



Anschalten, abschalten!

Er saugt, Sie
entspannen.

Die beste Putzhilfe, die Sie je
hatten! Dabei legt der Robo.com³
größten Wert auf schonende
und zugleich gründliche Pflege
Ihrer Bodenbeläge.

ROBOCOM³



www.hoover.de



Die neuen Bestseller von Dyson

Umsatz mit guter Luft

Seit der Erfindung desbeutellosen Staubsaugers steht der Name des Technologie-Unternehmens Dyson für gute Ideen und Innovationen. Das gilt längst nicht nur für den Bereich der Bodenpflege. Die Dyson Airblade Händetrockner und die Dyson Air Multiplier Ventilatoren ohne Rotorflügel sind bereits vielen Kunden bekannt. Auf der IFA positionierte sich Dyson auch als Experte für Luftverbesserung. Mit dem neuen

Luftbefeuchter und dem pffigen Kombigerät Dyson AM09 Hot+Cool kann der Fachhandel bereits im Weihnachtsgeschäft zusätzliche Umsätze erzielen. Im Frühjahr 2016 soll der Luftreiniger Pure Cool folgen. Das ist aber nur der Anfang: Dyson will in den nächsten vier Jahren 1,2 Milliarden Euro in Forschung, Design und Entwicklung investieren, um 100 neue Produkte vorzustellen.

Bereits mit den aktuellen Neuheiten liegt die Sparte „Environmental Control“ von Dyson voll im Trend. „Global betrachtet ist ihr Potential sogar viermal größer als das des Staubsauger-Marktes“, so Alexander C. Schmidt, Geschäftsführer Dyson DACH. „Wohlbefinden und Hygiene sind Themen, die für den Konsumenten immer mehr an Bedeutung gewinnen. Deshalb sind wir zuversichtlich, dass sich die prognostizierten Wachstumsraten in der Sparte ‚Environmental Control‘ auch

auf dem deutschen Markt realisieren lassen.“ Dafür setzt Dyson wie bei den Staubsaugern auf die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, der durch aufmerksamkeitsstarke PoS-Kommunikation, Produkt- und Marketing-Trainings in der Dyson Academy und den Einsatz von Promotoren unterstützt wird. Auch bei den Neuheiten der Sparte „Environmental Control“ liegt der Schwerpunkt auf innovativer Ingenieursarbeit. Das ist kein Wunder, denn mehr als ein

Drittel der weltweit rund 6.000 Mitarbeiter von Dyson sind Ingenieure und Techniker. Sie konzentrieren sich darauf, nicht nur irgendein Produkt für ein bestimmtes Segment zu entwickeln, sondern mit neuen Technologien echten Kundennutzen zu schaffen, ein unverwechselbares Design zu realisieren und nicht zuletzt die Umwelt so weit wie möglich zu schonen. Das gefällt nicht nur immer mehr Konsumenten, sondern gibt dem Fachhandel auch gute Verkaufsargumente. →

UNOLD

REISEKOCHER Hot Pot
Unterwegs komfortabel kochen

Ob Wochenendtrip oder Fernreise, ob Studentenbude oder Büro, ob Fernfahrer oder Urlauber – der HOT POT ist gerne on Tour und **überall sofort einsatzbereit**. Morgens Instantkaffee, mittags Ravioli, abends Gemüsesuppe ... die **leistungsstarke Heizplatte** bringt wirklich alles zum Kochen. Der Kochtopf (16 x 14 x 11,5 cm) mit Deckel fasst bis **ca. 0,6 Liter** und ist **weltweit einsetzbar** (umschaltbar 115 V~/230 V-). **Geringes Packmaß** für alle, die viel unterwegs sind: Heizplatte im Kochtopf verstauen, Griff einklappen und sogar die Kabelaufbewahrung ist komplett integriert. Das alles passt in den mitgelieferten **Aufbewahrungsbeutel!** • Bestell-Nr. 58855 • www.unold.de



auch als 4-Pfännchen-Version
RCC 1000



RCC 1500



ROMMELSBACHER



EDITORIAL

High-Tech zum Wohlfühlen

Marktforscher verbreiten in diesen gute Nachrichten: Die Deutschen wollen mehr Geld für Weihnachtsgeschenke ausgeben als vor einem Jahr. Das ist erfreulich für den High-Tech-Fachhandel, der in diesem Jahr in wichtigen Marktsegmenten spürbare Rückgänge verkraften musste. Deshalb lohnt es sich umso mehr, auf die wachsenden Marktsegmente zu schauen, denn glücklicherweise liegen eine ganze Menge Produkte im Trend, die sich sowohl von ihrer Größe als auch von ihrem Preis her perfekt als Geschenk eignen.

In der klassischen Unterhaltungselektronik gilt das vor allem für die drahtlose Musikwiedergabe. Die gfu schätzt den Zuwachs bei vernetzten Audiosystemen in diesem Jahr auf 45 Prozent auf rund 625.000 Geräte. Da auch die Durchschnittspreise steigen, sollte der Umsatz sogar um 53 Prozent zulegen. Umgekehrt verhält es sich bei drahtlosen Lautsprechern: Sie werden zwar preisgünstiger, aber das wird von einem Absatzzuwachs in Höhe von 42 Prozent mehr als kompensiert. 2,8 Millionen Stück, so die gfu, sollen in diesem Jahr über die Ladentheken gehen. Weiterhin gefragt sind auch kabellose Kopfhörer, die nicht nur immer modischer werden, sondern auch immer bessere Tonwiedergabe bieten. In dieser Ausgabe haben wir einige besonders interessante Modelle zusammengestellt.

Ebenfalls voll im Trend liegen Kleingeräte, vor allem die, mit denen sich die Menschen etwas Gutes tun. Das betrifft den Bereich Küche, aber auch das ganze traute Heim von der guten Luft bis zu Produkten für die Schönheit und die Gesundheit. Gerade bei den letzteren geht fast nichts mehr ohne Vernetzung und App, und deshalb ist hier die Beratungsfunktion des Fachhandels besonders wichtig.

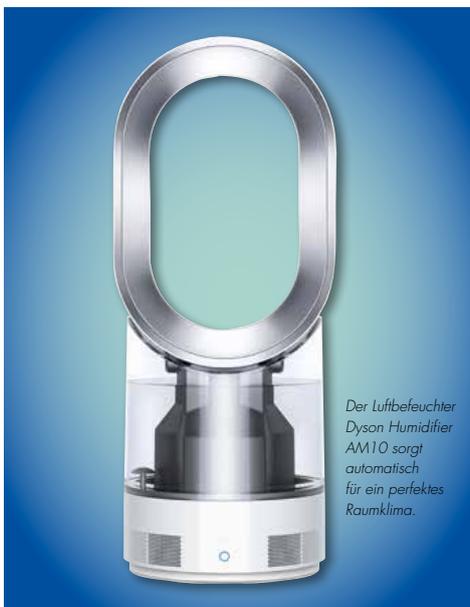
Nutzen Sie die Chancen, die sich durch die aktuellen Trends bieten. Die Redaktion PoS-MAIL wünscht Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft. Geben Sie Gas!

