Pos-Mail

April 2018

ISSN 1615 - 0635 • 5,- € 19. Jahrgang • 51612



INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

www.pos-mail.de

Tagesaktuelle
News aus
der Welt der
Consumer
Electronics

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



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



Die Telekom geht mit Rückenwind in das Jahr 2018. Entgegen dem rückläufigen Branchentrend hat das Unternehmen in Deutschland 2017 seinen Umsatz um 0,7 Prozent und das bereinigte EBITDA um 2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Zu diesem Erfolg haben auch die Partner im Einzelhandel beigetragen, die im vergangenen Jahr hohe Wachstumsraten erzielen konnten. Das gilt vor allem für die Exklusivpartner im Fachhandel und in den Fachmärkten, die sich die Konzepte der Telekom-Programme zu eigen

Die hohen Besucherzahlen der Roadshow 2018, die nach Stationen in München, Frankfurt und Leipzig am 12. April in Hannover zu Ende geht, zeigen das ungebrochene Interesse der Handelspartner an der Kooperation mit Magenta. Darauf antwortet die Telekom mit Investitionen ins Produktportfolio und

in den weiteren Ausbau der Highspeed-Netze. "2017 war ein erfolgreiches Jahr für die Telekom Deutschland", sagte Esfahani anlässlich des Auftakts der diesjährigen Handels-Partnergipfel in der Münchener Allianz Arena. "Wir investieren in diesem Jahr über fünf Milliarden Euro in Deutschland und

Geschäften umsetzen. Für 2018 sieht Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner Telekom Deutschland Privatkunden GmbH, weiteres großes Wachstumspotenzial für die Partner im Einzelhandel. Das gilt sowohl für das Kerngeschäft als auch die Innovationssegmente, in denen mit den Produkten EntertainTV und SmartHome sowie IT- und Cloud-Lösungen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich erzielt werden konnten.

schließen bis Jahresende weitere rund sieben Millionen Haushalte ans Highspeed-Netz der Telekom an. Die Zahl der Highspeed-Anschlüsse mit bis zu 100 MBit/s wird damit auf 26 Millionen steigen. Gerade ländliche Gebiete, in

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





EDITORIAL

Wissen macht Umsatz

Bereits in der vorigen Ausgabe von PoS-MAIL haben wir über den Umsatz mit Home Electronics Produkten in Deutschland berichtet, der gemeinsam von der GfU und der GfK im Home Electronics Markt Index (Hemix) erhoben wird. Diese Zahlen sind für den Fachhandel ein wichtiger Indikator, um die Sortimente zu planen und die eigene Marktposition zu beurteilen.

2017 war das erste Jahr, in dem Hausgeräte und Unterhaltungselektronik zusammen dargestellt wurden. Zuvor hieß der von der GfU herausgegebene Index Cemix und deckte, wie der Name schon sagt, das Segment Consumer Electronics ab.

Trotz der Integration großer und kleiner Hausgeräte weisen die vorhandenen Marktzahlen allerdings wesentliche Lücken auf. Während wir im Bereich Unterhaltungselektronik sogar über Marktnischen wie digitale Bilderrahmen (2017: 138.000 Stück im Wert von ganzen 10 Mio. Euro) informiert werden, unterscheidet der Hemix bei den Elektrogeräten gerade einmal die Kategorien Groß und Klein. Wer ein wenig weiter recherchiert, findet z. B. beim ZVEI noch Informationen darüber, wie sich der Markt für Großgeräte auf Waschmaschinen, Trockner, Kühlschränke etc. aufteilt. Bei den Kleingeräten kann man dagegen nur raten, welche Produkte gerade im Trend liegen.

Dabei machen Elektrogeräte (Groß und Klein) inzwischen fast ein Drittel des Home Electronics Marktes aus. Das ist deutlich mehr als die klassische Unterhaltungselektronik. Deshalb ist es längst überfällig, dass der Fachhandel die Fachmärkte und die Hersteller mit den veröffentlichten Zahlen auch etwas anfangen können. Hier geht es nicht nur um Produktkategorien. Wer seine Marketing-Strategien planen möchte, wüsste z. B. auch gerne, wie hoch der Anteil netzwerkfähiger Geräte ist und wie diese genutzt werden. Bei den Smart TVs werden wir ja auch darüber informiert, wieviele davon mit dem Internet verbunden sind.

Die Verantwortlichen für die IFA haben vor 10 Jahren eine weitsichtige und kluge Entscheidung getroffen, als sie die Hausgeräte in das Portfolio der weltweiten Leitmesse für den Hightech-Fachhandel integrierten. Jetzt wird es Zeit, auch bei der Kommunikation von Marktentwicklungen diesem Produktbereich mehr Bedeutung zukommen zu lassen.

Thomas Blömer



Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner Telekom Deutschland Privatkunden GmbH: "Die Telekom-Partner können sich darauf verlassen, dass wir alle Vertriebsmaßnahmen in 2018 auf die Innovationsprodukte auslegen."

welchen unsere Handelspartner besonders stark vertreten sind, profitieren überproportional von unseren Investitionen."

Dabei setzt die Telekom den Vectoring-Ausbau auch in diesem Jahr kraftvoll fort. So gingen bereits am 12. März fast 200.000 weitere Haushalte in 209 Städten und Gemeinden mit bis zu 100 MBit/s (und mindestens 50 MBit/s) im Download und 40 MBit/s im Upload ins Netz. Möglich wird das dadurch, dass die Telekom auf der Strecke zwischen der örtlichen Vermittlungsstelle und dem Verteiler das Kupfer- durch Glasfaserkabel ersetzt. Die Verteiler werden zu Multifunktionsgehäusen (MFG), in denen das Lichtsignal von der Glasfaser in ein elektrisches Signal umgewandelt und von dort über das bestehende Kabel zum Anschluss des Kunden übertragen wird. Mit der Vectoring-Technik werden elektromagnetische Störungen beseitigt und höhere Bandbreiten erreicht. Ab der zweiten Jahreshälfte 2018 wird die Telekom diese Technik nochmals verbessern: Mit Super-Vectoring werden dann Geschwindigkeiten von bis zu 250 MBit/s möglich.

Nachdem die Telekom allein im vergangenen Jahr in Deutschland 40.000 Kilometer (mehr als das Gesamtnetz von Bundesstraßen) Glasfaser verlegt hat, geht der Ausbau auch 2018 unvermindert weiter: Ende März startete im Landkreis Vorpommern-Rügen das derzeit größte Projekt dieser Art in Deutschland, das 40.000 Haushalten und Unternehmen Geschwindigkeiten von bis zu 1 Gbit/s beim Herunterladen und 500 Mbit/s beim Hochladen ermöglichen wird.

Ende Februar unterstrich die Telekom auf dem Mobile World Congress ihren Anspruch, auch beim Zukunftsthema 5G ganz vorne dabei zu sein. Mit einer im Vergleich zum derzeitigen Standard viel höheren Datenkapazität ermöglicht 5G die Kommunikation über das Internet in Echtzeit. Gemeinsam mit künstlicher Intelligenz werden dadurch in Zukunft zahlreiche neue Anwendungen möglich, vor allem im Internet der Dinge, über den Wolken, beim autonomen Fahren und automatischen Energiemanagement hin zur innovativen Nutzung von Smartphones, neuartigen Brillengläsern und Sprachassistenten.

Mit dem Netzausbau will die Telekom noch bessere Voraussetzungen für die Vermarktungsaktivitäten der Handelspartner schaffen, die mit den Partnerprogrammen eine hohe Wertschöpfung erzielen können: "Unsere starken Ergebnisse im Handel sind das Resultat einer konsequenten Ausrichtung auf die integrierte Vermarktung und die Ausgestaltung unserer Telekom Partnerprogramme, welche sich auf die veränderten Kundentrends ausrichtet", erklärte Esfahani. "Die Kunden sind anspruchsvoller geworden, bestens über unsere Produkte informiert und wechseln zwischen den Vertriebskanälen. Mit unseren erfolgreichen Partnerprogrammen bieten wir dem Einzelhandel die Möglichkeit, unterschiedliche Zielgruppen gezielt anzusprechen und sie bedürfnisorientiert zu beraten. Partner, die diese Entwicklung mitgehen, konnten auch im vergangenen Jahr wieder signifikante Provisionssteigerungen realisieren."

Argumente für Magenta

Auch im Jahr 2018 soll für die Telekom Partner das Wachstum im Vordergrund stehen. Da das klassische Telekommunikationsgeschäft stagniere, seien Steigerungsraten nur über Innovationsprodukte zu erzielen, betonte Esfahani: "Wir setzen alles auf Innovationen. Schon zu Jahresbeginn starteten wir mit den Innovationswochen 2018. Die Telekom-Partner können sich darauf verlassen, dass wir alle Vertriebsmaßnahmen in 2018 auf die Innovationsprodukte auslegen."

Nach der Einführung von StreamOn im vergangenen Jahr hat die Telekom im März mit MagentaMobil XL für das klassische Mobilfunk-Geschäft eine weitere Innovation vorgestellt, die den Handelspartnern noch bessere Argumente an die Hand gibt. Denn mit diesem einzigartigen Tarif können die Kunden für monatlich 79,95 Euro ohne Limit in Deutschland surfen und streamen. Bei Auslandsaufenthalten in der EU sind 23 GB fürs Roaming inbegriffen.



Mit 5G können auch große Datenmengen, z.B. Live-Bilder von 8K 360°-Kameras, in Echtzeit gestreamt werden.

"Unser neuer MagentaMobil XL Tarif ist die konsequente Fortführung unserer Unlimited-Strategie und der logische Schritt nach dem Launch unseres StreamOn Angebots, das nach weniger als einem Jahr bereits eine Million aktive Nutzer hat", erklärte Michael Hagspihl, Geschäftsführer Privatkunden der Telekom, bei der Vorstellung von Magenta-Mobil XL. "Dieses Nutzerverhalten und der generell steigende Datenverbrauch machen deutlich, was viele Kunden wünschen: absolute Sorgenfreiheit für alle Vieltelefonierer, Intensivstreamer und Dauersurfer. MagentaMobil XL wird diesen Bedürfnissen gerecht und rundet unser Mobilfunktarifportfolio nach oben ab."

Auch für das untere Marktsegment hat die Telekom einen neuen Tarif entwickelt, der es den Partnern möglich macht, Kunden mit geringem Datenbedarf



Auf der Roadshow informierten sich zahlreiche Fachhändler über die Wachstumsmmöglichkeiten mit der Telekom.

von Magenta zu überzeugen. Dafür gibt es den neuen Einstiegstarif MagentaMobil XS, der für monatlich 19,95 Euro 750 MB Datenvolumen sowie eine Telefon- und SMS- Flatrate beinhaltet. Die beiden neuen Tarife können natürlich auch im Paket mit attraktiven Smartphones an die Kunden gebracht

Fachhändler, die im Rahmen des Exklusivpartner-**Programms** einen neuen Shop-in-Shop betreiben, erzielten in 2017 weitaus höhere Wachstumsraten als andere Exklusivpartner und Fachmärkte.



werden, deren Interesse die Telekom mit einer reichweitenstarken Online- und TV-Kampagne weckt.

Programme ausbauen

Auch in diesem Jahr will die Telekom die Entwicklung der Partnerprogramme weiter vorantreiben: Sowohl das neue Exklusivpartner-Konzept als auch das Fachmarkt-Konzept sollen kontinuierlich weiterentwickelt werden. Das dient allen Beteiligten: Fachhändler, die im Rahmen des Exklusivpartner-Programms einen neuen Shop-in-Shop betreiben, erzielten in 2017 weitaus höhere Wachstumsraten als andere Exklusivpartner und Fachmärkte. Eine Befragung von Exlusivpartnern im Herbst 2017 zeigte eine überaus hohe Zufriedenheit mit der Unterstützung durch die Telekom (siehe PoS-MAIL 2/2018, S. 6). Dabei lobten die Fachhändler vor allem die deutlich verbesserte Produktpräsentation am PoS, das Coaching der Mitarbeiter vor Ort und das integrierte Vermarktungskonzept, das es möglich macht, die Kunden auf das ganze Telekom-Portfolio zu beraten und dadurch die Wertschöpfung messbar zu steigern.

Bis Ende 2018 sollen die Zahl der Exklusivpartner, die an dem 2016 eingeführten Shopkonzept teilnehmen, auf 120 Standorte steigen; zudem sollen bis dahin im Rahmen des Fachmarkt-Konzeptes 30 Shop-in-Shops eröffnet worden sein. Darüber hinaus wird auch am Ausbau des Geschäftskunden-Partnerprogramms gearbeitet, welches u.a. das IT-Portfolio um relevante Produkte erweitert und ein Umsatzbeteiligungsmodell für IT-Produkte einführt. Jetzt soll für GK-Partner ebenfalls eine Shopin-Shop Lösung bereitgestellt werden, um ihre Kompetenzen in diesem Segment noch einmal deutlich zu stärken.

"Es kommt im stationären Handel in Zukunft besonders auf Beratung, Markenauftritt, Produkterlebnis und OmniChannel an", erklärte Esfahani. "Das differenziert ihn gegenüber den preisaggressiven Internetvermarktern. Hier setzen unsere Partnerprogramme an, mit denen wir schon heute starke Ergebnisse erzielen. Weiterentwicklung ist unser Erfolgskonzept. Neben der weiteren Ausgestaltung unserer Partnerprogramme ist die Qualifizierung ein entscheidender Bestandteil, der auch in 2018 wichtig bleibt. Wir entwickeln uns konsequent anhand der Kundenbedürfnisse weiter, bieten neue Wachstumschancen und zeigen so, dass wir auch in 2018 der Partner Nr. 1 für den Handel bleiben."

INHALT

Zum Start Gewinne in Höhe von 50.000 Euro

Die Wertagrantie Akademie

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 13, 14, 16 Philips TV-Sortiment 2018 Top-Qualität in allen Klassen Die neuen Samsung QLED-TVs Mit Tarnkappen-Effekt Neymar Jr. wird globaler Markenbotschafter Superstar für TCL 9 Zwei weitere TV-Serien von Sony

9

Noch mehr HDR

| Die Werigaranne Akademie | | |
|--|---|----|
| | | |
| telering-Mitgl Zukunft mit | ieder treffen sich in Berlin IQ | 10 |
| Neue Technics Plattenspieler kommen Ende Ap Die Legende lebt | | |
| | | |
| Euronics Kongress 2018 in Leipzig Auf Zukunftskurs | | 12 |
| PAI | Australische Premium-Marke Sage jetzt im deutschen Handel Start mit Kaffee | 15 |

| Die Candy Group auf der Eurocucina Drei Marken in Mailand | 15 | | |
|---|----|--|--|
| BSH 2017 wieder mit Rekordumsatz Mehr als Hardware | | | |
| So bid contributed 2017 man fidenticipate on 1/2 Selection (1/2) | | | |
| Argumente für den Philips Airfryer Avance XXL Knusprig und gesund 1 | | | |
| | | | |
| Die neue Kult X Edition von WMF Mixen und Rühren | | | |
| Wagners Welt | | | |
| PoS-MAIL @ • Impressum | | | |
| | | | |

PoS-Aktuell

Nachrichten

gfu sieht Sprachsteuerung auf dem Vormarsch

Das Jahr 2018 in der CE-Branche könnte ganz im Zeichen von Alexa, Siri, Cortana, Google Assistant, Bixby & Co stehen. Das betont die gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Frankfurt, in einer Pressemitteilung. Nach aktuellen Zahlen aus der Marktforschung wurden demnach im Jahr 2017 weltweit mehr als 30 Millionen Geräte mit Sprachsteuerung verkauft, davon annähernd zwei Millionen in Deutschland. Auch für das laufende Jahr wird ein starkes Wachstum in diesem Segment prognostiziert.

