



Tagesaktuelle

News aus
der Welt der
Consumer
Electronics

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



Besuchen Sie

PoS-MAIL

im Internet!

www.pos-mail.de

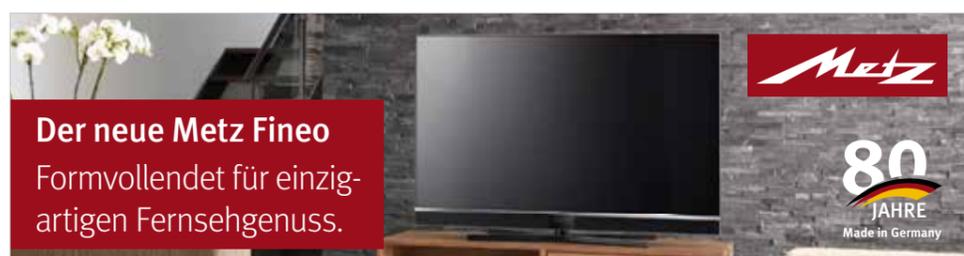
Impulse für die High-Tech-Branche



Willkommen auf der IFA

Wenn es sie nicht gäbe, müsste man sie erfinden: Auch in diesem Jahr bietet die IFA einen einzigartigen Überblick über die aktuellen Produkte und Trends bei Unterhaltungselektronik, Hausgeräten und digitalen Technologien für Konsumenten. Mehr als 250.000 Besucher werden sich in Berlin aus erster Hand ein Bild davon machen, wie die Digitalisierung das Leben zu Hause und unterwegs unterhaltsamer und komfortabler macht.

Die Impulse der globalen Leitmesse werden in der Branche dringend gebraucht: Die Nachfrage in den Parade-segmenten TV und Elektrogroßgeräte ließ in diesem Jahr bisher zu wünschen übrig. Mit den richtigen Produkten und Strategien könnte sich das allerdings ändern: Aktuelle Studien zeigen, dass die Kunden sich für die neuen Technologien nicht nur interessieren, sondern auch bereit sind, dafür Geld auszugeben.



VORWORT



Erleben Sie die für Ihr Business spannendsten Trends der IFA 2018

Tech-Megatrends fördern noch mehr Innovationen, die Sie als Händler hautnah und in dieser Vielfalt nur auf der IFA erleben können. Entdecken Sie die spannendsten Produktneuheiten kompakt in nur sechs Tagen, an einem Ort und das zur besten Zeit des Jahres, der Weihnachtssaison.

Die IFA hat schon unzähligen Innovationen ihren Weg in die Wohnzimmer, Büros und Küchen dieser Welt geebnet. Im Moment erleben wir eine besonders spannende Phase in der technologischen Entwicklung: Themen wie Sprachsteuerung und Künstliche Intelligenz erobern das Feld der Consumer und Home Electronics. Das Interessante daran: Es ist nicht allein eine Industrie, die das Tempo vorgibt. Vielmehr treiben sieben, acht, neun Branchen Innovationen voran. Sie sind wie in einem Ökosystem miteinander verbunden. Und jede bringt eigenes Wissen, eigene Erfahrungen und Expertise ein. Das ist „Co-Innovation“ pur. Um zu funktionieren, braucht es vor allem starke Netzwerke. Die IFA ist ein solches verbindendes Element. Sie bringt Marken, Startups, Entwickler, Handel, Industrie und Konsumenten zusammen. Als Händler können Sie sich effizient über Weltneuheiten und Trends informieren. Sie können ein Gefühl dafür bekommen, welche Produkte bei Besuchern – Ihren künftigen Kunden – auf Interesse stoßen und, wichtiger, die Absatzchancen besser einschätzen.

Zudem gibt es so viel Spannendes zu entdecken: 2018 erleben wir die Premiere von „Shift AUTOMOTIVE“, einer halbjährlichen Fachtagung zur Zukunft der Mobilität. Vom 2. bis 5. September treffen sich bei IFA Global Markets, Europas größter Sourcing-Messe, ganz exklusiv IFA-Fachbesucher, Zulieferer, Komponenten-Hersteller sowie OEMs/ODMs der Consumer- und Home Electronics-Branche. Ein weiteres Highlight: Die IFA Keynotes, Bühne globaler CEOs, 2018 mit LG, Huawei, Microsoft und Amazon. Zudem gibt der IFA+Summit, unser Zukunfts-Kongress mit mehr als 50 internationalen Speakern, zwei Tage lang einen Ausblick auf die vernetzte Zukunft.

Lassen auch Sie sich begeistern von der einzigartigen Vielfalt der IFA mit ihren faszinierenden Marken und neuen Produkten!

Ich freue mich auf Sie und wünsche Ihnen erfolgreiche und unterhaltsame Tage!

Ihr Jens Heithecker

Executive Vice President Messe Berlin Group,
IFA Executive Director

So brachte die jüngste repräsentative Studie, bei der Value_A Marketing Intelligence im Auftrag der gfu 2.000 Haushalte in Deutschland befragte, interessante Ergebnisse, die auch für den TV-Markt Mut machen. So ist der Begriff Smart TV inzwischen 76 Prozent der Kunden bekannt, und fast die Hälfte von ihnen (46 Prozent) besitzen ein solches Gerät. Von denen nutzen 61 Prozent (Vorjahr 56 Prozent) die smarten Funktionen; in der Altersgruppe 16 bis 29 Jahre trifft das sogar für 68 Prozent zu.

Getrieben wird die Nutzung der Smart TV-Anwendungen vor allem von den Video-on-Demand- und Streaming-Diensten, von denen 62 Prozent der Smart TV-Nutzer Gebrauch machen. Damit haben Netflix & Co. die Mediatheken als Spitzenreiter abgelöst.

Der beliebteste Streaming-Dienst, der von 74 Prozent der Nutzer genannt wurde, ist Amazon Prime, gefolgt von Netflix (58 Prozent), Google Play (27 Prozent) und Sky Online (23 Prozent). Der deutsche Anbieter Maxdome liegt mit 15 Prozent auf Rang 6. Das am schnellsten wachsende Angebot ist Netflix mit einem Zuwachs von 19 Prozent in zwei Jahren. Die beliebtesten Streaming-Inhalte sind Spielfilme (82 Prozent) und TV-Serien (68 Prozent). Letztere kommen besonders bei der jüngeren Generation (19 bis 39 Jahre) überdurchschnittlich an.

Die vielfältigen Programmangebote führen auch dazu, dass die Zuschauer seltener zu den festgelegten Sendezeiten fernsehen: 43 Prozent der Befragten wählen den Zeitpunkt am liebsten selbst, vor drei Jahren waren es noch 29 Prozent.

UHD ist inzwischen der Normalfall. In 20 Prozent der Haushalte steht ein solches Gerät, und die hohe Auflösung hat bei 61 Prozent die Kaufentscheidung stark beeinflusst.

Alleskönner Smartphone

Das Bonmot, mit einem Smartphone könne man jetzt auch telefonieren, ist inzwischen schon alt. Von den vier Stunden, die ein solches Mobilgerät durchschnittlich am Tag genutzt wird, entfallen auf diese Anwendung nur 19 Minuten. Mit jeweils 54 Minuten führen Gaming und Musik die Rangliste der Nutzungsmöglichkeiten an, gefolgt von Messaging, vor allem Whats App, mit 51 Minuten. Relativ wenig Zeit wird für Emails (20 Minuten), Navigation (13 Minuten) und Fotografieren (11 Minuten) eingesetzt. Bei der Nutzung einzelner Dienste liegen die sozialen Medien mit 68 Prozent vorn; der mobile Preisvergleich rangiert – nicht immer zur Freude des Fachhandels – mit 63 Prozent auf Platz 2, gefolgt von Nachrichten (59 Prozent), Bestellen und/oder Bezahlen (58 Prozent), ÖPNV (53 Prozent), Reise-, Hotel-, Flugbuchungen (49 Prozent) und mobilem Flug-Check-In (43 Prozent).

Kaufgrund Energieeffizienz

Bei den Elektrogroßgeräten ist Energieeffizienz immer noch ein guter Grund für eine Neuanschaffung, jedenfalls für 74 Prozent der Befragten. Bei Fernsehern spielt dieser Faktor nur für 61 Prozent eine Rolle. Für Großgeräte und TVs gilt allerdings immer noch: Diese Produkte werden vor allem als Ersatz für den defekten Vorgänger gekauft. Das trifft

auf 92 Prozent der Großgeräte und 88 Prozent der Fernseher zu.

Trendthema Kochen

Der Bereich Küche und Kochen bleibt in der Beliebtheitskala der Konsumenten weit vorn: 54 Prozent der Befragten kochen gerne für sich und andere; Frauen (60 Prozent) tun das noch lieber als Männer (47 Prozent). Dagegen haben Koch-Shows an Attraktivität verloren: Nur noch 26 Prozent (2016: 30 Prozent) schauen sich solche Sendungen wegen der Rezepte an. Vielleicht ist hier – Achtung, Wortspiel! – eine gewisse Übersättigung eingetreten. Dafür entwickelt sich aber ein neuer Trend: 63 Prozent der Befragten laden sich Rezepte auf ihr Smartphone.

Das Interesse der Konsumenten an neuer Technik wirkt sich auch positiv auf die Kaufbereitschaft aus. Zwar liegen die Bereiche Auto (knapp 13 Prozent) und Reisen (22 Prozent) an der Spitze, wenn es darum geht, wofür die Deutschen in Zukunft mehr Geld ausgeben möchten. Mit gut 11 Prozent brauchen sich aber auch Küche und Kochgeräte nicht zu verstecken, und knapp 11 Prozent wollen auch für ihr nächstes TV-Gerät tiefer in die Tasche greifen.

Auf dem Weg zum Smart Home

Das Internet der Dinge, das sich bei den Consumer-Technologien derzeit vor allem im smarten, vielleicht sogar intelligenten Zuhause konkretisiert, wird auf der IFA ein großes Thema sein. Zu Recht: Denn viele Kunden nutzen bereits Smart Home Anwendungen, auch wenn sie das selbst vielleicht gar nicht so empfinden. So ergab eine kurz vor der IFA veröffentlichte Studie von Bitkom Research, dass jeder vierte Bundesbürger (26 Prozent) mindestens eine Anwendung für das vernetzte Zuhause nutzt. Verbreitet sind vor allem intelligente Beleuchtung (17 Prozent), Video-Überwachung (14 Prozent) und Sprachassistenten (13 Prozent). 70 Prozent der Bundesbürger haben bereits den Begriff Smart Home gehört (2016: 61 Prozent), und von denen können 71 Prozent korrekt beschreiben, was damit gemeint ist; 2016 waren es erst 53 Prozent. „Wir erleben gerade den Durchbruch des Smart Home und den Siegeszug der Sprachassistenten“, sagte Bitkom Präsident Achim Berg. „Beim Smart Home geht es nicht um Technik-Spielereien, es geht um gesellschaftliche Veränderungen, die z. B. ein selbstbestimmtes Leben im Alter zu Hause ermöglichen, wie eine dezentrale ressourcenschonende Energieversorgung.“

Das hat Konsequenzen für die Kaufbereitschaft: Mehr als ein Drittel der Bundesbürger (37 Prozent) möchte sich in den nächsten 12 Monaten eine smarte Anwendung für Zuhause anschaffen. Besonders hoch im Kurs stehen derzeit Heizungs-thermostate (29 Prozent) und intelligente Beleuchtung (27 Prozent). Smarte Staubsauger (15 Prozent) und Gartengeräte (12 Prozent) sind ebenfalls gefragt; hier dürften vor allem die Roboter im Blickpunkt stehen. Auch das Thema Sicherheit gehört bereits zu den etablierten Segmenten des intelligenten Zuhauses. So interessieren sich 18 Prozent der Kunden für Video-Überwachungen, 11 Prozent

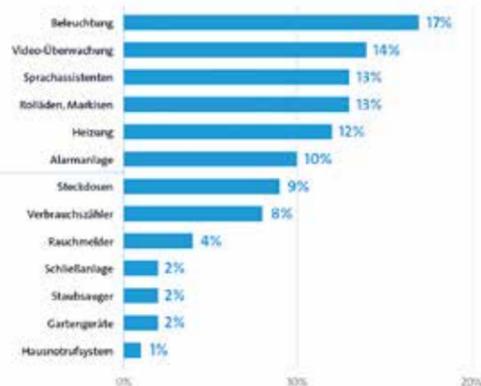
Jeder vierte Bundesbürger besitzt mindestens ein Gerät

Welche Geräte sind in Ihrem Haushalt per Internet verbunden?



26%

der Befragten haben ein Smart-Home-Gerät mit dem Internet verbunden.



Laut einer Studie von Bitkom Research nutzen bereits mehr als ein Viertel der Deutschen mindestens ein Smart Home Gerät.

bitkom

für Alarmanlagen und 7 Prozent für smarte Schließanlagen. Jeder zehnte Bundesbürger will sich zudem einen Sprachassistenten zulegen.

Zu ähnlichen Ergebnissen wie die Bitkom-Studie kommt der aktuelle Deloitte Smart Home Consumer Survey 2018. Hier liegt der Anteil der Smart Home Nutzer mit derzeit 16 Prozent zwar unter den Bitkom Resultaten, aber auch Deloitte hat starkes Wachstum in diesem Bereich festgestellt. Dass es vorwiegend einkommensstarke Haushalte mit Wohneigentum sind, die sich für Smart Home Anwendungen interessieren, überrascht wenig. Auch hier stehen die Themen Komfort und Sicherheit (56 und 49 Prozent) sowie die Senkung von Strom- und Heizkosten (38 Prozent) im Mittelpunkt. In dieser Frage kommt die Bitkom-Studie fast zu identischen Werten. Unterschiede zeigen sich bei letzter allerdings zwischen den Geschlechtern: Männer interessieren sich am meisten für Sicherheit (63 Prozent), Sparen (41 Prozent) und Spaß an der Technik (12 Prozent); Frauen setzen dagegen stärker auf Komfort und Lebensqualität (59 Prozent) sowie Energieeffizienz

(42 Prozent). Als Steuerungszentrale dient bei mehr als drei Vierteln der Smart Home Nutzer das Smartphone, 44 Prozent greifen zum Tablet und 38 Prozent zu einer speziellen Fernbedienung. Immer häufiger werden aber auch Sprachassistenten genutzt, über die inzwischen 37 Prozent der Anwender ihre Geräte steuern. 2016 waren es erst 2 Prozent.

Wichtig: Datensicherheit

Natürlich gibt es auch Skepsis gegenüber Smart Home Anwendungen. Vor allem die Sicherheit ihrer Daten liegt den Bundesbürgern am Herzen. Obwohl das Teilen der Nutzungsdaten für viele Smart Home Funktionalitäten notwendig ist, sind nur 14 Prozent der Befragten der Deloitte Studie ohne weiteres dazu bereit. 34 Prozent wollen ihre Daten nur bestimmten Anbietern zur Verfügung stellen; dabei genießen Telekommunikationsunternehmen das meiste Vertrauen, gefolgt von Consumer Electronics Herstellern. Die Internet-Giganten Google,

Amazon, etc. erscheinen dagegen nur drei Prozent der Befragten vertrauenswürdig, obwohl vernetzte Lautsprecher wie Amazon Echo oder die Google Home Modelle unter den am häufigsten genutzten Smart Home Produkten zu finden sind.

Ein weiteres Hindernis für die Verbreitung von Smart Home Anwendungen ist die von vielen Kunden als kompliziert empfundene Installation der intelligenten Haustechnik. 48 Prozent der Befragten der Bitkom-Studie haben das deshalb Technikern und Handwerkern überlassen; 23 Prozent nahmen die Hilfe von Freunden, Bekannten oder Kollegen in Anspruch; nur 9 Prozent gaben an, die Lösungen allein installiert zu haben. Wichtig für den Fachhandel: Mehr als ein Drittel der Bundesbürger (34 Prozent) würde sich vor der Entscheidung für Smart Home Produkte gerne Rat von Experten holen. 59 Prozent davon wären bereit, für eine solche Beratung zu bezahlen.

Lösungen sind gefragt

Die aktuellen Studien bestätigen den Trend, dass Innovationen immer weniger einzelne, spektakuläre Produkte, sondern das gekonnte Zusammenspiel verschiedener Komponenten betreffen. Deshalb kann die Branche weniger mit kurzfristigen Strohfeuern als mit langfristigem Wachstum rechnen. „Neue Technologien brauchen Zeit und Kommunikation, um sich im Markt zu etablieren“, betonte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. „Insgesamt ist die Nutzung von Technik und Diensten auf einem hohen Niveau, vielfach gibt es aber unterschiedliche Akzeptanz in den Altersgruppen. Auch die Anschaffungsbereitschaft für Consumer Electronics und Home Appliances ist unter den Befragten hoch. Das sind beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche IFA 2018.“

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten

4, 12, 13, 14, 15, 24, 25, 28



Diveo-Mutterkonzern M7 macht OTT als klaren Trend aus
Inhalte aus Netz und Cloud

6

Premium-Fernseher von Sony
Die Master-Series

7

Panasonic mit Premium-Produkten auf der IFA
OLED und mehr

8

Der Alpha 9 Prozessor macht LG OLED-TVs zukunftssicher
Intelligentes Fernsehen

10



Vestel mit breitem Sortiment auf der IFA
Marken und Innovationen

16



Toshiba TV geht ins zweite Jahr
Smarter Neustart

16

Miele auf der IFA 2018 mit weiteren Innovationen
Genießen und Waschen

18



Ecovacs zeigt neues Konzept für den Fachhandel
Der PoS von morgen

18



De'Longhi bringt Neues für guten Kaffee
Vielfalt für Genuss

20

Kaffee-Technologie made in Italy
Besuch in Mignagola

21

Bosch mit Produkten für qualitätsbewusste Haushalte
Flexibilität, Komfort und Lifestyle

22

Gorenje auf der IFA 2018
Waschen und Trocknen

24

Neue ActiveCare Wäschetrockner von Bauknecht
Schonend trocknen

26



Sage stellt neue Siebträger-Maschinen vor
Für Barista-Kaffee

27

Wagners Welt • Impressum • PoS-MAIL @

30

Malte Reitzig übernimmt Geschäftsführung bei expert Bening



Malte Reitzig

Malte Reitzig hat zum 31. August 2018 bei expert Bening Thomas Jacob als Geschäftsführer des führenden Elektronikfachhändlers in Nordwestdeutschland abgelöst. Gemeinsam mit den Geschäftsführerkollegen Michael Freund und Thomas Besch bildet Reitzig künftig das Führungstrio der Fachmarktkette, die an 27 Standorten in

Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Bremen und Nordrhein-Westfalen über 1.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Jacob verlasse das Unternehmen aus persönlichen Gründen und habe Reitzig seit dem 1. Juli eingearbeitet, erklärte expert in einer Pressemitteilung. „Wir bedauern das Ausscheiden von Thomas Jacob, respektieren aber natürlich seine Entscheidung“, kommentierte Günter Lehfeld, Vorstand der expert Wachstums- und Beteiligungs SE. „Für das außergewöhnliche Engagement sind wir Herrn Jacob sehr dankbar und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute. Gleichmaßen freuen wir uns auf die Zusammenarbeit mit Malte Reitzig, mit dem wir einen sehr erfahrenen und kompetenten Branchenkenner gewonnen haben, der das Geschäftsführungsteam der expert Bening GmbH & Co. KG optimal ergänzen wird.“

Reitzigs Weg zu expert führte über zahlreiche Leitungsposten als Geschäftsführer an verschiedenen, vorwiegend norddeutschen Media-Market-Standorten. Der 38-jährige Diplom-Kaufmann ist unter anderem Spezialist für Personalentwicklungsmodelle, Umsetzung von Multichannel-Konzepten, Durchführung von Change-Prozessen und erfahren in Planung und Realisierung neuer Standorte. Zuletzt war er Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der RYF Coiffeur GmbH.

Neuer Marketingleiter bei Electrolux

Christian Beidatsch ist als neuer Marketingleiter verantwortlich für die Marketing-Funktionen Brand Building, Trade Marketing, Digital Marketing und Social Media in Deutschland und Österreich für Electrolux Small Appliances und Home Care. Der 36-Jährige berichtet an Michael Geisler, General Manager dieses Bereichs für die beiden Länder.



Christian Beidatsch

Beidatsch bringt langjährige Erfahrungen im Marketing und der Marketing-Kommunikation mit: Als Absolvent der Deutschen Sporthochschule Köln mit Schwerpunkt Sportökonomie und Management sowie der Griffith University Brisbane (Australien) mit Abschluss Master of Marketing kam er über Stationen bei Adidas und Wrangler Jeans im Jahr 2015 zur Falke Gruppe. Als Marketingleiter hatte er dort die Gesamtverantwortung für das Marketing international im Bereich Falke Ergonomic Sport System. Anfang Juli wechselte der gebürtige Gießener zu Electrolux. Beidatsch widmet sich in seiner neuen Funktion vor allem der Stärkung der Markenkommunikation für den Bereich der kabellosen Staubsauger, heißt es in einer Pressemitteilung.