Thomas Blömer
Thomas Blömer

Besseres Raumklima

Heizungsluft im Winter, Klimaanlage im Sommer – zu trockene Luft ist in vielen Innenräumen ein Problem, denn sie belastet die Atemwege und kann Reizungen der Haut verursachen. Beim neuen Dyson AM10 Humidifier wird die Air Multiplier Technologie genutzt, um mit Feuchtigkeit angereicherte Luft gleichmäßig und leise im Raum zu verteilen. Damit das Gerät nicht zu einer Bakterienschleuder wird, sorgt eine von Dyson entwickelte UV-Reinigungstechnologie für die hygienische Aufbereitung des Wassers. 99,9 Prozent der darin enthaltenen Bakterien, so bestätigt Toby Saville, Mikrobiologe bei Dyson, werden durch dieses Verfahren abgetötet. Dazu genügen drei Minuten Bestrahlung mit UV-C Licht im Wassertank des Gerätes. Das aufbereitete Wasser wird mit einer piezo-elektrischen Keramikscheibe im Standfuß des Gerätes in mikroskopisch feine Tröpfchen vernebelt. Dazu vibriert die Scheibe bis zu 1,7 Millionen Mal pro Sekunde. Das saubere, zerstäubte Wasser wird dann mit der Air Multiplier Technologie als feiner Nebel leise und gleichmäßig in die Raumluft abgegeben.

Um ein perfektes Raumklima zu erreichen, misst der Dyson Humidifier nicht nur den aktuellen Feuchtigkeitsgehalt der Luft, sondern auch ihre Temperatur. Warme Luft absorbiert nämlich mehr Wasser als kalte. Die relative Luftfeuchtigkeit, die in geschlossenen Räumen zwischen 40 und 60 Prozent betragen sollte, ist deshalb abhängig von der Wassermenge, die die Luft bei der aktuellen Temperatur maximal aufnehmen kann. Mit der intelligenten Klimakontrolle reguliert sich der Dyson Luftbefeuchter AM10 selbständig, um den definierten Zielwert zu erreichen und aufrecht zu erhalten. Eine Tankfüllung (3 Liter) reicht für bis zu 18 Stunden Betriebszeit. Welche Innovationskraft hinter diesem Gerät steckt,



Der Luftbefeuchter Dyson Humidifier AM10 sorgt automatisch für ein perfektes Raumklima.

wird durch einige Zahlen deutlich. Für den Dyson Luftbefeuchter existieren 275 Patente bzw. 130 Patent-Anträge. Allein die Dyson Ultraviolet Cleanse Technologie wird von fünf Patenten geschützt. Während ihrer Entwicklung haben die Ingenieure 643 Prototypen gebaut und 32 neue Testmethoden entwickelt. Insgesamt hat Dyson rund 55 Millionen



Alexander C. Schmidt,
Geschäftsführer
Dyson DACH

Euro in die Entwicklung des Luftbefeuchters investiert. Das Gerät kostet 499 Euro (UVP).

Kühlen und Heizen

Perfekt ins Weihnachtsgeschäft passt der neue Dyson AM09 Hot+Cool – denn dieser Ventilator sorgt als Heizlüfter für wohlige Wärme im Winter und mit einem starken Luftstrom für angenehme Kühlung im Sommer. Dabei kann das Gerät wahlweise auf den persönlichen Bereich oder den ganzen Raum ausgerichtet werden. Wie die Ventilatoren ist der AM09 Hot+Cool jetzt 75 Prozent leiser als das Vorgängermodell.

Durch die effiziente Air Multiplier Technologie sorgt das Gerät auf Wunsch für einen starken Luftstrom, der die Leistung im Vergleich zu konventionellen Heizlüftern deutlich steigert, so dass beim Heizen und Kühlen auch der gesamte Raum erfasst werden kann. Möglich wird das durch die neue Jet Focus Technologie, die den Luftstrom des Ventilators kanalisiert. Sie basiert auf dem Coanda-Effekt und macht sich die Eigenschaft strömender Gase zunutze, der Krümmung einer Oberfläche zu folgen und so ihre Richtung zu verändern. Deshalb kann man beim AM09 Hot+Cool zwischen einem direkten, fokussierten Luftstrahl und einem weitwinkligen Gebläse umschalten. Im ersten Fall strömt die Luft aus einem Schlitz im Gehäuse und wird über eine tragflächenförmige, gebogene Schräge hinweg beschleunigt. Für Luftzirkulation im ganzen Raum wird der Abstrahlwinkel durch das Zuschalten eines zweiten Luftschlitzes vergrößert. Wie bei allen Dyson Geräten mit Air Multiplier Technologie wird die Luft über ein Ventilatorrad im Standfuß des Gerätes angesaugt und tritt durch einen bzw. zwei Luftschlitze im Luftring aus. Bei eingeschalteter Heizfunktion wird sie durch



Der Dyson AM09 Hot+Cool kann sowohl als kühlender Lüfter als auch zum Heizen eingesetzt werden.

Keramikplatten im Inneren des Gerätes erwärmt. Der Dyson AM09 Hot+Cool ist für 399 Euro (UVP) erhältlich.

Leise und effizient

Ventilatoren haben in der kalten Jahreszeit natürlich keine Hochsaison, eignen sich aber dennoch hervorragend als Geschenk. Durch ihre typische Bauweise ohne Rotorblätter setzen die Dyson Geräte bereits einen optischen Akzent. Für die neuen Dyson Cool Ventilatoren AM06, AM07 und AM08 haben die Dyson Ingenieure die Air Multiplier Technologie weiter entwickelt. Diese Technologie macht den Bau von Ventilatoren ohne Rotorblätter erst möglich. Die Luft wird durch einen Schlitz am inneren Rand des typischen Gehäuses über eine flügel-förmig geschwungene Rampe geleitet, welche auch die Richtung bestimmt. Dyson nutzt dabei einen Effekt aus der Strömungslehre: Der fließende Luftstrom zieht die Umgebungsluft an und wird so um ein Mehrfaches verstärkt.

Ein wichtiges Ziel bei der Entwicklung der neuen Geräte-Generation war die Verminderung des Geräuschpegels: Die neuen Ventilatoren sind um bis zu 75 Prozent leiser als ihre Vorgänger. Dafür haben nicht weniger als 65 Dyson Ingenieure die Luftströme im Gerät verbessert, um bestimmte Tonfrequenzen auszuschalten, ohne die Leistung des Ventilators zu beeinflussen. Zusätzlich wurde der Bereich unten am Lufring verbreitert, um einen gleichmäßigeren Luftstrom zu erzeugen und damit die Lautstärke weiter zu reduzieren. Um Frequenzen von 1000 Hz, die etwa dem Ton eines Moskitoflügel-schlags entsprechen, zu verringern, wurde in den Standfuß des Ventilators ein Helmholtz-Schall-dämpfer zur Absorbierung von Akustikwellen eingebaut. Verbesserungen am Motor, der effizient ohne Kohlebürsten arbeitet, führten zusätzlich auch zu einer Verringerung des Stromverbrauchs: Er beträgt



Der Dyson Air Multiplier AM06 ist ein leistungsfähiger Tischventilator und um rund 75 Prozent leiser als sein Vorgänger.

bei den neuen Dyson Cool Ventilatoren je nach Modell nur zwischen 26 und 60 Watt. Die Luftstärke der Geräte kann per Fernbedienung (im Lieferumfang) in zehn Stufen eingestellt werden; eine Sleep-Timer Funktion schaltet das Gerät zum gewünschten Zeitpunkt ab. Die Dyson Cool Ventilatoren sind in den Farben Schwarz/Nickel und Weiß/Silber erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 329 Euro für den Tischventilator AM06, 429 Euro für den Turmventilator AM07 sowie 429 Euro für den Standventilator AM08.

Erst der Anfang

Der Einstieg in das Wachstumssegment Luftverbesserung ist der Anfang einer massiven Innovationsoffensive, mit der Dyson in den kommenden Jahren kräftig wachsen will. 1,8 Milliarden Euro wird das Unternehmen in neue Technologien investieren. Das erste Projekt ist bereits angelaufen: Für 315 Millionen Euro wird derzeit der Dyson Technology Cam-

pus im britischen Malmesbury erweitert. Hier sollen bis zu 3.000 Arbeitsplätze entstehen, um die Zusammenarbeit von Dysons externem Forschungsprogramm mit führenden britischen Universitäten zu intensivieren. Für dieses Programm sind in den nächsten vier Jahren Investitionen in Höhe von 63 Millionen Euro vorgesehen.