Immer mehr Geräte im Haushalt können mittlerweile von den Sprachassistenten gesteuert werden. Neben bekannteren Beispielen wie Lautsprechern reagieren z. B. auch Lampen und Haustechnik (beispielsweise Rollläden oder Heizungen) sowie Küchengeräte auf Zuruf.

Die Vorteile in der Bedienung mit Sprachsteuerung liegen nach Ansicht der gfu auf der Hand: Die Sprache sei oftmals schlicht praktischer als die Bedienung eines Touchscreens, der Computermaus oder der Fernbedienung, betont der Verband. So seien Geräte mit Sprachsteuerung auch mit vollen Händen noch bedienbar.

"Innovationen, die den Kunden mehr Komfort und Leistungsumfang, also einen erkennbaren Mehrwert bieten, sind Garanten für Markterfolg", erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. "Die Entwicklungen rund um die Sprachsteuerung bestätigen diesen Grundsatz erneut. Die prinzipiell einfache Bedienung in Kombination mit einem erweiterten Anwendungspotenzial wird dafür sorgen, dass sich Produkte mit Sprachassistenten auch in 2018 weiter positiv am Markt über viele Branchen hinweg entwickeln werden. Nicht zuletzt wird auch auf der IFA von 31. August bis 5. September 2018 zu sehen sein, welche Möglichkeiten die Sprachsteuerung bereits bietet und welche weiteren neuen Möglichkeiten dazu kommen können."

Die Ausgabe 26 der von der gfu in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) herausgegebenen Pocket Guides steht im Zeichen der Sprachsteuerung. In der Broschüre wird erklärt, wie diese Assistenten funktionieren und wie man beim Fachhändler die passenden Produkte dazu findet. Der Pocket Guide Sprachsteuerung steht auf den Internetseiten der gfu sowie der Partner BVT und hitec Magazin zum kostenlosen Download zur Verfügung.

MediaMarkt Saturn eröffnet kassenlosen Elektronikmarkt

Die MediaMarktSaturn Retail Group hat in Österreich den ersten kassenlosen Elektronikmarkt Europas eröffnet. In dem völlig neuen Shopkonzept unter dem Namen "Saturn Express" will das Handelsunternehmen die Vorzüge des Online- und Offline-Einkaufens kombinieren: Im Saturn Express im Innsbrucker Sillpark-Einkaufszentrum können Kunden die Technikprodukte selbst erleben und sich auf Wunsch intensiv beraten lassen. Beim Kauf erfolgt die Bezahlung per App direkt am Regal. Dafür scannen die Kunden mit einer eigens entwickelten, kostenlosen App den Barcode der gewünschten Produkte und bezahlen sie mit ihrer Kreditkarte oder per PayPal. Für die Beratung steht im Saturn Express geschultes Fachpersonal für alle Fragen rund um die Technik, das Produktsortiment oder die Bezahlung via App zur Verfügung.



Christian Sokcevic übernimmt Unternehmensentwicklung bei Hama

Christian Sokcevic, bis zum Ende des vergangenen Jahres als Managing Director DACH und NL (Deutschland, Österreich, Schweiz und Niederlande) bei Panasonic, tritt als Prokurist in die Geschäftsleitung des Monheimer Zubehörspezialisten Hama ein. Dort soll er ab sofort vor allem an der Fortführung des Unternehmenswachstums sowie der Erschließung neuer Marktsegmente arbeiten.

"Es ist uns gelungen, mit Christian Sokcevic einen erfolgreichen Branchenkenner zu gewinnen, der auf eine sehr langjährige Erfahrung Die neu strukturierte
Hama Geschäftsleitung: (v.l.)
Thomas Kopp,
Christian Sokcevic,
Christoph Thomas,
Christian
Seel-Mayer,
Jörg Hempen,
Maximilian Bartl
und Roland
Handschiegel.



zurückgreifen kann und gleichzeitig einen zukunftsorientierten Blick auf unsere Branche hat" kommentierte Hama Geschäftsführer Christoph Thomas. Mit dem erweiterten Geschäftsleitungsteam und ihm selbst als Geschäftsführer seien alle Unternehmensschwerpunkte optimal abgedeckt und die Weichen für die Zukunft erfolgreich gestellt. Die operative Vertriebsleitung im Bereich Fachmarkt und Fachhandel Consumer Electronics bleibt unverändert im Verantwortungsbereich von Maximilian Bartl.

"Die fortschreitende Vernetzung und Digitalisierung sowie die sich ändernden Anforderungen unserer Kunden sind wichtige Fokusthemen für ein erfolgreiches Unternehmen", erklärte Sokcevic. "Als Marktführer in vielen Bereichen verfügt Hama über die notwendige Innovationskraft und Flexibilität, diese Chance zu nutzen. Ich freue mich sehr, das erfolgreiche Familienunternehmen in meiner zukünftigen Position zu unterstützen, es aktiv mitzugestalten und weiter nach vorne zu bringen.

Umgesetzt wurde das Projekt Saturn Express gemeinsam mit dem britischen Startup MishiPay, dessen mehrfach ausgezeichnetes Gründerteam mit der Entwicklung der App die technologische Basis für das innovative Konzept gelegt hat. MishiPay gehört zu den ersten zehn Teilnehmern des Retailtech Hubs, den die MediaMarktSaturn Retail Group in München betreibt, um die Zusammenarbeit mit Startups zu intensivieren. "Disruptive Innovationen werden so gut wie immer von Startups entwickelt", erklärte Martin Wild, Chief Innovation Officer der MediaMarktSaturn Retail Group. "MediaMarktSaturn hat den Retailtech Hub ins Leben gerufen, um die größten Handelsunternehmen unterschiedlicher Branchen und die spannendsten Startups für den Handel von morgen zusammenzubringen und um Kunden schnell von Innovationen profitieren zu lassen." Kern des Programms sind gemeinsame Pilotprojekte zwischen den Startups und Händlern, so wie beim Saturn Express in Österreich.

"Die heutige Eröffnung des Stores ist ein weiterer wichtiger Schritt auf unserer Reise, das Einkaufen am PoS zu revolutionieren", sagte Mustafa Khanwala, CEO von MishiPay. "Mit dem Launch des ersten europäischen Consumer Electronics Marktes "Saturn Express' geht MediaMarktSaturn mit einem guten Beispiel für weltweit alle Handelsunternehmen voran und stellt dabei konsequent die Kundenerfahrung an die erste Stelle von Innovationen." Saturn Express ist eine von vielen Initiativen, mit denen die österreichische Landesgesellschaft der MediaMarkt-Saturn Retail Group den Digitalisierungs- und Wirtschaftsstandorts Österreich stärken will. Dazu gehören auch Maßnahmen in den Bereichen Ausbildung oder Arbeitsplatz, die Inhalte der Digital Roadmap Austria abbilden.

Der neue Saturn Express befindet sich im Sillpark-Einkaufszentrum im österreichischen Innsbruck und bietet Kunden Technik für den täglichen Bedarf – darunter beliebte Trendartikel wie Kopfhörer, Bluetooth-Lautsprecher sowie umfangreiches Zubehör aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Computer und Haushalt führender Marken.

TechniSat startet TV-Imagekampagne

Um die Bekanntheit der Marke TechniSat als deutscher Hersteller zu steigern, hat das Unternehmen eine TV-Imagekampagne gestartet. Gedreht wurde der Werbespot im TechniSat Werk in Staßfurt.

Der Werbespot wurde im TechniSat Werk in Staßfurt gedreht. Das Werk setzt auf modernste Technologien, um mit einer automatisierten Fertigung den hohen Ansprüchen an Qualität, Zuverlässigkeit, Kompetenz und Service gerecht zu werden. Es dient nicht nur als Produktionsstandort, sondern auch als Servicezentrum. Von hier aus betreuen geschulte Mitarbei-

ter in Service, Reparatur und Support den qualifizierten Fachhandel sowie Endkunden.

Ausgestrahlt wurde der neue TV-Werbespot werktags vom 19. bis 29. März sowie am 03.04. zur besten Sendezeit – direkt vor den heute-Nachrichten auf ZDF. Zudem wird der Spot auf dem Sender RTL2 (HD) sowie an ausgewählten Tagen auf dem Free-TV Sender Sky Sport News HD zu sehen sein.

Flankierend wird der TV-Spot über die TechniSat Webseite und Social Media Kanäle wie Youtube und Facebook verteilt. Darüber hinaus informiert eine spezielle Themenseite über die einzelnen TV-Geräte-Serien und deren Vorteile. Die Themenseite ist unter www.technisat.de/tv abrufbar.



"Unser Fernseh-Segment ist eine wichtige Säule innerhalb unseres breiten Produktportfolios. Wir setzen mit unserem neuen TV-Spot ein starkes Statement für Fernseher Made in Germany. Sie zeichnen sich durch brillante Bild- sowie herausragende Ton-Qualität aus", so Stephanie Schüler, stellv. Leiterin Marketing und Kommunikation TechniSat Digital GmbH. "Mit über 30 Jahren Erfahrung im Empfang von TV-Signalen und beim Bau passender Empfangsgeräte Made in Germany verstehen wir es wie kaum ein anderer, was Fernsehen bedeutet und wie Fernsehen funktioniert. Dieses Know-How stecken unsere Ingenieure und Spezialisten mit immer neuen Innovationen und technischen Finessen in unsere TV-Geräte."

freenet TV: Millionster Kunde ausgezeichnet

In der Unternehmenszentrale des freenet TV-Plattformbetreibers Media Broadcast in Köln wurde der millionste Kunde ausgezeichnet. Beate Hasenzahl, Marketingverantwortliche für freenet TV bei Media Broadcast, überreichte Michael Klahr einen 55 Zoll Fernseher von Samsung.

"Ich bin sehr zufrieden mit freenet TV, das Angebot entspricht genau meinen Bedürfnissen", sagte der Jubiläumskunde. "Und dass ich der millionste Kunde bin, freut mich natürlich sehr. Zuhause werde ich gleich meinen neuen Fernseher für den Empfang von freenet TV fit machen."

Panasonic



HOLLYWOOD ZUHAUSE ERLEBEN



DER OLED TV FZW954 — FERNSEHEN WIE NIE ZUVOR

Der FZW954* definiert Bildqualität neu: Optimiert von Spezialisten aus Hollywood erfüllt er allerhöchste Bildstandards und begeistert mit einem Sound, den Technics Ingenieure getunt haben. Richtig rund wird das High Dynamic Range (HDR)-Erlebnis mit den Ultra HD Blu-ray™ Recordern DMR-UBS90 / C90.

Genießen Sie mit diesem Dreamteam atemberaubende Heimkino-Erlebnisse!

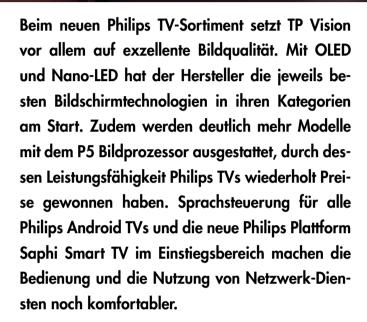
*Energieeffizienzklasse: 65": A; 55": B [Skala A++ bis E].





Philips TV-Sortiment 2018 Top-Qualität in

dien Klassen





Mit mehreren neuen Modellen wächst in diesem Jahr die Bedeutung der OLED-Technologie im Philips TV-Sortiment. Neben dem erstmals auf der IFA 2017 gezeigten OLED 973 ist jetzt auch der neue OLED 873 erhältlich. Durch die Kombination der neuesten OLED-Technologie mit dem P5 Prozessor und dem dreiseitigen Spectra XL Ambilight entsteht ein einzigartiges Fernseherlebnis. Dabei zeichnet sich der OLED 973 auch durch sein 6.1 High End 60 Watt Soundsystem aus. Die Soundbase im Fuß des Fernsehers ist aus Aluminium gefertigt und mit feinstem Lautsprechertuch des dänischen Spezialisten Kvadrat bespannt.

Der neue Philips 65OLED873 ist die größere Version des

Henrik Köhler zu den neuen Philips TVs

"Das macht Spaß"

Die neue Philips TV-Generation wurde den Handelspartnern auf einer Roadshow in acht deutschen Städten präsentiert. PoS-MAIL hat in Köln die Gelegenheit genutzt, mit Henrik Köhler, TP Vision Geschäftsführer DACH, über das Sortiment und seine Erwartungen an das Jahr 2018 zu sprechen.

PoS-MAIL: Herr Köhler, wie kommt Ihr neues Portfolio bei den Handelspartnern an?

Henrik Köhler: Das Feedback auf unserer Roadshow und auch auf den Kooperationsmessen ist bisher ausgezeichnet. Schon allein die Zahl unserer Besucher und vielen Anmeldungen zeigen das Interesse des Fachhandels an Philips TV. Zu Recht, denn unser neues Sortiment ist logisch aufgebaut, spricht alle relevanten Zielruppen an, bietet ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis und zeichnet sich durch interessante Features aus, deren Nutzen man den Kunden gut erklären kann. Das macht Spaß.

PoS-MAIL: Welche Verlaufsargumente am wichtigsten?

Henrik Köhler: Zuerst fällt mir natürlich unser Alleinstellungsmerkmal Ambilight ein, das wir jetzt in allen Modellen, die damit ausgestattet sind, in der dreiseitigen Variante verbauen. Ambilight bietet nach wie vor das emotional umfassendste Fernseh-Erlebnis. Das wird von den Kunden immer wieder bestätigt. Die Retourenguote bei unserer Zufriedenheitsgarantie, bei der die Kunden Philips TVs mit Ambilight 30 Tage ohne Risiko testen können, beläuft sich auf ganze 0,4 Prozent. 81 Prozent der Besitzer von Fernsehern mit Ambilight TVs möchten auf dieses Feature auch bei ihrem nächsten Gerät nicht verzichten. Das kann ich gut verstehen, denn man kann das berühmte Loriot-Zitat gut auf Philips TVs anwenden: "Fernsehen ohne Ambilight ist möglich, aber sinnlos." Das stimmt natürlich nur, wenn auch die Bildqualität hohe Ansprüchen genügt, und da setzt unsere neue TV-Generation wieder einmal Maßstäbe, und zwar praktisch über die ganze Produktpalette hinweg. Ganz besonders trifft das auf unsere neuen OLED-TVs zu.

PoS-MAIL: Nun gibt es bekanntlich nur einen Hersteller von OLED-Displays. Wie viel Philips steckt denn – außer Ambilight – in Ihren Geräten?