Neuer Head of Sales bei Haier

Zum 1. August 2018 hat Holger Weißel die Position des Head of Sales bei Haier Deutschland übernehmen. Er tritt damit die Nachfolge von Peter Stenzel an, der das Unternehmen aus persönlichen Gründen verlassen hat. Thomas Wittling,

Samsung: Neuer Director HA-European Technology Office

Dr. Wyneken Fimmen ist neuer Direktor für Hausgeräte des European Technology Office (ETO) der Samsung Electronics GmbH. Er verantwortet die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen europäischer und südkoreanischer Forschung und unterstützt das Headquarter bei der Entwicklung von Produktstrategien. Seit mehr als zehn Jahren ist der promovierte Chemiker bereits für Samsung tätig, zuletzt in der Position als Senior Manager Laboratories im DA-ETO, in der er die Bereiche Testbetrieb, Produkt- und Technologieentwicklung leitete. Dr. Fimmen hat bereits in den letzten Jahren einen großen Beitrag zur Weiterentwicklung der Hausgeräte von Samsung in Europa geleistet und wird auch künftig diesen Bereich weiter vorantreiben, heißt es in einer Pressemitteilung. In seiner neuen Position als Direktor koordiniert Dr. Fimmen die Aufgabenbereiche der Technologie- und Produktentwicklung, Marktanalyse sowie die Durchführung regionsspezifischer Produkttests. Gleichzeitig agiert er als Bindeglied für die internationale Forschungsarbeit und steht für die enge Zusammenarbeit mit den Entwicklern aus dem Headquarter, heißt es weiter. Zuvor als Entwicklungsingenieur und Laborleiter im Bereich Waschverfahrenstechnik bei Bosch Siemens Hausgeräte in Berlin, ist Dr. Wyneken Fimmen bereits seit 2006 in Stuttgart für Samsung tätig. Seither trug der Branchenfachmann im ETO die Verantwortung für die Laborarbeit, den Gesamtbereich Kühlen und wird im Unternehmen unter anderem auch für seine europäische Standardisierungs- und Gremienarbeit beim ZVEI und APPLiA sehr geschätzt. „In unserem Forschungszentrum sehen wir unseren Auftrag darin, die Gewohnheiten und Bedürfnisse der europäischen Konsumenten zu kennen und neue Technologien und Produkte dahingehend zu testen und weiterzuentwickeln“, so Dr. Wyneken Fimmen, Direktor Home Appliances – European Technology Office, Samsung Electronics GmbH. „Unsere langjährige Erfahrung im Bereich Kundenerwartung fließt maßgeblich in die Test- und Entwicklungsprozesse ein – so wurden die letzten großen Innovationen „QuickDrive“ und der Family Hub in unserem Haus für den europäischen Markt mitentwickelt. Gemeinsam mit dem Samsung Headquarter und unseren Kollegen aus dem Marketing und Vertrieb bereiten wir den Weg für Top-Produkte und zufriedene Kunden.“



Dr. Wyneken Fimmen

Geschäftsführer der Haier Deutschland GmbH, betonte: „Wir danken Peter Stenzel für seine engagierte Arbeit und freuen uns, mit Holger Weißel einen gut vernetzten Vertriebsprofi gefunden zu haben, mit dem wir den eingeschlagenen Erfolgskurs nahtlos fortsetzen können.“

Nach seiner Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann studierte Weißel zunächst an der Fernfachhochschule Hamburg BWL und schloss das Studium als Diplom-Kfm. (FH) ab. Einige Jahre später erwarb er sich in einem zweiten Studium an der Hochschule Wismar den Master of Arts (M. A.) in Sales und Marketing.

Für seine neue Aufgabe bei Haier bringt der 41-Jährige über 17 Jahre Erfahrung in der Branche mit. Diese gewann er in unterschiedlichen Positionen, beispielsweise als National Key Account Manager und Head of Regional Sales Built-In Kitchen Channel Germany, bei namhaften Haushaltsgeräteherstellern wie AEG/Electrolux und Samsung. Er verfügt über umfassende Markt- und Wettbewerbskenntnisse sowie ein ausgeprägtes Gespür für die Bedürfnisse des Handels und die allgemeinen Entwicklungen im Bereich der Weißen Ware, heißt es in einer Pressemitteilung.

assona: 85% Kundenzufriedenheit

Der Berliner Versicherungsvermittler assona hat im Zeitraum September 2017 bis März 2018 650 Kunden und 468 Fachhändler nach ihrer Zufriedenheit im Schadensfall gefragt. Herausgekommen ist dabei eine Kundenzufriedenheit von 85 Prozent. Bei den Händlern beträgt die Zufriedenheit sogar 96 Prozent. Ausschlaggebend für die hohe Zufriedenheit bei Kunden und Fachhändlern waren vor allem die Freundlichkeit des Kundenservice, seine gute Erreichbarkeit und die verständlichen Korrespondenzen. 92 Prozent der Kunden waren mit der guten Reparaturqualität zufrieden.

„Über diese hohe Zufriedenheit unserer Kunden und Partner freuen wir uns sehr“, so assona-CEO Thomas Funk. „In den vergangenen Jahren haben wir alle hart daran gearbeitet, unsere Produkte und unseren Service stetig zu verbessern. Die Einführung unserer 24h-Austausch-Option im Sommer letzten Jahres ist sicherlich ein Aspekt, der sich positiv auf die Stimmung unserer Kunden auswirkt. Mindestens genauso wichtig sind allerdings auch unsere Reparaturpartner und natürlich unser Kundenservice, die einfach einen klasse Job machen.“ Um den zu gewährleisten, hat der Kundenservice im vergangenen Jahr seine Kommunikationswege weiter ausgebaut. Neben dem üblichen Support haben Kunden und Händler jetzt auch die Möglichkeit, sich via Chat an die Sachbearbeiter zu

wenden: 98 Prozent der Chat-Nutzer bewerteten den erhaltenen Service positiv. „Uns werden sicherlich noch weitere Wege einfallen, wie wir unsere Produkte und unseren Service noch besser machen können“, so Funk weiter.

Ralf Krelaus neuer „Head of Sales“ bei Caso Design

Ab sofort ist Ralf Krelaus als Head of Sales bei Caso Design, der Marke für Elektroklein- und mobile Küchengeräte, für den Vertrieb verantwortlich. In dieser Funktion berichtet er direkt an die Geschäftsführer Peter und Bernd Braukmann. Krelaus verfügt über mehr als drei Jahrzehnte Vertriebserfahrung und hat zuvor u. a. die Marke HoMedics erfolgreich in Deutschland aufgebaut. Zuletzt war er für IDT International, einem chinesischen Konzern für die Herstellung und Vertrieb von CE-Produkten, als Sales Director tätig. Hier verantwortete er den Vertrieb für die Marke Oregon Scientific und das OEM-Geschäft in der DACH-Region.



Ralf Krelaus

Andreas Steffens geht zu Optoma



Andreas Steffens

Zum 1. September 2018 übernimmt Andreas Steffens, bisher Geschäftsführer von Vanguard Deutschland, eine neue Aufgabe als Territory Manager D/A/CH bei der Deutschland-Niederlassung des AV-Spezialisten Optoma. Das Unternehmen unterhält Niederlassungen in Europa, den USA und Asien.

Die europäische Firmenzentrale sitzt in London, von wo aus Europa, der Mittlere Osten und Afrika (EMEA) betreut werden. Steffens startete seine Karriere bei Fujitsu-Siemens in der Key Account Betreuung, wo er zuletzt als Vertriebsleiter für den Consumer Bereich DACH verantwortlich war. Des Weiteren war Steffens sechs Jahre als Geschäftsführer bei der Oregon Scientific (Deutschland) GmbH tätig, einem Unternehmen mit designorientierten Produkten aus den Bereichen Zeit/Wetter/Sport und elektronisches Lernen. Bei der Daymen GmbH & Co. KG verantwortete es vor seinem Wechsel zu Vanguard das Geschäft mit den Premium Marken Lowepro und Joby in Deutschland und der Schweiz.



Besuchen Sie uns in Halle 18



LG ThinQ® – macht das Leben Ihrer Kunden so smart wie nie zuvor.

Mit LG ThinQ® haben wir eine wegweisende Plattform geschaffen, die unsere ohnehin schon innovativen Produkte dank künstlicher Intelligenz noch smarter und vernetzbar macht.

Erleben Sie LG ThinQ® live auf der IFA oder erfahren Sie mehr unter lg.de/thinq



LG ThinQ® AI

Diveo-Mutterkonzern M7 macht OTT als klaren Trend aus Inhalte aus Netz und Cloud

Immer mehr Konsumenten wollen mit ihrem Fernseher auch ohne Set-Top-Box auf lineare und interaktive Angebote aus dem Internet bzw. der Cloud (OTT-Inhalte) zugreifen. Diesen Trend sieht die M7 Group, zu der die in Deutschland ansässige Hybrid-TV-Marke Diveo gehört, im Verhalten der Kunden bestätigt. Die Gesamtzahl der App-Nutzer, die bei M7 mit Hilfe der Diveo-App über Apple- und Android-Geräte auf TV-Inhalte zugreifen, sei in den letzten Monaten auf fast 300.000 angewachsen, erklärte das Unternehmen. Das bedeutet unter den Diveo-Absonten eine Steigerungsrate von 30 Prozent seit Dezember 2017.



Oliver Rockstein,
Executive
Vice-President der
M7 Group:
„Mit Diveo ist der
Grundstein für
unverpassbares
Fernsehen auch
in Deutschland
gelegt.“

Gleichzeitig ist die Zahl der Smart TVs in deutschen Haushalten stetig angestiegen. So wurden 2017 in Deutschland insgesamt 4,9 Millionen Smart-TV-Geräte abgesetzt. Eine aktuelle Studie der gfu zeigt, dass der Großteil der Smart-TV-Besitzer (60,5 Prozent) die Geräte auch mit dem Internet verbinden, um Online-Dienste nutzen zu können. 54,2 Prozent aller weiblich Befragten und 38,3 Prozent aller männlich Befragten gaben darüber hinaus an, kostenpflichtige Online-Angebote sehr häufig zu nutzen. Im Schnitt ist ihnen das monatlich zwischen 7,50 und 9,99 Euro wert. Fast ein Drittel aller Frauen und Männer bestätigten in diesem Zusammenhang, dass sie auch reguläre TV-Programme seltener zu den festgelegten Sendezeiten anschauen, sondern den Zeitpunkt lieber selbst bestimmen.

Zeitversetztes Fernsehen

Auf diesem Trend zu zeitversetztem Fernsehen baut Diveo auf, denn die Abonnenten können die gewünschten Programme anschauen, wann, wo und wie sie wollen. Denn der hybride TV-Dienst funktioniert auf bis zu fünf mobilen Endgeräten gleichzeitig. Und das gilt auch für die vielen



Immer mehr Konsumenten greifen mit Hilfe der Video-App auf TV-Inhalte zu.

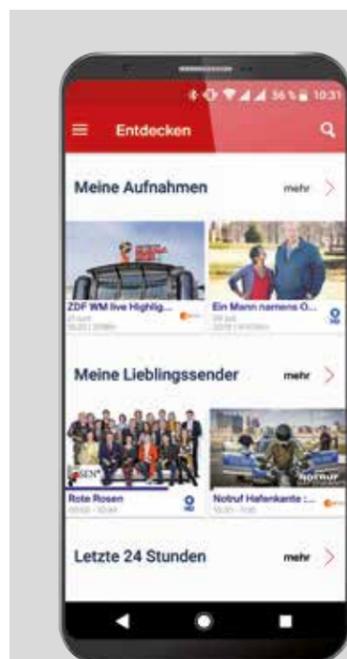
digitalen Funktionen, wie beispielsweise den Sendungsneustart, das Pausieren einer laufenden Sendung oder das Aufnehmen. In Deutschland ist Diveo nicht nur mit einem CI+ Modul oder der Diveo-Set-Top-Box erhältlich, sondern auch als Smart-TV-App, die von der M7 Group speziell für die Tizen Plattform von Samsung entwickelt wurde und die auf allen smarten Modellen des koreanischen Herstellers ab Baujahr 2015 funktioniert. Die Diveo App kann ganz einfach vom Samsung App Store aus auf den Fernseher geladen werden.

Dann funktioniert sie praktisch wie eine virtuelle Set-Top-Box. Die Nutzung der App ist für Diveo-Kunden kostenlos, Besitzer von Samsung Smart-TVs ohne Abonnement können das Diveo-Angebot 30 Tage kostenlos und unverbindlich testen.

Der innovative Ansatz der Diveo-App für Samsung Smart TVs wurde kürzlich auch von unabhängiger Seite gewürdigt. Sie wurde mit dem Webit New Media Award ausgezeichnet. Diese Preise werden vom Organisationskomitee des Webit Festivals, an dem im Juni 10.000 Persönlichkeiten aus dem digitalen Business, der Technologiebranche und Politik teilnahmen, im Rahmen des

Digital Entertainment & Media Summit an Einzelpersonen oder Firmen mit herausragenden Ergebnissen in den Kategorien New Content, New Media, New Entertainment und Social Engagement vergeben. Die Smart-TV-App der M7 Group wurde in der Kategorie New Media ausgezeichnet, weil er, so die Jury, eine unbestreitbare Innovation im Bereich Schaffung, Zusammenstellung oder Lieferung von Content darstelle. „Er senkt die Hürde zum Konsum von linearen und interaktiven TV-Content für Konsumenten und wird gleichzeitig dem wachsenden Bedarf an nachhaltigen und kosteneffektiven Hardware-Geräten gerecht wird“, erklärte Plamen Russev, Executive Chairman der Webit Foundation.

„Mit Diveo ist der Grundstein für unverpassbares Fernsehen auch in Deutschland gelegt“, kommentierte Oliver Rockstein, der als Executive Vice-President der M7 Group für die Marke Diveo verantwortlich ist. „Beim Marktstart haben wir versprochen, dass sich Diveo immer weiterentwickeln wird. Dieses Versprechen lösen wir ein, Tag für Tag. Aktuell befinden wir uns mit vielen Herstellern in Gesprächen, die großes Interesse daran haben, Smart-TV-Apps auch in ihre Geräte zu integrieren.“



Die neue Entdecken-Funktion führt die Nutzer der Diveo-App schnell zu interessanten Inhalten.

Update für Diveo App

Mit einem App-Update auf Version 5.0 erweitert Diveo das Leistungsprofil seiner Angebote und bietet den Kunden mehr Benutzerfreundlichkeit und neue Funktionen. So können die Nutzer mit dem „Entdecken“-Button auf der Startseite in der App und im Browser Vorschläge für TV-Inhalte abrufen, die für sie interessant sein könnten. In übersichtlichen Reihen werden dabei TV-Sendungen, Filme, Serien und Meta-Mediatheken abgebildet, die zum Stöbern anregen und auf weitere aufmerksam machen. Zusätzlich gibt es auch mehr Komfort.

So ermöglicht das Update nun auch eine automatische Wiedergabe. Bei Neustart oder der Nutzung von Mediatheken wird 15 Sekunden vor dem Ende bereits die Wiedergabe des nachfolgenden Titels angekündigt. Die manuelle Auswahl der nächsten Sendung ist damit nicht mehr nötig, wenn beispielweise mehrere Folgen einer Serie nacheinander angesehen werden sollen. Zudem wird die Installation von Diveo für Kunden, die mehrere Samsung Smart TVs besitzen, noch einfacher. Die neue Version der App erkennt diese Fernseher im selben Netzwerk automatisch, so dass sie gleich installiert und geöffnet werden können.

Die Version 5.0 der kostenlosen Diveo-App ist ab sofort im Apple App Store sowie im Google Play Store erhältlich.

Premium-Fernseher von Sony



Die Bildqualität der neuen Master-Series Fernseher von Sony, hier das OLED Modell AF9, soll möglichst nah an die Studio-Monitore professioneller Filmproduktionen herankommen.

Fernseher haben ein erstklassiges 3.2 Kanal Soundsystem, das auf einen zusätzlichen Actuator im Zentrum des Bildschirms und einen Extra-Subwoofer-Kanal zurückgreift. Der Actuator in der Mitte übernimmt dabei die Funktion des Center Lautsprechers eines Soundsystems, obwohl er sich dezent im TV versteckt. Zudem lässt er sich im Center Speaker Modus auch als mittiger Lautsprecher in andere Heimkino-Soundsysteme einbinden.

Beim Design der AF9 Geräte spielt Sony die Eigenschaften der OLED-Bildschirmtechnologie aus. Der in Größen von 65 Zoll (164 cm) und 55 Zoll (139 cm) erhältliche Fernseher besteht lediglich aus einem glatten Bildschirm mit leicht abgerundeten Rahmen und einem eleganten, stoffbedeckten Standfuß auf der Rückseite.

Weiter Blickwinkel

Die Bildqualität der neuen 75 Zoll (189 cm) oder 65 Zoll (164 cm) großen LCD Fernseher der ZF9 Serie kann man aus praktisch jedem Blickwinkel genießen. Möglich wird das durch die neue X-Wide Angle Technologie, die sicherstellt, dass die Bilder unabhängig vom Betrachtungswinkel ohne Farbverschiebungen wiedergegeben werden. Dabei reduziert X-Motion Clarity Nachzieheffekte und Unschärfen bei schnellen Bewegungen, ohne die Bildschirmhelligkeit zu beeinträchtigen.

Mit einer schwarzen, dezent gemaserten Oberfläche, die der einer Spiegelreflexkamera ähnelt, hebt sich der Rahmen der ZF9 Fernseher deutlich vom metallischen Look des Fernsehers ab. Der Standfuß ist aus dezentem Aluminium.

Liefertermine und Preise für die neuen TVs der Master-Serie von Sony stehen noch nicht fest.

Die Master-Series

Sony führt mit den neuen Bravia AF9 OLED und den ZF9 LCD TVs neue High-End Fernseher ein, die ihren Premium-Anspruch durch die neue Familienbezeichnung Master-Series deutlich machen. Sie sind mit dem neuen X1 Ultimate Prozessor ausgestattet und sollen mit dem exklusiven Netflix Calibrated Modus Serien oder Filme des Streaming-Dienstes genau so wiedergeben, wie es der Regisseur beabsichtigt hat. Beide Produktlinien basieren auf dem Android TV Betriebssystem, lassen sich mit Sprachbefehlen steuern und geben mit Chromcast die Inhalte von Smartphones und Tablets wieder.

Sony will nach eigenen Angaben mit den Master Series eine Bildqualität erreichen, die möglichst nah an die Studio-Monitore professioneller Filmproduktionen herankommt. Bereits seit vielen Jahren entwickelt das Unternehmen für Kino-Anwendungen Profi-Kameras und Monitore;

dieses Wissen floss nun in die Entwicklung des X1 Ultimate Prozessors ein. Mit Hilfe der neuen objektbasierten Super Resolution erkennt und analysiert er sämtliche Bildelemente und verbessert die Darstellung in jedem Detail. Auch das objektbasierte HDR Remaster wurde weiterentwickelt, um noch bessere Ergebnisse bei der Bildtiefe und Struktur zu erzielen. Den Netflix Calibrated Modus hat Sony gemeinsam mit dem amerikanischen Dienst erarbeitet. Damit das Bild unter praktisch allen Aufstellungsbedingungen den professionellen Ansprüchen genügt, sind die neuen Fernseher mit der CalMan Kalibrierungssoftware kompatibel.

Neu bei den OLED-Geräten der AF9-Serie ist ein Pixel Contrast Booster, mit dem die TVs jetzt deutlich mehr Farbnancen darstellen können, um auch feine Details besser zur Geltung zu bringen.

Starke Töne

Für die Tonwiedergabe hat Sony bei den neuen AF9 Fernsehern die aus der A1 und AF8-Serien bekannte Acoustic Surface Audio Technologie zur Acoustic Surface Audio+ weiterentwickelt. Der wichtigste Unterschied: Die neuen



Die neuen TVs, hier das ZF9 LCD-Gerät, sollen im exklusiven Netflix Calibrated Modus die Serien oder Filme des Streaming-Dienstes genau so wiedergeben, wie es der Regisseur beabsichtigt hat.

photokina

IMAGING UNLIMITED

26.–29. SEPTEMBER 2018
& 8.–11. MAI 2019 | KÖLN



NEUE THEMEN,
NEUER TURNUS,
NEUER TERMIN!

CREATE! DISCOVER! CONNECT!

CREATE NEW IDEAS

Lassen Sie sich von zukunftsweisenden Neuheiten, spannenden Events und mitreißenden Keynotes inspirieren.

DISCOVER LATEST TRENDS

Entdecken Sie neueste Trends und die neuen Themen Video & Cine, Mobile, digitaler Workflow und das photokina Imaging Lab.

CONNECT FOR SUCCESS

Tauschen Sie sich mit anderen Profis, Newcomern und Top-Unternehmen aus.

JETZT TICKETS SICHERN

UND BIS ZU 37% SPAREN:
WWW.PHOTOKINA.DE/TICKETS

WWW.PHOTOKINA.DE

#PHOTOKINA #IMAGINGUNLIMITED

 koelnmesse

Panasonic mit Premium-Produkten auf der IFA



Die aktuellen OLED TVs, hier der FZW804, werden auf dem IFA-Stand von Panasonic prominent präsentiert.

OLED und mehr

Mit einem selbstbewussten Auftritt will Panasonic auf der IFA seinen Anspruch als Premium-Hersteller unterstreichen. Im TV-Segment stehen vor allem die beiden OLED TV-Serien FZW954 und FZW804 im Blickpunkt, die seit Mai 2018 das OLED Line-up von Panasonic erweitern. Bereits vor der Messe kündigte der japanische Konzern zudem einen kabellosen High-Resolution Kopfhörer mit Active Noise Cancelling und Neues für die Küche an.

Mit ihren THX 4K zertifizierten Displays und den in Zusammenarbeit mit Hollywood-Spezialisten entwickelten Studio Colour HCX-Prozessoren geben die beiden OLED-Spitzenmodelle Filme und Serien so wieder, wie die Filmemacher sich das vorgestellt haben. Das haben auch aktuelle Tests bestätigt: So gingen die beiden Fern-

seher bei der Leserwahl des Fachmagazins Video in der Kategorie OLED sowie im Vergleichstest von Satvision als Sieger vom Platz. Ab Herbst dieses Jahres werden nicht nur die beiden Top-OLEDs, sondern auch viele TV-Modelle von Panasonic die Sprachsteuerung unterstützen. Durch die Kombination mit dem ebenfalls sprachgesteuerten HiFi-Lautsprecher SC-GA10 mit integriertem Google Assistant bietet Panasonic dem Fachhandel dann eine attraktive Kombination.