Das erste neue Forschungsgebäude, das Anfang 2016 fertig werden soll, ist bereits äußerlich als Innovationszentrale zu erkennen. Es besteht aus einem System von neuartigem, reflektierendem Strukturglas, wird mit einer Erdwärmepumpe beheizt und über Solarzellen auf dem Dach mit Strom versorgt. Das klimaneutrale Gebäude ist eines der umweltfreundlichsten Gewerbebauten in Großbritannien.

Im hart umkämpften deutschen Staubsaugermarkt hat Dyson in diesem Jahr erstmals die Marktführerschaft nach Umsatz übernommen und wird die Spitzenposition in der Kategorie Bodenstaubsauger voraussichtlich auch für das Gesamtjahr 2015 behaupten, prognostizieren die neuesten Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Dyson ist seit 1998 im deutschen Markt aktiv.

Dyson Technologie ist in 75 Ländern erhältlich; 90 Prozent des Umsatzes werden mittlerweile außerhalb Großbritanniens erwirtschaftet. Auch international stehen die Zeichen auf Wachstum: Weltweit erwirtschaftete Dyson in 2014 einen Umsatz von rund 1,9 Milliarden Euro. Das entspricht einer Steigerung von 10 Prozent im Vergleich zu 2013. Der Unternehmensgewinn erhöhte sich im selben Zeitraum um 13 Prozent auf rund 500 Millionen Euro. Auch in Zukunft will Dyson ein Drittel seiner Gewinne in Forschung, Design und die Entwicklung von Zukunftstechnologien investieren und seine Innovationsprojekte zu Motorelektronik, Robotik und Elektronik sowie zur akustischen Störgeräusche-Unterdrückung ausbauen.

INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten, Neuheiten 4, 12, 13, 17

Die neuen kabellosen Kopfhörer
Bewegungsfreier Privatsound 6

Unabhängige Tests untermauern
Vorteile von Samsung SUHD TVs
Gut getestet 7



assona-Händleraktion zum Weihnachtsgeschäft
Gewinnen mit Rentier Rudi 8

Doro präsentiert Mobiltelefon
mit intuitiver Bedienführung
Ideal für Senioren und Einsteiger 8

Neuer Film der Beyond the Ordinary-Reihe
Darklight wirbt für Philips UHD TVs



Die smarte Verbindung nach Hause
Der Hoover Wizard 12

Die neuen Küchenhelfer
Reine Geschmacksache 14



Umsatz mit Schnurlostelefonen von Panasonic
Die globale Nummer Eins 16



Weihnachtsumsätze mit Oehlbach
40 Jahre Rendite 17

Fotokopter sind begehrte Weihnachtsgeschenke
Mit Yuneec in die Luft 18



Wagners Welt 19

PoS-MAIL @ 19

Impressum 19

beyerdynamic erweitert Geschäftsleitung

Seit dem 1. Oktober 2015 verstärkt Sven Wilhelmsen das Management-Team bei der beyerdynamic GmbH & Co. KG, Heilbronn, als neuer Leiter des Geschäftsbereichs Kopfhörer und erweitert gleichzeitig den Kreis der Geschäftsleitung.

Der 39-jährige Wilhelmsen war zuvor bei der Sennheiser electronic GmbH & Co. KG, Wedemark, in verschiedenen Management-Positionen tätig und verfügt über fundierte Kenntnisse in der Audiobranche. Mit seiner einschlägigen Erfahrung im Produkt-, Marketing- und Strategiemangement soll er bei beyerdynamic den Ausbau des erfolgreichen Kopfhörergeschäfts weiter vorantreiben, heißt es in einer Pressemitteilung.



Sven Wilhelmsen

Epson stellt neue Vertriebsleitung für Projektoren vor



Sven Wilhelmsen

Axel Inhoffen, der seit mehr als 15 Jahren bei Epson tätig ist und über langjährige Erfahrung im Vertrieb verfügt, übernimmt ab sofort die Vertriebsleitung für Projektoren. Zuletzt zeichnete Inhoffen für das Distributionsgeschäft in der Region DACH verantwortlich.

In seiner neuen Rolle verantwortet Inhoffen den Vertrieb der Projektoren in Deutschland. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind die Stärkung der beste-

henden Fachhandelsstrukturen und der Ausbau des Bereichs der professionellen Installationsprojektoren.

„Neben unserem Technologievorsprung sind es vor allem unsere autorisierten Fachhändler, die den Erfolg ausmachen“, erläuterte Inhoffen. „Meine Ziele sind es, gemeinsam mit unseren Partnern unsere führende Marktposition weiter auszubauen und Epson auch im Installationsumfeld an die Spitze zu bringen. Ich freue mich auf die neue Aufgabe und die anspruchsvollen Wachstumspläne.“

Philips: weitere Spots mit Jürgen Klopp

Philips startet mit Jürgen Klopp eine dreistufige Realtime-Kampagne auf Facebook, die mit Videos für den Shaver 7000 und den Beardtrimmer 5000 wirbt. Mit dem Video will Philips die Tradition seiner unterhaltsamen und augenzwinkernden Spots mit Jürgen Klopp fortsetzen.

In der Kampagne hält Klopp den Spielern eine Kabinensprache und erklärt, was den Faktor Erfolg ausmacht. Dazu müsse man nicht der Stärkste oder Schnellste sein, so Klopp: „Erfolg kommt, wenn man seinen Stil gefunden hat und seiner Linie konsequent treu bleibt.“ Die anschließende Szene zeigt, was damit gemeint ist und wie die Spieler den Ratschlag umsetzen: Sie stehen vor dem Spiegel und kreieren ihre unterschiedlichen Bart-Styles mit verschiedenen Elektrorasierern von Philips.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen der Philips Beardtrimmer



Carola Wahl verlässt die Telekom

Carola Wahl, Leiterin Indirekter Vertrieb und Service (IVS) bei der Telekom, verlässt zum 31. Januar 2016 das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um eine neue Aufgabe als Leiterin Transformation und Market Management in der Geschäftsleitung der AXA Winterthur in der Schweiz anzunehmen. Ihre Funktion bei der Telekom wird kommissarisch von Bijan Eshafani übernommen.

Wahl startete ihre Telekom-Karriere 2004 bei der T-Mobile Deutschland, wo sie eine neue Kundensegmentierung einführte und die Serviceorganisation zu einem leistungsfähigen Vertriebskanal umbaute. Von 2007 bis 2011 war Carola Wahl in der Deutschen Telekom Kundenservice (DTKS) für Vertrieb und Kundenbindung verantwortlich und führte dabei 2.000 Mitarbeiter. 2011 wechselte Carola Wahl zu IVS in der Telekom Deutschland, wo sie den Turnaround des indirekten Vertriebs mit dem Programm „Partner10“ einleitete. Unter Wahls Führung konnten in den letzten vier Jahren zweistellige Wachstumsraten sowohl im Mobilfunk als auch im Festnetz erreicht werden. Darüber hinaus bauten sie und ihr Team eine regionale Organisation mit über 250 Vertriebsmitarbeitern auf, um die Auslastung der neuen Breitbandinfrastruktur sowie den Umbau der Infrastruktur (IP-Migration) sicherzustellen und kanalübergreifend zu steuern.

