Die 9mm Neodym-Treiber bieten solide Bässe und einen ausgeglichenen Sound. Eine Reflektor-Folie im Nackenbereich sorgt außerdem für eine bessere Sichtbarkeit im Dunkeln.


Alle Modelle gibt es ebenfalls als Universal-Headsets, die über eine Freisprechfunktion mit Fernsteuerung und Mikrofon zum Wechseln zwischen Musik und Anrufen verfügen (SHQ6500CL, SHQ3405, SHQ2405 und SHQ1405).
Die Philips ActionFit Kopfhörer sind ab April erhältlich; die UVPs liegen je nach Modell zwischen 19,99 Euro und 99,99 Euro.

# Samsung präsentiert CES-Neuheiten auf der Roadshow 2016

# Das einfache Leben

**Unter dem Motto „Simplify Life“ (Mache das Leben einfacher) präsentiert Samsung Electronics seinen Handelspartnern auf dem großen Roadshow Kick-off 2016 neue Lösungen und Technologien, darunter natürlich auch die aktuellen Neuheiten von der CES. Auf über 4.000 Quadratmetern wird das Samsung Sortiment 2016 im smarten Zusammenspiel verschiedener Produktkategorien präsentiert. Dazu gibt es ein umfangreiches Informations- und Trainingsangebot. In konkreten Anwendungsszenarien, Vorträgen und Trainings wird gezeigt, wie Samsung gemeinsam mit seinen Partnern die Digitalisierung nutzt, um gewerblichen Kunden neue Geschäftspotenziale zu eröffnen.**

*Der neu gestaltete Smart Hub vereint die Inhalte aus verschiedenen Quellen, z. B. TV-Signal, Internet oder Videospielkonsolen, auf einer Oberfläche.*

Der Idee des Internets der Dinge (IoT) entsprechend, werden segmentübergreifend wichtige Neuheiten aus den Bereichen TV/AV, Home Appliances, IT & Mobile Communications, IT Display, Printing Solutions, IT Storage sowie die Plattform SmartThings präsentiert. Die neue Samsung Smart TV Generation zeichnet sich durch Weiterentwicklungen bei Netzwerkfähigkeit sowie Bild- und Tonqualität aus. Der neu gestaltete Smart Hub auf Basis des Betriebssystems Tizen macht den Zugriff auf die immer beliebter werdenden On-Demand-Angebote noch komfortabler, indem sie die Inhalte aus verschiedenen Quellen, z. B. TV-Signal, Internet oder Videospielkonsolen, in einer Übersicht vereint. So kann man nahtlos zwischen linearem Fernsehen, Blu-ray-Filmen oder Videostreaming hin- und herschalten und die gewünschten Inhalte bequem mit nur einer Fernbedienung, der Samsung Smart Control, auswählen.

Alle neuen SUHD TV-Modelle mit Quantum Dot-Display entsprechen der neuen UHD Premium-Zertifizierung der UHD Alliance (UHDA). Zu den Kriterien zählen unter anderem die Bildschirmauflösung, Spitzenhelligkeit, Schwarzwerte und ein erweiterter Farbraum. Zudem können die Geräte mit dem SmartThings System vernetzt werden, um als zentraler Hub im IoT-Konzept von Samsung zu dienen. Für überzeugende Tonqualität hat Samsung die neue HW-K950 Soundbar mit Dolby Atmos Technologie entwickelt. Sie wird im Paket mit zwei drahtlosen Rücklautsprechern erhältlich sein und erzeugt 5.1 .4-Kanal-Sound für detailreiche 3D-Klangerlebnisse.

## Auftritte in vier Städten

Nach einem dreitägigen Auftakt vom 2. bis 4. März in Köln werden weitere eintägige Veranstaltungen in vier deutschen Städten durchgeführt. Erstmals öffnet Samsung die Türen zur Roadshow in diesem Jahr auch für gewerbliche Endkunden. So können Handelspartner ihre Top-Kunden direkt einbeziehen und sich mit ihnen gemeinsam inspirieren lassen. Dabei stehen Ansprechpartner von Samsung und den Partnern aus Vertrieb und Industrie für persönliche Gespräche und zur Beratung zur Verfügung.

„Auf der Roadshow demonstrieren wir unter dem Motto ‚Simplify Life‘, wie unsere neuen Produkte das Leben der Menschen erleichtern und bereichern“, erklärte Georg R. Rötzer, Vice President Corporate Marketing Samsung Electronics GmbH. „Als Partner des Handels zeigen wir in intensiven Gesprächen und Trainings darüber hinaus, wie sich die Ansprüche der Kunden durch das Internet of Things verändern und welche vielfältigen Lösungen und Möglichkeiten unsere Produkte dafür bereithalten.“

**Termine und Öffnungszeiten:**

Auftaktveranstaltung:
Köln, XPOST, Gladbacher Wall 5: 2.-4. März 2016, 10-19 Uhr

Eintägige Veranstaltungen:

- Offenbach, K39, Kaiserstraße 39: 10. März 2016, 10-21 Uhr
- München, Postpalast, Wredestraße 10:
  15. März, 2016, 10-21 Uhr
- Berlin, Station, Luckenwalder Str. 4-6:
  22. März 2016, 10-21 Uhr
- Hamburg, Cruise Center, Van-der-Smissen-Straße 5:
  24. März 2016, 10-18 Uhr

## SUHD/UHD TVs mit Wireless Audio 360 Lautsprechern

Mit der attraktiven Bundle-Aktion „Get More: Wow“ will Samsung im Februar den Verkauf von ausgewählten SUHD und UHD TVs ab einer Bildschirmdiagonale von 60 Zoll (152 cm) unterstützen. Bis zum 27. Februar 2016 gibt es beim Erwerb eines der Aktionsgeräte ab Serie 6 je nach Modell einen Samsung Wireless Audio 360 R6 oder R7 Lautsprecher kostenlos dazu, bei einigen großen TVs der Serien 7 und 9 sogar gleich zwei R7 Speaker.

Die Auslieferung der Zugaben erfolgt nach der Registrierung des Kaufs auf www.mehrwertpaket.de. Die Lautsprecher können auch den Ton der Fernseher verstärken und in Verbindung mit einer kompatiblen Soundbar zu einem Mehrkanal-System ausgebaut werden.

Samsung will der Bundle-Aktion mit einer Digital-Kampagne in Online-Medien Aufmerksamkeit verschaffen und bietet den Handelspartnern auch PoS-Material an, darunter ein Instore-TV-Spot, Flyer, Wobbler und großformatige Poster.

Bis zum 27. Februar 2016 gibt es beim Erwerb eines der Aktionsgeräte Samsung Wireless Audio 360 Lautsprecher gratis dazu.


MEHR ALS 50 SENDER IN HD
NUR MIT HD+

Jetzt wieder mit
Geld-zurück-Garantie.

**Scharfes Angebot für Ihre Kunden:**

Mit dem HD+ Modul gibt es mehr als 50 Sender in brillantem HD über Satellit. Und obendrauf die 30 Tage Geld-zurück-Garantie.

Nutzen Sie mit dieser Aktion die Chance auf noch mehr Umsätze. Verkaufen Sie zu jedem TV-Gerät auch gleich ein HD+ Modul.

Alle Infos unter
**hd-plus.de/geldzurueck**

HD +

*Die Presence von Netatmo ist mit einem Flutlicht ausgestattet und erkennt automatisch Menschen, Fahrzeuge und Tiere.*

# Die Presence von Netatmo erkennt, was sie sieht

# Smarte Sicherheitskamera

**Der Smart-Home-Spezialist Netatmo präsentierte auf der CES mit dem Outdoor-Produkt Presence eine Sicherheitskamera, die automatisch Menschen, Fahrzeuge und Tiere unterscheiden kann und gleichzeitig für Licht an der Haustür sorgt. Die Neuheit wurde in Las Vegas in mehreren Kategorien mit dem renommierten „CES Innovations Awards" ausgezeichnet.**

Presence analysiert in Echtzeit, ob sich eine Person um das Haus bewegt, ein Auto auf den Hof fährt oder sich ein Tier auf dem Grundstück befindet und benachrichtigt automatisch den Benutzer. Dafür nutzt das Produkt die von Netatmo entwickelte Smart-Sight Funktion, die auf einem neuartigen Lernalgorithmus basiert. Das sorgt nicht nur für Sicherheit, sondern ist auch praktisch, wenn beispielsweise der Postbote eintrifft und niemand zu Hause ist.

Presence ist mit einem integrierten Flutlicht ausgestattet, das sich je nach Programmierung einschaltet, um unerwünschte Besucher abzuschrecken oder ganz einfach den Vorgarten zu beleuchten. Für Aufnahmen im Dunkeln gibt es zudem eine Infrarot-Nachtsicht-Funktion, mit der die Kamera auch ohne Licht Videos in Farbe aufnimmt.

Benachrichtigungen und Video-Aufzeichnungen in Full-HD erfolgen nach den Vorgaben des Nutzers, der bestimmte Zonen, z. B. das Gartenhaus oder das Eingangs- bzw. Garagentor auswählen und die Art der Benachrichtigungen individuell festlegen kann. Presence sendet dann Informationen, sobald etwas in den definierten Bereichen passiert.