Henrik Köhler: In den Philips OLED steckt in der Tat unsere beste Technik, um das Potential der OLED-Displays der neuesten Generation mit Wide Color Gamut wirklich auszunutzen. Am wichtigsten ist natürlich unser Philips P5 Prozessor, der die Rechenleistung von fünf Prozessoren einsetzt, um auch bei den riesigen Datenmengen von Ultra HD in allen für die Bildqualität wichtigen Kategorien – Signalverarbeitung, Schärfe, Farbe, Kontrast und Bewegung – für bestmögliche Ergebnisse sorgt. Dazu gehört die Rauschunterdrückung und Korrektur von Artefakten, die Erhöhung der 8Bit-Videoqualität auf nahezu 14Bit Präzision, um Banding zu eliminieren. Mit Perfect Sharpness Ultra Resolution Upscaling und dem Detail Enhancer werden zudem niedriger aufgelöste Inhalte in scharfe Ultra HD Bilder verwandelt. Das führt zu sichtbar besserer Detailwiedergabe und mehr

Zudem analysiert die P5 Engine mit dem Perfect Contrast System das jeweilige Bild in zahlreichen verschiedenen Zonen, und Philips Micro Dimming Perfect steigert den Kontrastumfang mit noch weißerem Weiß und noch tieferem Schwarz. Mit diesen Technologien realisieren wir eine so herausragende Bildqualität, dass wir uns in diesem Jahr einen Anteil von 20 Prozent in der OLED-Kategorie zutrauen.

PoS-MAIL: Profitieren die LCD-TVs auch von diesen Technologien?

Henrik Köhler: Ja, denn der P5 Prozessor holt auch aus LCD-Panels eine großartige Bildqualität heraus. Besonders beeindruckend sind die Ergebnisse in der neu-



Der 65OLED873 kommt in diesen Tagen auf den Markt und ist 65-Zoll-Version des Erfolgsmodells 55POS9002.

55POS9002, der im vergangenen Jahr zahlreiche Preise gewonnen hat. Wie der 973 erzielt das Gerät durch die Zusammenarbeit des Wide Color Gamut OLED Displays mit der P5 Perfect Picture Engine eine Spitzenhelligkeit von 900 Nits und übertrifft damit die Werte für die UHD Premium Zertifizierung ebenso wie die des Philips-eigenen HDR Perfect Standards – sowohl für HDR10 als auch für HLG Inhalte. Auch beim Klang braucht sich der 873 dank der Philips Triple Ring Technologie und der Unterstützung von DTS HD Premium nicht zu verstecken. Die elegante äußere Gestaltung und hochwertige Materialien weisen das schlanke Gerät mit extra dünnem Rahmen auf den ersten Blick als Premium-Produkt aus.

Ein weiteres wichtiges Thema bei den High-End-TVs ist HDR. Philips TVs werden ab Sommer zusätzlich zu HDR10 und HLG den neuen dynamischen Standard HDR10+ unterstützen. Angekündigt ist das dafür erforderliche Software-Upgrade bisher für die 2018-Serien 8000 und die neuen OLED-TVs.

LCD-TVs noch besser

Durch den Einzug des P5 Bildprozessors in zahlreiche Modelle bis zum mittleren Marktsegment will Philips TV auch in der LCD-Klasse Maßstäbe in Sachen Bildqualität setzen. Das gelingt besonders eindrucksvoll mit den Top-Produkten der neuen Serie 8000, die mit Wide Color Gamut Panels und Nano-LED-Technologie aufwarten und besonders bei großen Blickwinkeln eine noch genauere Farbwiedergabe erzielen. Dafür stehen in der 8503 Serie die Bildschirmgrößen 49, 55 und 65 Zoll zur Verfügung, den Philips 8303 gibt es zudem auch als eindrucksvollen 75 Zoll Giganten.

Android mit Google Assistant

Alle Philips OLED-TVs sowie die LCD-Serien 8000 und 7000 sind mit der Android-TV-Plattform ausgestattet, die in diesem Jahr (ab 2. Quartal) durch den Google Assistant noch komfortabler wird. Denn damit können die Nut-



Im LCD-Segment setzt die Serie 8000, hier das Modell 8303, mit Wide Color Gamut Panel, Nano-LED Technologie und dem P5 Bildprozessor Maßstäbe in Sachen Bildqualität.

zer per Sprachbefehl Musik, Filme, Videos und andere Inhalte bei Anbietern wie YouTube und Netflix suchen und abspielen. Zudem können die aktuelle Wetter- und Verkehrsinformationen abgefragt sowie Termine und Erinnerungen eingetragen werden. Der Google Assistant kann auch zur Steuerung anderer kompatibler Smart Home Geräte wie Philips Hue, Nest Home Automation und zahlreicher netzwerkfähiger Lautsprecher dienen. Die Fernbedienungen der neuen Philips Android-TVs sind mit einem Mikrofon ausgestattet, das nach dem Einschalten als "Ohr" für den Google Assistant dient.



Die Sprachsteuerung mit dem Google Assistant macht die bedienung von Philips Android TVs ab dem 2. Quartal noch komfortabler

Smarter Einstieg

Mit der neuen, von Philips entwickelten Plattform Saphi Smart TV sind auch die Einstiegsmodelle der neuen Philips TV-Generation sehr einfach zu bedienen. Zu ihnen gehören sowohl die Full HD-TVs der 5000er Serie als auch die Serie 6000 mit UHD, HDR und dreiseitigem Ambilight. Saphi bietet den Zugang zu Philips Smart TV Apps und wichtigen Diensten wie YouTube, Netflix oder Amazon Prime Video. Mit MiraCast wird es auch komfortabler, Fotos von einem Smartphone oder Tablet auf dem Fernseher zu betrachten.

en Serie 8000, die mit Wide Color Gamut Panels und Nano-LED-Technologie den neuesten Stand in dieser Kategorie repräsentiert. Dazu kommen die nochmals verbesserten Netzwerkfähigkeiten, die vor allem bei unseren Android-basierten Geräten – ob OLED oder LCD – mit der neuen Sprachsteuerung großen Bedienkomfort bieten.

PoS-MAIL: Warum ist die Sprachsteuerung mit Google Assistant so wichtig? Über die Sicherheit von Sprachassistenten wird ja gerne diskutiert.

Henrik Köhler: Der Google Assistant ist deswegen wichtig, weil Philips TVs damit bestmöglich in Smart Home Umgebungen integriert werden können, um kompatibe externe Geräte zu steuern. Dafür ist Android die am weitesten verbreitete Plattform. Zudem macht der Google Assistent die Bedienung der TV-Funktionen außerordentlich komfortabel; es ist einfach bequem, die gewünschten Inhalte per Sprachfehl abzurufen. Was die Sicherheit angeht: Das in die Fernbedienung eingebaute Mikrofon muss vom Nutzer ausdrücklich gestartet werden. Es besteht also keine Gefahr, dass der Google Assistant heimlich mithört.

Pos-MAIL: Welche Ziele wollen Sie mit Ihrer neuen Produktpalette im Jahr 2018 erreichen?

Henrik Köhler: Wir haben uns tatsächlich einiges vorgenommen und wollen den Schwung des Jahres 2017, das für uns sehr positiv verlaufen ist, nutzen, um gemeinsam mit unseren Handelspartnern noch weiter voranzukommen.

PoS-MAIL: Wie weit sind Sie denn voriges Jahr vorangekommen?

Henrik Köhler: Wir haben unseren Umsatz 2017 um etwa 20 Prozent gesteigert. Dabei kamen uns auch spezielle Effekte wie die Umstellung zu DVB-T2 HD zugute. Sie förderte vor allem den Absatz kleiner Bildschirmgrößen, bei denen wir im Gegensatz zu anderen Marktteilnehmern voll lieferfähig waren. In diesem Jahr erwarten wir dagegen die wichtigsten Impulse in den oberen Marktsegmenten.

PoS-MAIL: Was macht Sie da so optimistisch?

Henrik Köhler: Zum einen unser neues Sortiment, das wir sowohl im OLED- als auch im hochwertigen LCD-Segment deutlich verstärkt haben. Zum anderen wird nicht nur die Fußball-WM dem Gesamtmarkt Impulse geben. 2018 ist auch das Jahr, in dem die Geräte des Boomjahres 2011 zum Austausch fällig sind. Deshalb erwarten wir für dieses Jahr, ebenso wie die Verbände und die Marktforscher, ein spürbares Umsatzwachstum im TV-Segment, denn der Trend zu großformatigen Fernsehern mit hochwertiger Ausstattung setzt sich fort. Gerade hier ist unsere Produktpalette besonders für den Fachhandel prädestiniert.

PoS-MAIL: Was macht das Philips TV-Sortiment für den Fachhandel so attraktiv?

Henrik Köhler: Wir setzen mit OLED und Nano-LED sowie mit Ausstattungen wie Ambilight, dem P5 Prozessor, Android und Sprachsteuerung auf Technologien und Ausstattungen, die man dem Kunden zeigen und erkläTP Vision

Henrik Köhler, Geschäftsführer DACH: "Wir trauen uns in diesem Jahr einen Anteil von 20 Prozent in der OLED-Kategorie zu.

ren muss. Aktive Fachhändler können also ihre wichtigste Stärke, die kompetente Beratung, voll ausspielen und eine Wertschöpfung erzielen, indem sie den Kunden den Nutzen unserer Technologien vermitteln. Das gelingt natürlich am besten, indem dem Kunden die Wirkung von Ambilight und die hohe Bildqualität professionell demonstriert. Deshalb unterstützen wir den Fachhandel bei der Vermarktung unserer Produkte mit attraktiver PoS-Ausstattung, Maßnahmen wie der Zufriedenheitsgarantie und attraktiven Promotion-Aktionen, über die wir Sie noch informieren werden. Und wir vergessen dabei, besonders mit Blick auf die Fußball-WM, auch nicht den Volumenmarkt.

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

Die neuen Samsung QLED-TVs Mit Tarnkappen-Effekt



Im Ambient Mode nimmt das Display den Charakter der Wand auf, um sich in die Einrichtung zu intergrieren. Das One Invisible Cable, das kaum zu erkennen ist, verstärkt diesen

Ende Februar hat Samsung im Rahmen einer Weltpremiere in New York City die neue Generation QLED TVs vorgestellt. Eine wichtige Innovation im neuen Sortiment ist das One Invisible Cable, das die Stromversorgung und alle AV-Signale in einem einzigen, fast unsichtbaren Kabel bündelt. Der ebenfalls neue Ambient Mode soll den Fernseher

so elegant in die Wohnumgebung integrieren, dass er fast nicht mehr auffällt: Wird er mit Hilfe der SmartThings-App vor einer Wand fotografiert, nimmt das Display den Hintergrund auf auf und erzeugt ein harmonisches Bild, das mit persönlichen Inhalten ergänzt werden kann.

Die Bildqualität und die Bedienung hat Samsung bei der neuen QLED-Generation ebenfalls weiter verbessert. Damit die neuen Fernseher hochaufgelöste HDR-Bilder bei jeder Helligkeit eindrucksvoll darstellen können, hat Samsung einen neuen Bildprozessor, die Q Engine, entwickelt. Der Chip berechnet Kontraste, Farben sowie HDR-Metadaten und passt das TV-Bild automatisch an das gemessene Umgebungslicht an. Die Q Engine gehört bei allen QLED Modellen ab Serie Q6 zur Ausstattung.

Auch im Bereich HDR soll die neue TV-Generation, die auch den Standard HDR 10+ mit Echtzeitverarbeitung dynamischer Metadaten unterstützt, Maßstäbe setzen: Q HDR Elite ermöglicht eine noch genauere HDR-Darstellung mit Spitzenhelligkeiten von 1.000 bis 2.000 Nits.

In die Einrichtung integriert

Mit dem One Invisible Cable präsentiert Samsung bei den neuen QLED-TVs eine Weltneuheit. Ein einziges, nahezu



Mit Hilfe der SmartThings App können die neuen QLED-TVs mit anderen Samsung Produkten im Heimnetzwerk kommunizieren.

transparentes Kabel bündelt sämtliche AV-Signale und die Stromversorgung. Das fünf Meter lange Kabel verbindet die One Connect Box mit dem TV. Optional eröffnet ein 15 Meter langes Kabel noch mehr Flexibilität und Gestaltungsmöglichkeiten im Raum

Mit der No Gap Wall-Mount Wandhalterung kann der Fernseher bündig an der Wand befestigt werden. Auch das bereits seit 2017 erhältliche Zubehör wie der Tower Stand oder der Studio Stand kann mit den neuen QLED TV-Modellen verwendet werden. Der neue Ambient Mode lässt den TV fast transparent erscheinen: Wird der QLED TV vor der Wand mit Hilfe der SmartThings-App fotografiert, erzeugt die App daraus ein Muster für den Fernseher. Wie ein Chamäleon scheint der TV dann mit dem Hintergrund zu verschmelzen. Zudem kann der QLED TV im Ambient Modus Informationen wie Uhrzeit, Wetter, Nachrichten oder Grafiken anzeigen.

"Mit der neuen QLED TV-Generation 2018 bieten wir unseren Kunden nicht nur eine abermals verbesserte Bildqualität, sondern noch mehr Möglichkeiten, den Fernseher in den eigenen Lebensraum zu integrieren", kommentierte Mike Henkelmann, Director Marketing AV Samsung Electronics GmbH. "Die wachsenden Kundenwünsche nach dezentem TV-Design beantworten wir mit dem One Invisible Cable, das den Begriff, Kabelsalat' endgültig vergessen macht. Und mit dem neuen Ambient Mode wird der TV auf vielfältige Weise unauffällig ins Wohnkonzept integriert und unterstreicht so den persönlichen Stil des Nutzers."

Einfache Vernetzung

Der Samsung Smart Hub 2018 bietet mehrere neue Funktionen: Mit Auto TV Detection lässt sich der Fernseher in wenigen Schritten einrichten, indem Einstellungen wie beispielsweise das WLAN-Passwort und das verknüpfte Samsung-Konto vom Smartphone übernommen werden. Der Universal Guide verkürzt spürbar den Suchprozess nach Inhalten, denn der Fernseher gibt nun personalisierte Empfehlungen über alle Kanäle, vom normalen Fernsehprogramm bis zu den Angeboten verschiedener Videostreaming-Anbieter.

Die App SmartThings ermöglicht die einfache Vernetzung und Interaktion mit anderen kompatiblen Samsung Produkten im Heimnetzwerk, z. B. dem Kühlschrank oder Smartphone.

Samsung QLED TV-Portfolio 2018 umfasst folgende Modelle:

- Samsung Q8FN in 65 Zoll (UVP: 3.499 Euro) und 55 Zoll (UVP: 2.499 Euro);
- Samsung Q8CN in 65 Zoll (UVP: 3.599 Euro) und 55 Zoll (UVP: 2.599 Euro);
- Samsung Q7FN in 75 Zoll (UVP: 4.799 Euro), 65 Zoll (UVP: 3.299 Euro) und 55 Zoll (UVP: 2.299 Euro);
- Samsung Q6FN in 75 Zoll (UVP 4.399 Euro),
 65 Zoll (UVP: 2.899 Euro), 55 Zoll (UVP: 1.999 Euro) und 49 Zoll (UVP: 1.699 Euro).

Mehr Kontrast durch Direct LED



Mit Direct LED bietet der Samsung Q9FN die besteBildqualität im neuen QLED-Sortiment.

Das Spitzenmodell der neuen Samsung QLED-Familie ist das Modell Q9FN: es wurde mit der neuen Technologie Direct Full Array Elite ausgestatte und ist so ein echtes Direct LED-TV, dessen Leuchtdioden die Hintergrundbeleuchtung des Bildschirms szenenweise dynamisch anpassen. Dadurch verbessern sich nicht nur die Kontrastwerte, sondern es wird auch der sogenannte Blooming-Effekt reduziert. Darüber hinaus erzeugt der Q9FN dank Ultra Black Elite unabhängig vom Betrachtungswinkel ein tiefes Schwarz, indem Reflexionen auf der Bildoberfläche mit direkter Hintergrundbeleuchtung ausgeglichen werden.