„Carola Wahl hat in den vergangenen Jahren sehr wertvolle Arbeit im Vertrieb der Telekom Deutschland geleistet. Ihre Leidenschaft für Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter hat wiederholt zu eindrucksvollem Wachstum, hoher Kundenzufriedenheit und nicht zuletzt zu einem Kulturwandel in den Teams geführt“, erklärte Niek Jan van Damme, Sprecher der Geschäftsführung Telekom Deutschland GmbH. Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden, ergänzte: „Sie hat den indirekten Vertrieb strategisch neu aufgestellt und wieder auf einen Wachstumskurs geführt. Viele Innovationen wie z. B. die Erschließung des Handels für Smart Home sind auf ihre Initiative zurückzuführen. Ich bedaure sehr, dass sie die Telekom verlässt und wünsche ihr alles Gute für ihre berufliche und private Zukunft.“



Bijan Eshafani wird von Carola Wahl kommissarisch die Funktion als Leiter Indirekter Vertrieb und Service (IVS) bei der Telekom übernehmen.

5000, dessen dynamisches Schneide-System für schnelle, gleichmäßige Rasiererergebnisse sorgt, und der Philips Shaver 7000, der speziell für sensible Haut entwickelt wurde und dank der blauen Komfortringe mit Mikrokügelchen-Beschichtung besonders sanft über die Haut gleitet und so Hautirritationen vermindert.

Die Online-Kampagne konzentriert sich dabei auf die Social-Media-Plattform Facebook. Sie umfasst drei verschiedene Phasen, mit denen sich Philips schrittweise seiner Zielgruppe nähert und immer direkter potenzielle Kunden der 5000er und 7000er Serie anspricht. Kanalübergreifend wird dabei der Hashtag #SchoolOfKlopp verwendet. Auftakt bildet der Spot mit der Mannschaftsansprache von Jürgen Klopp; dieser enthält auch den Hinweis auf die Website www.philips.de/SchoolOfKlopp. Auf dieser Landingpage findet der User weiterführende Informationen zu den beiden Produkten. Über eine Analyse der Customer Journey werden dem User auf

Facebook anschließend Varianten des Online-Spots gezeigt, je nachdem, für welche Rasur er sich mehr interessiert. „Damit realisieren wir eine Realtime-Kampagne, die in ihrer Zielgruppenansprache kontinuierlich optimiert wird“, sagte Stephanie Sievers, Marketing Manager Shaving bei Philips GmbH Markt DACH.

LG: TV-Spot für OLED TVs gestartet

Als Teil seiner 360-Grad-Kampagne zum Thema OLED wirbt LG mit einem neuen Fernsehwerbespot für seine aktuellen OLED- TVs. Im Mittelpunkt steht das Premium-4K-OLED Modell EG9609 im Art Slim Design. Mit 33 Millionen Subpixeln schafft das zukunftsweisende Display hochauflösende und scharfe Bilder, die durch perfekte Schwarzöne und lebensechte, brillante Farben den Kampagnen-Slogan „Perfektes Schwarz erschafft perfekte Farben“ widerspiegeln.

Leitmotiv der Kampagne ist ein schwarzer Panther, der auch die Printwerbung begleiten wird. In den Augen des Panthers spiegeln sich die Farben des Lichtspektrums – symbolisch für die Fähigkeit des OLED-TV, alle Farben der Natur detailgetreu und in Perfektion wiederzugeben.

Neben den auf vielen Kanälen laufenden Fernsehwerbespots mit dem schwarzen Panther spielt auch die Unterstützung durch die Fachhändler für LG eine zentrale Rolle in der Kampagne. Diese haben ihre Verkaufsflächen und das Personal für an den neuen LG OLED- TVs interessierte Kunden vorbereitet, u. a. mit informativen Flyern und Broschüren, in denen die Vorteile der OLED-Technologie noch einmal verständlich erläutert werden, sowie mit speziellen OLED-Displays, die diese Vorteile dann auch direkt live vor Augen führen, betont LG in einer Pressemitteilung. Zudem bietet das Unternehmen Trainings an, damit Fachhändler ihren Kunden alle Fragen zu den neuen Geräten beantworten können. Dies sei eine Fortsetzung der erfolgreichen multimedialen Truck-Tour, bei der sich in der ersten Hälfte 2015 bereits gut 1.500 Händler und Verkäufer vor Ort intensiv mit dem Thema OLED vertraut machen konnten, heißt es weiter.

„Wir sehen darin eine klare Bestätigung, dass unsere Aktion dem Personal vor Ort aktiv geholfen hat. Beratungskompetenz ist ein Entscheidungskriterium für Kunden, und wir freuen uns, unsere Partner so am PoS zu unterstützen“, erklärte Herbert Schönebeck, Vice President Consumer Electronics, LG Electronics Deutschland GmbH. „Daneben braucht der PoS natürlich auch aussagekräftige Displays und verständlich aufgemachtes Informationsmaterial. Dafür haben wir die komplette Bandbreite aus Flyern sowie Broschüren und auch spezielles OLED-Material, um das Thema ‚OLED-Technologie‘ zu vermitteln.“

Neuer Regionalleiter Küchen- und Möbelhandel bei Electrolux

Seit dem 1. Oktober 2015 ist Bernd Rudolph neuer Verkaufsleiter in der Region Süd für den Küchen- und Möbelhandel bei der Electrolux Hausgeräte GmbH. Er berichtet in dieser Position direkt an Karl-Heinz Schneider, Director Sales Kitchen Retail. Der 39-Jährige tritt damit die Nachfolge von Martin Mayer an, der vor kurzem die neu geschaffene Position des Business Development Managers Premium Kitchen übernommen hat.

Seit seinem Eintritt in den Electrolux Konzern im Jahr 2001 hat der gelernte Industriekaufmann diverse Stationen und Führungspositionen im Innen- und Außendienst durchlaufen. In den vergangenen sechs Jahren war Rudolph für die Vertriebssteuerung im Küchen- und Möbelhandel verantwortlich und damit bereits bestens mit dem neuen Aufgabengebiet vertraut.



Bernd Rudolph

Hisense

ULED TV

BRING DREAMS TO REALITY



65XT910



Dynamic Contrast



Local Dimming



Peaking



Backlight Scan

Die neuen kabellosen Kopfhörer

Bewegungsfreier Privatsound

Der Trend zum mobilen Musikgenuss bleibt ungebrochen und somit auch die Nachfrage nach Kopfhörern für Smartphones, Tablet-PCs oder einfach für MP3-Player. Die Vielfalt dieser Geräteart ist mittlerweile riesig: Vom einfachen „Ohrstöpsel“ bis zum High Tech-Headphone ist alles im Angebot. Immer größerer Beliebtheit erfreuen sich auch die neuen kabellosen High-End-Geräte. Für den Fachhandel bietet insbesondere das Weihnachtsgeschäft viele Gelegenheiten, den Endverbraucher im Beratungsgespräch aufforchen zu lassen.

Kabellose Kopfhörer sind nicht wirklich neu. Neu sind aber die verbesserten Sound-Technologien und die immer länger werdenden Akkulaufzeiten. Wie Spitzen-Sound ganz ungezwungen und kabellos funktioniert, demonstriert Bose derzeit mit seinem neuesten Modell SoundLink around-ear wireless headphones II. Die Kopfhörer bieten eine Akkulaufzeit von 15 Stunden, Optionen für das Verbinden von zwei Geräten gleichzeitig, schnelles Koppeln mit NFC-Technologie, nahtlose Audio-/Video-Synchronisierung, leichtes Wechseln zwischen Musik und Anrufen sowie intuitive Steu-



Die Bose SoundLink around-ear wireless headphones II sind sowohl in Schwarz als auch in edlem Weiß erhältlich.

erung und Sprachansagen. Sie wurden vor allem für den Gebrauch unterwegs konzipiert und können dank ihrer Robustheit und des dennoch leichten Gewichts bequem den ganzen Tag über getragen werden. „Nur weil man auf Kabel verzichtet, muss man nicht auf Spitzenklang oder Komfort verzichten“, so Bernice Cramer, General Manager von Bose Wireless Headphones.