Die dazugehörige App kann von einem Smartphone, Tablet, einem PC/Mac oder einer Apple Watch aus bedient werden. Über den Dashboard-Bildschirm kann man sich live darüber informieren, was gerade in der Umgebung des Hauses passiert. Zudem gibt es eine Timeline, die Ereignisse chronologisch auflistet und die Möglichkeit bietet, die entsprechenden Videos anzuschauen. Diese werden lokal auf einer Micro SD-Karte im Inneren der Kamera gespeichert und auf Wunsch automatisch zum persönlichen FTP-Server des Nutzers gesendet. Die Datenübertragung auf das Smartphone des Nutzers ist mit einer Verschlüsselung nach Bankenstandard gesichert, um unerwünschte Zugriffe zu vermeiden. Zudem warnt das kontoeigene Netatmo Sicherheitssystem den Benutzer sofort, wenn ein neues Gerät oder eine fremde IP-Adresse mit der Presence Kamera verbunden wird.

Presence kann problemlos selbst installiert werden und ersetzt eine bestehende Außenleuchte. Mit seinem widerstandsfähigen Aluminium-Körper ist das Produkt nach IP66 Standard witterungsbeständig und sieht auch gut aus. Presence wird ab dem dritten Quartal 2016 erhältlich sein; die dazugehörige App ist kostenlos, kompatibel mit iOS8 und Android 4.3 oder höheren Versionen und wird auch für PC und Mac erhältlich sein.

# Sengled bringt weitere Leuchten für das smarte Zuhause

# Licht mit Ohren

**Der Smart-Lighting-Sozialist Sengled zeigte auf der CES neue Lösungen für intelligentes Licht, darunter die mit dem Best of Innovation 2016-Award ausgezeichnete Sengled Voice und die Sengled Pulse Flex (Honoree). Sie kombinieren gute Lichtleistung mit zusätzlichen Funktionen für das vernetzte Haus.**

*Die neue Sengled Voice versteht Sprachkommandos und kann Geräusche wie klirrendes Glas und Babygeschrei erkennen.*

Die Sengled Voice vereint Mikrofon und Lautsprecher in einer energieeffizienten LED-Leuchte. Damit lassen sich verschiedene Sicherheitsfunktionen per Sprachsteuerung von jedem Raum aus aktivieren und bedienen. Als „Basisstation" kann dabei jede Lampenfassung genutzt werden, um Sprachbefehle einzugeben oder über Cloud-Dienste mit anderen smarten Geräten zu kommunizieren. Zudem nutzt die Sengled Voice das Mikrofon zur Geräuscherkennung und kann den Nutzer z. B. über splitterndes Glas oder weinende Babys informieren und erweiterte Sicherheitslösungen im Haus unterstützen. Das alles funktioniert ohne Zubehör oder aufwändige Installationen, denn die smarte Leuchte wird einfach in eine normale Lampenfassung eingesetzt und mit dem heimischen Netzwerk verbunden.

Mit der Pulse Flex stellte Sengled die zweite Generation der auf dem Bluetooth-Standard basierenden Lautsprecher-Leuchte Sengled Pulse vor. In der neuen Version nutzt die Pulse Flex WLAN, um Audio-Streaming über die LED-Leuchte zu ermöglichen und bietet mit integrierten JBL-Lautsprechern gute Klangqualität. Die Sengled Pulse Flex passt in herkömmliche E27-Lampenfassungen; die Bedienung der Licht- und Audiofunktionen erfolgt mit einer App. Dabei kann die klangstarke Leuchte einzeln eingesetzt werden oder bildet zusammen mit weiteren LEDs ein Multiroom-Audiosystem für Zuhause oder das Büro.

Als weitere Neuheiten zeigte Sengled Produkte wie Sengled Pulse Amp, Sengled Pulse Link oder Sengled Snap DoorCam. Der Pulse Amp stellt eine schnelle Verbindung zu einem Subwoofer her und erweitert damit die Leistung der Sengled Pulse LEDs im tiefen Frequenzbereich. Mit Pulse Link werden die Sengled Pulse Audioleuchten kabellos mit dem Fernsehgerät oder einem Receiver verbunden und geben dann echten Stereoklang wieder. Die Snap DoorCam besteht aus einer kabellosen HD-Kamera und einer energiesparenden LED für den Eingangsbereich.

„Bei Sengled sind wir überzeugt davon, dass eine herkömmliche Glühbirne ständig neu erfunden und weiter entwickelt werden kann, um den Lebensstil moderner Anwender zu bereichern", erklärte Johnson Shen, CEO von Sengled. „Unsere Neuheiten zeigen, dass viele Funktionen aus der Unterhaltungselektronik nahtlos in moderne Leuchtmittel integriert werden können. Damit liefern sie neue und vielfältige Optionen in den Bereichen Home Entertainment sowie Heimvernetzung und Sicherheit. Das Leben in einem vernetzten Zuhause kann also ganz einfach sein: Man muss dazu lediglich eine LED-Leuchte einschrauben."

Die Sengled Boost und Sengled Pulse sind bereits in den deutschsprachigen Märkten erhältlich. Auch die neue Sengled Pulse Flex ist bereits lieferbar.

# Schon vor dem Verkaufsstart ausgezeichnet

# Die neuen Bauknecht Waschtrockner

*Die neuen Bauknecht Waschtrockner wurden bereits mit dem iF Design Award 2016 ausgezeichnet.*

**Nach der Vorstellung des ersten Waschtrockners auf der IFA geht Bauknecht in diesem Segment jetzt mit einer Baureihe an den Start: Drei Modelle machen es dem Fachhandel möglich, den Kunden die Geräte anzubieten, die zu den jeweiligen Bedürfnissen und Preisvorstellungen passen. Dabei vereinen die neuen Waschtrockner nicht nur die Bauknecht Technologien für Waschmaschinen und Trockner in einem Gerät, sondern sehen auch gut aus: Bereits vor der Einführung wurde die Baureihe von einer unabhängigen Experten-Jury des iF Design Awards für ihre gelungene Kombination von Ästhetik und Funktion ausgezeichnet.**

Alle neuen Waschtrockner sind mit ihrem geringen Platzbedarf auch für den Einsatz in kleineren Wohnungen geeignet, ohne den Premiumanspruch von Bauknecht vermissen zu lassen. Sie pflegen die Textilien ganzheitlich, sind sparsam im Verbrauch und besonders sanft zu Wolle. In der 71 Liter großen Trommel lassen sich je nach Modell bis zu 11 kg Wäsche auf einmal waschen und bis zu 7 kg trocknen. Das große Bullauge mit einem Durchmesser von 34 Zentimetern erleichtert das Be- und Entladen, und mit dem eigens auf große Wäschestücke abgestimmten Pflegeprogramm kann die volle Kapazität des Waschtrockners optimal genutzt werden. Die je nach Modell für das Buntwäsche-Programm verfügbare „15° Green&Clean" Option erhält die Farben der Textilien länger und wäscht trotz der niedrigen Temperatur anstandslos sauber. Beim Tocknen nutzt SteamCare den während des Arbeitsgangs entstehenden Dampf, um die Textilien zu pflegen, glätten und aufzufrischen.
Von dieser ganzheitlichen Wäschepflege sollen vor allem empfindliche Kleidungsstücke profitieren: Das innovative Woll-Waschprogramm von Bauknecht wurde von The Woolmark Company für seine besonders schonende Wollpflege mit dem Woolmark Apparel Care Green Gütesiegel ausgezeichnet. Der ProSilent Motor arbeitet beim Waschen und Schleudern sehr leise und vibrationsarm. Durch den innovativen Antrieb erreicht das Betriebsgeräusch nur 55 dbA beim Waschen und 64 dbA beim Trocknen. Die SoftMove Technologie stimmt dabei die Bewegungen der Trommel und deren Geschwindigkeit auf das gewählte Programm und damit auch auf die geladene Wäsche ab. Zudem schont die spezielle Struktur der Pflegetrommel Form, Farbe und Fasern.

## Intuitiv bedienbar und sparsam

Die Bedienung ist dank der Klartextanzeigen im gut ablesbaren Display und des übersichtlichen Menüs mit Drehschalter einfach. Mit intelligenten Technologien sorgt Bauknecht für geringen Energieverbrauch bei hoher Trockenleistung. Wie viel Strom benötigt wird, hängt von der Wäschemenge ab, so dass eine nur teilweise beladene Maschine deutlich weniger verbraucht als eine volle. Das Modell mit einer Kapazität von 10 kg (Waschen) und 7 kg (Trocknen) unterschreitet auf diese Weise beim Stromverbrauch die Werte der Energieeffizienzklasse A um bis zu 10%.
Zum Marktstart der neuen Waschtrockner-Reihe unterstützt Bauknecht den Fachhandel mit informativem PoS-Material. Attraktive Gerätesticker für die Front und die Oberseite lenken die Blicke schon von weitem auf die Neuheiten und wecken Interesse bei den Kunden.