Drahtloses High-Res Audio

Der neue High Resolution Over-Ear Kopfhörer HD605N, den Panasonic auf der IFA erstmals zeigt, bietet anspruchsvollen Musikliebhabern wahlweise mit oder ohne Kabel eine exzellente Klangqualität bei effizienter Reduzierung von störenden Umgebungsgläuschen. Der 40 mm High Resolution Wandler mit einem Übertragungsbereich von



4-40.000 Hz sorgt dabei für ein fein balanciertes Hörerlebnis. Um das Klangspektrum in allen Facetten wiederzugeben, setzt Panasonic eine aus mehreren hundert Schichten bestehende MLF (Multi Layer Film)-Membran ein, die besonders schnell reagiert und eine präzise, lineare Wiedergabe mit großer Bandbreite und hoher Auflösung ermöglicht. Zudem ist der HD605N mit einem Anti-Vibrations-Wanderrahmen ausgestattet, der unerwünschte Vibrationen deutlich reduziert. Das Ergebnis: tiefe, voluminöse Bässe und außergewöhnlich klare Höhen. Lästige Umweltgeräusche blendet der HD605N mit Active Noise Cancelling aus. Dafür können die Nutzer zwischen drei Stufen wählen – vom „durchlässigen“ Modus, bei dem wichtige Signale im Straßenverkehr oder Ansagen beim Reisen wahrgenommen werden, bis zur totalen Abschirmung zum Entspannen oder konzentrierten Arbeiten. Sollen die Umgebungsgläusche kurzzeitig wahrgenommen werden, genügt es, die Hand auf eine Ohrmuschel zu legen. Dann verstummt die Musik, und der Ambient Sound Enhancer verstärkt die Umweltgeräusche – praktisch bei Einchecken oder Bestellen des Drinks im Flugzeug. Bei der Kommunikation signalisiert das intuitive Handauflegen zudem Aufmerksamkeit.

Der HD605N kann mit Kabel oder kabellos genutzt werden. Für die Übertragung per Bluetooth unterstützt der Kopfhörer verschiedene Codecs wie LDAC und Qualcomm aptX HD. Das eingebaute Mikrofon ermöglicht im Zusammenspiel mit kompatiblen Geräte die freihändige Bedienung grundlegender Telefon- und App-Funktionen per Sprachsteuerung. Um Sprachassistenten wie Siri auf



Um die Umgebung kurzzeitig wahrzunehmen, legt man einfach eine Hand auf die Ohrmuschel.

Brot wie frisch vom Bäcker

Croustina von Panasonic ist der erste Brotbackautomat, der Brote mit einer appetitlich knusprigen Kruste und einer saftigen Krume backen kann - wie vom Bäcker. Dafür hat Panasonic jede Stufe der Herstellung eines Brotes bedacht. So wurde die Kombination aus Knethaken und Wangen im Backbehälter neu entwickelt, damit der Teig abwechselnd gedehnt und gehalten wird. Dadurch entsteht ein fester Teig von feinporiger Struktur, der mit bloßen Händen nur sehr aufwendig herzustellen wäre. Zwei Temperatursensoren überprüfen sowohl die Innentemperatur des Brotbackautomaten als auch die Raumtemperatur, um das Gehen



Der neue Brotbackautomat Croustina von Panasonic kann zahlreiche Brotsorten in traditioneller Form mit knuspriger Kruste backen.

des Teigs exakt zu steuern. Für den Backvorgang wurde die Heizstruktur im Inneren so angelegt, dass sie einen traditionellen Backofen nachahmt. Dafür arbeiten der innovative hitzereflektierende Innendeckel und ein zentrales Heizelement, das den Backbehälter auf halber Höhe umfasst, zusammen, um die Hitze gleichförmig auf der Oberseite des Brotes zu verteilen und eine gleichmäßig gebräunte, knusprige Kruste zu erzielen. Die ovale Bauweise des kratzfesten Backbehälters bringt Brote in traditioneller Form hervor.

Mit 18 Auto-Programmen kann der Croustina zahlreiche verschiedene Brotsorten und Kuchen backen. Zwei dieser Programme sind der Zubereitung von glutenfreien Backwaren gewidmet. Außerdem stellt Croustina ganz einfach Pizzateig her und kann sogar die Herstellung von leckerer Marmelade übernehmen. Der neue Brotbackautomat von Panasonic ist ab Oktober lieferbar; der Preis steht noch nicht fest.

dem Smartphone zu aktivieren, wird im Betrieb die Multifunktionstaste 3 Sekunden gedrückt.

Dank seiner Hochleistungsakkus ermöglicht der Kopfhörer bis zu 20 Stunden kabellosen Musikgenuss. Mit der Quick-Charge-Funktion hat der HD605N schon nach 15 Minuten Ladzeit genug Strom für eine Laufzeit von bis zu zwei Stunden.

Für hohen Tragekomfort kann der HD605N individuell an jede Kopf- und Ohrform angepasst werden. Für den Transport können die Ohrmuscheln flach angelegt und in der stabilen Transportbox verstaut werden. Mit 268 Gramm ist der Over-Ear Kopfhörer ein Leichtgewicht am Kopf und in der Reisetasche.

Der High Resolution Kopfhörer RP-HD605N von Panasonic ist ab September für 299,99 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

Brillantes HD zum kleinen Preis!

Jetzt ordern: das TV Modul von freenet TV

- ✓ Für DVB-T2 HD oder DVB-S geeignete HD-fähige TV-Geräte/Receiver
- ✓ Alle Top Programme in brilliantem HD
- ✓ 3 Monate freenet TV inklusive*
- ✓ Kein Abo, keine Bereitstellungskosten



**JETZT 25%
GÜNSTIGER!**



www.freenet.tv

MEDIA BROADCAST GmbH | Erna-Scheffler-Straße 1 | 51103 Köln

* Anlegen eines Kundenkontos unter Angabe einer E-Mail-Adresse auf www.freenet.tv/willkommen erforderlich.

** Das TV Modul von freenet TV ist ausschließlich für die Verwendung in der Bundesrepublik Deutschland bestimmt.

Der Alpha 9 Prozessor macht LG OLED-TV's Intelligentes Fernsehen

Beim aktuellen OLED-TV-Lineup für 2018 hat LG Electronics (LG) die Bildqualität noch einmal verbessert und die Funktionalität weiter ausgebaut. Das trifft auch auf die besonders umsatzstarken OLED Modelle C8 und E8 zu, die auf dem IFA-Stand des koreanischen Technologiekonzerns einen besonderen Blickfang darstellen werden. Alle 2018er OLEDs von LG bieten dank des neuen Prozessors Alpha 9 nicht nur ein erstklassiges Home-Entertainment-Erlebnis, sondern sind auch für die Nutzung künstlicher Intelligenz vorbereitet. Damit wird bald der kabellose Zugriff auf andere Smart-Home-Produkte von LG und der Einsatz von Sprachsteuerung mit Google Assistant möglich.

„Mit unseren leistungsfähigen Prozessoren machen wir unsere Premium-Fernseher zukunftsfähig, denn sie lassen sich in smarte Umgebungen bestens integrieren“, erklärte Daniel Schiffbauer, Sales Director Home Entertainment bei LG Deutschland. „Durch die hohe Rechenleistung des Alpha 9 Prozessors spielen unsere OLED-TV's zudem den Qualitätsvorsprung dieser Bildschirmtechnologie eindrucksvoll aus. Das ist nicht nur für uns, sondern auch für unsere Handelspartner wichtig. Denn im schwierigen TV-Markt gibt es zwei Segmente, die wachsen: große Bildschirme von 55 Zoll und mehr sowie OLED-TV's. Genau hier sind die C8 und E8 Modelle positioniert. Als einziger Hersteller, der die gesamte OLED-TV Wertschöpfungs-



Der LG OLED-TV C8 bringt spektakuläre Bildqualität ins smarte Zuhause.

kette aus eigener Kraft beherrscht, sind wir nicht ohne Grund im ersten Halbjahr 2018 gegenüber dem Vorjahr um mehr als 40 Prozent gewachsen und haben uns als starke Nummer drei im Gesamtmarkt positioniert.“

Spektakuläre Bildqualität

Der intelligente Alpha 9 Prozessor legt die Messlatte für OLED-Fernseher nochmals höher. Statt wie bei den Vorjahresmodellen Körnung und Streifen in zwei Stufen

zu reduzieren, sind jetzt vier Stufen implementiert. Dies sorgt für noch klarere Bilder ohne Artefakte. Zudem macht der Alpha 9 durch Verbesserung der Bildschärfe auch feinere Details sichtbar. Und er nutzt eine Farbtabelle, die 7,3-mal umfangreicher ist als die der 2017er LG-OLED-TV's, um Farben noch exakter und lebensechter zu reproduzieren. Die hohe Rechenleistung des Prozessors macht die aktuellen LG-OLED-TV's zudem HFR-fähig (High Frame Rate): Sie können Inhalte mit bis zu 120

Neue High-End-Soundbar-Familie

LG stellt auf der IFA mit der SK- Serie eine komplett neue Soundbar-Familie vor. Diese reicht vom High-End-Modell SK10Y bis zur Einsteiger-Variante SK1 und bedient damit alle Ansprüche privater Endanwender für die passende akustische Komplettierung ihres TV-Erlebnisses. Je nach Modell sind Premium-Technologien wie Meridian für beeindruckenden Klang, Dolby Atmos für realitätsnahen Surround-Sound und Sprachsteuerung mit Google Assistant integriert.

Die SK10Y (UVP: 1.199 Euro) ist die erste Soundbar von LG, die Meridian-Technologie integriert. Diese Soundtechnologie der britischen Audio-Spezialisten von Meridian ergänzt hervorragend die innovative Unterhaltungselektronik von LG und bietet den Nutzern ein ganz besonderes Hörerlebnis. Die 550 Watt starke 5.1 .2-Soundbar unterstützt darüber hinaus Dolby Atmos. Damit lassen sich bis zu 128 Klangobjekte gleichzeitig virtuell so im dreidimensionalen Raum platzieren, dass der Zuhörer glaubt, sich mitten im Geschehen zu befinden. Diese Effekte können

individuell auf den jeweiligen Raum des TV-Zuschauers/-Zuhörers angepasst werden. Für noch spektakuläreren Raumklang können die Soundbars SK10Y und SK9Y kabellos mit dem optionalen Rücklautsprecher-Set SPK8 (2x 70 Watt, UVP: 179 Euro) gekoppelt und so zu 7.1 .2-Systemen ausgebaut werden.

Die SK10Y unterstützt Hi-Res-Audio mit bis zu 24 Bit/192 kHz (inkl. Upconversion/Upsampling) für nahezu verlustfreie Wiedergabe von Audio und unterstützt mit Flac, Wav und Alac auch die dafür notwendigen Audioformate.

Für exzellenten Komfort sorgen Chromecast, die Verbindung zu anderen Geräten über HDMI-, optisches oder 3,5mm-Kabel, WLAN, Bluetooth oder Ethernet, die in naher Zukunft in Deutschland verfügbare Sprachsteuerung mit Google-Assistent, die eine Anbindung entsprechende Geräte wie den neuen LG ThinQ Speaker WK7 erlaubt. Auch die kleinen Schwestern der SK10Y – die 500 Watt starke 5.1 .2-Soundbar SK9Y (UVP: 999 Euro) und die 360 Watt starke 2.1-Soundbar SK8 (UVP: 549 Euro) – sind Dol-

by-Atmos-fähig und verfügen über die gleichen Verbindungsoptionen sowie Chromecast. Sie unterstützen ebenfalls Hi-Res-Audio mit 24 Bit/192 kHz (SK9Y) bzw. 24 Bit/96 kHz (SK8). Bei allen drei Soundbars gehört ein kabellos verbindbarer 200-Watt-Subwoofer zum Lieferumfang.

Für Zuschauer, die nicht unbedingt den immersiven Sound von Dolby Atmos benötigen, bietet LG die 2.1-Soundbars SK6F (UVP: 399 Euro) und SK5 (299 Euro) mit je 360 Watt Ausgangsleistung an. Sie sorgen mit DTS Virtual:X für eine eindrucksvolle virtuelle 3D-Geräuschkulisse. Die SK6F bringt als Besonderheit noch einen integrierten UKW-Tuner mit.

Für den Einsteiger ist die 40 Watt starke SK1 (UVP: 119 Euro) von LG konzipiert. Sie rundet als 2.0-System ohne Subwoofer die LG-Soundbar-Familie nach unten ab.

Die SK10Y ist die erste Soundbar von LG, die Meridian-Technologie integriert.



zukunftsicher

Bildern pro Sekunde verarbeiten und darstellen – und zwar in 4K-Auflösung und mit HDR. „Auch das ist ein Beitrag zum Thema Zukunftssicherheit“, betonte Schiffbauer. „Denn damit sind unsere Fernseher auch für zukünftige Inhalte bestens vorbereitet.“

Die OLED-Fernsehgeräte des Jahrgangs 2018 von LG unterstützen außerdem etablierte HDR-Standards wie Dolby Vision, HDR10 und HLG (Hybrid Log-Gamma) sowie Advanced HDR by Technicolor. HDR-Inhalte mit statischen Metadaten (HDR10, HLG) werden mit Hilfe des LG-eigenen Algorithmus Enhanced Dynamic Tone Mapping (Verbesserte dynamische Farbtonzuordnung) dynamisch Bild für Bild verbessert. Auch für die Ohren haben die LG OLED-TVs viel zu bieten, denn sie können objektbasierten Dolby-Atmos-Surround-Sound direkt im Gerät verarbeiten und wiedergeben.

Künstliche Intelligenz

LG hat seine aktuelle OLED-Familie für den Einsatz im Smart Home zusätzlich mit künstlicher Intelligenz ausgestattet. Das ist nicht nur Zukunftsmusik: ThinQ (LGs Plattform für künstliche Intelligenz (KI)) sorgt bereits durch den Einsatz von Natural Language Processing (NLP - Natürliche Sprachverarbeitung) für ein verbessertes, interaktives Erlebnis. Dank NLP sind Anwender nicht mehr auf wenige vordefinierte Sprachbefehle („Lautstärke erhöhen“) limitiert. Stattdessen erkennt der Fernseher eine breite Palette von Befehlen („Ton ist zu leise“, „Lauter“, „Ich höre nichts“, ...) und lernt zudem ständig dazu. So wird die Spracherkennung mit der Zeit immer besser.

ThinQ wird demnächst auch in Deutschland die smarte Sprachsteuerung unterschiedlichster LG-Geräte im pri-



Daniel Schiffbauer, Sales Director Home Entertainment bei LG Deutschland: „Denn im schwierigen TV-Markt gibt es zwei Segmente, die wachsen: große Bildschirme von 55 Zoll und mehr sowie OLED-TVs. Genau hier sind die C8 und E8 Modelle positioniert.“

vaten Haushalt ermöglichen. Mit der noch in diesem Jahr anstehenden Nachrüstung der 2018er LG-OLED- und LG-Super-UHD-TVs mit Google Assistant (GA) werden Besitzer dieser Geräte mittelfristig bis zu 1.500 kompatible Geräte mit ihrem TV steuern können. Videos, Bilder oder andere Inhalte lassen sich bereits jetzt einfach über LGs Magic-Remote-Fernbedienung und einem Sprachbefehl finden. Dazu genügen kurze Kommandos wie „Zeige mir alle Filme, in denen dieser Schauspieler mitgespielt hat“ oder „Zeige mir Yoga-Videos“.

Dies funktioniert auch bei der Nutzung von Diensten, die auf dem Electronic Program Guide (EPG) basieren. Die Zuschauer erhalten dabei Informationen in Echtzeit. Auch

die Steuerung der Hardware funktioniert via Sprache: Durch Ansagen wie „Den Fernseher ausschalten, wenn die Sendung zu Ende ist“, schaltet das Gerät entsprechend ab, ohne dass der Name der Sendung wiederholt oder eine bestimmte Zeit festgelegt werden muss. Aktiviert wird die Spracherkennung durch das Drücken einer Taste auf der Fernbedienung ausgelöst. Kunden, denen die Möglichkeit ständigen Mithörens Sorgen macht, können also beruhigt sein: Wird die entsprechende Taste nicht gedrückt, ist das Mikrofon abgeschaltet.

Die E8 OLED TVs von LG zeichnen sich durch ihr schwebendes „Picture-on-Glass“-Design aus und sind in den Größen 65 (UVP: 4.499 Euro) und 55 Zoll (UVP: 2.999 Euro) erhältlich. Bei den C8-Modellen sind die Bildschirmgrößen 77 (UVP: 9.999 Euro), 65 (UVP: 3.499 Euro) und 55 Zoll (UVP: 2.499 Euro) erhältlich. Damit ist der LG OLED 77C8 der erste 77-Zoll-OLED-Fernseher auf dem Markt, dessen Preisempfehlung unter 10.000 Euro liegt.

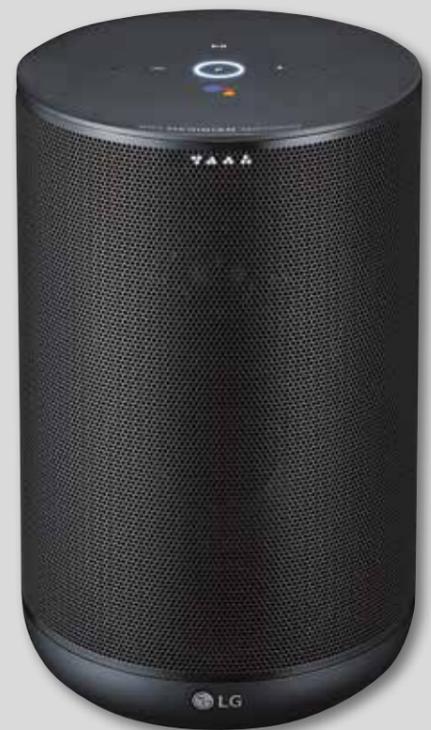
Den Einstieg in die OLED-Technologie von LG stellt der 55-Zöller 55B8 für 2.499 Euro (UVP) dar.



Mit ihrem schwebenden „Picture-on-Glass“-Design sind die E8 OLED-TVs von LG unverwechselbar.

Intelligenter Lautsprecher

Mit dem ThinQ Speaker WK7 bietet LG einen smarten Lautsprecher an, der mit dem Google Assistant und der integrierten Google-Plattform Android Things eine wachsende Zahl kompatibler Geräte wie Smart TVs, Soundbars, Kühlschränke, Klimaanlage, Saugroboter und andere Produkte im Smart Home steuern kann. Die Inhalte von Diensten wie Google Play Music, YouTube Music und Spotify können bereits jetzt abgerufen werden und kommen dank der eingebauten Technologien des britischen Audio-Spezialisten Meridian in hervorragender Qualität zu Gehör. Dabei kann der WK7-Lautsprecher bis zu sechs verschiedene Anwender im Haushalt an der Stimme unterscheiden. Das ist nützlich für individuelle Assistenz, z. B. das Ansagen der Verkehrssituation für den Weg des fragenden Familienmitglieds zum Arbeitsplatz oder die Auswahl des bevorzugten Musikgenres.



Der WK7 ist außerdem der erste Lautsprecher, der für Googles neue Internet-der-Dinge-Plattform Android Things konzipiert wurde.

Die Kooperation mit den Audio-Experten von Meridian sorgt für exzellenten Klang. Meridian hat dafür nicht nur wichtige Beiträge zur Auswahl und Anordnung von Materialien und Komponenten geliefert, sondern auch in Richtung von auf High-End-Klang ausgelegten Funktionen beraten. So werden tiefe Töne mit der Funktion Enhanced Bass nicht einfach nur verstärkt, sondern klingen auch voluminöser und satter. Clear Vocal sorgt andererseits für die besonders klare Wiedergabe von Stimmen und Gesang. Der WK7 unterstützt Hi-Res-Audio mit 24 Bit/96kHz nach den Standards der Japan Audio Society (JAS) verarbeitet Flac, Wav und Alac ebenso wie die High-Resolution-Streaming-Formate Tidal und Qobuz. Unabhängig von der Auflösung des Ausgangssignals werden alle Formate intern in einen Stream mit 96 Kilohertz und 24 Bit konvertiert. Für eine besonders klare Wiedergabe der Höhen werden im WK7 Aluminium-Hochtöner eingesetzt, die ihre Stärken vor allem im für Hi-Res-Audio besonders wichtigen Frequenzbereich von über 20 Kilohertz auspielen. Gegenüber den üblichen Hochtönern mit Seidenmembranen erzeugen sie hier bis zu 6 Dezibel mehr Schalldruck. Der LG ThinQ WiFi-Lautsprecher WK7 ist in Titan Black 219 Euro (UVP) erhältlich.

Neue LCD Power Bank Serie von Varta

In klassischem Schwarz gehalten, liegt die Power Bank von Varta dank abgerundeter Ecken in allen Gehäusegrößen sehr gut in der Hand. Das namensgebende LC-Display auf der Vorderseite gibt auf einen Blick Auskunft über den Ladestatus und zeigt an, welcher USB-Eingang gerade in Benutzung ist.

Auf der oberen Kante über der Anzeige befinden sich neben dem An- und Ausschalter ein Micro-USB-Eingang sowie zwei USB-Ausgänge mit jeweils 5 Volt und 2.4 Ampere beziehungsweise 1.0 Ampere. Damit lädt die Power Bank bei Bedarf auch zwei Geräte gleichzeitig. Als besonders praktisch erweist sich die kleine LED-Leuchte direkt über dem Micro-USB-Anschluss, die im Notfall für den nötigen Durchblick sorgt. Um dem gestiegenen Energiebedarf seitens der Endkonsumenten gerecht zu werden, launcht Varta die komplette Serie in drei neuen Kapazitäten von 7.800, 13.000 sowie 18.200 mAh. Damit können Smartphones je nach Größe der Power Bank bis zu sechs Mal und Tablets bis zu drei Mal aufgeladen werden. Die LCD Power Bank ist in den Kapazitäten 7.800 mAh, 13.000 mAh und 18.200 mAh zum UVP von 20,99 Euro, 27,99 Euro und 34,99 Euro erhältlich.

One for All mit AV-Zubehör auf der IFA

One For All präsentiert unter dem Motto „create smart living“ auf der IFA innovatives AV-Zubehör für CE und Home Control. Zudem wird gezeigt, wie das AV-Zubehör durch innovative Technik und wegweisendes Design für das Wohnzimmer 2020 weiterentwickelt wird.

Highlight des IFA-Auftritts ist die neue Kugelantenne SV 9494 aus dem Premiumsegment. Der Clou ist die rotierende Kuppel: Die Antenne wird einfach per Drehung der oberen Halbkugel ausgerichtet, die integrierten LED informieren über den Signalpegel. Die SV 9494 kann bis zu 25 km vom Senderstandort entfernt eingesetzt werden. Die automatische Verstärkungsregelung sowie integrierte Filter zur Abschirmung gegen 3G/4G LTE runden die Ausstattung ab. Die SV 9494 ist voraussichtlich ab Ende September im Handel verfügbar; der Preis beträgt 99,99 Euro (UVP).