Sennheiser

Ein Highlight am Sennheiser-Stand auf der diesjährigen IFA war der Urbanite XL Wireless, der die Urbanite-Serie um Bluetooth- und NFC-Unterstützung erweitert. Die verwendete jüngste Version 4.0 erlaubt Multi-Konnektivität mit bis zu acht unterschiedlichen Geräten.



Über das Touch-Panel an der rechten Ohrmuschel können die Lautstärke und Musikwiedergabe gesteuert werden. Ist ein Mobiltelefon verbunden, lässt sich die

Touch-Steuerung darüber hinaus nutzen, um Anrufe zu tätigen und anzunehmen. Wie von den kabelgebundenen Modellen bekannt, liefert auch Urbanite XL Wireless kraftvollen Club-Sound mit mächtigem Bass und kristallklaren Höhen.

Sony

Im Frühjahr dieses Jahres hat Sony ein neues Line-up bluetoothfähiger Kopfhörer auf den Markt gebracht. Das Flaggschiff MDR-1ABT ist das erste Modell von Sony, das in Referenzqualität mit LDAC, einer neuen Audiatechnologie des Unternehmens, arbeitet. Der effiziente neue Codec ermög-



Sony MDR-1ABT

licht eine höhere Datenübertragung, und dadurch können reinste, verzögerungsfreie Audioklänge kabellos von kompatiblen Geräten gestreamt werden. Die 40-Millimeter HD-Treiber erschließen die ganze Bandbreite des Klangs. Neu mit dabei ist auch ein Touchsensor, der seitlich am Kopfhörer angebracht ist. Damit lassen sich durch einfache, intuitive Fingertipp-Gesten Titel überspringen, Telefongespräche entgegennehmen oder die Lautstärke regeln – ohne langes Suchen nach dem Player in der Tasche.

Panasonic

Der RP-BTD5 Bluetooth Kopfhörer von Panasonic präsentiert sich stilvoll und schlicht in schwarzer Optik. Das kabel-



lose Prinzip eröffnet auch bei diesem Gerät beim Telefonieren neue Freiheiten. Das integrierte Mikrofon und die intuitive Bedienung durch erhabene Tasten an der Ohrmuschel sorgen dafür, dass ein Anruf beantwortet werden kann, ohne dass der Anwender das Smartphone aus der Tasche nehmen muss. Genauso komfortabel ist es, durch die persönliche „Playlist“ zu navigieren – Bluetooth an, Lautstärke einstellen und die gewünschten Lieder aussuchen. Ein zusätzliches Feature ist die einfache und schnelle Bluetooth-Verbindung via Near Field Communication (NFC). Der RP-BTD5 ist auch als TV-Kopfhörer ideal einsetzbar und kann mit allen Viera TVs verwendet werden, die Bluetooth Audio unterstützen. Zudem sorgt das On-Ear-Modell durch sein geringes Gewicht von 155 g für einen hohen Tragekomfort. Für den Transport lassen sich die beweglichen Ohrmuscheln drehen, sodass der Kopfhörer flach wie eine Mappe verstaut werden kann.



Die beweglichen Ohrmuscheln des Panasonic RP-BTD5 lassen sich so drehen, dass der Kopfhörer flach verstaut werden kann.

Weltweit erster True Wireless InEar Kopfhörer

Der japanische Hersteller Onkyo hat im Rahmen der IFA in einer Partnerschaft mit Gibson Innovations den Onkyo W800BT, den ersten True Wireless InEar-Kopfhörer der Welt, vorgestellt. Der linke und der rechte Ohrkanalhörer verbinden sich vollständig kabellos miteinander und mit dem Smartphone oder Tablet. Der Kopfhörer wird ab November 2015 verfügbar sein und ist Teil des neuen Lautsprecher- und Kopfhörerangebots von Onkyo. Die True Wireless Kopfhörer sind mit Hochleistungstreibern ausgestattet, die im Frequenzbereich von 20 Hz-20 kHz ein ausgewogenes Schallspektrum erzeugen. Die offene akustische Architektur erlaubt einen klaren, transparenten Klang mit gleichzeitiger, passiver Abschirmung von Außengeräuschen. Das rechte Ohrstück enthält ein Mikrofon, sodass es zusammen mit jedem beliebigen Bluetooth-Gerät zum Freisprechen verwendet werden kann.

Ein weiteres Highlight von Onkyo ist ein neuer InEar-Kopfhörer mit federleichtem Sitz. Die Ohrkanalhörer des E700BT sind mit einem abgestimmten Hochleistungstreiber (Durchmesser 13,5 mm) ausgestattet. Das ergonomische Design und die sogenannten Comply-Schaumstoffstöpsel sorgen für guten Tragekomfort und eine ausgewogene Druckverteilung im Ohr. Durch die Verlagerung der Technik von den Ear-Plugs in das Neckband sind die InEar-Bluetooth Kopfhörer sehr leicht. Batterie, Bluetooth-Modul und die Fernbedienung wurden platzsparend im Verbindungskabel integriert.



In einer Partnerschaft mit Gibson Innovations hat Onkyo auf der diesjährigen IFA mit dem W800BT den ersten True Wireless InEar-Kopfhörer der Welt vorgestellt.



Das Magazin video zog im Test des Samsung UE65JS9590 das Fazit: „Die beste Leistung, die auf dem Markt erhältlich ist.“²

Unabhängige Tests untermauern Vorteile von Samsung SUHD TVs

Im Beratungsgespräch sind Resultate bekannter Test-Institutionen von großem Vorteil. Sie verschaffen Händlern aus unabhängiger Quelle zusätzliche Argumente, um die Kunden in der Entscheidung für neuartige Premium-Produkte wie die hochwertigen SUHD TV-Geräte von Samsung zu bestärken. Beim Verkauf von Samsung TVs herrscht an solchen Argumenten kein Mangel: Das SUHD TV-Modell UE55JS9090 z. B. erhielt von der Stiftung Warentest jüngst die Note 1,7 („gut“) und schnitt damit besser ab als alle bisher im Jahr 2015 getesteten TV-Geräte.¹

Gut getestet

Besonders die Begründungen der Testergebnisse helfen dabei, die Aussagen über die Produktqualität wirksam zu untermauern. Denn die Berichte der Warentester ermöglichen den Vergleich von wichtigen Kriterien wie Bild- und Ton-Qualität durch leicht verständliche Bewertungen. So urteilt die Stiftung Warentest über den SUHD TV UE55JS9090: „Bei optimierten Einstellungen ist das Bild in SD, HD und UHD sogar sehr gut.“ In der Teildisziplin Ton vergaben die Experten ebenfalls ein „sehr gut“ (1,5) und zogen das Fazit: „Der Ton des Samsung ist sehr gut – damit klingt er deutlich besser als bei Flachbildschirmen üblich.“¹



Der Samsung SUHD TV UE55JS9090 erhielt von der Stiftung Warentest jüngst die Note 1,7 („gut“) und schnitt damit besser ab als alle bisher im Jahr 2015 getesteten TV-Geräte.¹



Qualität treffend auf den Punkt bringen

Die einzelnen Aspekte der faszinierenden SUHD TV Bildqualität lassen sich anhand von Testberichten ebenfalls veranschaulichen. So hat digitalfernsehen.de ermittelt, dass der Samsung UE65JS9590 „im Vergleich zu OLED oder Edge-LED-LCDs eine zwei- bis dreifach höhere Spitzenhelligkeit“ bietet.³ SUHD TV-Geräte bereichern zudem jeden Heimkino-Abend, weil sie besonders viele Details darstellen und Helligkeitsunterschiede sehr differenziert wiedergeben, wie ein Test der Computerbild zum UE65JS9090 bekräftigt: „UHD-Filme entwickeln geradezu eine Sogwirkung, dank überragender Schärfe und sehr hohem Kontrast.“⁴

Vorteile als Erlebnis vermitteln

Es ist eine große Stärke des stationären Handels, die Produktqualität, auf der die positiven Testurteile basieren, vor Ort demonstrieren zu können. So lässt sich im Verkaufsraum eindrucksvoll veranschaulichen, dass SUHD TVs

dank ihrer Spitzenhelligkeit auch bei Tageslicht komfortabel zu betrachten sind. Denn noch überzeugender als jedes Expertenurteil wirken die Vorteile von SUHD TV schließlich, wenn Kunden sie selbst erleben.