Der Samsung Q9FN ist in den Größen 75 Zoll (UVP: 6.399 Euro), 65 Zoll (UVP: 4.399) Euro, und 55 Zoll (UVP: 3.399 Euro) erhältich.

Neymar Jr. wird globaler Markenbotschafter

Superstar für TCL

Der chinesische Technologiekonzern TCL hat den Fußball-Superstar Neymar Jr. als globalen Markenbotschafter verpflichtet. Die Vereinbarung hat eine Laufzeit von zwei Jahren, in denen Neymar in TV-Werbespots und Printanzeigen der wichtigsten Geschäftssparten von TCL, darunter TCL Multimedia (das TV-Geschäft des Konzerns) und die Sparte für Haushaltsgeräte, zu sehen sein wird. Darüber hinaus soll der Sportler auch an globalen Online- und Offline-Marketing-Kampagnen der Marke teilnehmen.

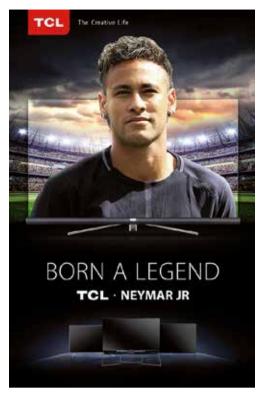
Die Vereinbarung mit dem 26 Jahre alten brasilianischen Fußball-Superstar ist Teil der globalen Markenstrategie von TCL, mit dem das Unternehmen ein großes Publikum junger Sportfans in aller Welt erreichen und die internationale Sichtbarkeit der Marke TCL erhöhen will. Zudem wollen die Partner auch für wohltätige Zwecke zusammenarbeiten.

"Wir freuen uns sehr, diesen bemerkenswerten, talentierten jungen Athleten in der TCL-Familie willkommen zu heißen", sagte Tomson Li, Chairman und CEO der TCL

Corporation. "Neymar Jr. ist eine echte internationale Sport-Ikone und inspiriert seine Fans dazu, nach Exzellenz zu streben – in gleicher Weise hat TCL bei seinen technologischen Standards und Produktinnovationen stets absolute Spitzenleistungen im Blick. Da die Sportbegeisterung in diesem Jahr sicherlich wieder die ganze Welt erfassen wird, ist Neymar Jr. zweifellos der ideale Partner, mit dem wir gemeinsam eine außergewöhnliche Erfahrung für unsere Kunden schaffen können.".

Der brasilianische Supterstar kommentierte: "Die Entscheidung ist mir leicht gefallen. TCL und ich teilen ähnliche Werte – das ständige Streben nach Exzellenz und optimalen Ergebnissen in jeder Situation – und ich freue mich sehr darauf, eng mit TCL zusammenzuarbeiten und die Bemühungen des Unternehmens zu unterstützen, die globale Sport-Community durch den Fußball noch enger zusammenzubringen."

TCL setzt bei der globablen Weiterentwicklung der Marke stark auf Investitionen in in den Bereichen Sport und Unterhaltung. Zu den weiteren internationalen Sport-Partnern des Unternehmens gehören u. a. die NBA-Teams Minnesota Timberwolves und Lynx, das Fußballteam San Jose Earthquakes, der brasilianische Fußballverband (Brasilien), der Fußballclub Rosario Central Football Club (Argentinien), die Basketballliga Philippine Basketball



Der brasilianische Superstar Neymar wechselte 2017 für 222 Millionen Euro vom FC Barcelona zum Paris Saint-Germain. Es war die bisher höchste Transfersumme in der Geschichte des Profifußballs.

Association (Philippinen), der Melbourne Cup und der Fußballclub Melbourne Victory Football Club (Australien). TCL arbeitet außerdem mit Partnern in der Unterhaltungsindustrie zusammen, wie z. B. dem TCL Chinese Theatre in Hollywood, der Talkshow The Ellen Show und dem bekannten Kinofilm Justice League von Warner Bros. Pictures.

Zwei weitere TV-Serien von Sony

Noch mehr HDR

Nach der Einführung von vier 4K-Fernsehern und drei Full HD-Modellen mit HDR in diesem Frühjahr hat Sony zwei weitere TV-Serien mit 4K -Auflösung und HDR angekündigt. Die neuen Fernseher der XF83 Serie sind für besonders realistische Bilder mit dem 4K HDR-Prozessor X1 ausgestattet. Die Geräte der XF70 Serie bieten 4K HDR-Qualität in vielen verschiedenen Bildschirmgrößen.

Bei der XF83 Serie, die ab Juli 2018 erhältich sein soll, setzt Sony ausschließlich auf die großen Bildschirm-diagonalen 70 Zoll (UVP: 2.499 Euro) oder 60 Zoll (UVP: 1.499 Euro). Der X1 Prozessor sorgt mit objektbasiertem HDR-Remastering und Super Bit Mapping 4K HDR für beeindruckende Bildqualität bei Tiefen, Texturen und die Farbtreue. Die Geräte mit Android TV können auch mit Sprachbefehlen gesteuert werden; dafür arbeiten sie mit kompatiblen smarten Lautsprechern wie Google Home und dem neuen LF-S50G von Sony zusammen. Die Geräte bieten schnellen Zugriff auf Filme, TV-Serien von Google Play Movies & TV, Netflix, Amazon Prime

Video etwc. sowie Tausende von Apps; auch für Gaming-Anwendungen sind sie sehr gut geeignet. Optisch machen sie mit einem schmalen Rahmen in Aluminium-Optik und einem funktinalen Standfuß, der alle Kabel schützt und verbirgt, ebenfalls einen guten Eindruck.

Bei der 4K HDR
TV-Serie XF70 haben
die Kunden ab Juni
die Wahl zwischen
vier verschiedenen
Bildschirmdiagonalen:
65 Zoll (UVP 1.799 Euro),
55 Zoll (UVP 1.099 Euro),
49 Zoll (UVP 899 Euro)
und 43 Zoll (UVP:
849 Euro). Die Signale
werden mit dem
4K X-Reality

Die XF83 Serie ist ab Juli 2018 in den Bildschirmdiagonalen 70 und 60 Zoll erhältlich. Pro-Prozessor von Sony verarbeitet. Bei diesen Einsteigermodellen ist Android TV nicht an Bord, der Zugriff auf Streaming- und Video-Angebote erfolgt über den integrierten Internet-Browser; zudem gibt es eine direkte Verbindung mit Netflix und YouTube. Auch für die dynamische, detailreiche Wiedergabe von HDR-Games von der PlayStation 4 und PlayStation 4 Pro sind die Geräte geeignet. Ähnlich wie beim XF83 können auch beim XF70 die Kabel von Set-Top-Boxen oder Blu-ray-Playern im Standfuß diskret verborgen werden.



Zum Start Gewinne in Höhe von 50.000 Euro Die Wertgarantie Akademie

Der Versicherungsspezialist Wertgarantie startet im April eine neue E-Learning-Plattform, um die Fachhandelspartner mit intensiven Schulungen und Trainings zu unterstützen. Zum Start der Wertgarantie Akademie gibt es ein großes Gewinnspiel für motiviertes Lernen: Beim Akademie Memory sind bis zum 11. April attraktive Vorteile und Preise zu gewinnen.

Mit Produktschulungen, Online-Coachings und Abschlusstests zum Wissens-Check soll die neue Akademie dem Fachhandel und seinem Verkaufspersonal die Grundlagen für gelungene Verkaufsgespräche vermitteln. Mit regelmäßigen Folgeschulungen und erweiterten Trainungsmodulen bleiben die Partner dann immer auf dem neuesten Stand.

Die ersten Kurse sind bereits verfügbar: zunächst stehen Schulungen für die wichtigsten Garantieprodukte auf dem Programm. Danach sollen Prozess-Informationen folgen. Dort kann man z. B. lernen, wie genau die Schadensabwicklung funktioniert und was dabei zu beachten ist. Die Teilnahme an der Akademie ist mit jedem stationären oder mobilen Internergerät möglich. Auch eine App ist verfügbar.

Die Schulungen in der Wertgarantie Akademie sollen Verkäuferinnen und Verkäufer bei der täglichen Arbeit unterstützen und durch Erfolg motivieren. "Wissensvermittlung ist wichtig und muss Spaß machen, um auch nachhaltig zu sein", erklärte Wertgarantie-Vertriebsleiter Thilo Dröge. "Entsprechend haben wir unsere Wertgarantie Akademie konzipiert". Alle Teilnehmer können ihre Trainingsfortschritte in der "Hall of Fame" verfolgen und ihr Zertifikat für bereits abgeschlossene Trainingseinheiten einsehen.

Online-Memory

Um am Online-Memory teilzunehmen, müssen die Fachhandelspartner im Aktionszeitraum möglichst viele Verträge abschließen und Spiel-Punkte für aufgedeckte Pärchen sammeln – je nach finaler Punktezahl warten insgesamt 500 Gewinne im Gesamtwert von 50.000 Euro auf die besten Teilnehmer. Alle Gewinne können in einem Gutschein- oder Sachprämienshop eingelöst werden. Die ausführliche Spielanleitung, die Teilnahmebedingungen



Zum Start der Wertgerantie Akademie gibt es beim Online-Memory attraktive Preise zu gewinnen.

und alle weiteren Informationen rund um diese Aktion stehen im Log-In-Bereich des Fachhändlerportals unter htt-ps://partner.wertgarantie.de zur Verfügung.

telering-Mitglieder treffen sich in Berlin

Zukunft mit IQ

Vom 4. bis 6. Mai 2018 treffen sich die Mitglieder der telering-Kooperation zur Jahreshauptveranstaltung, die in diesem Jahr unter dem Motto "Zukunft gestalten mit IQ" im Berliner Estrel Convention Center statffindet. Der Kongress beginnt am

Freitag, den 4. Mai, mittags nach einem besonderen Kick-off mit der offiziellen Gesellschafterversammlung, auf der Franz Schnur über die Geschäftslage der Kooperation informiert, die Geschäftsführung und der Vorstand entlastet werden sowie der Aufsichtsrat neu gewählt wird.

"Dies zeigt uns, dass unsere IQ-Fachhändler nicht irgendwie allein vor sich hinwursteln, sondern dass sie die Zukunft unserer Kooperation aktiv und mit IQ mitgestalten wollen", kommentierte telering-Geschäftsführer Franz



telering-Geschäftsführer Franz Schnur: "Der dreistufige Vertriebsweg von Industrie, Großhandel und Einzelhandel ist nach wie vor lebendig."

Schnur, die große Zahl angemeldeter IQ-Fachhändler. "Und dass alle A-Markenhersteller genauso vor Ort sein werden wie unsere Großhändler, beweist, dass der dreistufige Vertriebsweg von Industrie, Großhandel und Einzelhandel nach wie vor lebendig ist."

Nach der Gesellschafterversammlung steht ein Impulsvortrag der Brüder Norbert und Johann Beck auf dem Programm. Die beiden Marketing-Experten und Erfinder der Service-WM werden den versammelten IQ-Fachhändlern anschaulich darlegen, was erstklassigen Service ausmacht. Der Abend endet mit einem Dinner-Buffet und "Stars in Concert". Dort treten Doppelgänger von Show-Größen wie Elvis, Madonna oder den Blues Brothers auf, die von ihren Vorbildern kaum zu unterscheiden sind.

Am Samstag, den 5. Mai, findet traditionell die große



Waren- und Dienstleisterbörse statt. Hier können die Fachhändler von 9 bis 17 Uhr Neuheiten kennenlernen, sich mit Herstellern auszutauschen und sich über die Angebote der telering-Dienstleister informieren. Natürlich wird es auch wieder attraktive Messe-Angebote geben. Anders als in den Vorjahren werden diese jedoch nicht in einem gedruckten Warenbörsen-Katalog präsentiert, sondern sind auf einem Tablet gespeichert, das jeder Fachhändler anschließend mit nach Hause nehmen kann. Auch vom Jahr der Fußball-WM können die Besucher schon etwas spüren, denn es ist ein echter Weltmeister zu Gast. Auf der Aktionsbühne des telering-Stands können sich die Fachhändler im Torwandschießen mit Ex-Nationalspieler Andreas Brehme, Match-Winner der Fußball-WM 1990, messen.

telering

Die große Abend-Gala mit einem exquisiten Vier-Gänge-Menü und passenden Weinen steht mit Stars wie Urban Luig und Nessie Tausendschön ganz im Zeichen der Comedy. Anschließend sollen Bandleader Joe Whitney & The StreetLIVE Family das Publikum in Bewegung bringen.

Neue Technics Plattenspieler kommen Ende April

Seitdem Panasonic im Jahr 2014 die Rückkehr von Technics ankündigte, schreibt die High-End- Audiomarke eine beeindruckende Erfolgsgeschichte im Fachhandel. Mit der Einführung des direktgetriebenen Plattenspielers SP-10R und des kompletten Plattenspielersystems beginnt Ende April ein neues Kapitel. Dann kommen die lebenden Legenden zu Preisen von 8.999 Euro (SP-10R) und 15.999 Euro (SL-1000R) auf den Markt.

Die Legende lebt



Präzisionstechnik in eleganter Form: Der direktangetriebene Plattenspieler SP-10R von Technics schmeichelt nicht nur den Ohren, sondern auch den Augen.

Die Ankunft des SP-10R ist im Grunde eine Rückkehr: Vor 48 Jahren präsentierte Technics 1970 mit dem SP-10 den weltweit ersten Plattenspieler mit Direktantrieb. Die ausgezeichnete Wiedergabequalität und Zuverlässigkeit machte die SP-10 Serie in Kürze zum Objekt der Begierde für Audiophile in aller Welt und zur ersten Wahl für Rundfunkanstalten. So nutzten die BBC-Studios in London das Gerät zum Abspielen von Vinylplatten und 78rpm-Material. Zudem diente der legendäre Plattenspieler bei dem britischen Sender dazu, Datensätze für Post-Production-Projekte auf Band übertragen. Jetzt bringt Technics dieses prominente Stück Audio-Geschichte mit dem SP-10R ins 21. Jahrhundert.

Dabei kommt feinste Technik zum Zuge: Das Herzstück des SP-10R ist ein Direktantriebsmotor mit eisenkernlosem Doppelspulen-Stator und Zwillingsrotor. Der Motor ist mit jeweils neun Spulen auf jeder Seite des Spulenträgers ausgestattet und wird zwölfpolig angesteuert. Im Plattenteller des SP-10R sorgen Wolfram-Gewichte mit einem besonders hohen spezifischen Gewicht für präzisen Gleichlauf.

Sie sind in den äußeren Rand eines 10mm starken Auflagetellers aus Messing eingebettet, der wiederum mit dem Hauptteller aus Aluminiumdruckguss verbunden ist. Auf dessen Unterseite dämpft eine Schicht aus Kautschuk unerwünschte Schwingungen. Um Rauschen und Vibrationen zu vermeiden, ist die Steuereinheit des SP-10R zudem vom Hauptchassis getrennt. Für die Kommunikation zwischen den beiden Einheit setzt Technics ein besonders rauschresistentes System ein.

Für die Abtastung der Plattenrillen sind die neuen Technics Referenzplattenspieler mit einem kardanisch gelagerten, präzise ausbalancierten S-förmigen Universaltonarm mit einem leichten, aber hoch dämpfenden Armrohr aus Magnesium ausgestattet. Die Tonarmbasis ist fest mit dem Plattenteller-Chassis verbunden. Um das abgetastete Musiksignal naturrein zu übertragen, werden bei der Tonarm-Innenverkabelung Litzendrähte aus sauerstofffreiem Kupfer (OFC) verbaut.