Neu im Portfolio sind zudem die Modelle SV 9405, SV 9460 und SV 9465. Die Signalempfänger mit Teleskopantenne sind zur Justierung drehbar. Alle drei Indoor-Antennen unterstützen VHF/UHF und ermöglichen damit den Empfang von Full-HD TV-Programmen sowie des neuen Digitalradios DAB+. Das Spitzenmodell SV 9465 bietet zudem eine automatische Verstärkungsregelung. Das Top-Modell kann bis zu einer Entfernung von 25 km zum Senderstandort für den Indoor-Empfang genutzt werden. Der Preis beträgt 44,99 Euro (UVP).



Erstmals auf der IFA zu sehen sind die beiden neuen Wandhalterungen WM 6452 und WM 6652. Sie bieten eine justierbare Rastfunktion: Bei der Rückführung aus dem Neigemodus in die Parkposition kann die Rastung entsprechend für leichte und schwere TV-Geräte eingestellt werden. Hinzu kommt die Möglichkeit für negativen Tilt (Neigung nach oben) sowie eine verbesserte Drehfunktion durch weiterentwickelte Achsensysteme. Die Ausstattung wurde durch Fischer Dübel ergänzt, die künftig allen Wandhalterungen von One For All beiliegen sollen. Die WM 6452 ist für Geräte bis maximal 65 Zoll geeignet, bietet eine Drehfunktion bis 180 Grad sowie eine Neigefunktion von 20 Grad. Die WM 6652 trägt bei gleichen Merkmalen Flachbildschirme bis 84 Zoll.

Neu im Portfolio ist die Sky-Ersatzfernbedienung URC 1635. Sie unterstützt abwärtskompatibel alle Endgeräte ab Sky Pro. Die Bediencodes sind vorprogrammiert, so dass die Fernbedienung nach Einlegen der Batterie sofort einsatzbereit ist. Live-Makros, die über die Farbtasten angesteuert werden, bieten Direktzugriff auf TV-Sender der Genres Movie, News, Sport und Kinderprogramm. Als 2-in-1-Gerät steuert die URC 1635 auch angeschlossene TV-Geräte oder Soundbars (Ein/Aus, Eingang, Lautstärke). Eine Lernfunktion zur Übertragung von Bediencodes des Originals sowie eine dreifarbige LED zur Anzeige des gerade kontrollierten Geräts runden die Ausstattung ab. Der Preis liegt bei 21,99 Euro (UVP).

Zudem stellt One For All seine Streaming Remote vor, die voraussichtlich Anfang 2019 auf den Markt kommen wird (UVP 24,99 Euro). Mit der Fernbedienung lassen sich Plattformen wie Apple TV, Android Boxen und anderer Media Player steuern. Die Einrichtung erfolgt blitzschnell: So wählt der Nutzer seine Plattform aus und sendet via Infrarot ein kurzes Testsignal an die AV-Geräte – fertig. Die Farben der hintergrundbeleuchteten Tasten können individuell eingestellt werden, so dass der Nutzer seine individuelle Streaming Remote nach eigenen Wünschen gestalten kann. Vier Hot-keys bieten Direktzugriff auf Anbieter wie Netflix und Co.

Im Wohnzimmer 2020 zeigt One For All zudem seine Visionen und Konzepte für das Wohnleben der Zukunft. „Als Vollsortimenter für AV-Zubehör zeigen wir auf der IFA nicht nur unsere Bestseller der Warengruppen Universalfernbedienung, Wandhalterung und DVB-T2 Antennen“, so Stefan Müller, Sales Director DACH-Region und Central Eastern Europe von One For All. „Wir bieten auch einen Ausblick auf die Zukunft des vernetzten Heims, des AV-Equipments sowie der Weiterentwicklung der TV-Halterungen in Design und Technik. Zusammen mit unseren Abverkaufshilfen am POS, dem weiterentwickelten Shop-in-Shop-Konzept sowie der App-basierten Produktauswahl- und Installationshilfen sind wir bestens aufgestellt, um unseren Marktanteil weiter auszubauen.“

Neuer MusicCast Subwoofer von Yamaha

Mit dem Subwoofer MusicCast SUB 100 bringt Yamaha kraftvollen Bass ins Heimkino oder in musikalische Stereo-Setups – kabellos und unkompliziert. Der SUB 100 wird angetrieben von einem 8-Zoll-Konus Treiber und bringt 130 Watt Leistung.

Der Subwoofer mit Twisted Flare Port Technologie sieht dabei dank

eleganter Piano-Lackierung gut aus und fügt sich in jedes Wohnraumambiente ein.

MusicCast ist die umfassende Multiroom-Lösung von Yamaha. Neben Streaming-Laut-

sprechern, Soundbars und AV-Receiver können mit disklavier Enspire selbst ausgewachsene Klaviere und Flügel in das Audio-Netzwerk eingebunden werden. Mit dem



„MusicCast Add“ WXAD-10 wird zudem jedes beliebige Wiedergabe-Gerät MusicCast-fähig – einzige Voraussetzung ist ein Audio-Eingang. Alle per MusicCast verbunden Komponenten bilden ein großes Audio-Netzwerk – so kann jedes Signal in jedem Raum von jedem Gerät wiedergegeben werden. Der kabellose Subwoofer MusicCast SUB 100 ist den Farbvarianten Hochglanz Schwarz und Hochglanz Weiß ab September 2018 zum Preis von 499 Euro (UVP) verfügbar.

Samsung: Neue Premium-Soundbars zur IFA

Zur IFA stellt Samsung Electronics in Zusammenarbeit mit Harman Kardon zwei neue Premium-Soundbars vor. Die Modelle HW-N950 und HW-N850 mit Dolby Atmos- und DTS:X-Unterstützung sind zur IFA 2018 im Handel erhältlich – gekennzeichnet durch die Logos der beiden Kooperationspartner Samsung und Harman Kardon. Die HW-N950 und HW-N850 Soundbars sind die ersten Premium-Audio-Produkte für Konsumenten, die aus der Zusammenarbeit zwischen Samsung und Harman Kardon hervorgehen.

Dank der Dolby Atmos- und DTS:X-Technologien und mit Hilfe der nach oben und seitlich gerichteten Lautsprecher strahlen die HW-N950 und die HW-N850 Klangwellen aus, die den Hörer auf natürliche Weise von oben und seitlich umfließen, heißt es in einer Pressemitteilung. Mit ihren 7.1.4-Kanälen verfügt die HW-N950 auch über einen kabellosen Subwoofer und zwei kabellose Rücklautsprecher. Im Unterschied dazu ist die HW-N850 als 5.1.2-Kanal-Modell mit einem Hauptlautsprecher und einem kabellosen Subwoofer ausgestattet.

„Durch unsere Zusammenarbeit mit Harman Kardon können wir unseren Kunden ein noch besseres Heimkinoerlebnis mit exzellentem Klang ermöglichen“, sagte Jongsuk Chu, Senior Vice President of the Visual Display Business, Samsung Electronics GmbH. „Die besonders realistischen Bilder unserer QLED TV-Technologie gepaart mit der Premium-Sound-Qualität von Harman Kardon ergeben eine überzeugende Komplettlösung für den Verbraucher.“



Neue Rollei Actioncam

Die neue Rollei Actioncam 550 Touch mit 160 Grad Super-Weitwinkel-Objektiv zeichnet sich durch 4K-Aufnahmen (maximale Videoqualität bei 30 fps, Slow-Motion Aufnahmen mit 120 fps bei 720P HD Auflösung), eine

lange Akkulaufzeit und ein intuitives und verzögerungsfreies Touch-Display aus. Die Touch-Bedienung wird durch Icon-basierte Menüebenen im Hauptmenü erleichtert; das Display macht eine Bedienung auch im Gegenlicht problemlos möglich. Außerdem ist die Fernsteuerung der Actioncam 550 Touch über eine mitgelieferte Fernbedienung und die kostenlose AC 550 Touch-App möglich. „Mit dem Touch-Display und der 4K Aufnahmefunktion geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, ihre Erlebnisse mit einer intuitiv bedienbaren Actioncam qualitativ hochwertig festzuhalten“, sagte Thomas Güttler, Geschäftsführer von Rollei. „Mit der Actioncam 550 Touch stellen wir sicher, dass das Erlebte durch die Aufnahmen mit unserer Kamera nicht in Vergessenheit gerät und dass man sich darüber immer noch freuen kann, wenn man sich die Fotos und Videos zu einem späteren Zeitpunkt nochmal ansieht.“ Die Actioncam 550 Touch ist zu einem Preis von 109,99 Euro (UVP) erhältlich. Im Lieferumfang sind neben der Fernbedienung auch ein Unterwasser-Schutzgehäuse, ein Rahmenhalter, 2 Safety Pads, eine Halterung und ein USB-Kabel enthalten.

Epson mit Druck, Projektion und AR auf der IFA

Epson wird auf der IFA neue und bewährte Produkte für die Bereiche Druck, Projektion und Augmented Reality präsentieren. Auf dem Stand in Halle 21 werden nicht nur neue Projektoren, Drucker und Multifunktionsgeräte zu sehen sein. Es wird auch demonstriert, wie mit der Augmented Reality Brille Moverio BT-300 die Steuerung von Drohnen möglich ist.

Im Bereich Projektion wird Epson auch neue Lösungen für Business- und Heimkino-Anwendungen vorstellen. darunter ein neues Modell in seiner EH-TW-Serie, das für Filmfans entwickelt wurde. In realistischen

Wohnumgebungen werden zudem Projektoren gezeigt, die speziell für das Casual-Heimkino konzipiert wurden.

Ein weiterer Schwerpunkt des Epson Standes auf der IFA sind die Drucklösungen des Unternehmens. So wird die vielfach ausgezeichnete Eco-Tank-Reihe um weitere Modelle erweitert, damit noch mehr Anwender von dem Konzept der kostengünstigen Tintentanks profitieren werden.

Daneben werden auch in der speziell für den Einsatz zu Hause entwickelten Serie Expression neue Drucker und Multifunktionsgeräte vorgestellt. Die Geräte dieser Reihe zeichnen sich durch eine einfache Bedienung aus und ermöglichen kabelloses Drucken bzw. Scannen. Auf der IFA wird Epson zudem neue Anwendungen für die Moverio Augmented Reality-Brillen zeigen, darunter die Möglichkeit, Drohnen einfach und intuitiv zu steuern.



Auf der IFA wird Epson auch neue Business- und Heimkino-Projektoren präsentieren.

Neuheiten

PoS-Aktuell

Neuheiten von JVC auf der IFA

Beim neuen kabellosen JVC HA-ET90BT ist jede der beiden Ohrmuscheln mit einem eigenen Akku und Bluetooth-Modul ausgestattet.

Die winzigen, jeweils 6,5 Gramm leichten Hörer lassen sich dank ihres speziellen drehbaren Drei-Punkt-Haltebügels individuell an das Ohr anpassen – ein Silikon-Ring sorgt für festen Sitz, eine extraflache Ohrauf-

lage reduziert vertikale Bewegungen.

Da die Hörkapseln an drei rutschfest mit Gummi beschichteten Punkten in der Ohrmuschel anliegen, sitzen sie auch bei bewegungsintensivem oder schweißtreibendem Training besonders gut. Die Bedienung des Kopfhörers erfolgt über eine Taste an den Hörkapseln oder besonders komfortabel über eine auf dem Smartphone installierte App. Einmal gekoppelt, lassen sich die kompakten Ohrhörer über drei voreingestellte Equalizer-Einstellungen (Flat/Bass/Clear) in ihrer Klangcharakteristik verändern. Zudem zeigt die App den Ladezustand der Akkus

Zum Lieferumfang des HA-ET90BT gehört eine Transportbox mit integriertem Akku, über den sich die Akkus der Ohrhörer zweimal für jeweils weitere drei Stunden neu aufladen lassen. Vier LEDs illustrieren den Ladezustand des Akkus in der Transportbox, der sich mit Hilfe des mitgelieferten USB-Kabels wieder auffrischen lässt. Der Preis für den HA-ET90BT beträgt 179 Euro (UVP).

Blaupunkt: Neue Audioprodukte auf der IFA

Blaupunkt präsentiert im Rahmen der diesjährigen IFA in Halle 7.2b, Stand 207, ein breites Portfolio an neuen Audioprodukten. Premiere wird der „PVA 100“ als Chromecast-Lautsprecher mit Sprachsteuerung haben. Der handliche Speaker mit integriertem Google Assistant erweitert die aktuelle Chromecast-Serie um eine smarte Lösung mit Steckdosen-Plug. In Kombination mit anderen Chromecast-fähigen Modellen anderer Hersteller fungiert er als

offenes Multiroom-System und sorgt für synchrone, verzögerungsfreie Musik in verschiedenen Räumen.

Dabei ermöglicht der Sprachassistent nicht nur die Steuerung von Streamingdiensten wie Spotify, sondern beantwortet auch Suchanfragen zu Wetter, Verkehr und Co., bedient Smart Home Komponenten, digitale Kalender und vieles mehr.

Darüber hinaus stellt Blaupunkt zwei neue Soundbars mit HDMI ARC sowie eine Serie von FM-Radios für die Steckdose vor, die wahlweise auch mit DAB+ oder WiFi ausgestattet sind. Alle drei Modelle ermöglichen zudem ein einfaches Musikstreaming vom Smartphone via Bluetooth. Dabei kann der reine FM-Vertreter „PRB 100“ mit seinem integrierten Li-Ionen Akku auch unterwegs oder im Garten



genutzt werden und versorgt auf Wunsch via USB sogar das Smartphone mit Energie.

Die zweite Variante „PDB 100“ verfügt über DAB+, eine Speichermöglichkeit von 30 Senderplätzen und bietet sattem Klang durch einen passiven Bassradiator. Letzterer ist auch im „PIB 100“ verbaut, das als Internet-Radio mit 2,4 Zoll Farbdisplay den Zugriff auf zehntausende Radiosender ermöglicht, sich auf Wunsch per App steuern lässt und eine Medienwiedergabe vom PC per Netzwerkstreaming bietet

Damit es beim Kochen nicht langweilig wird, stellt Blaupunkt auch eine neue Serie für die Küche vor. So präsentieren sich auf der IFA neue Unterbauradios mit Timer für Koch- und Backvorgänge, integriertem LED-Licht zur Ausleuchtung der Arbeitsfläche sowie wahlweise mit CD und DAB+.

Die neue Canon PowerShot SX740 HS mit 40-fach Zoom

Mit der PowerShot SX740 HS stellt Canon eine kompakte Reisekamera vor, deren 40fach-Zoomobjektiv einen Brennweitenbereich von 24 - 960 mm (KB) abdeckt, der mit ZoomPlus auf 1.920 mm (KB) erweitert werden kann.



Die Kamera nimmt auch Videos in 4K auf und ist mit dem Digidig 8 Bildprozessor, 5-Achsen-Stabilisierung sowie WLAN und Bluetooth (LE) für eine problemlose Smartphone-Konnektivität ausgestattet.

Der rückseitig belichtete CMOS-Sensor hat eine effektive Auflösung von 20,3 MP. Aus den 4K-Filmsequenzen (30p oder 25p) lassen sich Einzelbilder mit einer Auflösung von 8 Megapixeln extrahieren. Außerhalb des Video-Modus kommt die PowerShot SX740 HS auf eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu 10 Bildern/s (Focus-Lock) bzw. 7,4 Bildern/s mit Schärfenachführung.

Das 3 Zoll (7,5 cm) große Display hat 922.000 Bildpunkte und kann um 180° nach oben geklappt werden, um z. B. die Bildkontrolle bei Selfies zu erleichtern. Einen Sucher gibt es nicht.

Mit den Netzwerkfunktionen lässt sich die Kamera problemlos mit kompatiblen Mobilgeräten verbinden und über die kostenlose Canon Camera Connect App bedienen. Die Fotos und Videos können auch auf der Canon Cloudlösung irista gespeichert sowie automatisch und drahtlos mit PCs und Macs synchronisiert werden.

Die PowerShot SX740 HS ist in Schwarz oder Silber ab August erhältlich und kostet 399 Euro (UVP).

STRONG

freenet TV



SICHERN SIE SICH JETZT MEHR UMSATZ UND MARGE

Mit der **DVB-T2 CASH-BACK AKTION:**

- € 10,- Sofort-Rabatt für Ihren Kunden
- € 8,- zusätzliche Provision für Sie

WIE? Durch den Verkauf eines freenet TV Receivers der Marken STRONG, THOMSON, PHILIPS oder SKYWORTH zusammen mit einer freenet TV 12 Monats-Guthabekarte.

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://freetv-cashback.strong.tv>

Philips Series 9000 Prestige

Der Philips Prestige Nass- und Trockenrasierer der 9000er Serie bietet einen intelligenten BeardAdapt-Sensor, flexible Scherköpfe und kabelloses Laden mit Hilfe des stylischen Qi-Ladepads. Die NanoTech-Präzisionsklingen sind mit Nano-Partikeln verstärkt und haben extra scharfe und langlebige Kanten. Für



ein spürbar glattes Ergebnis schneiden sie die Barthaare mit besonderer Präzision direkt an der Hautoberfläche. Die Hautkomfort-Beschichtung der Scherköpfe gleitet besonders sanft, ohne die Haut zu sehr zu beanspruchen. Die Präzisionsklingen kürzen die Haare direkt an der Hautoberfläche. Die beweglichen Scherköpfe gleiten auf beschichteten Ringen ganz nah aber sanft über die Haut. Dabei erfassen ihre verbreiterten und abgerundeten Öffnungen mehr Haare in einem Zug als je zuvor. Die Modi schonend, normal oder schnell stehen zur Auswahl. Dank des BeardAdapt-Sensors ist die Rasur im Nullkommanters erledigt: Er prüft die Bartdicke bis zu 15 Mal pro Sekunde und passt den Rasierer an die Haarstruktur an. So ist selbst ein 7-Tage-Bart im Handumdrehen verschwunden. Der Series 9000 Prestige ist ab September zum Preis von 469,99 Euro (UVP) erhältlich.

Severin erweitert zur IFA Kleingeräte-Sortiment

Zur IFA erweitert Severin sein Sortiment an Kleingeräten um eine vollautomatische Zitruspresse und einen kabellosen Akku-Fenstersauger. Mit der neuen Zitruspresse CP3537 lassen sich frischgepresste Säfte aus kleinen oder großen Früchten mit nur einem Knopfdruck ohne Kraftaufwand und lästiges Spritzen auspressen.

Die Auslauffülle ermöglicht einen Saftauslauf direkt ins Glas – ein Tropfstopf verhindert, dass etwas daneben

geht. Im Anschluss können Presskegel, Fruchtfleischsieb, Saftschale und Deckeinsatz einfach in der Spülmaschine gereinigt werden. Alle Einzelteile, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, sind BPA-frei.

Die Zitruspresse CP3537 ist ab Mitte September zum Preis von 79,99 Euro (UVP) verfügbar.

Mit dem kabellosen Akku-Fenstersauger SC 7141 hygienus glass

Li 25 von Severin Floorcare soll die streifen- und tropfenfreie Reinigung großer Fenster sowie glatter Oberflächen schnell und einfach gelingen.

Mit einer Sprühflasche mit Mikrofaserpad können selbst hartnäckige Schmutzspuren vorbehandelt werden. Mit einer Reinigungsleistung von bis zu 75 qm werden Fenster, Spiegel, Fliesen und andere glatte Oberflächen besonders gründlich sauber. Der Schmutzwassertank mit 100 ml Tankvolumen zeichnet sich dabei durch eine einfache Entnahme und schnelle Entleerung aus.

Der besonders leichte Akku-Fenstersauger SC 7141 hygienus glass Li 25 ist ab sofort in der Farbe Schneeweiß-Granatrot zum Preis von 49,95 Euro (UVP) erhältlich.



Neue Version der Assistent Original von Ankarsum

Die Assistent Original von Ankarsum ist ein Design-Klassiker und war 1940 die erste in Schweden produzierte Küchenmaschine. Sie knetet und rührt, mixt und schlägt, reibt, raspelt, püriert und passiert, mahlt Kaffee, quetscht Müsli-Flocken, walzt Pasta und produziert Hackfleisch oder stopft Würste. Die neue Version der legendären Küchenmaschine bietet mehr Leistung, bessere Ausstattung und eine von fünf auf sieben Jahren verlängerte Garantie. Alle 18 Zubehörteile – egal wie alt sie sind – passen problemlos zur neuen Maschine.



Der einfache Antrieb ist besonders robust und langlebig. Wie bei professionellen Küchenmaschinen, die beispielsweise in Großbäckereien zum Einsatz kommen, dreht sich bei der „Assistent Original“ die Schüssel und nicht das Rührwerk. Diese Technik sorgt laut Hersteller für einen deutlich gleichmäßigeren Knetvorgang als bei herkömmlichen Küchenmaschinen. Die Zutaten können während des Rührvorgangs direkt in die Schüssel gegeben werden, und obwohl diese offen läuft, ist kein Sicherheitsdeckel erforderlich.

Teigreste, die am Schüsselrand haften, werden parallel von einem Abstreifer in die Mitte der Schüssel geführt und dort wieder vom Kneithaken erfasst. Das hohe Füllvolumen der Edelstahlschüssel von 7 Litern ermöglicht es, mühelos bis zu 3,5 Kilogramm Hefeteig und bis zu 5 Kilogramm schweren Brotteig zu kneten.

Der mit 1.500 Watt noch kraftvollere Motor der neuen „Assistent Original“, dessen Kraft direkt auf den Kneithaken übertragen wird, ist im breiten Sockel montiert. Das verschafft der Küchenmaschine einen tiefen Schwerpunkt, der für einen stabilen, sicheren Stand sorgt. Zudem verhindert ein Überlastungsschutz das Überladen der Maschine.

Der untere Antrieb, der für alle Arbeiten in der Schüssel benutzt wird und 40 bis 180 Umdrehungen pro Minute erzeugt, knetet zuverlässig auch den schwersten Hefeteig. Setzt man Zubehörteile auf wie Mixer, Zitruspresse, Fleischwolf, Gemüseschneider, Getreidemühle, Flocker, Spritzgebäck-Vorsatz oder Passieraufsatz, wird die Maschine auf die Seite gelegt. Der Antrieb für den Mixer, der einfach die verlängerte Achse des Motors darstellt, schafft bis zu 14.000 Umdrehungen pro Minute.