Die 10 Top-Argumente für SUHD TV

- 1 Erweiterter Farbraum für noch mehr Farbdetails⁵
- 2 Bis zu 2,5-mal höhere Helligkeit²
- 3 Hohe Kontraste für noch mehr Details
- 4 Für die Darstellung von HDR-Inhalten gerüstet
- 5 Zukunftssicher durch HEVC-Unterstützung, Wiedergabe der UHD-Blu-ray, UHD-Upscaling, DVB-T2 HD-Tuner
- 6 Bemerkenswerte Ton-Qualität, wie Note „Sehr gut“ (1,7) von Stiftung Warentest für den UE55JS9090 zeigt
- 7 Breites Unterhaltungsangebot im Samsung Smart Hub
- 8 Viele positive Testresultate in den Fachmedien
- 9 Elegantes, zeitloses Design
- 10 Mit vier Modellen in Displaydiagonalen von 48 (121 cm) bis 88 Zoll (223 cm) steht eine große Auswahl für viele Geschmäcker bereit.

Auch den Premium-Charakter von SUHD TV kann der Fachhandel eindrucksvoll vermitteln, wenn er Test-Ergebnisse sprechen lässt. So lässt das viel beachtete Magazin video im Testfazit zum UE65JS9590 keinen Zweifel an dessen Spitzenqualität: „Die beste Leistung, die auf dem Markt erhältlich ist.“²

JS8090: Der erste Flat SUHD TV



Wer bisher in den Genuss der Vorzüge eines Samsung SUHD TVs kommen wollte, hatte sich gleichzeitig für einen Curved TV entschieden. Mit dem jüngsten Familienmitglied UE55JS8090 kann der Fachhandel nun erstmals einen SUHD TV im Flat-Design in der beliebten Displaygröße von 55 Zoll (138 cm) anbieten und so auch Kunden begeistern, die flache Bildschirme bevorzugen.

¹ Im September-Update des Online-Tests wurden 36 aktuelle LCD Full HD- und UHD-Fernseher getestet, davon erhielten 21 TVs die Bewertung „gut“, elf die Bewertung „befriedigend“ und vier die Bewertung „ausreichend“, Online-Veröffentlichungen im September 2015

² Video, überragend (93%), Referenz, Ausgabe 04/15, zum UE65JS9590, Einzeltest

³ Digitalfernsehen.de, Veröffentlicht am 12.03.2015, zum UE65JS9590, Einzeltest

⁴ Computerbild.de, gut (2,05), Veröffentlicht am 05.04.2015, zum UE65JS9090, Einzeltest

⁵ Im Vergleich zu herkömmlichen Samsung LED TVs

assona-Händleraktion zum Weihnachtsgeschäft Gewinnen mit Rentier Rudi



Das Rentier Rudi ist für viele assona-Vertriebspartner bereits ein alter Bekannter.

Bereits zum fünften Mal begleitet das Rentier Rudi die Vertriebspartner von assona in Deutschland und Österreich durch das Weihnachtsgeschäft. Damit will der erfolgreiche Anbieter von Spezialversicherungen und Elektronik-Schutzbriefen, der seit seiner

Gründung 2003 rund 2,2 Millionen Kunden gewonnen hat, den Fachhandel motivieren, sich noch stärker für die margenstarken assona Produkte einzusetzen und dabei attraktive Preise zu gewinnen.

Auch die diesjährige Weihnachtsaktion des Berliner Versicherungsdienstleisters honoriert den Fleiß der Verkäuferinnen und Verkäufer: Mit jedem Verkauf eines Elektronikschutzbriefes wie dem eProtect oder einer Anschlussgarantie wird ein Onlinespiel freigeschaltet.

Dieses führt in diesem Jahr auf Rudis Weihnachtsmarkt, wo fünf weihnachtliche Herausforderungen auf die Teilnehmer warten.

Da gilt es z. B., Zuckerstangen an die Geweihe von Rudi und seinen Freunden zu werfen, Geschick beim Einschenken von Glühwein unter Beweis zu stellen oder Christbaumkugeln mit einem Greifer zu angeln. Bei jedem Spiel winken hochwertige Preise wie z. B. ein E-Bike, ein Curved TV, Städtripps im Wert von 1.000 Euro oder ein



Smartphone der neuesten Generation. Auch lukrative Zusatzprovisionen werden ausgelobt. „Die Begeisterung für unsere Weihnachtsaktion mit Rudi ist bei unseren Vertriebspartnern jedes Jahr aufs Neue sehr hoch“, weiß Timo Keller, Leiter Marketing und Vertrieb bei assona. „Kein Wunder, schließlich haben sie es in der Hand, tolle Preise abzuräumen und lohnenswerte Zusatzprovisionen zu kassie-

ren. Und tatsächlich steigen während der Aktion die Verkäufe der assona-Produkte.“

Rudis virtueller Weihnachtsmarkt beginnt am 9. November und bleibt bis zu 31. Dezember geöffnet. assona-Vertriebspartner können sich bereits jetzt direkt im Partnerportal anmelden. Interessierte Händler, die noch nicht mit assona kooperieren, schicken einfach eine E-Mail an sales@assona.net oder melden sich telefonisch unter der 030-208 666 66.



Timo Keller, Leiter Marketing und Vertrieb bei assona: „Die Begeisterung für unsere Weihnachtsaktion mit Rudi ist bei unseren Vertriebspartnern jedes Jahr sehr hoch.“

Doro präsentiert Mobiltelefon mit intuitiver Bedienführung Ideal für Senioren und Einsteiger

Das wilde Herumdrehen auf der Tastatur des Mobiltelefons und das Suchen nach versehentlich längst gelöschten Nachrichten und Telefonnummern hat nun ein Ende. Mit dem Liberto 825 hat Doro, Anbieter von einfach zu bedienenden Mobiltelefonen, zur IFA ein Smartphone vorgestellt, das sich, wie das Unternehmen beschreibt, der menschlichen Denkweise anpasst und speziell für Einsteiger und Senioren entwickelt wurde.

Gibt man dem neuen Liberto 825 einen Sprachbefehl wie „Sende ein Bild an meinen Sohn“, so sendet das Telefon das gewünschte Foto an die entsprechende Person. Dafür wird auf dem großen Touchdisplay „Senden“ aufgerufen und dann das Foto und der Kontakt des Sohnes ausgewählt. So lassen sich alle wichtigen Funktionen intuitiv und ohne weiteres Nachdenken ausführen. Diese neue Art, ein Smartphone zu bedienen, macht die digitale Welt auch Menschen zugänglich, die sich oft von neuen Technologien und den damit verbundenen, vielfältigen Möglichkeiten überfordert fühlen.