"Wir sind sehr stolz, mit dem neuen SP-10R fast 50 Jahre nach dem legendären Studio-Vorgänger einen ehrwürdigen Nachfolger auf den Markt zu bringen", erklärte Frank Balzuweit, Business Development Manager bei Technics Europa. "Bereits vor der offiziellen Einführung des SP-10R und des SL1000R sind die Erwartungen an die Modelle enorm und die Nachfrage ist entsprechend hoch. Wir sind uns sicher, dass wir die hohen Erwartungen erfüllen werden – das konnten wir letztes Jahr bereits mit der Neuauflage des Klassikers SL-1200 beweisen."

Tatsächlich ist es Technics im Mai 2017 gelungen, mit den neuen Standardmodellen SL-1200GR (silber) und SL-1210GR (schwarz) die Neuauflage der Plattenspieler-Ikone Technics SL-1200 zu modernisieren, die für ihre Klangqualität, Vielseitigkeit und Robustheit weltweit verehrt wird. Die beiden aktuellen Modelle bauen auf dem Klassiker auf und stehen ihren Vorgängern im Funktionsumfang in nichts nach, nutzen aber neue Technologien, um den für Technics typischen kompromisslosen Anspruch an die Klangqualität zu erfüllen.

Erfolgreiche Neuentwicklungen

Nicht nur mit der Revitalisierung von Audio-Ikonen, auch mit neuen Produktkonzepten hat sich die Marke Technics wieder im wahrstenSinne des Wortes in die Herzen von Audio-Fans gespielt. Ein Beispiel dafür ist das Stereo-Kompaktsystem SC-C70, das sich nicht nur bei Nostalgikern einer großen Nachfrage erfreut. Denn es kann Musik in hochaufgelöster Form auf verschiedenen Wegen abspielen, vereint ein exzellentes Technologiekonzept mit stilvollem Design und trifft so den Nerv (und die Ohren) der Zeit. Am 9. März 2018 wurde das SC-C70 in München von der Jury des iF Design Awards in der Kategorie Audio mit dem begehrten Gold Award ausgezeichnet. Die Begründung: "Ein außergewöhnliches Designstück! Die SC-C70 ist klar und übersichtlich gegliedert: ein eleganter Metallwürfel in geradliniger Formsprache mit CD-Cover und drei versenkten Tasten: ein/aus, lauter und leiser. Alle anderen Funktionen wurden auf programmierbare Tasten mit Touchfunktion ausgelagert."

In derselben Kategorie erhielten die Plattenspieler SL-1200GR und SL-1210GR einen weiteren Design Award. "Ob Neuauflage oder Neuentwicklung, wir bei Technics sind sicher, dass wir auch in Zukunft mit Produktqualität im High-End Bereich überzeugen werden," sagte Balzuweit. "Unser Ziel ist es, mit der Audiomarke sowohl unsere langjährigen Anhänger anzusprechen als auch neue Fans zu gewinnen."

Stiftung Warentest rät zu spiegellosen Systemen

Testsieger Lumix G

Bei einem Vergleichstest verschiedener Kamerasysteme mit und ohne Spiegel hat die Lumix G-Serie von Panasonic am besten abgeschnitten. Mit der größten Objektivauswahl und höchsten Flexibilität sicherte sie sich den Testsieg. Zudem erreichte das Flaggschiff-Modell Lumix G9L mit der Note 1,6 das beste Ergebnis aller Kameras im Test, und die Lumix GX800K überzeugte mit der Note 2,2 als "günstigste Gute". Seit 2016 hat die Stiftung Warentest insgesamt mehr als 150 Kameras geprüft. Die Lumix G9L gehört dabei zu den besten Modellen, die jemals getestetet wurden. Die spiegellosen Kameras schnitten in dem Vergleich der Stiftung Warentest, bei dem 14 Kamera-Modelle (keine davon mit Vollformatsensor) mit Set-Objektiven aus sieben Kamera-Systemen getestet wurden, am besten ab. Denn in puncto Bildqualität und Auslösegeschwindigkeit haben

die spiegelosen Kameras seit der Einführung des ersten Modells vor zehn Jahren durch Pansonic so weit aufgeholt, dass sie sich



Die Lumix G9L war mit der Note 1,6 die beste aller Kameras im Test.

TESTSIEGER
Suitung
Whithington
Test

Annuale 84 (print)
Annuale 84 (print)
Annuale 84 (print)
Annuale 84 (print)

problemlos mit vergleichbaren Spiegelreflexkameras messen können. Dazu kommen die speziellen Vorteile des Bauweise ohne Spiegel. So bietet etwa der elektronische Sucher zahlreiche nützliche Funktionen wie Gesichtserkennung, Schärfelupe, Histogramm oder Wasserwaage. Das Fazit der "test"-Redaktion fällt eindeutig aus: "Wir raten zu spiegellosen Modellen".

Euronics Kongress 2018 in Leipzig

Auf Zukunftskurs



Auf dem Euronics Kongress präsentierten auf dem Leipziger Messegelände zahlreiche Lieferanten ihre neuen Produkte und Dienstleistungen.

Auf ihrem jährlichen Kongress in Leipzig gab die Euronics Deutschland eG für 2017 ein Wachstum des Zentralumsatzes um 0,4 Prozent auf 1,47 Milliarden Euro bekannt. Der Außenumsatz legte um drei Prozent auf 3,4 Milliarden Euro zu. Auch das erste Quartal des neuen Geschäftsjahres (Oktober bis Dezember 2017) verlief positiv: Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 4 Prozent. Dabei verzeichnete die Kooperation in der Unterhaltungselektronik einer Steigerung von 2,8 Prozent, das Segment Telekommunikation wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 31,1 Prozent.

Aktuell zählt Euronics in Deutschland 1.361 Mitglieder an 1.498 Standorten. Der Umsatz pro Standort habe sich abermals erhöht, heißt es in einer Pressemitteilung. Das führt die Verbundgruppe u. a. auf die erfolgreiche Implementierung ihres Cross-Channel-Retail-Konzepts (CCR) und die gute Zuführungsquote in die Läden zurück. "Mit der engen Verzahnung von Onlineund stationärem Handel sowie der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer CCR-Strategie haben wir frühzeitig den richtigen Schwerpunkt gesetzt und unsere Verbundgruppe und ihre Mitglieder erfolgreich am Markt positioniert", erklärte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. "Somit konnten wir an allen Touchpoints entlang der Customer Journey punkten." Im vergangenen Jahr habe sich gezeigt, dass auf einen Euro Online-Umsatz zwei Euro Zuführungsumsatz kommen. Inzwischen sind 270 Euronics Standorte mit dem Online-Marktplatz verbunden, was 35 Prozent

mehr als im Vorjahr bedeutet. Dabei erzielen die Mitglieder mit Online-Verkäufen bis zu 20 Prozent vom Gesamtumsatz. So konnte euronics.de ein Plus von 153 Prozent verbuchen.

Wachstum mit Unterhaltungselektronik

Im Bereich Unterhaltungselektronik konnte die CE-Branche einen Aufschwung verzeichnen, der sogar die Prognosen übertraf. Dabei wirkte sich vor allem auf diese Entwicklung die Umstellung von Analog zu Digital und die gleichzeitige Einführung von DVB-T2 positiv aus. Auch Euronics steigerte die TV-Umsätze gegenüber dem Vorjahr deutlich, wobei vermehrt intelligente Smart TVs mit größeren Bilddiagonalen nachgefragt wurden. Auch die Themen UHD und OLED gewannen an Bedeutung. Zusätzliches Wachstum hat Euronics im Bereich Connected Audio erzielt. Hier stiegen die Umsätze – im Gegensatz zum branchenweiten Rückgang von -1,1 Prozent – um 24 Prozent. Auch der Umsatz mit Kopfhörern lag 2017 mit 15,4 Prozent über der Branchenentwicklung (10,2 Prozent), auch bei Docking Speakern schnitt Euronics mit 48 Prozent Wachstum besser ab als der Makrt mit einem Plus von 42,3 Prozent. In der Haustechnik aab es neben einer stabilen Entwicklung bei Großgeräten Steigerungen bei Elektrokleingeräten. Besonders positiv entwickelten sich hier das Segment Bodenpflege (+14,1 Prozent) sowie der Verkauf von Kaffeevollautomaten (+8 Prozent).

Erfolgreiche Kampagne

Einen wichtigen Schritt machte Euronics im abgelaufenen Geschäftsjahr mit dem Start der neuen Kampagne "Für dein bestes Zuhause der Welt". "Mit unserer neuen Markenausrichtung haben wir einen Weg gefunden, uns abseits des Preiskampfes zu bewegen", betonte Kober. "Stattdessen fokussieren wir uns auf beste Beratung und Vor-Ort-Service. So schaffen wir eine klare Abgrenzung

Zwei neue Aufsichtsräte

Auf der Generalversammlung der Euronics Deutschland eG stand am 4. März turnusgemäß die Besetzung von zwei Positionen im Aufsichtsrat auf dem Programm. Mit Torsten Roters, Geschäftsführer von Euronics XXL, Varel, und Martin Zilligers, Geschäftsführer von Euronics Zilligers, Düsseldorf, gehören jetzt zwei neue Mitglieder dem Gremium an.

Für drei Jahre Amtszeit werden die beiden Aufsichtsräte die Entwicklung von Deutschlands größter Verbundgruppe begleiten. Der Vorstand und die Kollegen des Aufsichtsrats dankten den bisherigen Aufsichtsratsmitgliedern Dietrich Denzner und Steffen Drewes für ihre herausragende Arbeit. Beide hatten sich im Laufe ihrer Tätigkeit stark für die Weiterentwicklung von Euronics eingesetzt. Weitere Mitglieder des Aufsichtsrats sind Dirk Wittmer (Vorsitzender), Frank Schipper (stellv. Vorsitzender), Sabine Bauer, Jan Pankrath und Doris Werle.



Der auf zwei Positionen neu besetzte Euronics Aufsichtsrat (v.l): Jan Pankrath, Martin Zilligers, Sabine Bauer, Doris Werle, Frank Schipper und Torsten Roters.



Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG: "Mit unserer neuen Markenausrichtung fokussieren wir uns auf beste Beratung und Vor-Ort-Service."

zu unseren Mitbewerbern und den reinen Pure-Playern. Dabei gilt es, Fachmärkte und Fachgeschäfte über Themenwelten noch stärker in Erlebnisorte zu verwandeln. Nur so können wir den Veränderungen im Konsumentenverhalten durch die Digitalisierung Rechnung tragen und die Marke nachhaltig im Bewusstsein der Kunden verankern."

In diesem Jahr wird die Kampagne weiterentwickelt. So heißt es jetzt in den bereits gestarteten TV-, Online und Funkspots "Für dein bestes Zuhause der Welt geben wir alles". In verschiedenen Motiven wird humorvoll gezeigt, wie weit die Mitarbeiter von Euronics für die beste Beratung ihrer Kunden gehen.

Bereits heute zeigt die Marktforschung einen positiven Trend bei der Wahrnehmung von Euronics: Die Relevanz der Marke ist aus Verbrauchersicht um 10 Prozentpunkte gestiegen. Dazu trugen auch die Verbesserung bestehender Standorte und die Implementierung neuer innovativer Ladenkonzepte bei. So wurde z. B. das Konzept der voll vernetzten MehrWertKüche umgesetzt. 30 Fachmärkte verfügen bereits über eine aktive Showküche. Auch das Euronics Hausgeräte-Konzept wurde aufgefrischt. Der Bereich Comfortainment wurde durch Ausweitung bestehender Partnerschaften und durch neue Kooperationen aufgewertet, und die Premium-Marke media@home fand noch stärkere Verankerung im Kundenbewusstsein.

Positive Prognosen ins Jahr 2018

Nicht nur wegen der anstehenden Fußball-Weltmeisterschaft sieht Euronics das TV-Geschäft auch im Jahr 2018 als einen der wichtigsten Wachstumstreiber. So erwartet die Verbundgruppe eine weiter wachsende Nachfrage nach UHD-TV-Geräten und großen Bildschirmdiagonalen ab 50 Zoll. Auch im Bereich Smart Speaker und Wearables wird eine gute Absatzentwicklung erwartet, nicht zuletzt durch ein wachsendes Produktangebot. Darüber hinaus soll die Abschaltung der analogen Telefonanschlüsse zum Jahresende eine Belebung des Festnetz-Geschäfts mit sich bringen. In der Weißen Ware erwartet Euronics steigende Verkäufe vor allem bei Kleingeräten und vernetzten Großgeräten. "Wir stehen der Zukunft optimistisch gegenüber und haben mit unserer neuen Markenausrichtung und der weiterentwickelten Absatzstrategie die richtigen Weichen gestellt", sagte Kober. "So sind wir für eine smarte und digitale Zukunft gut aufgestellt, können auf alle Erfordernisse optimal reagieren und an den wichtigsten Trends partizipieren."

Neuheiten

Philips: Saubere Luft in den eigenen vier Wänden

Seit März hilft der kompakte Philips Luftreiniger Serie 5000i beim entspannten Durchatmen in den eigenen vier Wänden. Er entfernt laut Hersteller 99,97 Prozent der luftübertragenen Allergene wie Pollen, Hausstaubmilben, Tierhaare sowie Bakterien, Viren und ultrafeine Partikel. Die selbstständige Überwachung und Reinigung der Raumluft wird ergänzt durch eine smarte Bedienung via App.

"Unser leistungsstärkster Luftreiniger ist einfach und komfortabel via App zu bedienen", erklärte André Rahe, Marketing Manager Garment Care & Air DACH bei Philips. "Dank der 'Air Matters' App kann man die Luftqualität in Echtzeit zu Hause von jedem Ort der Welt aus prüfen und verändern. Zusätzlich bietet sie Pollenflugvorhersagen und Informationen zum Allergiemanagement.

Um die komplette Raumluft in einem 25 qm großen Raum zu reinigen, benötigt der Serie 5000i nur gut sieben Minuten. Die "Clean Air Delivery Rate" (CADR), das Maß für die zur Verfügung gestellte saubere Luft, liegt damit also bei 500 m³ pro

Stunde. Problemlos schafft er so bis zu 130 qm. Der zusätzliche Gassensor erkennt eine mögliche Luftbelastung mit gefährlichen Gasen, die durch einen Aktivkohlefilter entfernt werden. Dieser filtert außerdem unangenehme Gerüche. Alle Werte werden numerisch und farblich auf dem Display dargestellt. Der zusätzlich anwählbare Nachtmodus dimmt außerdem die Lichter des Gerätes.



Dank seiner Rollen kann der Luftreiniger flexibel positioniert werden.

Der Philips Luftreiniger Serie 5000i ist ab März zum UVP von 799,99 Euro erhältlich.

Neue Zyklon-Staubsauger von Grundig

Grundig hat drei neue Staubsauger angekündigt: Die Clean-Expert Modelle VCC 9771 A, VCC 6670 A oder VCC 4770 A sind zweckmäßig und funktional ausgestattet und lassen sich leicht unterbringen.

Beim VCC 9771 A gehört die patentierte EasyDrive Kombi-Bürste mit zwei zusätzlich ausfahrbaren Rollen zum Lieferumfang. Angenehm ist der leise Betrieb von nur 69 dB(A). Mit dem TrayClean-Einhand-Reinigungssystem ist das Entleeren des Behälters durch die Soft-Deckelöffnung sehr einfach. Der Staub, der dabei normalerweise aufgewirbelt wird, bleibt durch den antistatischen EasyTray-Staubbehälter sowie den PVD-beschichteten Filter nicht an den Innenseiten haften und kann einfach entsorgt werden.