*Attraktive Gerätesticker lenken im Geschäft die Blicke der Kunden auf die Neuheiten.*

*Der neue Viera TV DXW904 erfüllt bereits alle Standards für das Ultra HD Premium-Zertifikat der Ultra HD Alliance (UHDA).*

# Panasonic bringt neuen 4K Viera Premium TV und 4k Blu-Ray Player

# Die Referenzklasse

**Mit der Ankündigung des als Ultra HD Premium zertifizierten Viera 4K LED LCD TV DXW904 und des Premium Ultra HD Blu-ray Players UB900 unterstrich Panasonic aus der CES seinen Anspruch, mit aufeinander abgestimmten Systemen die gesamte 4K-Wertschöpfungskette in Top-Qualität darzustellen. Dazu tragen auch ein neuer 4K Camcorder und neue Lumix Kompaktkameras mit innovativen Funktionen bei.**

Sowohl der Viera TV DXW904 als auch der Ultra HD Blu-ray Player UB900 holen spektakuläre Detailtiefe, ein riesiges Farbspektrum, große Helligkeit und hohen Kontrast aus dem 4K Ultra-HD Standard heraus. Beide Modelle wurden in Zusammenarbeit mit dem Panasonic Hollywood Laboratory entwickelt und mit dem THX Zertifikat für höchste Bildqualität ausgezeichnet. Sie sind HDR-fähig und unterstützen zahlreiche Video-on-Demand Dienste. Der DXW904 bietet auch Zugriff auf das HDR Angebot von Amazon, eine Nutzung der HDR-Programme von Netflix ist in Planung. Dass beide Geräte auch die Wiedergabe von selbst aufgenommenen 4K Fotos und Videos in Top-Qualität ermöglichen, versteht sich. Damit entsteht ein ansehnliches 4K-Ökosystem, in das mit der leistungsfähigen Upscaling-Technologie von Panasonic auch HD-Inhalte intergriert werden können.

Herzstück des neuen Viera DXW904, der in diesem Frühjahr in den Bildschirmgrößen 48 Zoll/148cm und 65 Zoll/164cm auf den Markt kommt, ist das neue Panel mit einer speziellen Wabenstruktur. Es ermöglicht die kontrollierte Ausleuchtung hunderter Zonen innerhalb des Fernsehbildes und reduziert das Streulicht dazwischen auf das Minimum, das für den hohen Kontrast von HDR Bildern benötigt wird. Um das Potential von HDR auszuschöpfen, ist das neue Panel zudem in der Lage, besonders hohe Helligkeiten über eine größere Fläche des Displays abzubilden, als es konventionelle HDR LCD TVs können. Dieses Leistungsprofil wird von der einzigartigen 3D Look Up Table-Technologie zusätzlich unterstützt. Der HCX+ (Hollywood Cinema eXperience plus) Prozessor hilft dabei, die Signale aus verschiedenen HDR Quellen bestmöglich auf den Bildschirm zu bringen. Zudem ist er in der Lage, auch Bilder des Standards Rec 709 aus der Vor-HDR-Ära naturgetreu zu reproduzieren. Dafür hat Panasonic eigens einen neuen Algorithmus zur Farbkompensation entwickelt. In Sachen Ausstattung erweist sich der Viera DXW904 als echter Premium-Fernseher: Der Quattro Tuner mit Twin-Konzept und zwei CI-Slots unterstützt nicht nur DVB-S2, DVB-T2 HD (H.265) und DVB-C gleich doppelt, sondern verarbeitet Signale auch via TV-IP und kann diese als TV>IP Server im Heimnetzwerk zur Verfügung stellen. Dabei bleibt die volle TV-Funktionalität mit USB-HDD-Recording, EPG, Videotext, HbbTV und der Entschlüsselung von Pay TV-Programmen erhalten. Mit Simple Device Disvovery (SDD) von Control4 kann das Gerät schnell und einfach in Netzwerke und Smart-Home-Lösungen intergriert werden. Der Zugriff auf Smart-TV-Angebote und Apps erfolgt über die Firefox OS Plattform schnell und intuitiv.

Trotz seiner schmalen Bauweise hat der DXW904 ungewöhnlich große Lautsprecher mit vierfach Passivmembranen, die den Bass verstärken. Kraftvolle Neodyniummagneten in den Lautsprechern sorgen für raumgreifenden Klang.

## Der Player für 4K UHD

Der neue 4K High-Precision Chroma-Processor des Blu-Ray Players UB900 vearbeitet das gewaltige Datenvolumen einer Ultra HD Blu-ray mit eigenen Chrominanz- und Farbabstufungsprozessen, die vom Panasonic Hollywood Laboratory angepasst und feinjustiert wurden. Das Gerät unterstützt neben HDR (High Dynamic Range) auch das BT.2020 Farbspektrum, interpoliert das mit 4K (4:2:0) codierte Signal der Ultra HD Blu-ray zu einem 4K (4:4:4) Signal und kann auch Full-HD Signale in die 4K-Auflösung hochskalieren. Das THX-Zertifikat bestätigt, dass der Player die fein nuancierten Farben und detailreichen Bilder so wiedergibt, wie es die Filmemacher beabsichtigt haben - und zwar mit lebensechtem Surround-Sound. Das gelingt mit hochwertigen Audio-Komponenten, die sonst nur in HiFi Audio-Produkten verbaut werden. Elektrolytkondensatoren sorgen für eine stabile Stromversorgung, ein Glimmerkondensator reduziert internes Rauschen vom Netzkabel. Die Audio-Schaltkreise unterstützen die Verarbeitung hochaufgelöster DAC Audiofiles mit 192- kHz/32-bit sowie die Dateiformate DSD (5.6 MHz/2.8 MHz) und ALAC und kann zur Wiedergabe von Musikquellen in Studio Master Qualität problemlos an das Heim-Audiosystem angeschlossen werden.

Mit zahlreichen digitalen und analogen Schnittstellen kann der UB900 in Heimkinosysteme eingefügt werden. Die neuen Twin HDMI Anschlüssen verarbeiten Audio- und Videosignale getrennt, um so unerwünschtes Rauschen zu unterdrücken. Zudem verfügt der UB900 über analoge 7.1-Kanal Ausgänge für den direkten Anschluss an Surround-Sound-Systeme. Alle Anschlüsse sind vergoldet.

*Der neue 4K Blu-Ray Player UB900 unterstützt sowohl HDR als auch Streaming-Dienste.*

## Eigene 4K-Programme

Für das Aufnehmen eigener 4K-Programme stellte Panasonic auf der CES zwei neue Lumix TZ-Modelle vor, die mit den von den Systemkameras bekannten innovativen 4K-Funktionen ausgestattet sind. Die neue Lumix TZ101 ist mit einem 1 Zoll großen 20,1 MOS-Sensor, einem lichtstarken Leica F2,8-5,9 10fach-Zoom-Objektiv (25-250mm KB) mit 5-Achsen-Bildstabilisierung und dem schnellen Hybrid-Kontrast-Autofokus ausgestattet. Neben der Aufnahme von 4K-Videos macht es die 4K-Foto-Funktion möglich, das Foto des entscheidenden Moments als 8MP Datei aus den mit einer Geschwindigkeit von 30 B/s aufgenommenen 4K-Bildern auszuwählen. Die neue Post-Focus-Funktion ermöglicht zudem die Bestimmung des Schärfepunkts auch nach dem Auslösen.

Dafür durchfährt die Kamera beim Aufnehmen der 4K-Bilder bis zu 49 Schärfeebenen von nah bis fern. Im Anschluss tippt man auf dem Display einfach auf das Motivdetail, das scharf erscheinen soll, und speichert das Bild mit dem gewünschten Schärfepunkt als 8 Megapixel großes Foto (JPEG) ab. Zusätzlich können auch mehrere Fokusebenen ausgewählt und nachträglich durch (separat erhältliche) Software zu einem größeren Schärfebereich zusammen gefügt werden (Focus Stacking).
Ebenfalls mit diesen Funktionen ausgestattet ist die Lumix TZ81. Das Leica Vario-Elmar 30x-Zoom 3,3-6,4/4,3-129 mm Objektiv mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator Hybrid-O.I.S.+ deckt einen Brennweitenbereich von 24 mm bis zu 720 mm (KB) ab. Die 4K-Foto-Funktion macht auch die neuen 4K Camcorder HC-VXF999 und HC-VX989 zu guten Schnappschusskameras.