Bei der Nutzung des neuen Doro Liberto 825 steht nicht mehr die Applikation im Vordergrund, sondern die

Der menschlichen Denkweise angepasst: Das neue Doro Liberto 825

gewünschte Aktion. Die neu gestaltete Bedienoberfläche bietet für die einzelnen Funktionsgruppen Symbole, die mit den entsprechenden Verben versehen sind, wie telefonieren, senden oder ansehen. Damit passt sich das Doro Liberto 825 an die individuellen Gewohnheiten des Nutzers an. Ein Einrichtungsassistent erleichtert die Installation des Smartphones. Darüber hinaus kann zu allen Funktionen des Smartphones jederzeit ein Hilfeassistent aufgerufen werden, der Schritt für Schritt durch die Bedienung führt.



Technisch up to date

Zu den unterstützenden Funktionen gehören auf technischer Seite neben der erstklassigen Sprachverständlichkeit durch HD Voice auch die Hörgerätekompatibilität (HAC) und die einfachere Lesbarkeit der Inhalte auf dem 5 Zoll/12,7 cm großen Touchscreen. Sicherheit bieten die Notruftaste und GPS-Ortung.

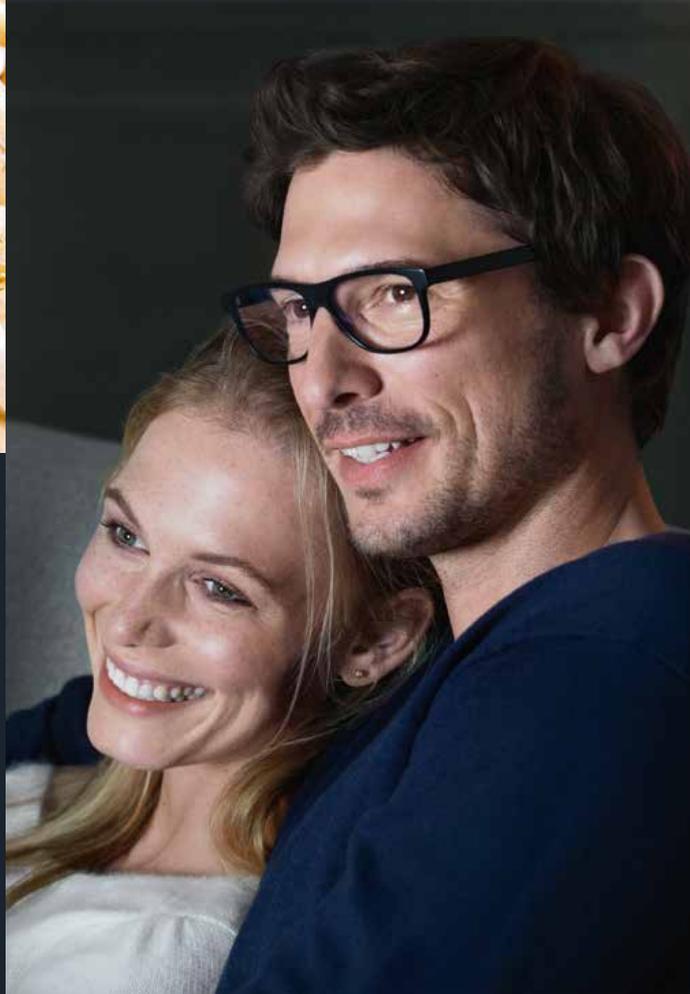
Eine ganz besondere App ist „My Doro Manager“, die eine Fernverwaltung durch Dritte sowie den einfachen Austausch von Kontakten und Fotos ermöglicht. Dazu gehören dann auch die Bilder, die mit der integrierten 8-Megapixel-Kamera aufgenommen wurden. Über „My Doro Manager“ kann sich jeder Nutzer Anleitungen zu den Funktionen seines Smartphones anschauen – in seiner ganz eigenen Lerngeschwindigkeit. Der 1,2 Gigahertz schnelle Quad-Core-Prozessor sorgt zusammen mit der Datenübertragung über die LTE-Mobilfunknetze dafür, dass diese Anleitungen und auch alle anderen Funktionen und Apps flüssig, ohne Wartezeiten ablaufen.

Wecker, Ladestation und Fotoframen

Eine weitere Besonderheit bei dem neuen Doro Liberto ist die mitgelieferte Ladeschale, die das Smartphone horizontal aufnimmt. In ihr wird das Doro Liberto 825 nicht nur geladen, sondern kann gleichzeitig als Uhr, Wecker, zur digitalen Foto-Diashow sowie als Musikstation genutzt werden.



Praktisch: Die mitgelieferte Ladeschale fungiert gleichzeitig als Halterung für das Handy im Einsatz als Uhr oder als Fotoframen.



MACHT DIE PRIMETIME ZUR ULTRA-HIGH- PRIMETIME.

Der Grundig FineArts Curved UHD-TV steht für Fernsehen in einer neuen Dimension: Dank vierfach höherer Bildauflösung gegenüber Full HD sind brillante Bilder garantiert – selbst aus kurzer Distanz.



GRUNDIG.DE

AUS GUTEM GRUND
GRUNDIG

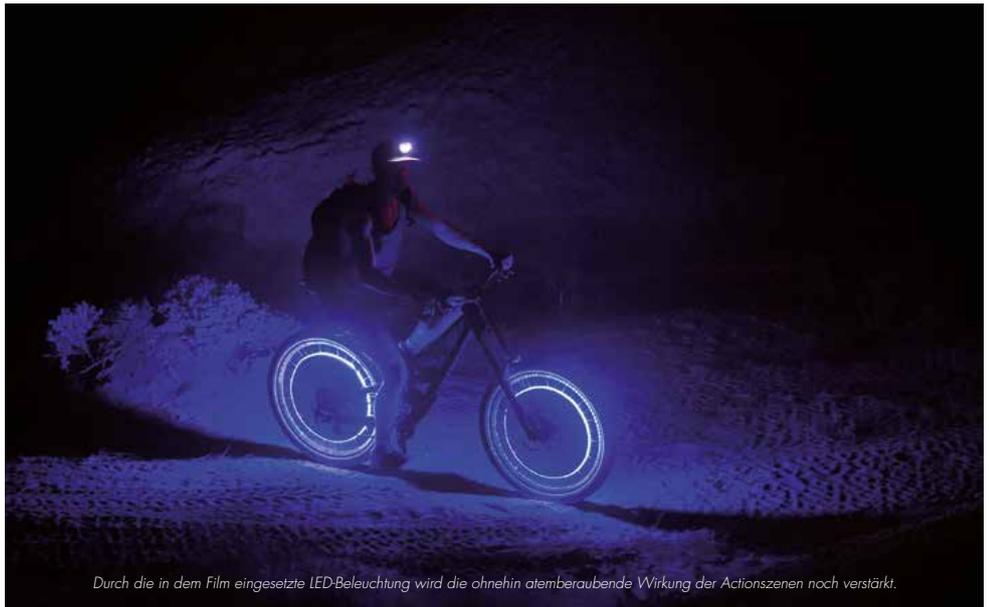


Neuer Film der Beyond the Ordinary-Reihe

TP Vision begleitet die Vorstellung der neuen Philips Ambilight TV-Serien Philips 8000 und 9000 mit der Premiere von Darklight, dem neuesten Film der spektakulären Beyond the Ordinary-Serie. Die in 4K gedrehte Produktion ist ausgezeichnet dafür geeignet, sowohl die UHD Auflösung der neuen Philips TVs als auch die einzigartige Ambilight Technologie im Fachhandel zu demonstrieren. Zudem bildet der Film den Mittelpunkt der neuen Philips Ambilight TV Kampagne und wird auf YouTube, Vimeo, der Philips Website, den Social Media Kanälen und auf den Websites ausgewählter Medienpartner zu sehen sein.