Die CleanExperts werden mit einer hochwertigen Hartbodenbürste aus Rosshaar und praktischen Aufsätzen wie schmaler Fugendüse, Pinsel für Möbel sowie Polsteraufsatz geliefert. Als Zyklon-Staubsauger kommen sie komplett ohne Beutel aus und und erzielen mit der neuen SmartSense-Technologie auch bei vollem Staubbehälter eine gute Saugleistung, die sich nach Bedarf stufenlos einstellen lässt.

Die neuen Grundig-Staubsauger haben große Aktionsradien:



PoS-Aktuell

beim VCC 9771 A sind es zwölf Meter, Beim VCC 6670 A zehn Meter und beim VCC 4770 A neun Meter. Der VCC 4770 A ist besonders kompakt und deshalb gut für kleinere Wohnungen mit wenig Stauraum geeignet. Mit 800 Watt reciht die Motorleistung auch für stärkere Verschmutzungenaus.

Der Grundig VCC 9771 A ist für 249 Euro (UVP), der VCC 6670 A für 139 Euro (UVP) und der VCC 4770 A für 119 Euro (UVP) erhältlich.

Massagesitz von Medisana

Für komfortables und bequemes Sitzen zu Hause oder im Büro hat Medisana die Premium Shiatsu-Massage Sitzauflage MC 824 und die Komfort Massage-Sitzauflage MC 826 entwickelt. Für eine angenehme Massage entlang der Wirbelsäule mit Wipptechnik bietet die Shiatsu-Massage Sitzauflage MC 824 drei Alternativen für den Rückenbereich: die traditionelle Shiatsu-Massage, die moderne Spot-Massage und eine intensive Roll-Massage.



In drei Massagezonen lässt sich die Shiatsu-Massage mit zuschaltbarer Wärmefunktikon anwenden: im gesamten, im oberen oder unteren Rücken sowie dem Schulterbereich. Shiatsu- und Rollenmassage gibt es zudem in zwei unterschiedlichen Geschwindigkeiten, hinzu kommt eine separate Vibrationsmassage in der Sitzfläche.

Die Medisana Komfort Massage-Sitzauflage MC 826 sorgt dank ihrer High-definition Massage für eine besonders gezielte, intensive Massagewirkung. Die Variation aus verschiedenen Einstellungen ermöglicht eine nachhaltige und individuell abstimmbare Massage für den gesamten Rückenbereich. Die traditionelle Shiatsu- und drei zuschaltbare Klopfmassage-Programme mit drei Geschwindigkeitsstufen massieren verspannte Muskelpartien. Die Komfort Massage-Sitzauflage MC 826 bietet zusätzlich eine Akupressurmassage im Bereich der Taille mit drei wählbaren Intensitätsstufen.

In der Sitzfläche integriert ist zudem eine Vibrationsmassage mit drei Intensitätsstufen. Die separate, höhenverstellbare Nacken- und Schultermassage mit wählbarer Rotationsrichtung sowie die zuschaltbare Rotlicht- und Wärmefunktion runden die umfangreiche Auswahl der Entspannungsprogramme ab. Sämtliche Funktionen lassen sich bequem per Fernbedienung mit integrierter Timer-Funktion steuern.

Die Shiatsu-Massage Sitzauflage MC 824 ist zum Preis von 319,95 Euro (UVP) und die Komfort Massage-Sitzauflage MC 826 zum Preis von 399,95 Euro (UVP) erhältlich.

Faltenfrei mit Philips

Die neue Steam & Go Plus Dampfbürste von Philips ist durch ihren gleichmäßigen Dampfausstoß und schnelles Aufheizen eine gute Ergänzung zum Bügeleisen, wenn es um die



Entfernung leichter Falten zwischendurch oder ein kleines Fresh-up geht.

Die Dampfsohle wird auf die entsprechende Temperatur erhitzt, wodurch alle, auch feine und empfindliche Stoffe, sicher und ohne Gefahr auf Wasserflecken oder Verbrennung behandelt werden können. Nützlich ist der hitzebeständige Handschuh zur bequemen Anwendung beim Abdampfen. Der aufsteckbare Bürstenaufsatz öffnet die Gewebefasern und dringt damit auch durch besonders dicke Stoffe. Der 70 Milliliter große Wasserbehälter ist abnehmbar und lässt sich einfach mit Leitungswasser auffüllen.

Die Steam & Go Plus Dampfbürste ist ab März in verschiedenen Ausführungen zum UVP ab 69,99 Euro erhältlich.

PoS-Aktuell

Nachrichten

Ecovacs investiert in Kundendienst

Ecovacs Robotics, der Spezialist für Haushaltsroboter, reagiert auf die wachsende Nachfrage nach Staubsaugerrobotern mit Investitionen in den Ausbau des europaweiten Kundendienstes. Ab sofort kümmern sich 25 speziell geschulte Call Center Mitarbeiter um die europäischen Service-Hotlines. In Deutschland ist die Service-Hotline, die von dem erfahrenen Dienstleister Sitel betrieben wird, ab sofort unter der Nummer 01806 – 326822 von Montag bis Freitag, 09:00 bis 18:00 Uhr zu erreichen.

Sitel ist in 25 Ländern für namhafte Unternehmen aktiv und verfügt deshalb über gute Kenntnisse der lokalen Märkte. Die Mitarbeiter der Hotline unterstützen die Kunden im Pre-Sales-Bereich, um aus der umfangreichen Produktpalette von Ecovacs das passende Gerät auszuwählen. Im After-Sales-Bereich sind sie erster Ansprechpartner bei Bedienungsfragen, für die Abwicklung von Garantiefällen und Reparatur-Anmeldungen.

expert unter neuer Führung

Mit Wirkung vom 1.4. hat Jochen Ludwig wie geplant den Vorstandsvorsitz der expert SE übernommen. Sein Vorgänger, Volker Müller, ist nach 12 Jahren an der Spitze der Verbundgruppe in den Ruhestand getreten, steht dem Unternehmen jedoch noch bis Ende Mai zur Verfügung. Ludwig gehört den Vorstand der expert SE bereits seit dem 1. September 2017 als stellvertretender Vorsit-



Jochen Ludwig

Ludwig bereits gut bei expert eingelebt: "Neben der positiven Unternehmenskultur hat mir vor allem Volker Müller den Einstieg bei expert sehr erleichtert", erklärte der neue Vorstandsvorsitzende. "Er hat meine Einarbeitung intensiv begleitet und mich unterstützt, so dass es mir gelungen ist, nicht nur bei expert, sondern in der gesamten Branche schnell Fuß zu fassen." Jochen Ludwig ist es ein besonderes Anliegen, die traditionsreiche Fachhandelskooperation weiter voranzubringen und insbesondere die Digitalisierung für eine positive Entwicklung zu nutzen: "expert blickt auf eine über 55-jährige erfolgreiche Unternehmensgeschichte zurück", sagte Ludwig. "Diesen Erfolg möchte ich gemeinsam mit meinen Kollegen aus dem Vorstand, dem Aufsichtsrat und natürlich mit unseren Gesellschaftern und Mitarbeitern der expert-Zentrale weiter ausbauen. Ich kann hier bereits auf einer guten Basis aufbauen, werde aber hart arbeiten, damit expert auch in Zukunft gut aufgestellt ist." Im Rahmen der expert-Frühjahrstagung, die im Februar dieses Jahres stattfand, hatte Ludwig bereits erste Eindrücke und strategische Überlegungen vorgestellt. Als zentrale Herausforderungen für expert nannte er insbesondere die sich aus der Digitalisierung ergebenden Veränderungen für den stationären Fachhandel. "Die allgegenwärtige Vernetzung ist bereits dabei, unsere Handelswelt nachhaltig zu verändern", betonte Ludwig. "Innovationen wie die Sprachsteuerung treiben diese Entwicklung weiter voran. Für uns bei expert bedeutet das: Wir müssen unseren Kunden auf Augenhöhe begegnen – stationär

zender an. In der siebenmonatigen Übergangsphase hat sich

Zwei neue Ansprechpartner im assona Vertrieb

ebenso wie online. Dazu setzen wir auf gut qualifiziertes Per-

sonal und mehr Präsenz in den Onlinekanälen."

Mit Markus Fischer und Davy Goerke hat der Außendienst von Versicherungsvermittler assona im März Unterstützung im Vertrieb seiner Schutzbriefe und Garantien im Elektronikfachhandel bekommen. Als Gebietsverkaufsleiter verantwortet Fischer

Neuer Vertriebsleiter bei Bosch Hausgeräte

Uwe Mrkwitschka, 62, der bisherige Vertriebsleiter für den Elektrofach- und Großhandel bei der Robert Bosch Hausgeräte GmbH, geht im Juli nach 22 Jahren bei dem deutschen Hersteller in den Ruhestand. Sein Nachfolger, Stefan Hanika, 54, übernimmt zum 1. 5.2018 die Verantwortung für diesen Vertriebskanal.

Seit 1996 war Uwe Mrkwitschka im Vertrieb der Bosch Hausgeräte tätig - zunächst im Außendienst, dann als Key Account Manager für die Verbände, später als Verkaufsleiter Großhandel und seit 2014 als Vertriebsleiter. Zu seinen Erfolgen gehört die Zentralisierung des Vertriebs für den Groß- und Elektrofachhandel. Sie ermöglichte eine konsistente Vertriebsstrategie und die einfachere Koordination einzelner Vertriebsaktivitäten.





Stefan Hanika (rechts) löst am 1. Mai Uwe Mrkwitschka als Vertriebsleiter für den Elektrofach- und Großhandel bei der Robert Bosch Hausgeräte GmbH ab.

Sein Nachfolger Stefan Hanika kam nach einigen Stationen in Hightech-Unternehmen wie Sony und Siemens Mobile im Jahr 2007 zur BSH Hausgeräte GmbH, wo er zuletzt als Leiter Internationales Key Account Management Consumer Products erfolgreich den Vertrieb in der Region Westeuropa und Nordamerika verantwortete.

die Region Bayern, Goerke ist in gleicher Position für die Region Deutschland Nord-Ost zuständig.

Die zwei neuen Kollegen im siebenköpfigen Elektro-Team um Verkaufsleiter Guido di Blasi kommen beide ursprünglich aus dem stationären Fachhandel und kennen sich in der Elektronikund Telekommunikationsbranche gut aus. Der gelernte Einzelhandelskaufmann Fischer arbeitete lange Zeit im elterlichen Elektronikfachgeschäft in Erlangen, in dem er 1993 die Geschäftsführung übernahm. Später wechselte er als stellvertretender Abteilungsleiter in einen großen südbayrischen Euronics-Markt. Bis vor kurzem war der technikbegeisterte Hobbyfotograf bei einem Distributor im Bereich der Datenkommunikation im Außendienst tätig.





Markus Fischer (links) und Davy Goerke verstärken als Gebietsverkaufsleiter den Vertrieb des Versicherungsdienstleisters assona.

Davy Goerke kommt ursprünglich aus Baden-Württemberg und wohnt seit langem in Berlin. Dort war der 27-Jährige unter anderem als Verkäufer im Elektro-Einzelhandel und als Shop-Leiter bei einem Telekommunikationsmarkt tätig. Zuletzt arbeitete er bei einem TK-Fachhändler als Junior Verkäufer.

Sofortbonus-Aktion für Philips OLED-TVs

Weniger als 10 Wochen vor Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland gibt es ab sofort für die besten Philips OLED-TVs bis zum 28. April einen Sofortbonus von bis zu 500 Euro, der direkt an der Kasse vom Kaufpreis abgezogen wird. Die Aktion findet in Deutschland und Österreich statt. Damit hat der Fachhandel ein weiteres Argument, um den Kunden die Fernseher von Philips zu empfehlen, dieals einzige die OLED-Technologie mit Ambilight kombinieren.

Das Sofortbonus-Angebot gilt bei teilnehmenden Händlern für die Modelle sind 65OLED973 (500 Euro), 65OLED873 (300 Euro), 55POS9002 und 55POS901F (je 200 Euro).

Neuer Präsident bei Canon EMEA

Die Canon Europe Ltd., London, hat einen neuen Präsidenten: Yuichi Ishizuka, bisher President & COO von Canon USA, folgt als President & CEO für Canon Europe, Middle East and Africa (EMEA) auf Rokus van Iperen, in den Ruhestand tritt. In seiner neuen Position ist Ishizuka für eine Organisation verantwortlich, die in 120 Ländern tätig ist, rund 18.000 Mitarbeiter beschäftigt und jährlich rund ein Viertel des weltweiten Umsatzes von Canon erwirtschaftet.

Ishizuka, der neben seiner Führungsrolle für Europa auch Managing Executive Officer der Canon Inc., Tokio, ist, will die bestehende Kerngeschäfte stärken und gleichzeitig die Imaging-Kompetenz der Marke in neuen Bereichen wie Network Visual Solutions (NVS), internationale Erfahrung aus anderen Regionen mit, die er in leitenden Positionen in Canon Unternehmen in Nord-, Mittel- und Südamerika sowie in Japan gesammelt hat. Der bisherige Canon Europa-Chef und Senior Managing Executive Officer der Canon Inc., Rokus van Iperen, wurde nach einer Karriere bei Océ NV 2012 zum President & CEO von Canon Europe ernannt. Nach der reibungslosen Integration von Océ in das Canon Geschäft leitete er erfolgreich mehrere weitere bedeutende Akquisitionen, um die Digitalisierungsstrategie des Unternehmens zu ermöglichen. Er ist auch für den Aufbau eines lösungsorientierten Portfolios und die Gründung neuer Unternehmen in wachstumsstarken Bereichen wie Network Visual Solutions (NVS) verantwortlich.

"Canon Europe blickt auf 60 erfolgreiche Jahre in EMEA zurück und ist mit Millionen von Kunden in der Region ein klarer Marktführer im Bereich Consumer- und Business Imaging", erklärte Yuichi Ishizuka zu seiner neuen Rolle. "Ich fühle mich geehrt, dieses Team in einer für das Unternehmen sehr spannenden und dynamischen Zeit durch die nächste Phase der Innovation und des Wachstums zu führen."





Yuichi Ishizuka (links) folgt als Präsident der Canon Europe Ltd. auf Rokus van Iperen, der in den Ruhestand tritt.

Australische Premium-Marke Sage jetzt im deutschen Handel

Start mit Kaffee

Die Premium-Marke Sage vertreibt ihre Produktpalette ab sofort über den deutschen Einzelhandel. Der Hersteller von Siebträgermaschinen und Küchengeräten gehört zur australischen Breville Group, die 1932 gegründet wurde und in den siebziger Jahren ihren Durchbruch mit der Erfindung des Sandwich-Makers feierte. Als Vollsortimenter bietet Sage ein großes Portfolio von Küchengeräten an, darunter Toaster, Standmixer, Entsafter, Waffeleisen, Grillgeräte, Öfen, Dampfgarer und Küchenmaschinen.

Zum Start steht allerdings das Thema Kaffee im Mittelpunkt. Dabei setzt der Hersteller auf Premium-Qualität: Sechs Siebträger-Modelle sollen Enthusiasten auch zu Hause Kaffee-Erlebnisse ermöglichen, die mit dem Ergebnis professioneller Barrista-Kreationen im Café vergleichbar sind.