Die „Assistent Original“ ist derzeit in den Farben Black, Black Chrome, Crème, Light Crème, Mineral White, Pearl Blue, Red Metallic, Jubilee Silver, Royal Blue, Pearl Green, Pure Orange, Pearl Pink, Sparkling Gold, Black Diamond und in Shiny Lilac erhältlich.

Vertrieben wird die „Assistent Original“ in Deutschland und Österreich über die in Frankfurt ansässige Holländer Elektro GmbH & Co. KG.

Strong mit smarten 4K UHD Fernsehern

Gut ausgestattet

Strong wird auf der IFA seine Smart TV-Serie A620 präsentieren. Die 4K Ultra HD-Fernseher in hochwertigem Design sind in mehreren Größen von 43 bis 75 Zoll erhältlich und mit HDR für höheren Kontrast zwischen den hellsten und den dunkelsten Bildbereichen ausgestattet. Mit Ethernet und WLAN ermöglichen sie den direkten Zugriff auf Netflix, YouTube und andere Apps.

Mit DVB-T2/C/S2 Dreifach tuner können die Geräte der Strong A620 Serie TV- und Radioprogramme über Satellit, terrestrische Antenne oder Kabel empfangen. Ein Steckplatz für ein CI-Modul zum Dekodieren verschlüsselter Kanäle ist vorhanden. Alle Größen (43, 49, 55, 65 und 75 Zoll) verfügen über 3 HDMI-Anschlüsse, von denen einer auch „Audio Return Channel“ (ARC) unterstützt. ARC ermöglicht eine bidirektionale Kommunikation zwischen kompatiblen Geräten wie Heimkinosystemen, Blu-ray-Playern oder Receivern, die mit einem einzelnen HDMI-Kabel an den Fernseher angeschlossen werden. Mit integriertem WLAN und Smart TV bieten die Geräte Zugriff auf zahlreiche smarte Inhalte. YouTube und Netflix sind vorinstalliert und können direkt über spezielle Tasten auf der Fernbedienung geöffnet werden. Funktionen, wie die Spiegelung von Bildschirmhalten oder das Teilen von Fotos, Videos oder Musik vom Smartphone oder Tablet gehören ebenfalls zur Ausstattung. Wie alle Fernsehgeräte von Strong hat auch die A620 Serie einen elektronischen Programmführer (EPG); Kindersicherung, Teletext und Untertitel sind ebenfalls integriert. Eine nützliche Funktion für Hotels und Einzelhändler ist der Hotelmodus, mit dem bestimmte Menüs oder Funktionen blockiert oder die Intensität der Lautstärke begrenzt werden kann.



Die Strong 4K UHD-TVs sind in Größen bis zu 75 Zoll erhältlich.

Sharp Home Appliances auf der IFA

Nach einem sehr erfolgreichen Jahr mit einem Wachstum von 34 Prozent auf dem europäischen Markt präsentiert sich Sharp Home Appliances auf der IFA 2018 mit einem umfassenden Produktportfolio und zahlreichen Innovationen. In Halle 9 Stand 212 stehen die Kernthemen Umwelt, Gesundheit und Well-Being im Mittelpunkt. Rund 200 Produkte wird Sharp Home Appliances in diesem Jahr zeigen. Ein zentrales Thema wird dabei Smart Home sein: Hier stellt das Unternehmen die nächste Generation smarterer Waschmaschinen, mit denen die Hausarbeit mit nur einem Knopfdruck noch leichter von der Hand gehen soll.

Im Bereich Kühlen werden innovative Technologien eine große Rolle spielen: Durch neue Features wie AdvancedFresh, die in den neuen Kühl-Gefrierkombinationen zum Einsatz kommen, bleiben Lebensmittel länger frisch. Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung präsentiert Sharp Home Appliances eine neue Side-by-Side-Kühlkombination mit Vakuum-Technologie, die die Haltbarkeit der Nahrungsmittel deutlich verlängern soll.

Auch bei den Einbaugeräten stellt Sharp technische Weiterentwicklungen vor. Ein Highlight wird ein neuer Ofen sein, der zum einen mehrere Gerichte zur gleichen Zeit zubereitet und zum anderen außen kühl bleibt und die Küche nicht unnötig aufheizt. Mit intuitiv zu bedienenden One-Touch Waschmaschinen und Geschirrspülern geht Sharp Home Appliances neue Wege in puncto Design und zeigt Alternativen zum konventionellen Look von Hausgeräten.

Neu im Portfolio sind Trockner, die erstmals auf der IFA präsentiert werden. Ein weiteres Highlight-Thema sind geräuscharme Geräte. „Nach dem erfolgreichen letzten Jahr gilt es nun, auf der IFA diesen Wachstumskurs konsequent fortzusetzen“, so Alberico Lissoni, European Sales and Marketing Director. „Mit unserem Messeauftritt werden wir unseren Partnern und Kunden zeigen, wie wir uns weiter vom Wettbewerb abheben. Wir präsentieren komplett neue Produktkategorien und innovative Technologien und spielen so unsere Vorteile der Produktionsstärke der Vestel Gruppe voll aus – mit dem Ziel, die Hausarbeit einfacher zu machen und durch innovative Technik und Funktionen sogar neue Maßstäbe zu setzen.“

TCL gibt Umbenennung bekannt

Die TCL Multimedia Technology Holdings Limited hat die offizielle Umbenennung des Unternehmens in TCL Electronics Holdings Limited (TCL Electronics) bekanntgegeben. Die Ankündigung folgt auf den erfolgreichen Abschluss des formellen Verfahrens zur Namensänderung sowie der Zustimmung durch den Vorstand und die Aktionäre.

„Der Name TCL Electronics spiegelt das nun erhältliche umfangreichere Produkt- und Serviceangebot des Unternehmens wider und hilft uns dabei, unsere globalen Ziele zu erreichen“, erklärte Tomson Li, Chairman und CEO der TCL Corporation.

Im Juni 2018 hat TCL Electronics die Akquisition von TCL Commercial Information Technology (Huizhou) Co., Ltd., einem wichtigen Vermögenswert der TCL Corporation, bekanntgegeben. Das Unternehmen möchte damit sein Geschäftsmodell von B2C auf B2B erweitern und in das Geschäft für gewerbliche genutzte Displays eintreten. Mit dem Zukauf bietet das Unternehmen Geschäftskunden zukünftig maßgeschneiderte Displays und intelligente Lösungen, die in verschiedenen Umgebungen eingesetzt werden können. Im April 2018 hatte das Unternehmen die Berechtigung zur Markennutzung der japanischen Onkyo Corporation erhalten. Dies ermög-

licht dem Unternehmen, in den Smart AV-Markt einzutreten und Kunden mit Hilfe seiner TV-Produkte exklusive audiovisuelle und Home Entertainment-Erlebnisse zu bieten.

Neuer Onlineauftritt von Beurer

Der Ulmer Gesundheitspezialist rückt mit dem Website-Relaunch nicht nur ausführliche Produktinformationen in den Fokus, sondern bietet hohe Funktionalität, ein frisches Design und eine neue Bildsprache. Die benutzerfreundliche, responsive Darstellung ist für Desktop, Tablet und mobile Endgeräte ausgelegt. Aktuell ist die Homepage in deutscher, englischer, französischer, spanischer und italienischer Sprache verfügbar. Das übersichtliche Seitenlayout und ein klares Color Coding analog zum firmentypischen Corporate Design erleichtern die Benutzerführung. Deutlich ausgebaut wurde auch der Content. Neben der Darstellung des Produktportfolios können zu jedem Gerät Highlights und technische

Details aufgerufen werden. Zudem ist es möglich, Gebrauchsanleitungen, Produkt-Apps und zukünftig auch Datenblätter gleich digital abzuspeichern. Wer darüber hinaus an Branchen- und Ratgeberthemen rund um den Bereich Gesundheit und Wohlbefinden interessiert ist, kann sich durch die aktuellen Megatrends scrollen oder erhält weiterführende Infos auf den Beurer Onlineportalen – beispielsweise zu Blutdruck, Beauty, Raumklima und Tageslicht.

Ebenfalls neu aufgebaut sind der praktische Bilderpool und das Download-Center, in welchem umfangreiches Informationsmaterial zum Herunterladen bereitsteht. Der bewährte Produktvergleich, Video-Tutorials, Produktfilme, eine verbesserte Suchfunktion und ein FAQ-Bereich erleichtern die Kaufentscheidung. Händler finden außerdem Service-Informationen und Links zu relevanten Fachportalen und Schulungsangeboten. Die neue Website ist unter www.beurer.com zu finden.



Metz goes global – Erleben Sie die „Geburtsstunde“ einer neuen Marke.

THE GLOBAL INNOVATIONS SHOW

Besuchen Sie uns

Berlin ExpoCenter City, Halle 6.2, Stand 201



METZ

Metz

Vestel mit breitem Sortiment auf der IFA Marken und Innovationen

Auch auf der IFA 2018 wird Vestel auf mehr als 3.000 Quadratmetern in Halle 8.2 (Sharp Home Appliances: Halle 9, Stand 212) wieder sein breites Sortiment rund um die Themen Unterhaltungselektronik, Hausgeräte und Smart Home Lösungen präsentieren. Bereits gut einen Monat vor dem Berliner Messeauftritt eröffnete das Technologie-Unternehmen einen neuen, internationalen Showroom in Hallbergmoos. In unmittelbarer Nähe zum Münchener Flughafen und zur Deutschland-Zentrale in Garching können Kunden und Geschäftspartner sich auf 900 Quadratmetern von der Innovationskraft des türkischen Technologie-Unternehmens überzeugen.

Vestel Germany Geschäftsführer Özcan Karadogan, der am Eröffnungstag zahlreiche Kunden, Mitarbeiter und Pressevertreter begrüßen konnte, ist sehr zufrieden, dass die Wahl des Standortes für den Showroom auf Deutschland fiel. „Das zeigt die große Bedeutung, die der deutsche Markt für die Vestel Gruppe hat“, erklärte der Manager. „Hier können wir Gästen aus zahlreichen europäischen Ländern die ganze Stärke unseres Unternehmens präsentieren.“

Zukunftsthemen im Visier

Tatsächlich steht der deutsche Markt für deutlich mehr als 10 Prozent des Konzernumsatzes: 350 Millionen Euro hat Vestel Germany 2017 in Deutschland umgesetzt und dabei die beeindruckende Zahl von 2 Millionen Produkten verkauft. Zwar entfällt der Löwenanteil davon auf die klas-



Özcan Karadogan (Mitte) eröffnete den internationalen Showroom gemeinsam mit seinen Kollegen (v. l.) Marek Dietze, Sales & Marketing Director Sharp Home Appliances, Daniel Marc Bollers, Sales & Marketing Director Toshiba TV, Geschäftsführer Vestel Germany, Robert Kalow, Sales Director Weiße Ware, und Taner Ayilmaz, Sales Director Braune Ware.

sischen Geschäftsbereiche Consumer Electronics und Hausgeräte, aber den Besuchern des Showrooms wird schnell deutlich, dass die Kompetenz von Vestel über diese Segmente deutlich hinausgeht. So werden nicht nur die neuesten Smartphones von Vestel gezeigt, sondern auch innovative B2B-Systeme wie LED Lichtlösungen und Digital Signage Produkte. Beim letzteren Segment geht es nicht nur um Werbedisplays für Flughäfen, Bahn-

höfe und andere stark frequentierte Bereiche, sondern auch um interaktive Whiteboards für Schulen und Konferenzräume. So hat sich Vestel erfolgreich an einer Ausschreibung der türkischen Regierung beteiligt, die in den nächsten Jahren alle Schulen im Land mit insgesamt 370.000 smarten Displays und Tablets ausstatten will. Ein besonderes Zukunftsthema ist die E-Mobilität. Hier ist Vestel mit intelligenten E-Charger Lösungen bereits prä-

Toshiba TV geht ins zweite Jahr

Smarter Neustart

Ein Jahr nach dem Neustart der japanischen Marke Toshiba TV wird Vestel auf der IFA nicht nur die zweite Generation des Sortiments vorstellen, sondern auch einen Ausblick auf die Zukunft geben. PoS-MAIL hat Toshiba TV Sales & Marketing Director Daniel Marc Bollers gefragt, wie er mit dem ersten Jahr von Toshiba TV zufrieden ist.

PoS-MAIL: Herr Bollers, vor einem Jahr sind Sie mit der Neuauflage von Toshiba TV gestartet. Haben Sie Ihre Ziele erreicht?

Daniel Marc Bollers: Wir sind im ersten Jahr tatsächlich gut vorangekommen, obwohl das Marktumfeld nicht besonders erfreulich war. So haben wir mit wichtigen Kooperationen Vereinbarungen getroffen und durch sorgfältiges Channel-Management sichergestellt, dass immer mehr Fachhändler uns als glaubwürdigen Partner wahrnehmen. Mit unserer aktuellen Produktpalette, die sich

durch ein überzeugendes Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnet, sehen wir dem umsatzstarken Jahresendgeschäft zuversichtlich entgegen.

PoS-MAIL: Woher nehmen Sie angesichts der Marktlage diesen Optimismus?

Daniel Marc Bollers: Zum einen sind wir nicht die einzigen, die im vierten Quartal eine Belebung der Nachfrage erwarten. Davon können wir gemeinsam mit unseren Handelspartnern überproportional profitieren. Denn die Marke Toshiba hat beim Konsumenten immer noch ein hohes Ansehen, und dem werden wir mit unserer Produktqualität voll gerecht. Das zeigen auch die Erfahrungen nach dem Neustart: Praktisch alle Fachhändler, die sich für Toshiba TV entschieden haben, berichten uns von einem reibungslosen Durchverkauf der Ware. Das ist nicht nur für den Umsatz, sondern



Für die Marken Sharp und Toshiba stehen großzügige eigene Bereiche zur Verfügung.

sent. Das ist aber erst ein Anfang: Das Unternehmen gehört dem Industrie-Konsortium für die Entwicklung des ersten türkischen Elektroautos an und ist dort für Software und Elektronik verantwortlich. Ein Joint Venture mit einem chinesischen Batterie-Hersteller soll die Kompetenz in Sachen Energie weiter verstärken.

Starke Marken

Neben dem umfangreichen Vestel Produktportfolio haben

mit Toshiba TV und Sharp Home Appliances zwei wichtige Marken, deren Lizenzen Vestel auf dem europäischen Markt hält, im internationalen Showroom ihren Platz gefunden. Für sie wurden eigene, großzügige Bereiche geschaffen, in denen die aktuellen Produkte vorführbereit präsentiert werden. „Als OEM-Hersteller hat Vestel eine starke Marktposition, denn wir arbeiten auch für bekannte Premium-Marken“, erklärte Karadogan. „Dieses Qualitätsniveau können unsere Kunden auch von

Fernsehern der Marke Toshiba und von Sharp Hausgeräten erwarten. Denn beide Marken haben eine große Tradition und stehen bei vielen Konsumenten für Innovation und hohe Produktqualität.“

Diese Tradition wird auch durch die Zusammenarbeit mit den Original-Herstellern aufrecht erhalten. So ist das japanische Toshiba Design-Team weiterhin in die Entwicklung der Fernsehgeräte involviert, die Sharp Mikrowellen kommen – ebenso die French-Door-Kühlgeräte – aus der Original-Fabrik. Im letzteren Segment wurde jetzt auch eine Produktion in der Türkei gestartet.

„Mit unserem breiten Sortiment bieten wir dem Fachhandel nicht nur erstklassige Produkte mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis“, erklärte Özcan Karadogan. „Unsere eigene Kompetenz in Software-Entwicklung und Elektronik macht uns auch fit für die digitalen Märkte von morgen, in denen Vernetzung das entscheidende Kriterium ist. Das gilt nicht nur für unsere Toshiba Smart TVs, sondern auch für die Vestel und Sharp Hausgeräte, die mit intelligenten Netzwerkfunktionen in Smart Home Umgebungen integriert werden können. Im ersten Quartal 2019 werden wir auch bei der Weißen Ware die Sprachsteuerung mit Alexa und Google Assistant einführen. Und mit unseren neuen Smartphones und Tablets auf Android-Basis haben wir auch die wichtigsten Steuergeräte für das vernetzte Zuhause im eigenen Portfolio.“



Die Produktpalette von Vestel wird in Hallbergmoos vorführbereit präsentiert.

auch für die Rendite wichtig. Denn es gibt bei Toshiba TV keinen Anlass für preisaggressive Ausverkaufaktionen.

PoS-MAIL: Was zeichnet das neue Toshiba TV Sortiment aus?

Daniel Marc Bollers: Mit unserem neuen Lineup setzen wir konsequent auf die Wachstumssegmente im Markt, nämlich UHD, große Bildschirme und die OLED-Technologie. Dafür warten unsere Geräte mit den aktuellen Bildtechnologien wie HDR10, HLG und Dolby Vision auf. Auch beim Sound brauchen sie sich nicht zu verstecken. Wir freuen uns hier besonders über die Kooperation mit Onkyo: Damit verbessern wir nicht nur die Tonwiedergabe, sondern erzielen auch Synergien bei der Wahrnehmung durch die Konsumenten, weil Toshiba und Onkyo als japanische Marken hervorragend zusammenpassen.

PoS-MAIL: Bild- und Tonqualität sind ohne Zweifel äußerst wichtig. Aber immer mehr Konsumenten fragen auch nach smarten Funktionen, weil sie z. B. Streaming-Dienste wie Net-

flix oder Amazon Prime nutzen möchten. Was hat Toshiba TV dafür zu bieten?

Daniel Marc Bollers: Dafür haben wir besonders



Daniel Marc Bollers, Sales & Marketing Director Toshiba TV: „Die Marke Toshiba hat beim Konsumenten immer noch ein hohes Ansehen, und dem werden wir mit unserer Produktqualität voll gerecht.“

hohen Bedienkomfort zu bieten, z. B. mit der Sprachsteuerung durch Amazon Alexa. Für den Zugriff auf Netflix gibt es bei unseren neuen Geräten zudem eine spezielle Taste auf der Fernbedienung. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft konsequent weitergehen. Für das kommende Jahr haben wir z. B. die ersten Geräte mit Android TV Betriebssystem geplant.

PoS-MAIL: Sie sind also auch über das Jahresende hinaus zuversichtlich?

Daniel Marc Bollers: Ja, denn wir werden schon auf der IFA zeigen, wie gut wir auf die kommende technologische Entwicklung vorbereitet sind. Vestel beherrscht die wichtigen Zukunftstechnologien aus eigener Kraft, und davon profitiert auch Toshiba TV. Deshalb können wir schon auf der IFA 2018 neben weiterentwickelten Wall Art Designlösungen und White Color Gamut Displays auch einen 8K-Fernseher zeigen. Es lohnt sich also, unseren Stand zu besuchen.

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

Miele auf der IFA 2018 mit weiteren Innovationen

Mit der Vorstellung der Weltsensation Dialoggarer auf der IFA 2017 hat Miele die Messlatte für die diesjährige Messe selbst hochgelegt. Diese Herausforderung will der Gütersloher Familienkonzern aber gerne annehmen. So bringt das Unternehmen in Zukunft den Dialoggarer-Besitzern echte Spitzengastronomie direkt nach Hause, sorgt mit dem neuen Vollautomaten CM 7750 CoffeeSelect für Kafeevielfalt und macht es mit der neuen SingleWash-Funktion möglich, auch kleine und kleinste Waschmengen wirtschaftlich zu waschen. Dazu soll noch ein sehr innovativer Geschirrspüler kommen, der allerdings erst in Berlin enthüllt werden soll.



Besitzer des Dialoggarers können sich bald komplette Menüs, appetitlich auf Porzellangeschirr angerichtet, nach Hause liefern lassen und sie in 20 Minuten servierfähig garen.

Genießen und Waschen

Für den neuen Gourmet-Service arbeitet Miele mit dem ebenso neuen Bielefelder Startup MChef und seinem Gründer Martin Eilerts zusammen. Eilerts will Kunden, die einen Dialoggarer in ihrer Küche haben und daheim wie in ihrem Lieblingsrestaurant essen möchten, anspruchsvolle Drei-Gänge Menüs nach Hause bringen. Dabei werden die einzigartigen Fähigkeiten des Dialoggarers genutzt, der unterschiedliche Speisen gleichzeitig auf den Punkt garen kann. So werden die einzelnen Gänge, appetitlich angerichtet auf eleganten Porzellantellern, nach Hause geliefert; nach durchschnittlich 20 Minuten im Dialoggarer sind sie servierfertig. Fehler bei der Zubereitung sind praktisch ausgeschlossen: Wenn die Kunden die fertig angerichteten Teller in den Dialoggarer geben, wird dieser direkt aus der MChef-App mit den passenden Einstellungen gestartet. Bis zu sechs Gerichte lassen sich in dem Gerät gleichzeitig zubereiten.

Unter den zunächst 16 Gerichten, die speziell für den Dialoggarer entwickelt wurden, stehen zum Beispiel Tatar vom Ikarimi-Lachs mit marinierten Garnelen und kleinem Salat als Vorspeise, Rinderfilet „Hereford Prime“ mit Rotweinjus, Gemüsestreifen und Kartoffel-Trüffel-Gratin als Hauptgang und Baumkuchen-Tiramisu mit Beerenragout und gefüllten Amarettini als Dessert. Auch vegetarische und vegane Menüs sind erhältlich, ebenso spezielle Kreationen für Kinder. Wer bis 12.30 Uhr online ordert, wird am nächsten Vormittag beliefert, und zwar an 365 Tagen im Jahr. Die durchschnittliche Garzeit beträgt 20 Minuten. MChef liefert einzelne Gerichte nach Wahl oder komplette Menüs mit drei Gängen. Auf Wunsch beinhaltet die Sendung auch den passenden Wein oder Champagner in der richtigen Serviertemperatur.