*Die neue Lumix TZ101 nimmt mit ihrem großen 1-Zoll-Sensor nicht nur 4k-Videos auf, sondern ist auch mit der innovativen 4K-Foto-Funktion sowie Post-Focus und Focus-Stacking ausgestattet.*

## Die Legende kehrt zurück

*Für Puristen: Der Technics SL-1200GAE wird nur in einer Auflage von 1.200 Stück hergestellt.*

Von 1972 bis 2010 produzierte Technics den legendären Plattenspieler SL-1200. Zum 50jährigen Jubiläum der Marke kommt der Klassiker nun als High End Produkt zurück. Es ist nicht für die Digitalisierung von Vinylschallplatten, sondern für Analog-Puristen gedacht und und mit einem Phono-Ausgang und einem Signalmasse-Anschluss ausgestattet
Für den in begrenzter Auflage produzierten Grand Class SL-1200GAE und den unlimitierten Grand Class SL-1200G hat Technics einen Direktantriebsmotor entwickelt, der das oft von winzigen Vibrationen und Drehzahlschwankungeen verursachte Polruckeln nahezu vollständig unterbindet. Zusätzlich werden kleinste Motorvibrationen durch präzise Positionssensoren ausgeglichen, die wiederum von einem Mikroprozessor gesteuert werden.
Der Plattenteller des SL-1200G ist aus drei Schichten aufgebaut: Eine Lage aus schwerem Messingdruckguss ist fest mit einer Aluminiumdruckgussplatte verbunden; die Rückseite ist vollständig mit vibrationsabsorbierendem Gummi verkleidet. Dadurch werden unerwünschte Resonanzen vermieden.
Der Tonarm des SL-1200G besteht aus besonders leichtem Material (Aluminum beim SL-1200G, Magnesium beim SL-1200GAE), das während der Herstellung kaltgezogen wird, um den Dämpfungseffekt zu erhöhen. Seine hohe Empfindlichkeit wird – wie bei den klassischen Technics Plattenspielern – mit einer kardanischen Aufhängung erreicht, so dass sich die horizontale und die vertikale Rotationsachse in nur einem Punkt schneiden.
Ab Sommer 2016 wird die Limited Edition des Grand Class SL-1200GAE mit einer weltweiten Auflage von 1.200 Stück erhältlich sein. Der Grand Class SL-1200G soll im Winter 2016 auf den Markt kommen.

# TP Vision gibt Ausblick auf das Sortiment 2016

# Neue Partner, neue Philips TVs

*Die hochwertigen Philips TVs der Serie 8601 sind jetzt in größeren Stückzahlen lieferbar.*

**TP Vision hat auf der CES zahlreiche neue Partnerschaften für Gaming und Videostreaming angekündigt und einen Ausblick auf das Sortiment 2016 gegeben. Einzelheiten sollen in wenigen Wochen folgen.**

Die aktuellen Flaggschiffe der Serien 8601 und der Ambi-Lux 8901 sind jetzt in größeren Stückzahlen verfügbar. Im Laufe des ersten Quartals werden die neuen UHD-Serien 6000 und 7000 eingeführt. Sie bieten leistungsstärkere Panels, Android TV mit erweitertem Speicher und dreiseitiges Ambilight, das nun bereits in der Serie 7000 und einem Großteil der Serie 6000 integriert sein wird. Die Serie 7000 wird die neue Einstiegsklasse für die Wiedergabe von HDR-Inhalten sein. In den 6000 und 7000 sollen Lautsprecher mit Double- und-Triple-Ring Technologie von Philips eine höhere Leistung bieten.
In der Full HD-Serie 5000 mit aufgewerteter Bild- und Tonqualität sowie einer verbesserten Leistung bei Android TV werden in Kürze Modelle mit schlanken Blenden aus Aluminium und Füßen verfügbar sein. Bereits im ersten Quartal 2016 kommt das neue Modell 5211 mit 24 Zoll-Bilddiagonale auf den Markt, das die Funktionen eines Monitors, eines TVs und die eines hochwertigen Blu.etooth-Lautsprechers verbindet. Die Serie 4000 bietet eine große Auswahl von Full HD-TVs in den verschiedenen Größen und soll noch im ersten Quartal 2016 verfügbar werden.

## Gaming- und Video-Angebot

Zu den neuen Partnern für Gaming und Videostreaming gehören Amazon, Gamefly, TransGaming's GameTree TV Gold, Chillingo und Gameloft. Das neue Amazon-Angebot bietet Full HD-Inhalte für alle Philips Android TVs und die Option auf 4K-Streaming bei bestimmten UHD-Modellen.
Für Gamer sollen im ersten Quartal 2016 für alle Philips Android TVs der Modelljahre 2014, 2015 und 2016 besonders populäre Spiele bereit stehen, darunter Grid racing, Batman Lego, MotoGP und Dirt von Gamefly, Asphalt 8: Airborn und GT Racing 2 von Gameloft sowie Feed me Oil 2 von Chillingo. Zusätzlich werden auf der Philips Smart TV-Plattform über Gametree TV Gold von TransGaming neue Spiele per Abo-Service angeboten.

*Vom Sponsoring der UEFA Euro 2016 erwartet Hisense eine weitere Stärkung der Marke.*

# Hisense ist globaler Partner der UEFA Euro 2016

# Impuls für die Marke

**Die Hisense Group wurde als zehnter und letzter Hauptsponsor globaler Partner für die UEFA-Europameisterschaft 2016, zu der vom 10. Juni bis 10. Juli die besten Fußballteams des Kontinents in Frankreich antreten. Zum ersten Mal in der 56-jährigen Geschichte des Turniers gehört damit ein chinesisches Unternehmen zu den Top-Partnern. Im Rahmen der Vereinbarung wird Hisense seine Fernseher, mobilen Geräte, Klimaanlagen und Hausgeräte in den Blickpunkt der Konsumenten rücken.**

EURO2016 FRANCE | Hisense

Official Partner of UEFA EURO 2016™

Hisense wird bis Ende 2017 zudem weitere UEFA Fußballturniere unterstützen, darunter die europäische Qualifikation für die FIFA-Weltmeisterschaft 2018, die UEFA-Futsal-Euro 2016, die UEFA-U21-EM 2017 und die UEFA Euro 2017 der Frauen.

Nach Ansicht von Guy-Laurent Epstein, Marketingdirektor der UEFA Events SA, wird die Beteiligung von Hisense weit über Europa hinaus wirken: „Das Turnier ist ein attraktives, international hoch angesehenes Event und bietet Hisense eine einzigartige Plattform, um seinen internationalen Wachstumskurs fortzusetzen. Außerdem werden wir Millionen von chinesischen Fans das Beste des europäischen Fußballs präsentieren können." Cheng Kaixun, Vice President der Hisense Group, erwartet von dem Engagement weitere Impulse für Marke: „Hisense ist als internationaler Sportsponsor ein Pionier unter chinesischen Unternehmen, und wir können mit Stolz sagen, dass Sportmarketing in den vergangenen Jahren einen großen Beitrag zu unserem weltweiten Erfolg geleistet hat. Die Partnerschaft mit der UEFA wird den Markenwert von Hisense weiter steigern."

Auf der UEFA Euro 2016 befindet sich Hisense in prominenter Gesellschaft: Auch adidas, Carlsberg, Coca-Cola, Continental, Hyundai-Kia, McDonald's, Orange, Socar und Turkish Airlines treten als Hauptsponsoren auf. Während der UEFA Euro 2016 wird Hisense im Juni und Juli zahlreiche Public-Viewing-Events in ganz Europa veranstalten. Außerdem will das Unternehmen im Rahmen seiner Kampagne 100 chinesische Fußballfans zur Europameisterschaft nach Frankreich einladen.

*Hisense hat die ULED-Displaytechnologie weiter entwickelt.*

Im Rahmen seiner Sportmarkting-Aktivitäten ist Hisense bereits Ausrüster des Infiniti Red Bull Racing-Teams, Titelsponsor der Hisense 250/Hisense 300/Hisense 200 NASCAR Xfinity-Serien in den USA, Hauptsponsor von Joe Gibbs Racing, offizieller Sponsor der Australian Open und Namensgeber der Hisense Arena sowie offizieller Premium-Partner des FC Schalke 04.

## Innovationen auf der CES 2016

Bereits auf der CES in Las Vegas hatte Hisense seinen Anspruch unterstrichen, zu den weltweit führenden Consumer Electronics Anbietern aufzusteigen. Zu den Neuheiten gehörten u. a. das Projektionssystem Laser Cast, 4K- und 8K-TVs mit weiter verbesserter ULED-Displaytechnologie sowie ein innovatives Smart-Home-Konzept.

Der schon auf der IFA 2015 als Vidaa Max gezeigte Kurzdistanz-Laserprojektor kommt dieses Jahr unter dem Namen Laser Cast auf den US-Markt. Ebenfalls 2016 soll ein weiteres Modell mit 4K-UHD-Auflösung vorgestellt werden. Mit seiner Projektionstechnologie macht es Laser Cast möglich, Blu-ray-Filme, Videospiele oder andere Inhalte auf mit 100 Zoll/254 cm Bilddiagonale zu erleben.

*Von Hisense: der erste komplett eigenständig in China entwickelte SoC-Bildverarbeitungs-Chip für Fernsehgeräte.*

Im TV-Segment stellte Hisense auf der CES zahlreiche neue 4K Modelle vor, mit denen, so Mark Vizen, Marketing-Chef von Hisense Americas, HDR für vielen Kunden erschwinglich werden soll. In der Oberklasse setzt Hisense zudem auf neue flache und gebogene TVs mit weiterentwickelter ULED-Technologie: Als ULED-3.0 bietet sie hohen dynamischem Kontrast, 600-Zonen-Micro-Dimming, einen extra großen Farbraum und Backlight Scan. Um seine Kompetenz als drittgrößter TV-Hersteller der Welt zu demonstrieren, zeigte Hisense auch ein 8K-Modell mit der Auflösung von 7.680 x 4.320 Pixeln, das noch in diesem Jahr auf den Markt kommen soll.