An der Spitze des Sortiments steht die Oracle Touch. Die vollautomatische Siebträgermaschine automatisiert den gesamten Espresso-Brühvorgang: Nach einem Klick wird zunächst der Kaffee frisch gemahlen und dosiert. Preinfusion (Vorbrühen) unter geringem Druck ergibt dann ein Getränk von erstklassiger Qualität mit ausgewogenem Geschmack. Der Edelstahl-Dualboiler ermöglicht das zeitgleiche Aufschäumen von Milch sowie das Extrahieren eines Espresso-Shots, während auf intuitiv zu bedienenden LCD-Oberfläche den Mahlgrad sowie die Milchtemperatur und -konsistenz angezeigt wird. Das Sage Topmodell kostet 2.499 Euro (UVP).

Auch die Barista Touch mahlt und dosiert Kaffee und setzt dabei automatisch die richtige Menge Kaffeebohnen ein. Das innovative Heizsystem ThermoJet erreicht die Extraktionstemperatur in nur drei Sekunden. Das Gerät ist für 1.199 Euro (UVP) erhältlich.

Einen preisgünstigen Einstieg in die Kaffee-Welt von Sage ermöglicht die Barista Express. Auch bei diesem Modell machen die einfache Dosierung der Kaffeebohnen und das automatische Mahlen die Zubereitung von Kaffee-Spezialitäten einfach.

Die deutsche Niederlassung von Sage befindet sich in Düsseldorf. Der Aufbau der Geschäfte liegt in den Händen von Gerd Holl,

der in der Branche durch seine früheren Tätigkeiten bei Toshiba und Electrolux gut bekannt ist.



Das Spitzenmodell, die Sage Oracle Touch, automatisiert den gesamten

Die Candy Group auf der Eurocucina Drei Marken in Mailand

Die Candy Group wird auf der Eurocucina 2018, die vom 17. bis zum 22. April 2018 zeitgleich mit dem Salone del Mobile in Mailand stattfindet, die Produktpalette ihrer drei Marken Candy, Hoover und Rosières präsentieren. Der mehr als 1.200 qm große Stand wird im exklusiven Pavillon FTK - Technology for the Kitchen, der Sonderausstellung für Einbaugeräte und deren Weiterentwicklung, zu finden sein.

Ziel der Candy Group sei die Marktführerschaft in der Küchenwelt, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung. Die Auswahl der auf der Eurocucina gezeigten Produkte soll deshalb die Entschlossenheit des Konzerns widerspiegeln, seine Marken durch die Überlappung ihrer jeweiligen Eigenständigkeitsmerkmale zu fördern. Bei Hoover sind dies nach Unternehmensangaben das anspruchsvolle Design und die Auslotung technischer Grenzen, bei Candy Intelligenz und Konnektivität sowie bei Rosières die Aufwertung der französischen Haute

Die Inhalte dieser Marken werden mit drei wichtigen Neuheiten untermauert:

Das Hoover-Warmkonservierungssystem soll es möglich machen, zu jeder Tageszeit ein fertiges Gericht auf den Tisch zu bringen. Zudem soll das netzwerkfähige Produkt mit einer innovativen Langsamkochfunktion auch neue Wege für das Zubereiten von warmen Gerichten eröffnen.

Unter der Marke Candy wird in Mailand die nach Untnehmensangaben weltweit erste Baureihe vollständig vernetzter Herde zu sehen sein, die vom Einstiegsbis zum Premiumprodukt mit WLAN ausgestattet sind. Besonders wichtig ist hier ist der Watch&Touch-Backofen, in dessen Tür ein Display eingebaut ist, auf dem man jeden Schritt der Zubereitung durch einfaches Berühren vorgeben kann. Dazu gibt es eine Reihe interaktiver Möglichkeiten und Funktionen.

Rosières, die Premiummarke mit über 150-jähriger Tradition, wird die exklusiven Sous Vide-Säule vorstellen, die sozusagen drei Geräte in einem enthält und zum Kochen, Aufbereiten und Warmhalten dienen kann. Auch diese Neuheit ist, der Unternehmensphilosopie der Candy Group folgend, netzwerkfähig.



PoS-Aktuell

Neuheiten

Vielseitig, fettarm und gesund genießen mit Tefal

Mit der neuen ActiFry Genius von Tefal können dank neun verschiedener Menü-Einstellungen unerschiedliche Rezepte zubereitet werden. Für alle Zubereitungen lässt sich die Temperatur genau einstellen. Die innovative Dual Motion Technology sorgt durch den integrierten Rührarm dafür, dass alle Zutaten gleichmäßig gegart werden.

Mit einem einfachen Knopfdruck lassen sich klassische Pommes frites, knusprig panierte oder frittierte Snacks, Hähnchen, leckere Frühlingsrollen, Frikadellen – vegetarisch oder mit Fleisch und Fisch – oder köstliche Desserts zubereiten.



Durch die patentierte ActiFry-Heißluft-Technologie muss für die meisten Speisen nur maximal ein Esslöffel Öl zugegeben werden. So lassen sich z. B. knusprige Pommes frites mit nur drei Prozent Fett zubereiten. Wer es noch unkomplizierter möchte, für den gibt es bei der neuen ActiFry Genius erstmals die Kategorie "One Pot" mit den Menü-Einstellungen "Wok" und "Internationale Gerichte". Blitzschnell ist ein komplettes Gericht fertig – ohne unnötigen Arbeitsaufwand. Für noch mehr Vielfalt gibt es 150 zusätzliche Rezepte in der ActiFry-App, die exklusiv für die Acti Fry Genius entwickelt wurden.

Die ActiFry Genius gibt es in zwei Größen: mit einer Füllmenge von 1,2 Kilogramm und 1,7 Kilogramm in der XL-Version. Die Temperaturstufen sind für jede Zubereitungsart regelbar und mit einer Maximaltemperatur von 220 Grad ist sogar besonders krosses Frittieren ohne Probleme möglich. Über die Startzeit-Vorwahl lassen sich Rezepte vorbereiten und sind dann zum geplanten Zeitpunkt fertig.

Die ActiFry Genius ist ab sofort erhältlich; der UVP für die ActiFry Genius FZ7600 beträgt 289,99 Euro und für die ActiFry Genius XL AH9600 339,99 Euro.

Philips bringt neue Kaffevollautomaten

Die Kaffeevollautomaten der neuen Philips 5000er Serie bereiten Kaffeespezialitäten aus frischen Bohnen zu, sind leicht zu bedienen und einfach zu pflegen.

Neben Espresso, Café Crème, Cappuccino und Latte Macchiato kommen nun auch Americano-Liebhaber auf ihre Kosten. Stärke, Füllmenge und Temperatur lassen sich für jedes Getränk individuell einstellen und speichern. Das Scheibenmahlwerk aus 100 Prozent Keramik schützt die Bohnen vor Überhitzung,

sichert eine gleichbleibend hohe Kaffeequalität und leisen Betrieb. einen Außerdem sorgt Aromaschutz für eine längere Frische der Kaffeebohnen. Mit der Schnellreinigungsfunktion ist das Milchsystem mit nur einem Tastendruck sauber. Die Wartung und Reinigung der Maschine ist mit dem patentierten AquaClean



Filter ebenfalls einfach. Außerdem kann die Brühgruppe komplett herausgenommen und unter fließendem Wasser gereinigt werden.

Ebenfalls erhältlich ist ein Pflegeset für alle Philips und Saeco Vollautomaten. Es besteht aus zwei AquaClean Filtern, Schmierfett für die Brühgruppe, sechs Milchreinigern und sechs Fettlöse-Tabletten. Der UVP beträgt 49,99 Euro.

Die 5000er Serie von Philips ist ab sofort für 769,99 Euro (UVP) in rostfreiem Edelstahl erhältlich. Die Variante in Klavierlack-Schwarz kostet 699,99 Euro (UVP).

Lattissima Touch von De'Longhi

Die neue Nespresso Lattissima Touch von De'Longhi bietet auf dem intuitiven Bedienfeld sechs Direktwahltasten: Espresso, Lungo, Cappuccino, Latte Macchiato, heiße Milch und Creamy Latte. Der Letztgenannte besteht aus 40 ml aromatischem Espresso mit 180 ml leicht aufgeschäumter Milch und von einer dünnen Milchschaumschicht. Drei elegante Trendfarben – White Beige, Silver White und Black Grey – machen die Lattissima Touch zum Blickfang in jeder Küche.

Das patentierte Aufschäumsystem verwandelt Milch in einen gleichmäßigen, dichten Schaum. Die Lattissima Touch verfügt über einen Milchbehälter, einen 0,9-Liter-Wassertank und einen Sammelbehälter für bis zu 10 Kapseln. Milchbehälter, Abtropfschale und Kapselbehälter sind für die einfache Reinigung mit warmem Wasser abnehmbar. Die automatische Abschaltung hilft beim Energiesparen und schaltet das Gerät wahlweise nach neun bzw. 30 Minuten oder auch acht Stunden nach dem letzten Finsatz

Die neue Lattissima Touch von De'Longhi ist ab März 2018 in den Farben White Beige, Silver White und Black Grey für je 279,00 Euro (UVP) erhältlich.

Neuer Dörrautomat von Graef

Mit dem Dörrautomat DA 506 von Graef lassen sich Früchte, Gemüse, Fleisch, Fisch, Nüsse und viele andere Lebensmittel in nahezu jeder gewünschten Menge dörren. Auch zur Herstellung von Yoghurt kann das Gerät genutzt werden.

Er lässt sich für jedes Dörrgut auf die optimale Temperatur zwischen 30° und 70° C Grad einstellen, etwa auf 57° für Obst, auf 52° für Gemüse, Kräuter und Fleisch oder auf 46° bis 52° für Nüsse und Kerne. Die Positionierung des DA Ventilators an der Rückseite garantiert eine gleichmäßige Verteilung der Wärme.

Zum DA 506 gehören sechs BPA freie Kunststofftabletts, die es ermöglichen, unterschiedliche Lebensmittel gleichzeitig, aber getrennt voneinander zu dörren. Über eine mitgesendete Gutscheinkarte können drei Aufbewahrungsgläser, eine Silikonmappe als Tablettauflage und das "Graef Dörrautomat Rezeptbuch" kostenlos bestellt werden. Zudem sind sie neben einem Set aus drei Edelstahltabletts auch als zusätzliches Zubehör erhältlich.

Die Dry Balance Technologie lässt die Temperatur im Inneren des Automaten stets um +/- 5° C schwanken. So wird allen Lebensmitteln gleichmäßig und schonend Wasser entzogen. Denn die Temperatur bleibt stets hoch genug, um sie schnell zu trocknen und tief genug, um Enzyme, Vitamine und andere wertvolle Nährstoffe zu erhalten.

Auch die Zubereitung fermentierter Lebensmittel, etwa eines gesunden Frühstücksjoghurts mit selbstgemachtem Müsli und Obstchips als Topping, ist möglich. Pürierte Früchte verwandelt er in leckeres Fruchtleder und weich gewordene Cracker macht er wieder knusprig. Fleisch, das vorher am besten gesalzen oder mariniert wird, lässt sich ebenso wie Fisch in weniger als sechs Stunden dörren und zu würzigen Jerkys verarbeiten. Auch Leckerlis für die Vierbeiner im Haushalt gibt das Gerät her. Und wer im eigenen Garten Obst, Gemüse oder Kräuter erntet,



kann mit dem Gerät alles, was er nicht frisch verzehrt, problemlos haltbar machen.

Der DA 506 ist ab April zum Preis von 189,99 Euro (UVP) erhältlich.

Dyson Cyclone V10 ohne Kabel

Der neue kabellose Dyson Cyclone V 10 Staubsauger bietet laut Hersteller eine Laufzeit von bis zu 60 Minuten mit konstant hoher Saugkraft. Herzstück des Gerätes ist der Dyson Digital Motor V 10, mit dem der Cyclone V 10 nach Herstellerangaben die höchste Saugkraft unter allen aktuellen kabellosen Staubsaugern erreicht. Der Motor ist nur halb so schwer wie sein Vorgänger, der Dyson Digital Motor V8, hat jedoch 20 Prozent mehr Saugkraft und ist damit der schnellste und leistungsstärkste digitale Staubsaugermotor im Dyson Sortiment.

"Das Wichtigste bei einem leistungsstarken Staubsauger ist ein effizienter Motor", kommentierte Unternehmensgründer James Dyson. Der Dyson Digital Motor V10 ist unser fortschrittlichster Motor. Dadurch konnten wir das Staubsaugerformat vollständig verändern und so die beste Saugleistung erzeugen, die ein kabelloser Dyson Staubsaugers jemals erreicht hat".

Mit bis zu 60 Minuten Laufzeit könne der Dyson Cyclone V10 eine große Wohnung ohne lästiges Kabel reinigen und somit einen herkömmlichen Bodenstaubsauger ersetzen, betonte Dyson.



Der Dyson Digital Motor V10 passt sich kontinuierlich an, um die maximale Leistung aufrechtzuerhalten: Er kann feststellen, in welcher Höhe er sich befindet und wie hoch Luftdruck und Temperatur sind. Dank eingebauter Sensoren wird sogar Höhenunterschied zwischen dem Tisch und dem Boden festgestellt. Diese Informationen werden genutzt, um kleine Anpassungen vorzunehmen, um bei unterschiedlich hohem Luftdruck konstante Leistung zu liefern. Die 14 Zyklone des Dyson Cyclone V10 sind präzise um die Mittelachse des Geräts angeordnet, so dass der Luftstrom in jedem Zyklon mit bis zu 120 Meilen pro Stunde bewegt werden kann, wodurch über 79.000 G erzeugt und sogar mikroskopisch kleine Staubpartikel effizient aus der Luft abgeschieden werden.

Um zu gewährleisten, dass der schnell drehende Dyson Digital Motor V 10 über einen längeren Zeitraum genügend Leistung liefert, hat Dyson einen energieeffizienteren, aber leichteren Akkupack entwickelt. Dies und ein verbessertes Management des Elektronik- und Batteriesystems ermöglichen dem neuen kabellosen Dyson Cyclone V 10 Staubsauger eine Akkulaufzeit von bis zu 60 Minuten. Und weil der Staubsauger erst in dem Moment, in dem der Einschaltknopf betätigt wird, zu arbeiten beginnt startet der Motor auch erst dann und beschleunigt in Sekundenbruchteilen auf seine Betriebsgeschwindigkeit

Der Dyson Cyclone V10 Staubsauger ist ab sofort ab 569 Euro (UVP) erhältlich.

BSH 2017 wieder mit Rekordumsatz Mehr als Hardware

Die BSH Hausgeräte GmbH hat für 2017 zum achten Mal in Folge einen Rekordumsatz gemeldet. Das Multi-Markenunternehmen steigerte seinen globalen Umsatz auf 13,8 Mrd. Euro und wuchs damit deutlich schneller als der Markt. Denn während der weltweite Verkauf von Hausgeräten im vergangenen Jahr im Durchschnitt um zwei Prozent zulegte, legte der BSH -Umsatz um 5,8 Prozent zu und wuchs damit noch schneller als im Vorjahr (plus 3,5 Prozent). Damit konnte der Konzern seine Position als Europas Nummer Eins ausbauen. Mit gestiegenen Ausgaben für Investitionen sowie für Forschung und Entwicklung wurden zudem die Weichen für nachhaltiges Wachstum gestellt.