Für die spezielle Verpackungslösung und die Transportbox hat MChef Patente beantragt, denn es gibt keine

Präzedenzfälle, um auf Porzellan fertig angerichtete Gerichte per Kurier zu versenden. Die Transportbox nimmt in bis zu vier verschiedenen Klimazonen zwischen -18°C und +18°C bis zu acht Gerichte nebst Wein und Champagner auf und hält die Lieferung auf dem Weg zum Kunden bis zu 24 Stunden lang frisch. Einmal der Box entnommen, lassen sich die Menüs bei entsprechender Temperatur bis zu fünf Tage lagern. Die Transportverpackung mit dem benutztem Geschirr wird durch einen Paketdienst wieder abgeholt. Im Pilotmarkt Nordrhein-Westfalen startet der Service im Herbst, ab Januar will MChef bundesweit lieferfähig sein.

Mehr Vielfalt beim Kaffee

Den neuen Vollautomaten CM 7750 CoffeeSelect hat Miele mit vier nützlichen Features

Im neuen Vollautomaten CM 7750 CoffeeSelect können bis zu drei Kaffeesorten bevorratet und auf Knopfdruck ausgewählt werden.



ausgestattet, die es nach Unternehmensangaben so bei keinem anderen Hersteller gibt. Erstmals lassen sich drei verschiedene Bohnensorten bevorraten und per Fingertipp auswählen. Passend dazu wird das Black Edition Kaffee-Sortiment erweitert: Neben der bewährten Black Edition N° 1 stehen Café Crema, Espresso und eine koffeinfreie Variante zur Verfügung. Das neue Kegelmahlwerk aus Edelstahl mahlt besonders leise, schonend und frei von Rückständen. Außerdem sind die CM7-Modelle von Miele die einzigen Stand-Kaffeefullautomaten mit selbstständiger Entkalkung und sensorgesteuerter Anpassung des Auslaufs ans Trinkgefäß.

Die drei Bohnenbehälter fassen 210, 180 und 150 Gramm. 16 Kaffeespezialitäten stehen zur Wahl, von Café Crema, Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato bis zu internationalen Varianten wie Long Black oder Flat White.

Hinzu kommt Heißwasser in mehreren Temperaturstufen für die Zubereitung von Tee.

Geht der Vorrat von Kaffeebohnen oder Reinigungsmitteln für das Gerät zu Ende, kann der Nachschub bequem via Smartphone oder Tablet bestellt werden, denn der CM 7750 CoffeeSelect ist – wie alle übrigen CM7-Modelle – per WLAN vernetzbar und kann mit der Miele@mobile App von unterwegs gesteuert werden. Für bequeme Reinigung hat der neue Vollautomat eine herausnehmbare Brüheinheit, milchführende Leitungen werden automatisch gesäubert.

Dazu kommen bewährte Features wie die Programmierung von bis zu zehn Genießerprofilen per Touch-Display, die LED-Ausleuchtung des Kaffeeauslaufs und die Kaffeekannen-Funktion für bis zu acht Tassen auf einmal. Neu ist ein TeaTimer für ein oder zwei Zeiten, der mit einem Signalton meldet, wenn der Tee fertig gezogen ist.

Waschwirkung A in 39 Minuten

Alle Waschmaschinen, die auch über PowerWash 2.0 verfügen, stattet Miele ab September mit der neuen SingleWash-Funktion aus. Sie macht es möglich, auch kleinste Mengen oder Einzelstücke sparsam, schnell und hygienisch zu waschen. Natürlich arbeiten die Geräte auch bei gut gefüllter Trommel mit hoher Energieeffizienz: A+++ minus 50 Prozent bei weniger als drei Stunden Programmlaufzeit.

Bei SingleWash werden der Wasser- und Energieverbrauch sowie die Programmlaufzeit exakt auf die Kleinstmengen zugeschnitten. Die Basis dafür liefert das patentierte Miele-Waschverfahren PowerWash 2.0 mit einer präzisen, beladungsabhängigen Steuerung der Umflutpumpe sowie der Waschtechnologie Spin&Spray. Für SingleWash werden diese Funktionen um zusätzliche Parameter ergänzt, um die Durchfeuchtung der Textilien noch genauer erfassen. Dabei wird nur so viel Wasser in die Trommel geleitet, bis jede



Die neue SingleWash-Funktion ist ab September in allen Miele Waschmaschinen eingebaut, die mit PowerWash 2.0 ausgestattet sind.

Textilfaser gesättigt ist. Je nach Saugfähigkeit des Materials müssen pro Kilogramm Wäsche lediglich ein bis zwei Liter Wasser erwärmt werden; im Programm Pflegeleicht 40 Grad beträgt die Programmdauer (ohne Abstriche bei der Reinigungswirkung) nur 39 Minuten. Das neue Waschverfahren ist auch ideal für Problemtteile, z. B. Textilien, die andere Wäscheteile stark verfärben können, oder auch solche, die wegen ihres Materials oder aus hygienischen Gründen am besten separat gewaschen werden. SingleWash ist in fast allen Programmen als Zusatzoption anwählbar. Ausgenommen sind Spezialprogramme wie Outdoor oder Imprägnieren, die typischerweise sowieso mit Einzelteilen laufen.

Für umweltfreundliches Waschen stellt Miele auf der IFA darüber hinaus neue preisattraktive Modellvarianten mit dem Dosiersystem TwinDos vor. Damit lassen sich gegenüber dem manuellen Dosieren bis zu 30 Prozent Waschmittel sparen.

Alle Waschmaschinen mit PowerWash 2.0, SingleWash und TwinDos sind netzwerkfähig und mit dem mehrfarbigen TFT-Display M Touch ausgestattet, das Miele-Kunden bereits von ihren Einbaugeräten kennen. Der Verkauf der aktuellen Serie soll im September beginnen.

Ecovacs zeigt neues Konzept für den Fachhandel

Der PoS von morgen

Ecovacs Robotics, der Spezialist für Haushaltsroboter, zeigt auf seinem IFA-Stand nicht nur seine aktuelle Palette von Saug- und Putzrobotern, sondern auch neue Ideen, wie die Verkaufsfläche im Fachhandel zukünftig aussehen kann. Dabei geht es um nichts weniger, als die Vorteile der Informationsvielfalt im Internet mit den Stärken des stationären Handels zu verknüpfen.

Der Fachhandel hat zwar den einzigartigen Vorteil der physischen Präsentation von Produkten und einer persönlichen, kompetenten Beratung. Aber viele online-affine Konsumenten erwarten heute mehr. „Händler und Hersteller müssen sowohl online als auch offline Hand in Hand gehen“, erklärte Andreas Wahllich, General Manager Europe von Ecovacs Robotics. „Denn der heutige Konsument erwartet am PoS nicht nur die bestmögliche Beratung, sondern auch aktuelle und umfassende Produktinformationen, wie er sie bereits aus der Onlinerecherche kennengelernt hat.“ Um genau dieses Erlebnis auch im Fachhandel möglich zu machen und die Brücke zwischen stationärem PoS und Händlerwebshop zu schlagen, arbeitet Ecovacs mit einem Technologiepartner aus Leinfelden-Echterdingen zusammen, der die IT-Plattform loadbee für Produktprofile entwickelt hat.

Auf dem IFA Messestand von Ecovacs wird auf verschiedenen Präsentationsflächen gezeigt, wie das Smartphone des Kunden multimedial die Erlebniswelt im Geschäft erweitern kann. „Auf diese Weise verschmelzen wir die analogen und digitalen

Technologien und vereinen die Vorteile beider Welten zu einem einheitlichen Einkaufserlebnis“, betonte Wahllich. „Damit unterstützen wir unsere Handelspartner proaktiv beim Digitalthema Hybrid-Commerce.“ So funktioniert das System:

Ecovacs hält auf loadbee zu jedem Produkt ein sogenanntes „digitales Produktprofil“ bereit. Dabei handelt es um fertig gelayouteten Rich Content (Texte, Bilder, Videos, Downloaddokumente und mehr) im Corporate Design von Ecovacs. Um ihn (kostenlos) im Webshop anzuzeigen, reicht es aus, wenn der Händler einmalig einige Zeilen Code in seinen Shop einpflegt.

Dieselben Produktprofile, die bisher nur im Onlineshop verfügbar waren, können Ecovacs Kunden jetzt auf der klassischen Verkaufsfläche erleben – sowohl über das Staff Tablet des Verkaufsberaters als auch auf dem eigenen Smartphone. Dazu scannt der Nutzer lediglich eine Zugangstechnologie wie QR-Code oder NFC-Tag, und schon erscheint das jeweilige Produktprofil auf dem Display. „Wir freuen uns sehr darauf, unseren internationalen Handelspartnern auf der IFA zu zeigen, was – auch ohne eigenen Onlineshop – digital am stationären PoS möglich ist“, erklärte Wahllich. Die ersten Projekte mit Händlern sollen zeitnah umgesetzt werden.

Pilotprojekt startet

Bereits im dritten Quartal können sich die Kunden von Euronics XXL Echterdingen über QR-Codes und NFC-Tags über die Vorteile der Ecovacs Haushaltsroboter informieren und über einen „Kauf-Button“ auch einen Kauf auslösen. Bei diesem Modell wird die Provision automatisch dem Händler zugeordnet, der den Kundenkontakt hergestellt hat.



Direkt am stationären PoS können mit Hilfe von QR-Codes und NFC-Tags aktuelle Informationen über Ecovacs Produkte abgerufen werden.



Das Design der neuen Filterkaffeemaschine Clessidra wurde bereits mit einem Red Dot Award ausgezeichnet. Auf dem Halter kann der Filter tropfsicher abgestellt werden.

Mit neuen Kaffeemaschinen rüstet De'Longhi auf der IFA seine Produktpalette im italienischen Design auf. Dabei gibt es Neuheiten für praktisch alle Zubereitungsarten – von der Kapselmaschine über den Siebträger bis zum Vollautomaten. Eine neue Filterkaffeemaschine zeigt zudem, dass dieses klassische Konzept auch einen optischen Akzent in der Küche setzen kann.

Mit der neuen De'Longhi Filterkaffeemaschine Clessidra kann der Fachhandel die größte Zielgruppe adressieren. Denn die traditionelle Zubereitungsweise steht in der Rangliste der Systeme in Deutschland nach wie vor auf Platz 1, und zwar in allen Altersgruppen: 64,7 Prozent der Best-Ager, 61,1 Prozent der Generation X und immerhin 47 Prozent der jungen Millennials bevorzugen Filterkaffee. Den können sie mit der Clessidra nach den Standards des European Coffee Brewing Centers aufbrühen – mit 7 g Kaffee je 125 ml Wasser, einer Temperatur von 92 bis 96°C und einer Brühzeit von 4 bis 6 Minuten. Nach diesen Parametern bereitet die neue Maschine in einem Durchgang bis zu 1,25 l oder 10 Tassen Filterkaffee zu. Alternativ können sich die Anwender auch für das normalerweise per Hand durchgeführte Schwallbrühverfahren entscheiden, bei dem die gesamte Wassermenge zuerst bis zum Siedepunkt erhitzt und dann in größeren Mengen in den Kaffeefilter gegossen wird. Das geht bei der Neuheit automatisch: Das 92 bis 96°C heiße Wasser gelangt über einen fünfblöchrigen Wasserauslass im Deckel der Kaffeekanne direkt in den herausnehmbaren Kaffeefilter, der in die Kanne eingesetzt wird. Das italienische Wort Clessidra heißt übrigens auf Deutsch Sanduhr und beschreibt anschaulich das Design der Maschine, bei der De'Longhi elegantes Glas und zeitlose, silberfarbene Elemente kombiniert und dafür bereits einen Red Dot Design Award gewonnen hat. Die neue Filterkaffeemaschine ist ab Oktober für 129,99 Euro (UVP) erhältlich.

De'Longhi bringt Neues für guten Kaffee

Vielfalt für Genuss

ten Konsistenz. Wer die pure Variante bevorzugt, kann einen „Long Coffee“ im Schwallbrühverfahren mit niedrigem Druck aufgießen. Der neue Vollautomat von De'Longhi ist ab Oktober in den Farben Titan und Silber für 999 Euro (UVP) erhältlich.

Mit dem neuen Espresso-Siebträger La Specialista können Kaffeefreunde ihren Espresso, Caffè Crema oder Cappuccino in bester Barista-Tradition herstellen. Die Maschine überwacht mit der SensorGrinding Technologie automatisch den gewünschten Mahlgrad und justiert ihn bei Bedarf neu. Auch beim für den Genuss wichtigen Tampem wird der Anwender unterstützt. Dafür zieht man einfach den Hebel der SmartTamping Station mit voreingestelltem Anpressdruck (exakt 20 bar) und kann sich dann darauf verlassen, dass das Kaffeepulver perfekt für den Brühvorgang vorbereitet ist. Dieser erfolgt mit Temperaturen zwischen 88 und 92°C und einem Brühdruck von 9 bar, der von einer kraftvollen 19-bar-Pumpe sichergestellt wird. Das AdvancedLatte System

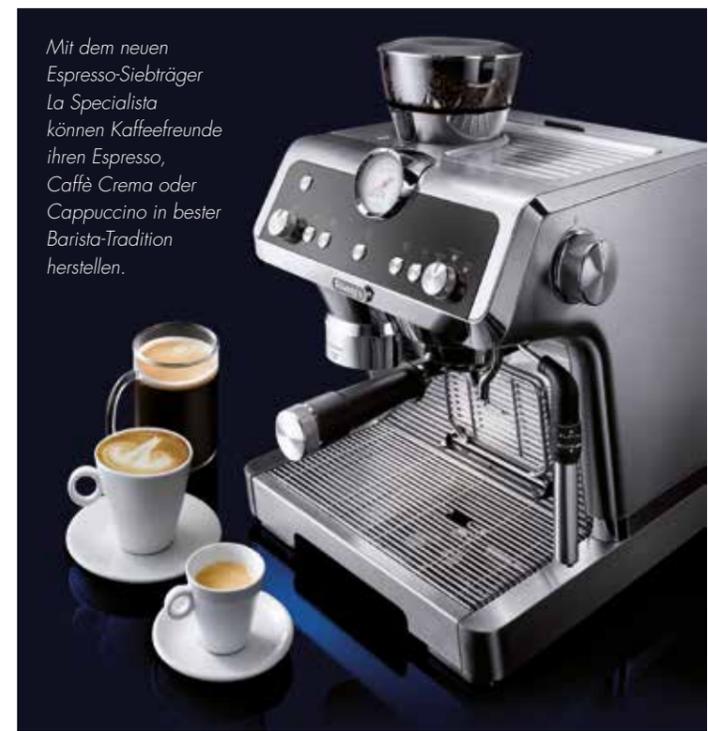


Der neue De'Longhi Vollautomat Dinamica plus kann mit der Kannenfunktion auch bis zu sechs Tassen gleichzeitig zubereiten.

Volle Kanne

Der neue De'Longhi Vollautomat Dinamica plus wartet mit einer Kaffeekannenfunktion auf, mit der bis zu sechs Tassen auf Knopfdruck zubereitet werden können. Tassenweise kann der beliebte Trank exakt nach individuellen Vorlieben genossen werden. 12 Kaffee- und Milchspezialitäten sind bereits vorinstalliert; mit der kostenlosen Coffee Link App können sechs individuelle Varianten hinzugefügt werden. Für alle Produkte lassen sich persönliche Parameter wie die Intensität des Aromas und die Kaffee- und Milchmenge festlegen. Die Bedienung erfolgt über ein neues farbiges, 3,5 Zoll TFT-Touchdisplay oder die App. Mit dem patentierten LatteCrema-Milchaufschäumssystem mit Vario-Drehregler produziert die Dinamica plus cremigen, feinporigen Milchschaum – in der gewünsch-

Mit dem neuen Espresso-Siebträger La Specialista können Kaffeefreunde ihren Espresso, Caffè Crema oder Cappuccino in bester Barista-Tradition herstellen.



produziert automatisch wahlweise cremigen Milchschaum oder heiße Milch. Dabei steht dank eines zweiten Thermoblocks die richtige Temperatur ohne Wartezeit sofort

Heißluftfriteuse IdealFry

Die Heißluftfriteuse IdealFry von De'Longhi ermöglicht das Fritieren mit nur wenig oder gar keinem zusätzlichen Öl. Zwei Heizelemente sorgen für einen gleichmäßigen Garprozess, in dem das Fritiergut außen knusprig wird und innen schön saftig bleibt. Bis zu 1,25 kg frische Kartoffeln oder 1 kg Tiefkühlpommes können auf einmal verarbeitet werden. Die Kontrolle der Zubereitung erfolgt über das integrierte Sichtfenster ohne Öffnen des Deckels. Alle abnehmbaren Elemente können in der Spülmaschine gereinigt werden. Über die Rezept-App von De'Longhi finden die Anwender mehr als 200 speziell auf die IdealFry abgestimmte Rezepte. Die neue Heißluftfriteuse ist ab September für 179,99 Euro (UVP) erhältlich.





Mit der Centrifusion Technologie lassen die Nespresso Vertuo bzw. VertuoPlus (Abb.) Maschinen die Kapseln mit bis zu 7.000 Umdrehungen pro Minute rotieren, um das Aroma noch besser zu extrahieren.

zur Verfügung. Der halbautomatische Siebträger La Specialista ist ab dem 1. Quartal 2019 für 799 Euro (UVP) erhältlich.

Zwei Kapselmaschinen

Für die 25 Prozent der deutschen Kaffeegenießer, die Kapselssysteme bevorzugen, hat De'Longhi auf der IFA

ebenfalls Neues zu bieten. Für die neuen Nespresso Vertuo Kapseln will das Unternehmen sogar ein neues Qualitätsniveau etablieren. Dafür sind die Nespresso Vertuo bzw. VertuoPlus Maschinen mit der Centrifusion Technologie ausgestattet. Dieser innovative Extraktionsprozess lässt die Kapseln mit bis zu 7.000 Umdrehungen pro Minute rotieren, um das Aroma noch besser zur Geltung zu bringen und eine natürliche Crema zu erzeugen. Mit Hilfe einer lasergestützten Barcode-Erkennung wählt die Maschine für die entsprechende Röstmischung die besten Einstellungen für Extraktion, Temperatur und Wassermenge. So lassen sich auf Knopfdruck 25 Kaffeespezialitäten in bis zu fünf verschiedenen Tassengrößen – vom klassischen 40-ml-Espresso bis zum 414-ml-extragroßen-Alto – zubereiten. Die höhenverstellbare Tassenabstellfläche nimmt die passenden Gefäße auf; per Knopfdruck fließt der Kaffee dann entweder automatisch in der empfohlenen Menge oder bis zum Stop in die Tasse bzw. das Glas. Die Nespresso Vertuo (in Schwarz mit 1,6 l großem abnehmbarem Wassertank) und die VertuoPlus Modelle (Schwarz oder Silberschwarz) mit frei schwenkbarem 1,7 l großem Wasserbehälter kosten 199,99 Euro (UVP).

Ein echtes Designer-Stück für Freunde der Nescafé DolceGusto Kapseln ist die neue DolceGusto Infinissima von De'Longhi. Sie benötigt nur wenig Platz, setzt aber mit den geschwungenen Linien des „Infinity Designs“ einen markanten Akzent – wahlweise in Weiß, Rot oder Grau. Über 30 Getränke-Varianten – vom Kaffee über ver-

schiedene Espresso-Varianten bis zum Cappuccino Ice – werden automatisch zubereitet. Die Tassenabstellfläche ist höhenverstellbar, der abnehmbare Wasserbehälter fasst 1,2 l. Die neue Infinissima von De'Longhi ist ab September für 89,99 Euro (UVP) erhältlich.



Mit dem Infinity-Design setzt die neue DolceGusto Infinissima, die auch in Grau oder Weiß erhältlich ist, einen markanten Akzent in der Küche.

Kaffee-Technologie made in Italy Besuch in Mignagola



Alle Einzelteile eines De'Longhi Kaffeeautomaten werden in Mignagola hergestellt.

Neue Produkte aus dem Segment Kaffee stehen im Mittelpunkt des IFA-Auftritts von De'Longhi. Bereits Anfang Juni präsentierte das Unternehmen einigen Fachhandelpartnern und Medienvertretern in Venedig die Neuheiten. PoS-MAIL nutzte die Gelegenheit, die Produktionsstätte in Mignagola bei Venedig zu besichtigen, wo De'Longhi „made in Italy“ auf hohem Niveau umsetzt.

In der Heimat der De'Longhi Kaffeemaschinen produzieren auf 20.000 Quadratmetern rund 1.000 Mitarbeiter in einem vollständig integrierten Prozess sämtliche Vollautomaten und ihre Bestandteile. Zwei der sieben Fertigungsstraßen sind den Produkten der Marke Nespresso gewidmet. Pro Jahr verlassen über eine Million Kaffeemaschinen das Stammwerk in Mignagola. Ein zweites Werk mit 2.000 Ange-



Olaf Pauly, Commercial Director
De'Longhi Deutschland

stellten befindet sich im rumänischen Cluj. Alle Kaffeemaschinen von De'Longhi werden aber bis zum Prototyp in Italien entwickelt.

Die Fertigungstiefe ist hoch: Um dem hohen Qualitätsanspruch von De'Longhi gerecht zu werden, entstehen alle Komponenten der Kaffeemaschinen aus eigener Hand, auch die im Spritzgussverfahren aus Kunststoff gefertigten Grundkörper einer jeden Maschine. Zur Qualitätssicherung werden alle Seriennummern und Herstellungscodes jedes Einzelteils in einer Datenbank gespeichert und dem betreffenden Gerät zugeordnet.

Starke Werbeaktivitäten

In diesem Jahr stellt sich De'Longhi in Deutschland neu auf. Denn obwohl das Unternehmen in den letzten drei Jahren seinen Umsatz verdreifachen konnte, ist die Markenbekanntheit hierzulande noch ausbaufähig. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf den Vollautomaten. „Der deutsche Verbraucher konsumiert Kaffee am liebsten zu Hause“, erläuterte Stephan Patrick

Tahy, Geschäftsführer De'Longhi Deutschland. „Entsprechend kommt dem Segment der Kaffeefullautomaten immer mehr Bedeutung zu; gerade im mittleren und oberen Preissegment spielt der Fachhandel dabei eine bedeutende Rolle.“ Olaf Pauly, Commercial Director De'Longhi Deutschland, fügte hinzu: „Wir wollen deshalb die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel weiter ausbauen. Derzeit stehen deutschlandweit 32 Vertriebsmitarbeiter für die Betreuung der Händler bereit.“

Zur Unterstützung der Nachfrage will De'Longhi die Einführung der neuen Maschinen ab der IFA mit reichweitenstarken Werbeaktivitäten begleiten, um die Konsumenten von den Vorteilen wie Qualität, einfacher Bedienung und einem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis zu überzeugen.