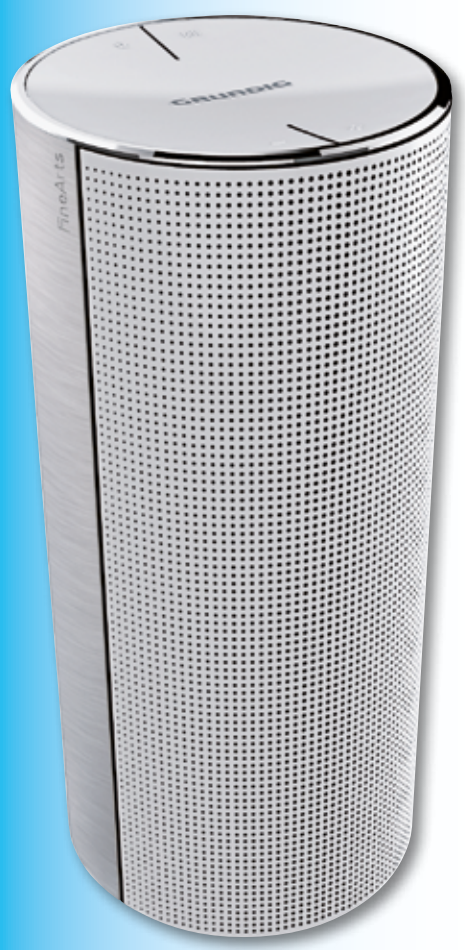
A propos Kompetenz: Hisense präsentierte auf der CES den ersten komplett eigenständig in China entwickelten SoC-Bildverarbeitungs-Chip für Fernsehgeräte. Er soll mit Hilfe innovativer Bildverarbeitungsalgorithmen für einen besonders hohen Dynamikumfang, einen weiten Farbraum und scharfe Bilder auch bei schnellen Bewegungen sorgen.

Für den Wachstumsmarkt Smart Home zeigte Hisense ein eigenes Konzept, bei dem die Geräte mit Hilfe eines Smart Routers im Haus vernetzt werden. Dieser fungiert als zentrale Steuerungseinheit und wird mit einer App mit dem Smartphone bedient. So kann man z. B. die eigene Raumbeleuchtung steuern, der Inhalt des Kühlschranks organisieren oder die Klimaanlage einstellen.

Ob und wann die in Las Vegas angekündigten Produkte in Europa erhältlich sein werden, steht noch nicht fest.

## New Home Experience

Im Fokus der Markenstrategie für 2016 steht für Grundig das The New Home Experience. Darunter fällt das umfangreiche Produktportfolio mit über 500 Produkten in drei Geschäftsbereichen. Die Idee ist, mehr Begeisterung in jeden Raum des Zuhauses zu bringen und somit den Wandel und die Dynamik des Unternehmens zu unterstreichen. Die Neuheiten, wie das neue TV-Line-up Immensa, geben einen ersten Vorgeschmack auf die Grundig Highlights im EM-Jahr: Mit neuen Produkten innerhalb der Vision 7, Vision 8 und Vision 9-Reihe, von Full-HD bis Ultra-HD, erweitert Grundig sein TV-Portfolio. Zu den Technologieschlagworten zählen: High Dynamic Range, Multi Color Enrichment und die Grundig Micro und




*Grundig Multiroomspeaker Fine Arts*

Local Dimming Engines sowie der 3-Wege-Sound-Sound und die DTS StudioSound HD. Mit vernetzten Audiolösungen, wie beispielsweise den Grundig Multiroom Speakern, stellt Grundig zudem Produkte für das flexibel erweiterbare Network-HiFi-System der FineArts-Serie vor. Diese zeichnen sich durch ein gutes Design und ein überzeugendes Stereo-Soundsystem mit 40 Watt RMS-Leistung, Bassreflexsystem und zwei Tief- und Hochtöner aus. Umfangreiche Vernetzungsmöglichkeiten über WLAN, WiFi Direct und auch Bluetooth ermöglichen ein flexibel erweiterbares System mit bis zu 30 Einheiten in den eigenen vier Wänden. Besonders praktisch: Die Speaker lassen sich dank Dockingstation und Akkubetrieb schnell von einem in den anderen Raum positionieren. Grundigs New Home Experience erstreckt sich auch auf das Sortiment der Haushaltsgroßgeräte, die ebenfalls mit spannenden Features ausgestattet sind. Dazu zählen beispielsweise die Full-Fresh+ Funktion der Kühlgeräte-Kombis, bei der kühle Luft durch kleine Lüftungslöcher ins Gemüsefach strömt und so bei konstanter Temperatur und hoher Luftfeuchtigkeit für länger frisches Obst und Gemüse sorgt. Die ExpressDry Technologie der neuen Hybrid-Trockner schafft bei einer Ladung von 8 kg in 115 Minuten trockene Wäsche.

# Grundig Jahresstartmesse 2016

# Smarte Produkte für den Fachhandel

**Zum Auftakt der diesjährigen Jahresstartmesse in Nürnberg gab die Geschäftsführung von Grundig die Zielsetzungen für 2016 bekannt: Ein wesentliches Augenmerk legt das Unternehmen auf ein Produktportfolio, das nicht nur für Unterhaltung sorgen, sondern auch begeistern soll.**

*Seit Mitte Januar leitet der bisherige Beko Deutschland Geschäftsführer Sühel Semerci als Landesgeschäftsführer/Country Manager die beiden Gesellschaften Grundig Intermedia GmbH und Beko Deutschland GmbH. Für Semerci gilt es nun, den nächsten Schritt für Grundig zu gehen und den Faktor Smart im Home Electronics Portfolio weiter auszubauen*

Murat Sahin, Regional Direktor Nordeuropa und Geschäftsführer Grundig Intermedia hat zum 15. Januar 2016 die Koç-Gruppe nach mehr als 22 Jahren aus privaten Gründen verlassen. Seit dem 15. Januar 2016 leitet der bisherige Beko Deutschland Geschäftsführer Sühel Semerci als Landesgeschäftsführer/Country Manager die beiden Gesellschaften Grundig Intermedia GmbH und Beko Deutschland GmbH. Für Semerci gilt es nun, den nächsten Schritt für Grundig zu gehen und den Faktor Smart im Home Electronics Portfolio weiter auszubauen. In Nürnberg dankte er Murat Sahin ausdrücklich: „Herr Sahin hat die Marke Grundig und das Unternehmen in den letzten fünf Jahren durch sein hohes Engagement maßgeblich geprägt. Dazu zählt vor allem auch das Wachstum von Grundig in Deutschland und der gesamten Region Nordeuropa sowie der Ausbau des Produktportfolios auf über 500 Produkte der gesamten Home Electronics." Den Wandel von Grundig hin zum Smart Home Electronics Anbieter sieht Semerci eng verknüpft mit den traditionellen Markenwerten und dem zeitlosen Design. „Diesen Weg werden wir konsequent weitergehen und dabei auch international deutliche Akzente setzen." Die Frage, ob es nun eine stärkere Verschmelzung zwischen den beiden Marken Grundig und Beko geben würde, verneinte Semerci ganz klar. „Beide Marken sind eigenständig und transportieren ein ganz eigenes Image, und dabei soll es bleiben", erklärte der neue Geschäftsführer vor der Presse in Nürnberg. „Unser Ziel ist es, schwierige Branchengegebenheiten ins Positive zu drehen und unsere Marktposition als Home Electronics Unternehmen mit smarten Produkten zu festigen, Trendsegmente in unseren vier Geschäftsbereichen nachhaltig zu besetzen und durch Lösungen für jeden Raum im Zuhause Begeisterung zu schaffen. Dabei bauen wir, neben einer starken Marke, weiterhin auf unsere enge Partnerschaft mit dem Handel."

*Das neue TV-Line-up Immensa gibt einen ersten Vorgeschmack auf die Grundig Highlights im EM-Jahr.*

## Aufschwung im schwierigen Marktumfeld

Horst Nikolaus, Geschäftsführer Vertrieb der Grundig Intermedia GmbH, ergänzte: „In einem schwierigen TV-Gesamtmarkt 2015 war es Grundig nicht möglich, sich komplett von den Entwicklungen und sinkenden Absatzzahlen abzukoppeln. Dennoch konnten wir uns positiver als der Markt entwickeln und nehmen gerade aus den aktuellen Marktzahlen zum Jahreswechsel neuen Schwung für das Jahr 2016 mit. Mit der Geschäftsentwicklung in den Bereichen Sound und Elektro-Kleingeräte sind wir sehr zufrieden. Hier konnten wir die Distribution weiter ausbauen und haben von unseren Produkt-Neuheiten und der hohen Attraktivität der Marke Grundig profitiert." Als Grundlage für ein erfolgreiches Jahr sieht Grundig insbesondere die sehr enge Zusammenarbeit mit seinen Handelspartnern: „Gerade aus der in 2015 weiter vertieften Zusammenarbeit mit dem Handel schöpfen wir unsere Kraft und Ausdauer für das Jahr 2016. Zu dessen Abschluss wollen wir bei den Verkaufszahlen im TV-Bereich unsere Marktposition weiter ausbauen."