"Wir sind voll auf Kurs, um unsere langfristigen Wachstumsziele zu erreichen und gleichzeitig die kulturelle und digitale Transformation der BSH voranzutreiben", sagte Dr. Karsten Ottenberg, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung. Bis zum Jahr 2025 soll das Unternehmen den Gruppenumsatz auf 20 Milliarden Euro steigern. Das BSH-Markenportfolio umfasst weltweit Hausgeräte unter 14 verschiedenen Marken, darunter Bosch, Siemens, Gaggenau und Neff. Die digitalen Dienste, die im Bereich vernetzter Hausgeräte eine immer wichtigere Rolle spielen, werden unter Home Connect vertrieben. Sie sollen den Konsumenten einen persönlichen Mehrwert bieten und der BSH zusätzliche Erlösquellen durch neue, digitale Geschäftsmodelle eröffnen.

Wandel zum Hardware+ Konzern

"Die Art, wie Menschen leben, kochen und ihre Hausarbeit erledigen, verändert sich", betonte Ottenberg. "Weil wir auch in Zukunft auf der ganzen Welt die erste Wahl für Konsumenten sein wollen, möchten wir ihnen neue und spannende Angebote bieten. Aus diesem Grund treibt die BSH den Wandel zu einem Hardware+ Unternehmen voran, das neben exzellenten Hausgeräten zunehmend digitale und individuelle Services anbietet. Deswegen haben wir zum Beispiel im vergangenen Jahr 65 Prozent der Anteile am Berliner Start-up Kitchen Stories erworben. Mit der globalen Food-Plattform, deren Rezepte wir nach und nach in unser digitales Ökosystem Home Connect einbinden, ermöglichen wir unseren Konsumenten neue Erlebnisse rund um das Kochen in der zunehmend



zufrieden mit dem Ergebnis: (v.l.) Dr. Michael Schöllhorn (COO), Dr. Karsten Ottenberg (CEO), Iohannes Närger (CFO) und Matthias Ginthum (CMO).

vernetzten Küchenwelt." Die Angebote von Kitchen Stories werden schon heute von Menschen in 150 Ländern genutzt.

Wachstum in allen Regionen

Die BSH konnte im Jahr 2017 in allen Regionen den Umsatz steigern. Selbst in den gesättigten Märkten Europa und Nordamerika erzielte der Hausgerätehersteller leichte Zuwächse (Europa: + 2,1 Prozent; Nordamerika: + 0,1 Prozent). In Europa steigerte die BSH damit den Marktanteil und festigte ihre Position als größter Hausgerätehersteller. In den drei weiteren BSH-Regionen wurden zweistellige Wachstumsraten erreicht: In Asien-Pazifik legte der Umsatz um 14,6 Prozent zu, in der Region Greater China (China, Hongkong, Taiwan) um 14,1 Prozent und in der Türkei, dem Nahen Osten, Afrika und den GUS-Staaten um 14 Prozent. Auf Basis lokaler Währungen verzeichnete die letztgenannte BSH-Region sogar ein Wachstum von 25,1 Prozent. Dazu trug vor allem die starke Umsatzentwicklung in der Türkei bei (+ 31 Prozent auf Basis lokaler Währung). Bereinigt um Wechselkurseffekte konnten auch alle BSH-Marken ihren Umsatz steigern, und zwar über alle Gerätekategorien und Services hinweg.

Der Wachstumskurs brachte auch die Zahl der Mitarbeiter auf ein neues Rekordniveau: Zum Geschäftsjahresende beschäftige die BSH mit weltweit 61 .856 Mitarbeitern rund 3.500 Menschen mehr als im Vorjahr. Dabei wurden in allen Regionen neue Stellen geschaffen; in Europa kamen 1.825 Jobs dazu, davon rund 400 in Deutschland.

Investitionen auf Rekordniveau

Wie in den Vorjahren hat die BSH auch im Geschäftsjahr 2017 kräftig in die Zukunft investiert: Sowohl die Investitionen (637 Millionen Euro bzw. 4,6 Prozent des Umsatzes), als auch der Aufwand für Forschung und Entwicklung 1622 Millionen Euro bzw. 4,5 Prozent des Umsatzes) erreichten Rekordwerte. Im vergangenen Jahr wurden drei neue Fabriken eröffnet – zwei in Polen und eine China. Im baden- württembergischen Giengen, der im globalen BSH-Verbund als Taktgeber für Industrie 4.0 Exzellenz fungiert, nahm der Konzern eine der weltweit modernsten, voll vernetzten Produktionsanlagen für den Hausgerätemarkt in Betrieb.

Außerdem investierte die BSH im Jahr 2017 verstärkt in Maßnahmen, um den Konsumenten online und offline ein nahtloses Marken- und Serviceerlebnis. So wurden zahlreiche Brandstores und Showrooms sowohl in Metropolen wie Wien, Shanghai und Chicago als auch in Wachstumsmärkten eröffnet, speziell in boomenden Städten wie Kapstadt, Marrakesch und Mumbai. Außerdem testet die BSH gegenwärtig in stark genutzten sozialen Netzwerken wie z. B. dem chinesischen WeChat neue Dienste, die es den Konsumenten erlauben, ihre Hausgeräte individuell online zu konfigurieren.

"Wir wollen schneller werden im Bereich der vernetzten Küche", betonte Ottenberg. "Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir nicht nur unsere Innovationsfähigkeit und Investitionen weiter steigern, sondern schlichtweg anders arbeiten. In diesem Zusammenhang setzen wir vermehrt auf mobile Arbeitswelten, die ein agiles Arbeiten ermöglichen. Darüber hinaus konzentrieren wir uns in drei neu geschaffenen Organisationseinheiten noch gezielter auf folgende drei Themen: unsere Digitalisierungsstrategie, strategische Investitionen und unsere Entwicklung zum Hardware+ Unternehmen. Dieser Entwicklung liegt unsere Überzeugung zugrunde, dass alles, was wir tun, die Lebensqualität unserer Konsumenten weltweit verbessern soll. Dazu gehört auch der Eintritt in neue Märkte. So wollen wir mit gänzlich anderen, maßgeschneiderten Produkten unter anderem die Menschen in Schwellenländern erreichen."

Fabrik-Grundstück in Rumänien

Die BSH will in den kommenden Jahren einen dreistelligen Millionenbetrag in einen neuen Standort in Rumänien investieren. Dafür hat die rumänische BSH-Tochtergesellschaft in Simeria ein rund 40 Hektar großes Grundstück zum Bau einer Waschmaschinenfabrik erworben. Bereits in diesem Jahr soll der Bau von Verwaltungsgebäuden, einer Fertigungshalle und eines Logistikzentrums beginnen. Die Produktion der ersten Waschmaschinen ist für 2020 geplant.

Nach dem Aufbau weiterer Produktionsanlagen soll die Fabrik ab 2022 über eine jährliche Produktionskapazität von über einer Million Waschmaschinen für den europäischen Markt verfügen. Dafür werden im neuen rumänischen Werk in den kommenden Jahren rund 700 Arbeitsplätze geschaffen.

Der neue Standort ist künftig neben Deutschland, Spanien und Polen der vierte für die Produktion von Waschmaschinen in Europa. Weltweit betreibt die BSH dann insgesamt neun Waschmaschinenfabriken.

Argumente für die Heißluftfritteuse Philips Airfryer XXL

Die Philips Airfryer Heißluftfritteusen befreien Pommes & Co. vom Makel der fetthaltigen Kalorienbombe. Denn die einzigartige Heißlufttechnologie von Philips sorgt auch mit wenig oder sogar ganz ohne Öl für knusprige und schmackhafte Resultate. Mit dem auf der IFA 2017 vorgestellten Airfryer XXL bleibt das nicht nur auf Pommes, Gemüse oder Snacks beschränkt: Der vergrößerte Korb bietet mit einer Kapazität von 1,4 Kilogramm auch Platz für ein ganzes Hähnchen.

Knusprig und gesund

Als leistungsstärkste Heißluftfritteuse von Philips arbeitet der Airfryer XXL mit der neuen Twin TurboStar-Heißluft-Technologie, die im Inneren einen "Heißlufttornado" erzeugt. Dabei wirbelt ein Ventilator oberhalb des Heizelements die heiße Luft mit hoher Geschwindigkeit durch den Garraum nach unten; von dort wird sie über den Boden mit seinem patentierten und einzigartigen Design wieder reflektiert und kommt somit im gesamten Garraum zum Zirkulieren. So erfolgt – anders als im Backofen - eine rundherum gleichmäßige Zubereitung, und ein Vorheizen entfällt sogar komplett. Der Airfryer ist dadurch auch schneller als jeder Backofen.

Einfache Bedienung

Mit dem praktischen QuickControl Drehrad können die

die Gartemperatur (von 40° bis 200° C) schnell ausgewählt werden. Fünf Voreinstellungen für die Zubereitung von Pommes Frites, Fleisch, Fisch, Hähnchenkeulen oder ein ganzes Hähnchen machen die Bedienung noch komfortabler – eigene Einstellungen können im Favoritenspeicher abgelegt werden. Dann sind Temperatur und Garzeit per Knopfdruck abrufbar. Eine Warmhaltefunktion stellt sicher, dass die Speisen heiß auf den Tisch kommen. Durch die weiterentwickelte Technologie entfernt der Airfryer XXL sogar überschüssiges Fett aus den Speisen und fängt es in einem Einsatz auf, so dass es einfach entsorgt werden kann. So können z. B. selbstgemachte Pommes mit bis zu 90 Prozent weniger Fett zubereitet werden als in der traditionellen Philips Fritteuse. Die anschließende Reinigung macht wenig Mühe, denn alle abnehmbaren Teile, wie z. B. der QuickClean Korb mit herausnehm

barem Netz, sind spülmaschinenfest. Dem Airfryer XXL liegt ein Rezeptheft für mehr als 30 gesunde Gerichte bei. Mit der App NutriU, die kostenlos für iOS und Android zur Verfügung steht, unterstützt Philips das Airfryer-Erlebnis auch digital. Die Nutzer können in der App mehr als 200 Rezepte zum Frittieren, Grillen, Garen und Backen entdecken, erhalten wichtige Bedienungshinweise für ihre Geräte, können sich untereinander austauschen und ihre eigenen Rezeptideen teilen.





Der WMF Kult X Zerkleinerer Edition sieht aut aus und arbeitet

WMF hat seine Kult X-Serie weiterentwickelt und bringt nun zunächst den WMF Kult X Zerkleinerer Edition und den WMF Kult X Handmixer Edition auf den Markt. In den neuen Geräten ist mehr Cromargan statt Kunststoff verbaut, zudem wurden Ergonomie und Design nochmals verbessert. Damit soll die Kult X-Serie trotz günstiger Verlaufspreise auf den ersten Blick Premium-Qualität signalisieren.

Die neue Kult X Edition von WMF Mixen und Rühren

Der WMF Kult X Zerkleinerer Edition besteht aus einem Deckel in mattem Cromargan mit einem Bedienfeld aus hochwertigen Kunststoff-Elementen, einem Zerkleinerungsbehälter aus Glas, der für eine gute Standfestigkeit sorgt, und einem herausnehmbaren WMF Perfect Cut Edelstahlmesser mit zwei Flügeln. Mit einer Leistung von 320

Watt und zwei einstellbaren Geschwindigkeitsstufen zerkleinert das Gerät zuverlässig (fast) alle weichen und harten Zutaten. Mit einem Preis von 49,99 Euro (UVP) ist es auch gut als Geschenk geeignet. Der WMF Kult X Handmixer Edition ist ein klassisches Handrührgerät, das sowohl optisch als auch technisch Eindruck macht. Dafür hat WMF ein schnörkelloses Design mit edlen Cromargan-Flächen und hochwertigen Kunststoff-Elementen kombiniert; dazu kommen praktische Funktionen: Der Handmixer kann bei Unterbrechungen sicher abgestellt werden, und der ergonomische Griff ermöglicht das Arbeiten mit einer Hand. Dank 400 Watt Leistung wird das Gerät auch mit zähen Hefe-

> teigen gut fertig, die Intensität kann mit fünf Geschwindigkeitsstufen dosiert werden. Für Eischnee und Sahne steht ein zuschaltbarer Turbo zur Verfügung. Die je zwei Knethaken und Rührbesen aus Cromargan leicht zu reinigen und schnell wieder einsatzbereit. Der WMF Kult X Handmixer Edition ist ab Ende Mai für 49,99 Euro (UVP) erhältlich.



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

Jeden Monat informieren wir Sie in PoS-MAIL über die aktuellen Marktentwicklungen in der Hightech-Branche. Dazwischen bleiben Sie mit unserem aktuellen Internet-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 be-

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Hier kocht der Roboter selbst

Die Technikwelt ist sich längst einig: Die Zukunft gehört den Robotern, und die werden praktisch alles für uns tun, was wir zur Zeit noch selber machen müssen. Als Rentner könnte mir das eigentlich egal sein, weil ich ja nur noch das selber machen muss, was ich wirklich will. Das ist allerdings so viel, dass ich trotz meines Ruhestandes immer daran interessiert bin, Zeit zu sparen.

Roboter, die staubsaugen oder Fenster putzen, sind ja inzwischen fast schon ein alter Hut. Neu ist dagegen Suvie, der Küchenroboter, der kocht – zumindest dann, wenn er auf den Markt kommt. Damit das geschieht, haben seine amerikanischen Erfinder rund 750.000 Dollar auf Kickstarter eingesammelt; für 549 Dollar kann man das Ding, das aussieht wie eine Mikrowelle, vorbestellen. Von der Mikrowelle unterscheidet sich Suvie vor allem innen – da gibt es vier Schubladen: Eine für Fleisch oder Fisch, eine fürs Gemüse, eine für die Kohlehydrate und eine für die Sauce. Das komplette Menü kann man – einzeln in Plastikbeuteln verpackt – bei Suvie bestellen, für die Kleinigkeit von 12 Dollar pro Mahlzeit. Kinderreiche Familien sind nicht als Zielgruppe vorgesehen.

Die Beutel legt man dann morgens in den Roboter; der hält sie kühl und mit einer App kann man die Zubereitung starten, damit alles fertig ist, wenn man nach Hause kommt. 6 Stunden Zeit pro Woche, das haben die Entwickler vorgerechnet, kann man damit sparen. Das sind 312 Stunden im Jahr, also 13 Tage, in denen man in Urlaub fahren könnte. Am besten mit Suvie, damit man keine Zeit verliert.

lch finde das gut und habe überlegt, auf meine alten Tage noch ein Startup zu gründen. Ich will den ersten Roboter erfinden, der die mit Suvie zubereiteten Mahlzeiten aufisst. Damit, so denke ich mir, könnte man nochmals Zeit sparen, und die ist bekanntlich das kostbarste Gut das es gibt – besonders für Rentner.

Also, wir sehen uns bei Kickstarter.

Taktvoll grüßt Ihr

hurps

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: 10 21 021 20 27 - 31
Fax: 10 21 021 20 27 - 49

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

Herausgeber:

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

Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich); Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Publishing

Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635







BIS ZU 70 SENDER IN HD



META-MEDIATHEK



ÜBERALL FERNSEHEN



PAUS



NEUSTART



AUFNEHMEN





Deine Lieblingssendung verpasst? Mit Diveo wäre das

nicht passiert, denn Diveo revolutioniert Dein Fernseherlebnis! Entdecke bis zu 70 Sender in brillanter HD-Qualität – zuhause auf dem Fernseher oder Tablet, unterwegs auf Deinem Smartphone. Aufnehmen, anhalten, neu starten – egal wann, egal wo. Diveo macht's möglich!