Stephan Patrick Tahy, Geschäftsführer
De'Longhi Deutschland



Mit den neuen accent line carbon black Einbaugeräten greift Bosch aktuelle Einrichtungstrends auf.

Bosch mit Produkten für qualitätsbewusste Haushalte auf der IFA

Neuheiten rund um das komfortable Leben zu Hause kennzeichnen den Auftritt von Bosch Hausgeräte auf der IFA. So gibt es eine neue Einbaugeräte-Linie in minimalistischem Design, einen Wäschetrockner mit i-Dos Dosierautomatik und einen kabellosen Staubsauger mit besonders langer Betriebsdauer. Auch das Vernetzungskonzept Home Connect wird ausgebaut.

Mit den neuen accent line carbon black Einbaugeräten will Bosch das Design von Küche und Wohnraum verschmelzen und Purismus neu definieren. Dafür wurde ein komplettes Produkt-Portfolio, das Backöfen, Kochfelder, Wärme- und Sous-Vide-Schubladen, Dunstabzugshauben, einen vollintegrierten Geschirrspüler, eine Kühl- Gefrier-Kombination sowie Mikrowellen und Kaffeefullautomaten umfasst, entwickelt. Alle Geräte sind im Design aufeinander abgestimmt, haben Fronten aus edlem, schwarzem Glas, einen Bedienring aus gebürstetem, mit DLC (diamond-like carbon) beschichtetem Edelstahl und gebürstete, schwarz eloxierte Metall-Griffe. Viele Geräte sind mit WLAN ausgestattet, unterstützen Home Connect und können mit dem Smartphone oder Tablet bedient werden.

Auch bei den Bosch Vario Style Kühl-Gefrier-Kombinationen, deren Farbe leicht verändert werden kann, gibt es Neues: Für die austauschbaren Fronten stehen mit den fünf neuen Farbtönen Perlaubergine, Perlbronze, Perlanthrazit, Perlgrün und Lichtgrau jetzt insgesamt 24 Varianten zur Verfügung.

Neuer i-DOS Wäschetrockner

Mit dem WDU28640 bietet Bosch jetzt den ersten Wäschetrockner mit i-DOS Dosierautomatik an, der auch in Home Connect integriert werden kann. Dann steht den Kunden auch die EasyStart-Funktion der App zur Verfügung, die auf Basis weniger Informationen wie Farbe, Textilart und Verschmutzungsgrad passende Programmvorschläge macht. Mit i-DOS dosiert der Wäschetrockner Flüssigwaschmittel und Weichspüler vollautomatisch aus der Vorratskammer, deren Kapazität für durchschnittlich 20 Wäschen ausreicht. In der Maschine messen intelligente Sensoren die Beladungsmenge, Textilart und den Verschmutzungsgrad, Dosierpumpen geben dann genau die richtige Menge Waschmittel hinzu. Mit dieser auf den Milliliter genauen Dosierung lassen sich nach Angaben des Herstellers mehr als 7.000 Liter Wasser pro Jahr (bei durchschnittlich 220 Waschladungen) sowie bis zu 30 Prozent Flüssigwaschmit-

Flexibilität, Komfort und Lifestyle



Der neue Wäschetrockner mit i-Dos ist dank seines großen Fassungsvermögens auch für Familien mit Kindern geeignet.

tel einsparen. Mit seinem hohen Fassungsvermögen von bis zu 10 kg beim Waschen und bis zu 6 kg beim Trocknen ist der Bosch WDU28640 auch für Haushalte mit Kindern gut geeignet.

Das offene SmartHome Plattform Home Connect baut Bosch zur IFA mit neuen Partnerschaften aus. Neu sind z. B. die Vorratskontrolle und automatische Nachbestellung von Geschirrspültabs über Otto Replenishment sowie die Nutzung digitaler Rezeptvorschläge des Tiefkühl- und Lebensmittel-Heimservices Eismann.

Kabellos saugen

Kabelloses Saugen liegt im Trend Der neue Bosch Handstaubsauger Unlimited ist praktisch immer einsatzbereit, denn er wird mit wechselbaren Akkus betrieben, die Teil des 18-Volt Power for All Systems von Bosch Home & Garden sind und auch z. B. für Werkzeuge genutzt werden

können. Bei der Premium-Variante gehören ein Zusatzakku und ein Schnellladegerät bereits zum Lieferumfang. Mit letzterem ist der Akku schon nach etwa einer Stunde Ladezeit voll. Dank seiner schlanken Form und seinem geringen Gewicht gut zu handhaben, erreicht das Gerät auch Lücken zwischen und Stühlen oder den Autositzen und die Sofaritzen. Auch hohe Zimmerdecken und schwer zugängliche Ecken zwischen Wand und Regal lassen sich dank der langen, flexiblen Düse einfach reinigen.

Auf dem Fußboden sorgt die motorisierte All Floor HighPower Bodendüse (im Lieferumfang) mit rund 5.000 Umdrehungen pro Minute schnell und einfach für Sauberkeit. Für hohe Saugleistung ist der Unlimited mit dem DigitalSpin Motor ausgestattet.

Die Reinigung nach dem Saugen ist einfach: Die Staubbox kann leicht entnommen und nahezu ohne Kontakt zum Inhalt entleert werden. Feinstaub wird durch leichte Drehbewegungen aus dem Filter entfernt. Wie beim Bosch Staubsauger Athlet kann die Bürste mit nur einem Handgriff aus der Düse entnommen werden, um sie von Haaren und anderen Rückständen zu befreien. Der Bosch Unlimited kostet 599 Euro (UVP) bzw 749 Euro (UVP inklusive Zweitakku und Schnellladegerät).



Der neue Unlimited Staubsauger von Bosch ist flexibel einsetzbar und mit Wechselakkus praktisch immer betriebsbereit.

iconicBLACK



EIN URSPRUNG. ZWEI DESIGNS. MEHR MÖGLICHKEITEN.

Unsere breite Auswahl an Kühlgeräten bietet Ihnen nicht bloß die neuesten Innovationen für die perfekte Lagerung Ihrer Lebensmittel, sie wird zugleich durch ein edles und geradliniges Design abgerundet.

Manchmal liegt das Abenteuer im Material. Mit IconicBLACK setzt Haier neue Maßstäbe in puncto Design, Lifestyle und Beständigkeit. Die hochwertige, vierfach ummantelte Edelstahloberfläche verleiht ausgewählten Series eine zeitlose und formvollendete Anmutung – dauerhaft.



3.1 HALLE | STAND
102

Besuchen Sie uns auf der IFA 2018

Haier

Gorenje auf der IFA 2018

Waschen und Trocknen

Auf der gewohnten, 920 qm großen Standfläche auf zwei Etagen in Halle 1.1 zeigt Gorenje auf der IFA sein umfassendes Hausgeräte-Sortiment. Ganz neu sind die Waschmaschinen und Trockner der WaveActive-Serie, die in vier Produktlinien auf den Markt kommen. Sie zeichnen sich durch neue Technik und die Energie-Effizienzklasse A+++ aus.

Von den neuen Geräten verspricht sich der slowenische Hersteller viel: „Ziel ist es, die Marke Gorenje im Bereich der Wäschepflege zu repositionieren“, sagte Marketingleiter Julian Lietzau. Dazu soll vor allem die neu entwickelte WaveActive-Trommel der Waschmaschinen beitragen. Sie behandelt die Fasern besonders schonend und reduziert gleichzeitig Falten, so dass auch empfindliche Materialien wie Seide, Kaschmir, Samt oder Leinen



Die Mitnehmerrippen in der WaveDesign Trommel wurden überarbeitet und haben deutlich mehr Löcher als andere Modelle, um eine größere Durchflussrate zu erzielen.

Mit den neuen WaveActive Waschmaschinen und Trocknern will Gorenje die Marke im Bereich Wäschepflege repositionieren.

schonend gepflegt werden. Für das neue WaveDesign hat Gorenje die Mitnehmerrippen in der Trommel überarbeitet: Sie haben deutlich mehr Löcher als andere Modelle und erzielen so eine größere Durchflussrate, die sich in einer höheren Reinigungs- und Spülleistung auswirkt. Die Waschmaschinen der Superior-Linie sind zusätzlich mit der innovativen IonTech-Funktion ausgestattet. Damit werden im Vergleich zu Geräten ohne dieses Feature bis zu 30 Prozent mehr Flecken entfernt – und zwar bereits bei geringer Temperatur. Ein weiterer Vorteil dieser Technologie: Kalkablagerungen am Heizelement werden stark verringert; das verlängert die Lebensdauer.

Weniger Bügeln

Ganz ohne Weichspüler verringert der WaveActive-Wäschetrockner von Gorenje deutlich Falten und reduziert so den Bügel-Aufwand. Der Trick: Statt Wasser im unteren Teil der Trommel zu erhitzen, arbeitet das Gerät mit einem Dampfgenerator. SteamTech nennt Gorenje die Technik, die nicht nur Falten entfernt, sondern auch Gerüche und Allergene beseitigt. Der patentierte Filter des neuen Gorenje-Trockners kann ganz leicht einhändig entnommen und gesäubert werden. Das ebenfalls patentierte System TwinAir ermöglicht das gleichmäßige

Trocknen der Wäsche in kürzerer Zeit und vermeidet das leidige Eindrehen der Wäsche. Alle WaveActive-Modelle wurden entsprechend den aktuellen Umweltstandards konstruiert und sind energiesparend. Das WaveActive EcoEye unterstützt bei der ökologischen Programmauswahl. DoseAid hilft dabei, die richtige Menge an Waschmittel zu verwenden. Dazu erfüllen die WaveActive-Waschmaschinen und Trockner die Anforderungen der Energieeffizienzklasse A+++.



Auch das Bedienpanel wurde neu gestaltet.

Auch über die Bedienung hat sich Gorenje Gedanken gemacht: Im neuen Bedienpanel sitzt ein großes Display, das aus jedem Winkel gut ablesbar ist. Das große Drehrad ermöglicht die intuitive Auswahl der Programme, Temperaturen und Zeiten. Für ihr Design wurden die WaveActive-Modelle mit dem Red Dot Award ausgezeichnet. Damit konnte Gorenje diese Auszeichnung für seine Produkte bereits zum 14. Mal in Folge entgegennehmen.

PoS-Aktuell

AEG Mastery Winner Collection

AEG unterstützt den Fachhandel bis zum Ende des Jahres mit einer attraktiven Zugabe-Aktion: Dabei erhalten die Kunden beim Kauf eines SteamPro Backofensets, eines CustomFlex Kühlschrankes oder eines ComfortLift Geschirrspülers passendes Zubehör, zum Beispiel den AEG SaltBlock, gratis dazu. Das AEG Backofenset der Mastery Winner Collection besteht aus den Multi-Dampfgarern SteamPro oder SteamCrisp und dem intelligenten MaxiSense Induktionskochfeld. Während der SteamCrisp über ein Heißluftsystem verfügt, das die Luft beim Backen gleichmäßig zirkulieren lässt, bietet der SteamPro



die praktische SousVide-Funktion, mit der Fleisch, Fisch und Gemüse besonders schonend zubereitet werden. Und auch die Induktionskochfelder der AEG MaxiSense-Reihe sind flexibel und intuitiv bedienbar: Sie richten sich automatisch nach den Maßen des verwendeten Kochgeschirrs aus. Sechs MaxiSense-Kochzonen und drei extragroße Maxi-Zonen sorgen zudem für noch mehr Platz und Flexibilität. Komplettiert wird das Set im Aktionszeitraum vom AEG Himalaya-SaltBlock, der das natürliche Aroma von Speisen intensiviert und als Servierplatte genutzt werden kann, sowie dem passenden FlexiRunners Vollauszug mit Teleskopschienen.

In der Einbau-Kühl-Gefrier-Kombination AEG CustomFlex gibt es dank des flexiblen Aufbewahrungssystems für jedes Lebensmittel den passenden Stauraum. Die einzelnen Behälter können je nach Bedarf in der Kühlschranktür angeordnet werden. Insgesamt gibt es sechs Behälter, die individuell in die Innentür eingehängt und gewechselt werden können. Nach jedem Einkauf kann die Anordnung flexibel angepasst und neu organisiert werden. Die Einbau-Kühl-Gefrier-Kombination bietet Ener-

Neuheiten

gieeffizienz A+++ und ein intelligentes, duales Kühlsystem, durch das frische Lebensmittel bis zu 99 % ihrer Aromen und Nährstoffe erhalten.

Im Rahmen der AEG-Aktion erhalten Kunden beim Kauf eines CustomFlex mit TwinTech, TwinTech Plus oder Lowfrost einen hochwertigen Flaschenhalter, der Platz für bis zu vier Flaschen bietet, mit dazu.

Der innovative Geschirrspüler aus der AEG Mastery Range besitzt einen unteren Geschirrkorb, der bei Bedarf nach oben gleitet – für einfaches und müheloses Be- und Entladen. Neben der sanften Hebefunktion verfügt das Gerät zudem über drei großzügige Geschirrfächer und eine Reinigungsfunktion. Der Geschirrspüler erreicht die Energieeffizienzklasse A+++ . Mit seinem Geräuschwert von 39 dB ist der AEG ComfortLift zudem geräuscharm – und im ExtraSilent Programm mit nur 37 dB sogar besonders leise. Entscheiden sich Kunden während des Aktionszeitraums für einen Geschirrspüler der Mastery Winner Collection, erhalten sie außerdem einen Glaskorb für bis zu 8 langstielige Gläser und ein Geschirrspüler Pflege-Set.

Melitta ist Kaffee-Partner von Manchester United

Melitta und der englische Rekordmeister Manchester United haben eine Erweiterung ihrer mehrjährigen Partnerschaft vereinbart. Neben der medialen Präsenz und zahlreichen Rechten und Leistungen, die Melitta auf eigenen Plattformen aktiviert, zeigt sich die enge Partnerschaft insbesondere im Stadion Old Trafford, der Heimspielstätte von Manchester United.

Hier wurden über 200 vollautomatische Melitta Kaffeeautomaten und -maschinen innerhalb der Executive Club Boxes und Bewirtungsbereiche aufgestellt. Außerdem wurde das Red Café, in dem Melitta Produkte angeboten werden, von Melitta komplett umgestaltet.

„Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit einem der erfolgreichsten Fußballklubs der Welt hat bereits nach wenigen Monaten Ergebnisse geliefert, die unsere Erwartungen bei weitem übertrafen haben“, resümierte Volker Stühmeier, Mitglied der Unternehmensleitung von Melitta, das erste Jahr der Partnerschaft.



Tamás Angel



Andreas Hahne

Severin mit neuem Führungsteam im Bereich Cooling

Mit Tamás Angel (Gesamtmanagement & Beschaffung) und Andreas Hahne (Vertrieb Deutschland) will Severin seine Kompetenz im Bereich Kühlen und Gefrieren weiter ausbauen und stellt mit den Ernennungen eine intensive Betreuung der Kategorie Elektro-Haushalts-Großgeräte sicher.

Zu den Referenzen von Tamás Angel aus seiner langjährigen Tätigkeit bei der Amica Gruppe gehören sowohl der chinesische Beschaffungsmarkt als auch die langjährige Führung der Amica Gruppenrepräsentanz in Guangzhou (China). Ein weiterer Meilenstein ist der Aufbau des Asien Imports für die deutschen Niederlassung der Amica Unternehmensgruppe sowie die maßgebliche Gestaltung des Gruppeneinkaufs von Seiten „Import Fernost“.

Andreas Hahne, zuletzt als Vertriebsleiter bei der Amica International GmbH tätig, kann nicht nur eine 22-jährige Erfahrung im Aufbau, der Entwicklung und Steuerung von Vertriebs- bzw. Außendienst-Teams in internationalen Konzernen sowie in mittel-

ständischen inhabergeführten Unternehmen vorweisen, sondern zeichnet sich auch durch seine umfassenden Führungserfahrungen aus: Zuletzt war er bei der Amica International GmbH als Vertriebsleiter tätig und verfügt über weitreichende Kontakte sowie Zugang zu allen Vertriebskanälen für MDA in Deutschland.

„Wir freuen uns, mit den beiden Branchenexperten die Kategorie MDA (aktuell der Bereich Cooling) bei Severin neu aufzubauen und als unsere vierte Fokusategorie klar zu positionieren“, so Christian Streb, Geschäftsführer des Severin Eigenmarkengeschäftes.

Veränderung im Revox Management

Fadri Haller, CEO der Revox Group, verlässt zum Quartalsende das Unternehmen auf eigenen Wunsch. Bis die Position des CEO der Revox Group neu besetzt wird, übernimmt Christoph Frey „ad interim“ dessen Aufgaben. Frey hat die Revox Gruppe vor Fadri Haller während über 20 Jahren als CEO geleitet, bevor er sich in den Verwaltungsrat zurückzog.

„Ich bedaure die Entscheidung unseres CEOs Fadri Haller sehr, muss aber auch verstehen und respektieren, dass der absolute Prioritätsanspruch und die extremen Zeitanforderungen dieser Führungsaufgabe nur sehr schwer in eine Lebensphase passen, in der familiäre Themen klar im Vordergrund stehen“, bedauerte Frey im Namen des Verwaltungsrats der Revox Group die Entscheidung des Schweizer Haller, äußerte aber auch Verständnis für dessen Beweggründe.

Mit der Vorstellung neuer Produkte und eines beispielhaft neuen, fachhandlungsorientierten Vertriebskonzepts auf der Deutschland-Roadshow im September und Oktober 2018 soll die nächste Phase der Revox-Neuausrichtung starten, heißt es in einer Pressemitteilung.

PHILIPS

Tragbare Dampfbürsten



Sekundenschnell. Glätten ohne Bügeltisch.

Verwenden Sie die Dampfbürste vertikal und horizontal für schwer zu bügelnde Stellen sowie zur Auffrischung jeglicher Kleidung – ganz ohne Brandflecken.



SmartFlow Heizplatte für bessere Ergebnisse, gegen nasse Flecken*



Problemlos auf allen bügelbaren Stoffen anwendbar



Abnehmbarer Wassertank



Inklusive hitzebeständige Aufbewahrungstasche

Neue ActiveCare Wäschetrockner von Bauknecht



Die neuen Bauknecht Wäschetrockner der ActiveCare BK 1000er Serie behandeln die Wäsche besonders schonend.

Schonend trocknen

Mit der ActiveCare BK 1000er Serie bringt Bauknecht neue Wäschetrockner auf den Markt, die trotz einer hohen Leistung die Wäsche ausgesprochen schonend behandeln. Denn die ActiveCare Technologie erreicht durch das Zusammenspiel einer präzisen Temperaturregelung mit schonenden Anti-Stress-Trommelbewegungen eine sehr geringe Belastung der Fasern und reduziert so die Abnutzung der Wäsche, z. B. im Jeans-Programm, im Vergleich zu herkömmlichen Geräten um bis zu 40 Prozent. Dabei wird auch die Flusen-Bildung vermindert, und die Farben bleiben erhalten.

Praktisch ist der AutoCleaning-Kondensatorfilter der neuen Wäschetrockner – er wird mit Hilfe des gesammelten Kondenswassers vollständig gereinigt und von den störenden Flusen befreit. Dieser Prozess startet automatisch, sobald genügend Kondenswasser gesammelt wurde. Bei Kondens- und Wärmepumpentrocknern ohne AutoCleaning-Kondensfilter ermöglicht der EasyCleaning-Filter eine besonders schnelle Reinigung, da nicht der gesamte Kondensator, sondern nur der Filter entnommen und gereinigt werden muss. Je nach Beladung stehen den Anwendern der BK 1000 ActiveCare Wäschetrockner zahlreiche Programme zur Verfügung. So können nach Angaben von Bauknecht mit dem Wolle-Programm auch solche Wollsachen problemlos getrocknet werden, die nicht für Wäschetrockner geeignet sind. Dies wurde von der internationalen Wool-

mark Company unabhängig getestet und mit dem Siegel „Woolmark Blue“ bestätigt. Das Anti-Allergie-Programm arbeitet bei konstant hohen Temperaturen, um die häufigsten Allergene zu neutralisieren; dabei werden z. B. 99 Prozent der vorhandenen Hausstaubmilben entfernt. Die Effektivität dieses Programms wurde von der British Allergy Foundation nach ausgiebigen Tests bestätigt.

Auch für das leidige Thema Bügeln bieten die neuen Wäschetrockner Erleichterung: Das Bügelleicht-Programm entspannt die Fasern in einer 20-minütigen Behandlung mit warmer Luft und glättet dabei auch Falten in der bereits getrockneten Kleidung.

PoS-Material für den Fachhandel

Mit direktem Zugriff auf die ActiveCare-Option über eine spezielle Bedienfläche und extra-großen Türen erweisen sich die neuen Bauknecht Wäschetrockner als ausgesprochen bedienungsfreundlich. Für die Präsentation der Geräte im Fachhandel gibt es ein umfangreiches Kommunikationspaket. So heben Top- und Frontaufkleber (ab Werk) die wichtigsten Funktionen der Geräte hervor; informative Salesfolder fassen die Produktvorteile der BK 1000er Serie anschaulich zusammen. Ein Video sowie Produktbilder können nicht nur am PoS, sondern auch auf den Online-Plattformen der Handelspartner eingesetzt werden. Das Material steht auf dem Händlerportal www.whirlpool-welt.com zur Verfügung.

Die ActiveCare BK 1000er Serie von Bauknecht ist ab sofort erhältlich; sie besteht aus acht Modellen mit unterschiedlichen Ausstattungen, Kapazitäten (7 oder 8 kg) und Energieeffizienzklassen (A++ oder A+++). Das Spitzenmodell kostet 799 Euro (UVP).

Freistehender Side-by-Side-Kühlschrank von Hisense Zeitlos in Schwarz

Hisense wird auf der IFA den neuen Side-by-Side-Kühlschrank RS694N4TF2 präsentieren. Das Gerät fügt sich mit seinem schwarzen Äußeren in minimalistischer Optik gut in moderne Wohn- und Küchenumgebungen ein und ist mit praktischen Funktionen für das Frischhalten von Lebensmitteln ausgestattet. Mit der Energieeffizienzklasse A++ schont die Kombi Geldbeutel und Umwelt.