## PoS+Initiative

Mit auf den Handel abgestimmten Aktionen im Rahmen der POS+ Initiative will Grundig auch 2016 weiterhin eng mit seinen Partnern zusammenarbeiten: „Wir möchten im Dialog auf Augenhöhe die Marktbedürfnisse des Handels noch stärker in unsere Planungen aufnehmen, auf aktuell werdende Trends hinweisen und Vermarktungskonzepte anbieten, die den gemeinsamen Erfolg sicherstellen, so Horst Nikolaus.

# Neue Struktur soll Zukunft sichern

# Hama ist Stiftungskonzern

**Der Zubehörspezialist Hama hat sich als Stiftungskonzern neu aufgestellt. Bereits mit Wirkung vom 30.9.2015 haben die Familien Thomas und Hanke, vertreten durch Christoph Thomas und Rudolph Hanke, ihre gesamten Kommanditanteile an der Holding der Hama Hamaphot Hanke & Thomas GmbH & Co KG in die Adolf und Christoph Thomas Stiftung bzw. in die Martin und Rudolph Hanke Stiftung eingebracht. Die Stiftungen, deren Namen an die großen Aufbauleistungen von Martin Hanke und Adolf Thomas erinnern sollen, sind jetzt die alleinigen Kommanditisten in der Holding.**

*Die Führung von Hama liegt weiter in den Händen von Christoph Thomas (links) und Rudolph Hanke, die zu Stiftungsvorständen ernannt wurden.*

Zu Stiftungsvorständen wurden Christoph Thomas und Rudolph Hanke berufen. Das Kommanditkapital der von der Regierung von Schwaben anerkannten Stiftungen mit Sitz in Monheim beträgt insgesamt 180 Millionen Euro. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftet mit 16 Tochtergesellschaften im inner- und außereuropäischen Ausland einen Jahresumsatz in Höhe von circa 500 Millionen Euro mit 1 .500 Mitarbeitern in Monheim. In den zurückliegenden fünf Jahren wurden circa 70 Millionen Euro in den Standort investiert, vor allem im Bereich Logistik.

Hama betonte in einer Pressemitteilung, steuerliche Überlegungen seien nicht maßgebend für die Stiftungsgründung gewesen. Die Stiftungen unterliegen der Körperschaftsteuer, bei Ausschüttungen an die Destinatäre ist Kapitalertragsteuer abzuführen. Alle 30 Jahre wird ein Erbfall fingiert, auf den Erbersatzsteuer anfällt. Dabei wird die Steuer erhoben, die anfallen würde, wenn das Vermögen auf zwei Personen der Steuerklasse I übergehen würde.

Motivation für die Gründung der Stiftungen sei die Überzeugung der Familien Hanke und Thomas, dass ein Unternehmen kein Eigentum, sondern eine Aufgabe sei, erklärte Hama. Mit den Stiftungen solle der Fortbestand der Hama-Gruppe langfristig gesichert werden, um die Arbeitsplätze generationenübergreifend zu erhalten. Zweck der Stiftungen sei weiter die laufende Unterstützung der Stifter und deren Familien (Destinatäre). Im Gegensatz zu anderen Unternehmensformen ist eine Stiftung die einzige Rechtsform, die keine Anteilseigner, Gesellschafter oder Mitglieder hat. Sie gehört vielmehr sich selbst.

Die Stifter haben den Stifterwillen in der jeweiligen Satzung auch für die nachfolgenden Generationen verbindlich festgelegt. Um die Hama-Gruppe und deren finanzielle Ausstattung nachhaltig zu fördern, wird den wirtschaftlichen Interessen der Gruppe stets der Vorrang vor den Interessen der Destinatäre eingeräumt.

Hama wurde am 1 .4.1923 von Martin Hanke in Dresden gegründet. Nach der Bombardierung der Stadt zog die Familie Hanke 1945 nach Monheim und begann mit dem Wiederaufbau des Unternehmens. Zum 1 .11 .1946 trat Adolf Thomas als zweiter Angestellter in die Firma ein. Martin Hanke starb am 28.10.1958. Adolf Thomas, der am 19.2.2002 starb, führte zusammen mit seinem Schwager, dem Gründersohn Rudolph Hanke, die Geschäfte weiter. Gemeinsam entwickelten die beiden Unternehmer Hama zu einem der größten Anbieter für Fotozubehör.

1987 wurde Christoph Thomas nach seinem Studium und Auslandsaufenthalten in den USA und Japan Mitglied der Geschäftsführung. Unter seiner Leitung wurden die Internationalisierung, die Expansion und die Erweiterung der Produktpalette in das Segment Multimedia erfolgreich vorangetrieben.

# Über 200 qm Premium-Präsentation im Herzen Düsseldorfs

# Neue Loewe Galerie

*Die neue Loewe Galerie befindet sich auf der Berliner Allee im Herzen Düsseldorfs.*

**Mitten in der Weihnachtssaison, am 10. Dezember 2015, hat Loewe auf der Berliner Allee in Düsseldorf eine weitere Galerie eröffnet. Sie ist mit einer Fläche von 217 Quadratmetern die bisher imposanteste in der 90-jährigen Historie des deutschen Premium-Herstellers und wird von dem Fachhandelsunternehmen Ring Elektra betrieben.**

Mit einem ausgefeilten Designkonzept lädt die neue Loewe Galerie zu einer Reise durch spannende Räumlichkeiten ein und präsentiert auf faszinierende Weise die hochwertigen und individuellen Fernsehgeräte, Home Entertainment Systeme, Blu-ray-Player und Audio-Anlagen von Loewe. Damit ist sie ein weiterer Schritt in der von Geschäftsführer Mark Hüsges formulierten Strategie, Loewe wieder zur führenden europäischen Marke im Bereich Consumer Electronics auszubauen.

*Die Loewe Premium-Produkte können in einem realistischen, wohnlichen Umfeld erlebt werden.*

*Loewe Gesamtvertriebsleiter Kurt Doyran begrüßte zur Eröffnung zahlreiche Gäste.*

„Curated Shopping" steht im Vordergrund des Konzepts, mit dem die Galerie eine zeitgemäße Mischung der Loewe Produktserien Art, Connect und Reference mit Designikonen aus der Möbel- und Produktwelt kombiniert. So ist ein Ort der Entspannung und des Wohlfühlens entstanden, in dem die Kunden sich eine Auszeit vom Alltag nehmen und durch die neuesten Technologien und Designs führen lassen können.

Dafür hat Loewe den Shop in drei Bereiche unterteilt: Der „Welcome-Bereich" in Form einer Lounge sorgt für ein entspanntes Ankommen; die darauf folgende, großzügige Präsentation ermöglicht die Betrachtung einer spannenden Inszenierung von Produkt-Kombinationen. Die Fernseher werden dafür in ein bestimmtes Farbkonzept gestellt und mit den passenden Produkten ergänzt – die Produktserie Art z. B. in Weiß vor einer mattschwarzen Wand und einem mattschwarzem Fahrrad, Connect in Petrol vor ein petrol-farbenes Sofa von Cor sowie Reference auf einer mit Stoff bespannten Wand mit einem Barcelona Chair davor. Durch die Darstellung in einem realistischen, wohnlichen Umfeld ist gleichzeitig eine vertiefende Produktwahrnehmung möglich, um auch die tatsächlichen Funktionen und die Qualität von Bild und Ton erleben zu können. Diese Aufteilung soll für ein umfassendes Produkt- und Unternehmensverständnis sorgen.

# HD+ stellt Weichen für mehr Wachstum

# Volle Kraft voraus

**Für HD+ war 2015 ein Jahr des Umbruchs. Das Unternehmen aus Unterföhring hat massiv in Wachstum investiert – sowohl technologisch als auch organisatorisch. Diese Investitionen sollen sich schon im laufenden Jahr auszahlen.**

*Vom Nischen zum Mainstreamprodukt: HD+ bietet mittlerweile 21 Sender und zählt mehr als drei Millionen Nutzer.*

2009 ist HD+ mit gerade einmal zwei Sendern und exakt null Kunden gestartet. „Heute, über sechs Jahre nach unserer Gründung, sind wir längst vom Nischen- zum Mainstreamprodukt geworden: Zwischenzeitlich zählen wir 21 Sender und weit mehr als drei Millionen Nutzer", erklärt Andreas Müller-Vondey, Vertriebschef bei der HD PLUS GmbH. „Bei aller positiver Entwicklung von HD+ sehen wir aber auch, dass der Hardware-Markt sich in den letzten eineinhalb Jahren rückläufig entwickelt hat. Das gilt insbesondere für den Bereich TV-Geräte, mit der Folge, dass unter dieser Entwicklung auch die Modulverkäufe leiden. Daher haben wir uns entschieden, dass jetzt die Zeit für Veränderungen ist und sind mit einer neuen Vertriebsstruktur für HD+ gestartet."

*Adreas Müller-Vondey: „Die Zielgruppe, mit dem für uns größten Wachstumspotenzial sind nicht mehr die sogenannten `early adoptors´ – die haben wir bereits in der Vergangenheit erfolgreich erreicht. Uns muss es künftig gelingen, die sogenannten Nachzügler – also Menschen, die sehr familiär geprägt sind und Spaß an Gemeinschaftserlebnissen haben – für hochauflösendes Fernsehen zu begeistern.*

## Eigenes Vertriebsteam

Statt also wie bisher beim Thema Außendienst auf einen Distributor zu setzen, zeigt HD+ seit September 2015 Eigenpräsenz vor Ort: Insgesamt zwölf Außendienstmitarbeiter sind deutschlandweit für das Unternehmen unterwegs. „Die Entscheidung für einen eigenen Außendienst ist keine gegen unseren bisherigen Distributor", so Andreas Müller-Vondey weiter. „Vielmehr haben wir durch die Entwicklung nun eine Größe erreicht, die ein solches Investment rechtfertigt. Zudem wissen wir einerseits aus der Marktforschung, andererseits aus den regelmäßigen Gesprächen mit dem Handel, dass es trotz der raschen Entwicklung von HDTV in Deutschland und dem schnellen Wachstum von HD+ noch viele Fragen der Konsumenten gibt, die insbesondere am PoS beantwortet werden können. Unser Außendienst wird sich viel intensiver um die Bedürfnisse und Fragen des Fachhandels kümmern können, als dies einem Distributor möglich ist. Unsere Entscheidung zum Aufbau eines eigenen Vertriebsteams ist also gleichzeitig ein erneutes, klares Bekenntnis zum Fachhandel als zentraler Vertriebskanal für HD+".

## Interessen des Handels sind vielseitig

Seit September sind die HD+ Außendienstmitarbeiter engagiert unterwegs, um die Händler kennenzulernen und von ihnen zu lernen, wo laut Müller-Vondey „der Schuh drückt und wo HD+ und der Handel im engen Schulterschluss noch besser werden können". Der Vertriebschef von HD+ betont, dass bei den ersten Terminen verschiedene Kooperations- sowie Verbesserungsideen entstanden sind, von denen bereits erste Konzepte umgesetzt werden konnten. „Die Impulse und Ideen des Fachhandels sind breit gefächert und reichen von speziellen Verkäufer-Incentivierungen bis hin zur Unterstützung bei ausgefallenen Werbemaßnahmen. Bei Saturn in Stuttgart beispielsweise ist das Thema UHD momentan omnipräsent. Das heißt: Gemeinsam mit HD+ wurden die Schaufenster ultrascharf dekoriert, die Rolltreppen-Auf- und Abgänge entsprechend gestaltet und eine UHD-Zapfsäule als absoluter Hingucker direkt am PoS installiert", so Raoul Ibler, einer der zwei neuen Regionalvertriebsleiter bei HD+. „Vielen Händlern ist mittlerweile bewusst, dass es längst nicht mehr ausreicht, nur einen Fernseher zu verkaufen, sondern dass es wichtig ist, die Bedürfnisse beim Kunden zu wecken, die Lust auf mehr machen."
„Mit HD+ bieten wir ihnen hier das perfekte Produkt an: einen brillanten Mehrwert für den Kunden und ein planbares, weil wiederkehrendes Geschäft für den Händler. Damit kein Kunde das Geschäft ohne HD+ Modul oder Receiver verlässt, muss HD+ verkaufsfördernd an mehreren Stellen – und nicht mehr nur wie bisher in der Sat-Abteilung – platziert werden."

## Die richtige Kundenansprache

Die Entwicklung bei HD+ und HDTV allgemein hat auch Auswirkungen auf die Ansprache der potentiellen Kunden. „Anders als zum Start sprechen wir heute längst nicht mehr nur die Menschen an, die sich schon immer für die neueste Technik interessiert haben. Im Gegenteil: Die Zielgruppe mit dem für uns größten Wachstumspotenzial sind nicht mehr die sogenannten early adoptors – die haben wir bereits in der Vergangenheit erfolgreich erreicht", erklärt Andreas Müller-Vondey. „Uns muss es künftig gelingen, die sogenannten Nachzügler – also Menschen, die sehr familiär geprägt sind und Spaß an Gemeinschaftserlebnissen haben – für hochauflösendes Fernsehen zu begeistern. Damit uns das gelingt, müssen wir unseren potenziellen Kunden auf emotionale Art und Weise vermitteln, dass Fernsehen nur mit HD+ richtig Spaß macht. HD+ hat im vergangenen Jahr viel bewegt. „Wir verfügen jetzt über wesentlich bessere Voraussetzungen für Wachstum als noch vor einem Jahr. Gerade im Bereich Technologie und Vertrieb besitzen wir zum Start ins Jahr 2016 mehr Schlagkraft als je zuvor", so das Fazit von Wilfried Urner, Vorsitzender der Geschäftsführung der HD PLUS GmbH.
Weiteres Wachstum erhofft sich HD+ durch die sportlichen Großereignisse wie die Europameisterschaft in Frankreich und die Olympischen Spiele in Rio. Auch die Umstellungen bei DVB-T bieten weiteres Wachstumspotential für HD+, kein anderer Empfangsweg ist so zukunftssicher und bietet Zuschauern gleichzeitig so eine Programmvielfalt", so Urner.

*Raoul Ibler: „Vielen Händlern ist mittlerweile bewusst, dass es längst nicht mehr ausreicht, nur einen Fernseher zu verkaufen, sondern dass es wichtig ist, die Bedürfnisse beim Kunden zu wecken, die Lust auf mehr machen. Mit HD+ bieten wir ihnen hier das perfekte Produkt an: einen brillanten Mehrwert für den Kunden und ein planbares, weil wiederkehrendes Geschäft."*

# Über 20 Audio-Komponenten

# Yamaha MusicCast

**Multiroom-Audio ist derzeit eines der wichtigsten Wachstumssegmente für den Fachhandel, und High-Res Musikstreaming mit Formaten wie FLAC, Apple Lossless etc. sorgt für Musikgenuss in hervorragender Klangqualität. Während viele Hersteller auf geschlossene Systeme mit wenigen Komponenten setzen, verfolgt Yamaha mit MusicCast einen anderen Ansatz: Hier kann jede Audio-Komponente zum vollwertigen Sender und Empfänger werden, eine Zentrale ist überflüssig.**

So werden bereits zwei Komponenten im Zusammenspiel mit der kostenfreien App und einem Smartphone oder Tablet zum vollwertigen Multiroom-System. Und weil das Yamaha-Sortiment schon zum Start 23 native MusicCast-Produkte umfasst, kann der Fachhandel seinen Kunden eine breite Auswahl anbieten und maßgeschneiderte Lösungen verkaufen.

Hintern dem großen MusicCast Sortiment steckt ein eigentlich einfaches Konzept: Yamaha hat den Standard konsequent in praktisch jedes neue Audio-Produkt integriert. Das macht den Einstieg ins Musikstreaming besonders einfach: Wer z. B. Anfang des Jahres einen AV-Receiver gekauft hat und sich nun eine Yamaha PianoCraft Anlage zulegt, kann MusicCast sofort in vollem Umfang nutzen. Das bedeutet: Der Fernsehton vom AV-Receiver kann ganz einfach auf der Stereo-Anlage wiedergegeben werden, und die CD, die im PianoCraft Laufwerk liegt, erklingt auf Wunsch auch auf der großen Wohnzimmer-Anlage. Alle Yamaha Produkte, die das MusicCast Logo tragen, sind dafür sowohl mit einer Apple AirPlay-Anbindung als auch mit WLAN und Bluetooth ausgestattet, um im wahrsten Sinne des Wortes zusammenzuspielen.

## Steuerung per App

Die Quellen- und Zielwahl erfolgt intuitiv über die Yamaha MusicCast App, die kostenfrei für iOS und Android verfügbar ist. Hier kann man mit nur wenigen Klicks alle wichtigen Parameter festlegen sowie Lausprecher-Gruppen zusammenfassen oder wieder trennen. Die App bindet automatisch Dienste wie Spotify, Napster und Juke sowie zahlreiche Internetradios in den Audio-Haushalt ein, sobald eine Yamaha MusicCast-Komponente dies unterstützt. Neben der eigenen Musiksammlung, die auf einem PC oder Mac, einem NAS oder einer Festplatte gespeichert sein kann, stehen so Millionen Songs, Hörbücher und andere Audio-Inhalte zur Verfügung.

Neben den nativen MusicCast-Komponenten akzeptiert das System per Bluetooth sogar Produkte von anderen Herstellern – vorhandenes Audio-Equipment kann also oft weiter genutzt werden. Mit diesem offenen Multiroom-System folgt Yamaha den Wünschen vieler Kunden, die zwar die Vorteile moderner Technik und Software nutzen, sich aber verständlicherweise nicht von ihrer bestehenden Audio-Ausrüstung trennen möchten.

## Top-Qualität von MP3 bis FLAC

MusicCast liefert bereits mit gewöhnlichen MP3-Dateien sehr gute Ergebnisse, gibt aber auch Formate wie FLAC oder Apple Lossless in brillanter Auflösung wieder und bringt so Musikstreaming auf ein Qualitätsniveau, das auch den Ansprüchen audiophiler Nutzer entspricht.