Herzstück des Kühlschranks ist ein moderner, sehr leiser Inverter-Kompressor, auf den Hisense zehn Jahre Garantie gibt. Der integrierte Eis- und Wasserspender kann täglich bis zu 1,2 Kilogramm Eis produzieren – wahlweise als Würfel oder Crushed Eis. Gekühltes Wasser lässt sich natürlich ebenfalls zapfen. All das funktioniert ohne Wasseranschluss mit einem 4,5 Liter Vorratstank.

Alle wichtigen Einstellungen des Kühlschranks können von außen vorgenommen werden, ohne dass die Tür geöffnet werden muss. Durch die automatische Temperaturregulierung entfällt das zeitraubende und aufwendige Abtauen des Geräts.

In den Fächern aller Ebenen wird die Temperatur durch einen Luftzug auch bei geöffneter Tür weitgehend konstant gehalten. Das verlängert die Frische der gelagerten Lebensmittel und spart Energie. Auf einer verchromten Ablage im Kühlschrank können bis zu fünf Flaschen sicher gelagert und gekühlt werden. „Unsere Kühllösungen für Haushalte sind so konstruiert, dass sie den Anwendern das gewünschte Fassungsvermögen bei optimaler Kühlleistung und Energieeffizienz bieten“, erklärte Hans Wienands, Senior Vice President bei Hisense Germany. „Damit dies gelingt, setzen wir beim neuen Side-by-Side-Kühlschrank ebenso wie bei allen unseren Produkten auf hohe Qualität und faire Preisgestaltung.“ Der Side-by-Side-Kühlschrank RS694N4TF2 von Hisense hat die Abmessungen (HxBxT) 179,3 x 91,0 x 68,7 Zentimeter und ist ab sofort zum Preis von 1.499 Euro (UVP) lieferbar.



Mit ihrem schwarzen Korpus in minimalistischem Design fügt sich die neue Side-by-Side Kombi von Hisense gut in moderne Küchen ein.

Sage stellt neue Siebträger-Maschinen vor Für Barista-Kaffee

Mit zwei neuen Siebträger-Maschinen will die seit April in Deutschland aktive australische Marke Sage mehr Konsumenten dafür gewinnen, zu Hause Kaffee in Barista-Qualität zuzubereiten. Denn das klassische Bauprinzip ist bei wichtigen Faktoren wie der richtigen Dosierung, Temperatur und dem perfekten Druck bei der Preinfusion (Vorbrühen) immer noch erste Wahl.

So können sich die Besucher des Sage IFA-Standes (Halle 7.1b, 106) in Berlin davon überzeugen, dass die Siebträger-Maschinen mit professionellen Geräten im Café mithalten können, auch wenn kein ausgebildeter Barista am Start ist.

Das neue Flaggschiff im Siebträger-Sortiment von Sage ist die Oracle Touch, die mit vollautomatischen Funktionen einen besonders hohen Bedienkomfort bietet. Zunächst mahlt, dosiert und tampert das integrierte Kegelmahlwerk automatisch 22 Gramm für einen doppelten Espresso. Anschließend wird das Pulver aufgebrüht. Der Espresso-Boiler mit elektronischer PID-Steuerung sorgt dafür, dass sich die Wassertemperatur stets im richtigen Bereich befindet. Bei der Preinfusion wird der Druck allmählich erhöht, damit das Kaffeepulver sanft aufquillt. Ein Überdruckventil begrenzt den maximalen Druck für die gesamte Extraktion auf 15 Bar, um einen bitteren Geschmack des Kaffegetränks zu vermeiden. Der Edelstahl-Dualboiler ermöglicht das zeitgleiche Aufschäumen von Milch – der hohe Dampfdruck sorgt dabei für besonders cremige Resultate. Nach jedem Milchbezug reinigt die Maschine die Dampfzange des Milchaufschäumers automatisch.



Die Oracle Touch ist das neue Flaggschiff unter den Siebträgern von Sage.

Die intuitiv bedienbare LCD-Benutzeroberfläche zeigt Mahlgrad, Milchttemperatur und -konsistenz an. Die Siebträgermaschine verfügt über fünf individuell wählbare Kaffee-Einstellungen (Espresso, Long Black, Latte, Flat White, Cappuccino) – persönliche Einstellungen lassen sich speichern. Insgesamt acht eigene Kreationen können mit eigenem Namen hinterlegt und mit einer Berührung des Displays abgerufen werden. Die Oracle Touch ist ab sofort zum Preis von 2.499 Euro (UVP) verfügbar.

Für Einsteiger

Mit dem bisher kleinsten Modell im Siebträger-Sortiment bringt Sage eine Neuheit auf den Markt, die wenig Stellfläche benötigt und zum Einsteiger-Preis zu haben ist. Die Bambino Plus mit Gehäuse aus Edelstahl bringt zwar keine Mühle mit, arbeitet aber wie ein Profi.



Das Einstiegsmodell Bambino Plus kommt mit wenig Stellfläche aus.

Der Siebträger fasst mit 19 g genau die richtige Menge für das beste Aroma, überschüssiges Kaffeepulver wird einfach mit dem mitgelieferten Trimmer abgestrichen.

Zu Beginn wird das Wasser mit geringem Druck durch das Pulver gepresst, um eine gleichmäßige Verteilung zu erreichen (Preinfusion). Erst dann erfolgt die eigentliche Extraktion mit einem Druck von 9 Bar. Das patentierte ThermoJet-Heizsystem sorgt für optimale Extraktionstemperatur sowie seidig-weichen Milchschaum – dafür stehen drei Aufschäumtemperaturen und Texturen zur Wahl. Die mitgelieferte Milchkanne aus Edelstahl fasst 480 ml, die Dampfzange des Aufschäumers hat einen Kunststoffgriff, damit man sich die Finger nicht am heißen Rohr verbrennt. Die Bambino Plus ist ab Oktober lieferbar und wird 499 Euro (UVP) kosten.

1943 SINCE
Made in Germany

Ausgezeichnet!
Unser Ruf bei
Ihren Kunden.



FOCUS MONEY

FOCUS MONEY

WERTGARANTIE wurde im Rahmen einer branchen- und markenübergreifenden Studie auf Basis von 22,5 Mio. Kundenstimmen aus den digitalen Medien als Deutschlands Versicherer mit der „Höchsten Reputation“ ausgezeichnet und genießt somit höchstes Ansehen.

Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantiversicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.
wertgarantie.com



→ WERTGARANTIE®
Einfach. Gut. Geschützt.

Neuer eCharger von Vestel

Mit der neuen eCharger Serie EVC02 Home Smart von Vestel lässt sich via Smartphone-App der Ladevorgang des Elektroautos kontrollieren – und das bequem vom Wohnzimmer aus: Zwei Modelle mit 11 kW oder 22 kW Leistung stehen zur Verfügung, um den Ladevorgang noch einfacher und transparenter zu gestalten.



Die „Drive Green“ App, die sowohl für Android- als auch iOS-Geräte entwickelt wurde, gibt einen genauen Überblick über Ladevorgänge, Verbrauch und Kosten. Über einen Timer lassen sich auch Ladezeiten genau planen, so dass günstige Stromtarife genutzt werden können.

Die hochwertigen Ladesäulen der EVC02 Serie sind dank robustem Aluminiumgehäuse sowohl für den Innen- als auch für den Außenbereich geeignet. Der optional lieferbare Standfuß bietet hohe Flexibilität. Für den sicheren Zugriff sorgt die RFID Master- sowie zwei Usercards, die im Lieferumfang enthalten sind.

Ab sofort sind die eCharger EVC02 Home Smart erhältlich. Die Drive Green App steht im Apple App Store und bei Google Play kostenfrei zum Download bereit.

JVC erweitert Xtreme Xplosives Reihe

Auf der IFA stellt JVC zwei neue Bluetooth Modelle vor, die sich durch ein robustes Design und tiefe Bässe auszeichnen. Durch ihre Kompatibilität mit Sprachassistenten eignen sie sich besonders für den Einsatz mit Smartphones.

Das Truly Wireless In-Ear-Modell HA-XC70BT sorgt durch die gummierten Ohrhörer für besonderen Tragekomfort. Weitere Eigenschaften sind die JVC Extreme Deep Bass Ports, die für tiefe Bässe sorgen, der Bass Boost Modus, drei Stunden Akkulaufzeit und eine Ladebox, die drei Ladezyklen für 12 Stunden Wiedergabe bietet. Hat man die dazugehörige JVC App auf seinem Smartphone installiert, informiert sie in 10 Stufen über den Ladezustand und ermöglicht mit dem „Sound Mode Selector“ individuelle Klangeinstellungen. Sollten die Ohrhörer einmal nicht auffindbar sein, lassen sie sich mit Hilfe eines per App



gestarteten Ton- und Leuchtsignals orten. Die Ladebox des HA-XC70BT (Bild) im zylindrischen Design verfügt über eine ausziehbare Schublade, die sich durch eine Drehung öffnet und so die Ohrhörer freigibt. Diese werden magnetisch in der Box gehalten. Außerdem verfügt die Box über einen Schlüsselring zur einfachen Befestigung an einem Schlüsselanhänger, einer Tasche oder einer Gürtelschleife.

Das Modell HA-XP50BT ist ein Bluetooth On-Ear-Kopfhörer der XX-Serie, der dank 40 mm-Treibern und JVCs Extreme Deep Bass Ports eine kraftvolle Tieftonwiedergabe liefert. Die neuen Kopfhörer verstehen sich auf Qualcomm aptX Audio, einen Codec, der bei Verwendung mit einem kompatiblen Smartphone oder Musikplayer eine CD-ähnliche Qualität über Bluetooth bietet.

Damit die Ohrhörer leicht in einem Rucksack oder einer Tasche verstaut werden können, lassen sie sich flach zusammenfallen. Eine NFC-Verbindung vereinfacht das Koppeln des Kopfhörers mit dem Smartphone – einfach Kopfhörer und Smartphone aneinanderhalten, und schon steht die Verbindung.

Der HA-XC70BT ist ab Ende September 2018 erhältlich; der Preis beträgt 179,95 Euro (UVP). Der HA-XP50BT kommt ebenfalls ab Ende September 2018 auf den Markt; der Preis (UVP) liegt bei 149,95 Euro.

Samsung: Finale der #superdeals

Mit den Samsung #superdeals können Konsumenten ab dem 16. August fast einen Monat lang von den attraktiven Aktionsangeboten mit bis zu 250 Euro Cashback beim Kauf smarterer Kühl-Gefrierkombinationen profitieren. Um den Fachhandel während des Aktionszeitraums zu unterstützen, bietet Samsung mit zusätzlichen verkaufsfördernden Maßnahmen und Materialien die Möglichkeit, die Geräte am POS aufmerksamkeitsstark zu bewerben.

Im Aktionszeitraum vom 16. August bis 12. September stehen hochwertige Hausgeräte aus den Bereichen Kühlen, Waschen, Kochen und Saugen zur Auswahl. Während die #superdeals Konsumenten mit attraktiven Angeboten locken, werden auch die Händler mit zahlreichen Werbemitteln beim Abverkauf unterstützt. Bei der Abwicklung entsteht ihnen in der Regel kein zusätzlicher Aufwand. Sofern eine Registrierung der Aktionsgeräte auf www.samsung.de/superdeals erforderlich ist, soll diese durch den Endkunden selbst vorgenommen werden. In

diesen Fällen sollen Kunden jedoch vorab auf ihre Registrierungspflicht innerhalb des Registrierungszeitraums hingewiesen werden. In vielen Fällen haben Kunden in den teilnehmenden Märkten die Option, den Cashback-Betrag direkt vom Kaufbetrag abziehen zu lassen.

Zu den Aktionsgeräten zählen verschiedene QuickDrive- und AddWash-Waschmaschinen, Kühl-Gefrierkombinationen, Öfen, Trockner, Waschtrockner, Geschirrspüler und das Induktionskochfeld mit Virtual Flame. Je höherpreisiger das Gerät, für das Kunden sich entscheiden, desto höher fällt auch der Cashback von maximal 250 Euro aus.

Breit angelegte Werbemaßnahmen zur #superdeals-Promotion unterstützen die Händler zusätzlich beim Abverkauf. Vor Ort werden hochwertige POS-Materialien und verschiedene



Werbematerialien, wie zum Beispiel Flyer, Wobblers, Banner und großformatige Poster zur Verfügung gestellt. Begleitend dazu lenkt

Samsung mit einer reichweitenstarken Digitalkampagne die Aufmerksamkeit zusätzlich auf die Cashback-Aktion.

Alle Aktionsmodelle und Teilnahmebedingungen sowie weitere Informationen stehen auf samsung.de/superdeals zur Verfügung.

Sharp Home Appliances auf der IFA

Nach einem sehr erfolgreichen Jahr mit einem Wachstum von 34 Prozent auf dem europäischen Markt präsentiert sich Sharp Home Appliances auf der IFA 2018 mit einem umfassenden Produktportfolio und zahlreichen Innovationen. In Halle 9 Stand 212 stehen die Kernthemen Umwelt, Gesundheit und Well-Being im Mittelpunkt.

Rund 200 Produkte wird Sharp Home Appliances in diesem Jahr zeigen, mit denen es gelingen soll, konventionelle Haushaltsroutinen neu zu definieren. Ein zentrales Thema wird dabei Smart Home sein: Hier stellt das Unternehmen die nächste Generation smarterer Waschmaschinen, mit denen die Hausarbeit mit nur einem Knopfdruck noch leichter von der Hand geht.

Im Bereich Kühlen werden innovative Technologien eine große Rolle spielen: Durch neue Features wie AdvancedFresh, die in den neuen Kühl-Gefrierkombinationen zum Einsatz kommen, bleiben Lebensmittel länger frisch. Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung präsentiert Sharp Home Appliances eine neue Side-by-Side-Kühlkombination mit Vakuum Technologie, die die Haltbarkeit der Nahrungsmittel deutlich verlängern soll. Auch bei den Einbaugeräten stellt Sharp technische Weiterentwicklungen vor.

Ein Highlight wird ein neuer Ofen sein, der zum einen mehrere Gerichte zur gleichen Zeit zubereitet und zum anderen außen kühl bleibt und die Küche nicht unnötig aufheizt. Mit intuitiv zu bedienenden One-Touch Waschmaschinen und Geschirrspülern geht Sharp Home Appliances neue Wege in puncto Design und zeigt Alternativen zum konventionellen Look von Hausgeräten.

Neu im Portfolio sind Trockner, die erstmals auf der IFA präsentiert werden. Ein weiteres Highlight-Thema sind geräuscharme Geräte. „Nach dem erfolgreichen letzten Jahr gilt es nun, auf der IFA diesen Wachstumskurs konsequent fortzusetzen“, so Alberico Lissoni, European Sales and Marketing Director. „Mit unserem Messeauftritt werden wir unseren Partnern und Kunden zeigen, wie wir uns weiter vom Wettbewerb abheben. Wir präsentieren komplett neue Produktkategorien und innovative Technologien und spielen so unsere Vorteile der Produktionsstärke der Vestel Gruppe voll aus – mit dem Ziel, die Hausarbeit einfacher zu machen und durch innovative Technik und Funktionen sogar neue Maßstäbe zu setzen.“

teling auf der IFA 2018

Als strategischer Partner der IFA wird teling auch in diesem Jahr wieder mit einem repräsentativen Stand in Berlin vertreten sein. In Halle 3.2 wird die Kooperation u. a. das modulare IQ-Ladenbausystem präsentieren. Zudem wird es eine IFA-Sonderaktion für die IQ-Fassadenbeleuchtung geben, die gemeinsam mit dem Dienstleister Neontechnik Peters durchgeführt wird. Einen weiteren Messeschwerpunkt wollen die Mainzer auf die verbesserte Online-Präsenz legen.

telering unterstützt seine Mitglieder nicht nur bei der Einrichtung des wichtigen Google-MyBusiness-Eintrags, sondern auch mit individuellen Markenliq-Webseiten, die jeder Fachhändler mit wenigen Klicks selbst erstellen kann. Sie wurden aktuell im Responsive Design umprogrammiert, so dass sie nun auf Smartphones und Tablets genauso gut dargestellt werden wie auf PCs und Notebooks. Auch neue Mustertexte und Bildvorlagen zu weiteren Dienstleistungen stehen zur Verfügung.

Um die Angebotsbreite der teling Fachhändler zu unterstreichen, wurden sämtliche Produkte aus dem vorwiegend fachhandelsexklusiven Abakus-Sortiment integriert. Neben den Spezialisten der Kooperation, mit denen die Fachhändler ihre Markenliq-Webseiten gemeinsam analysieren und aktualisieren können, wird auch ein Programmierer vor Ort sein, mit dem spezielle Anliegen und Anregungen direkt besprochen werden können. Um den IQ-Fachhändlern auch im Bereich der sozialen Netzwerke den Rücken zu stärken, wird die Beratungs-Plattform Kliq.de jetzt mit einem Facebook-Account flankiert, aus dem jedes Mitglied attraktive Inhalte auswählen und auf dem eigenen Facebook-Auftritt posten kann.



Jetzt Termin vormerken!

6. – 7. März 2019, Congress-Centrum Ost, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

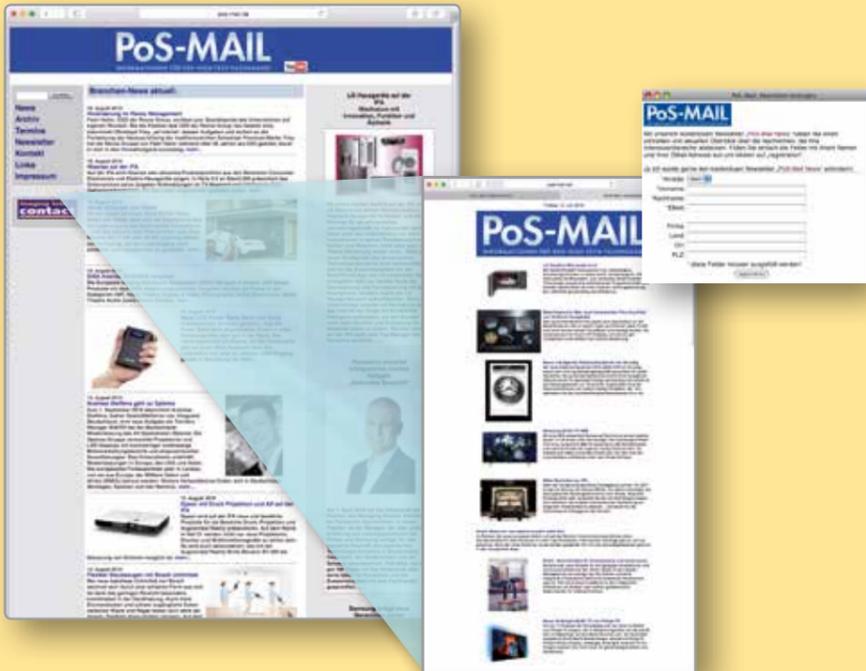
presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Create the unseen“

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

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

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Schnittstelle im Kopf

Als Rentner bin ich ja an allem interessiert, was mir das Leben leichter macht, und angeblich wurden genau dafür die smarten Technologien erfunden. So ein intelligentes Zuhause, in dem digitale Helfer mir lästige Arbeiten abnehmen, ist ja auch ganz schön. Deshalb soll dieses Thema auf der IFA auch eine große Rolle spielen, und irgendwie juckt es mich sogar, mal wieder eine Runde über das Berliner Messegelände zu drehen.

Allerdings ist das smarte Zuhause eigentlich schon wieder Schnee von gestern. Richtige Innovatoren arbeiten längst am smarten Menschen und, wenn man ehrlich ist, besteht dafür ja auch viel größerer Bedarf. Da gibt es z. B. die Firma Omega Ophthalmics aus Lexington in Kentucky, die gerne in meine (und vermutlich auch in Ihrer) Augen eine „Platzhalterlinse“ einsetzen möchte, die andere Unternehmen dann mit verschiedenen Sensoren und Ähnlichem ausrüsten können, um das Auge sozusagen zum Smartphone von morgen zu machen. Dann könnte man z. B. Virtual und Augmented Reality ohne Brille gucken. Man könnte vielleicht auch mit dem eigenen Auge Fotos und Videos aufnehmen (wäre bestimmt billiger als eine teure Kamera mit Objektiv) oder mit einem Augenzwinkern bezahlen. Auch der Fernseher könnte überflüssig werden, denn dann gucke ich mir die Tagesschau direkt im Auge an.

Das Schöne an der ganzen Sache: Während die ganzen smarten Gadgets ja eher für jüngere Semester gedacht sind, haben Omega Ophthalmics CEO Rick Iffland und sein Spießgeselle, pardon Mitgründer Gary Wortz, ausdrücklich Menschen über 70 im Visier. Vermutlich halten sie uns für dement genug, sich so einen Quatsch tatsächlich implantieren zu lassen. Wenn das mal nicht ins Auge geht...

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

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

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

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

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

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Franz Wagner

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

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

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

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

ISSN: 31615-0635



FÜR ALLE NIE-MEHR-WAS- VERPASSEN- WOLLER

Das neue
SAT-TV



BIS ZU 70
SENDER IN HD



META-
MEDIATHEK



ÜBERALL
FERNSEHEN



PAUSE



NEUSTART



AUFNEHMEN



VIDEOTHEK

Unverpassbar. Überall. Gestochen scharf.

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!

 **DIVEO**

www.diveo.de

IT'S ALL ABOUT YOUR COFFEE.

Manuscrum De'Longhi

Kaffee kann seine Aromastärke in der Tasse nur dann voll entfalten, wenn er frisch und präzise gemahlen wird. Die neue Adaptive Grinding Technologie von De'Longhi steuert den richtigen Mahlgrad elektronisch und garantiert einen hochpräzisen, gleichmäßigen Mahlergebnis. Erstellen Sie perfekten Espresso und atmosphärische italienische Kaffeespezialitäten mit der neuen Manuscrum. Für maximale Aromen und puren Genuss. Tasse für Tasse.

Adaptive GRINDING TECHNOLOGY

Entdecken Sie die neuen Manuscrum auf der IFA, Halle 1.1 Stand 202



De'Longhi

Better Everyday