Das MusicCast-Sortiment von Yamaha bietet eine große Auswahl vom AV-Receiver bis zum Netzwerklautsprecher, vom Stereo-System bis zur Dolby Atmos-Soundbar und vom Design-Lautsprecher bis zum High-End PC-Aktivlautsprecher. Kunden, die PC-Sound deutlich aufwerten möchten, werden sich bestimmt für das NX-N500 Stereo-Desktop-System interessieren. Es basiert auf den berühmten Yamaha Studio-Monitoren und bietet neben zahlreichen Anschlussmöglichkeiten und einem integrierten High-End D/A-Wandler auch echtes Bi-Amping für beide Lausprecher (inklusive eigener Stromversorgung für beide Kanäle).

*Multiroom-Audio nach Wunsch: Mit MusicCast können ganz unterschiedliche Komponenten von der großen Audioanlage bis zum kleinen Lautsprecher ins Multiroom-Netzwerk eingebunden werden.*

## PoS-Aktuell Neuheiten

### Metz Planea jetzt lieferbar

Die auf der IFA angekündigte TV-Linie Planea von Metz ist jetzt lieferbar – mit den Bildschirmdiagonalen 55, 49 sowie 43 Zoll mit als UHD-Auflösung sowie in 32 Zoll mit einem Full HD Panel. Das Erscheinungsbild zeigt sich mit einem edlen umlaufenden Alurahmen und einem speziellen Tischfuß zeitlos elegant. Zur Ausstattung gehören ausgereifte 3D-Technologie, HDMI, WLAN, die Nachrüstbarkeit eines Digital-Recorders (PVR) sowie das komfortable Metz Bediensystem. Dank eines integrierten Multi-Tuners (DVB-C/T/S2) und einem CI+-Schacht für CA-Module ist der Planea für praktisch alle Empfangstechniken geeignet. Zudem können sich die Geräte über das bewährte

Metz Media System im Netz bewegen und auf ein eigenes Smart TV-Portal sowie das Internetradio zugreifen.

Für den guten Ton sorgt eine exklusive Slim Line Soundbar mit 4 nach vorne abstrahlenden Lautsprechern, gekapseltem 2-Wege-System und Bassreflex-Kanal. Wie alle Metz-TVs ist der Planea „Made in Germany“ und lässt sich auch mit der MetzRemote App vom Smartphone oder Tablet aus bedienen. Darüber hinaus verfügt die schlanke Soundbar des Planea über 6 (4 bei Planea 32) nach vorne abstrahlende, passive Lautsprecher mit einer besonders hohen Leistungsfähigkeit. Durch die mecaSoundPro Technologie entsteht so nach Angaben von Metz eine brillante Wiedergabe von Höhen und Tiefen.

Je nach Bildschirmgröße liegen die empfohlenen Verkaufspreise für die Planea Produktlinie zwischen 999 und 1.999 Euro.

### reflecta bringt neue Tablet-Autohalterung

Mit der reflecta Tabula Car Halterung lässt sich ein 7“ bis 10,4“ großes Tablet einfach an der Rückseite einer Kopfstütze des Frontsitzes in bequemer Sichtpo-

sition befestigen. Neben schneller Montage und Arretierung ermöglicht die Tabula Car eine komfortable Sicht auf das Display.

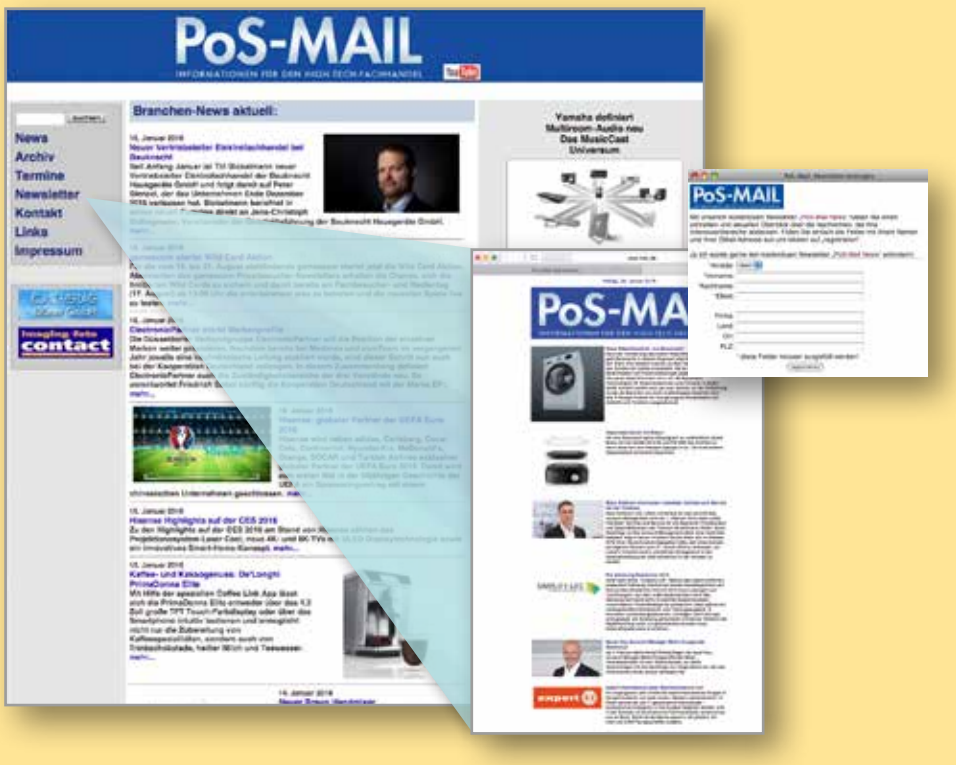
Tabula Car ist sowohl für Portrait- als auch Landschaftsansichten geeignet und lässt sich um 360° rotieren. Die justierbaren Arme reichen von 16,8 cm bis 20,4 cm. Für den Einbau der Tablet-Halterung wird kein Werkzeug benötigt.

Die neue reflecta Tablet-Autohalterung ist ab sofort zum UVP von 29,90 Euro erhältlich.

## www.pos-mail.de

# IHR AKTUELLES UPDATE

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




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

# WAGNERS WELT

## Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

## *Wie man Innovationen verwurstet*

Als Rentner bin ich natürlich an gutem Essen interessiert und weiß eine perfekt gegrillte Wurst zu schätzen. Deshalb bin ich ganz begeistert, dass die Initiative LifeCare mit einer Jury von Experten aus Gastronomie, Elektronik und Design sowie einer Verbraucherabstimmung die „Küchen-Innovation des Jahres 2016" ermittelt hat. Gewonnen hat keine intelligente Spülmaschine, kein schlauer Herd, der die Temperatur im Topf auf ein halbes Grad genau hält, und auch kein Backofen mit unterschiedlichen Zonen, Dämpf- und Grillfunktion. Nein, die Kücheninnovation des Jahres 2016 ist der Wurster. Mit dem hatte Severin schon auf der IFA die ganze Welt beeindruckt: Das 399,95 Euro günstige Gerät schafft es tatsächlich, zwei Bratwürste in fünf bis sieben Minuten auf den Punkt zu grillen. Das konnte zwar schon meine Oma, aber die hieß Wagner und nicht Wurster und hat deshalb zur Strafe auch keinen Innovationspreis bekommen.

Der Wurster hat – so betont Severin – bei der Abstimmung in den Kategorien Funktionalität, Innovation und Design alle anderen Küchen-Neuheiten aus dem Feld geschlagen. Das ist kein Wunder: Das High-Tech-Gerät wird im Severin Werk bei Sundern aus insgesamt 100 Einzelteilen hergestellt – wer jemals ein Ikea Regal zusammengebaut hat, weiß, welche Herausforderungen die fleißigen Mitarbeiter bewältigen müssen.

Übrigens: Erfunden hat den Wurster nicht etwa Severin, sondern die smartwurst GmbH aus Bremen. Die haben nämlich bereits 2011 den smartwurst Toaster WT1 für den Einsatz in der Gastronomie auf den Markt gebracht und dann Severin davon überzeugt, eine Version für Privatkunden herzustellen – als Amateurwurster sozusagen.

Hier im Rheinland weiss jedes Kind: Alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei. Jetzt hoffe ich darauf, dass nächstes Jahr ein handgefertigter Senfspender zur Küchen-Innovation des Jahres gewählt wird. Guten Appetit!

*Herzlichst Ihr*


# IMPRESSUM

**PoS-MAIL**

Informationen für den High-Tech-Fachhandel

erscheint monatlich.

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

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

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

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

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:**
Lidija Zimmek, Franz Wagner,
Florian Weidhase

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

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

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

PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

**Gestaltung:** Susanne Blum

**Vertrieb:** Barbara Klomps

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

**Druck:**
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

www.bfi-photokina.de

**Jetzt Termin vormerken!**

**2. – 3. März 2016, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse**

# BUSINESS FORUM IMAGING COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by photokina world of imaging

„Memories, dynamics, innovations“

Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News
Partner: Photoindustrie-Verband e.V. · GfK Retail and Technology
Informationen: www.bfi-photokina.de · E-Mail: bfi@photokina.de · Fax: +49 221 821-3995

koelnmesse