Darklight wirbt für Philips UHD TVs

Die Stars von Darklight sind die Weltklasse-Mountainbiker Graham Agassiz, Matt Hunter und Matty Miles, die atemberaubende Hochgeschwindigkeitsfahrten von fast senkrechten Abhängen in den kargen Wüstenbergen von Utah und in den üppigen Wäldern von Oregon (USA) zeigen. Die in dem Film eingesetzte LED-Beleuchtung verstärkt nicht nur die Wirkung der Actionszenen, sondern sie dient auch dazu, das volle Potential der Ambilight Technologie auf Fernsehern zu demonstrieren. „Wir haben uns bewusst dafür entschieden, Outdoor Sport zum Inhalt unserer Filme zu machen, um zu beweisen, dass Licht sogar die aufregendsten Szenen noch aufwerten kann“, erklärte Marc Harmsen, Global Marketing Lead bei TP Vision. „Außerdem wollen wir die jeweiligen Sportarten unterstützen, indem wir die Begeisterung transportieren, die sie erzeugen. Der Genuss mit Ambilight fügt auf jeden Fall eine weitere Dimension hinzu.“



Durch die in dem Film eingesetzte LED-Beleuchtung wird die ohnehin atemberaubende Wirkung der Actionszenen noch verstärkt.

Aufwändige Logistik

Die Suche nach den passenden Drehorten, die Vorbereitungen und die Produktion von Darklight nahmen durch die beiden relativ unzugänglichen Drehorte insgesamt über 38 Tage in Anspruch. Wie schon die ersten Filme der Beyond the Ordinary-Reihe, Afterglow und Lightwaves, wurde Darklight von Sweetgrass Productions realisiert. Um den besonderen Look der Filmreihe zu bewahren, wurden die spektakulären Bilder nicht durch Computer Generated Imaging auf dem PC erzeugt, sondern mit 4K Red Dragons und TomTom Bandit Action Cams aufgenommen. Die extreme Landschaft machte zusätzlich den Einsatz von Kameradrohnen notwendig und zwang die 30-köpfige Crew, insgesamt sechs Tonnen Equipment zu Fuß zu den Drehorten zu bringen. Um die Szenerie in Farbe zu tauchen, wurden 171 LED-Leuchten

eingesetzt – vier Mal mehr als bei Lightwaves und Afterglow – da der trockene Boden weniger Licht reflektierte als Wasser oder Schnee. Auch die auffälligen LED-Räder der Bikes wurden vor Ort montiert und über ein funkgestütztes DMX-System gesteuert.

Der Aufwand hat sich gelohnt: Während sie die steilen Berghänge hinabjagen oder der Schwerkraft mit gewagten Sprüngen trotzen, hinterlassen die Fahrer und Bikes Spuren aus leuchtenden Farben, die sich stetig verändern. Auch der Wald wirkt mit den anscheinend glühenden Pflanzen weniger wie eine reale Landschaft, sondern eher wie eine surreale Bühne für die spektakulären Stunts.

Erfolgreiche Schulungstour für Philips TVs

TP Vision hat Ende Oktober die zweite Runde der Neuheitenschulungen für den Fachhandel im Jahr 2015 beendet. Nach Ansicht von Geschäftsführer Henrik Köhler wurden die Ziele voll erreicht: „Der Zuspruch bei den Schulungen für Philips TVs war in diesem Jahr überdurchschnittlich gut, und wir sind damit sehr zufrieden. Bei deutschlandweit neun Terminen konnten wir über 400 Teilnehmer aus dem Handel begrüßen und ihnen wichtige Informationen zu Ambilight, UHD und Android TV vermitteln. Wir danken allen Teilnehmern für ihr Interesse, die Fragen und das Feedback.“

Die Philips TV-Neuheitenschulungen finden regelmäßig zweimal im Jahr statt. Sie sollen alle Händler und Verkäufer unterstützen, die ihre Kunden beim Kauf innovativer Produkte wie Philips Fernseher besonders kompetent beraten wollen. Die nächste Schulungstour ist für den April 2016 geplant.



Darkroom eignet sich perfekt dafür, die UHD Auflösung der neuen Philips TVs, hier die Serie 8601, und die einzigartige Ambilight Technologie zu demonstrieren.

Panasonic

LICHT – IN SEINER SCHÖNSTEN FORM



 **OLED**

DIE DETAILS VON 4K TREFFEN AUF DIE BRILLANZ VON OLED

Sehen Sie das Unvorstellbare. 4K Auflösung, die durch die OLED-Technologie noch mehr Detailschärfe und Farbumfang hat. Erleben Sie noch tiefere Schwarztöne und Kontraste wie nie zuvor. Tauchen Sie ein in die pure Magie des Lichts.

panasonic.de

4K PRO
STUDIO MASTER UHD

VIERA

Die smarte Verbindung nach Hause

Der Hoover Wizard

Hoover nimmt den Trend zur Vernetzung mit einer exklusiven Auswahl von freistehenden Haushaltsgeräten auf: Drei Waschmaschinen mit bis zu 8 kg, 11 kg und sogar 13 kg Füllmenge (jeweils bei Standardabmessungen), Kühlschrank und Geschirrspüler wurden nicht für hervorragende Funktionalität entwickelt, sondern integrieren sich durch die Ausstattung mit dem von Hoover entwickelten Wizard-System bestens in den vernetzten Haushalt.

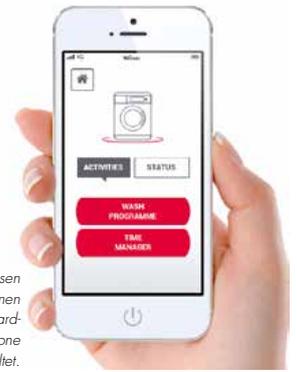
Eine einzige kostenlose App reicht aus, um die Funktionen der verschiedenen Geräte mit dem Smartphone oder Tablet zu verwalten – das Betriebssystem spielt dabei keine Rolle (Apple IOS, Android oder WindowsMEI). Die App ermöglicht die komplette Bedienung und Betriebsüberwachung, sowohl vom eigenen Sofa aus als auch



Die Wizard-Waschmaschinen sind je nach Modell für bis zu 13 kg Wäsche geeignet.

aus der Ferne. Zudem sendet die Technik Informationen zum Energieverbrauch, Programmfortschritt oder eventuellen Fehlfunktionen, schlägt je nach Anwendung das am besten geeignete Programm vor und gibt Tipps zur besseren Gerätenutzung.

„Tomorrow's classics today – mit der Einführung des Hoover Wizard-Sortiments unterstreichen wir erneut den Anspruch auf Innovationskraft und fortschrittlichste Technologie der Marke Hoover“, kommentierte Christian Unger, Marketing Manager Candy Hoover Deutschland/Österreich. „Die Themen Energiesparen, Benutzerfreundlichkeit und Langlebigkeit stehen dabei stets besonders im Fokus unserer Forschung, Entwicklung und Produktion. Neben diesen Grundpfeilern, die jedes einzelne unserer Produkte in sich vereint, können wir stolz darauf sein, mit Wizard nun unter unseren beiden Marken als erster Hersteller überhaupt jeweils ein komplettes vernetztes Gerätesortiment marktreif und verfügbar zu haben. Damit schwimmen wir beim Megatrend SmartHome,



Mit einer einzigen kostenlosen App werden die Funktionen der verschiedenen Wizard-Geräte mit dem Smartphone oder Tablet verwaltet.

der spätestens seit der IFA in aller Munde ist, ganz vorne mit.“

Praktische Funktionen

Verfügbar ist der Assistent in Waschmaschinen, einem Geschirrspüler und einem Backofen. So schlägt Wizard beim Waschen das richtige Programm je nach Stoff und Verschmutzungsgrad vor, für Geschirrspüler berücksichtigt er die Beladung und die Verschmutzung des Geschirrs. Je nach Gerätetyp wartet Wizard zudem mit praktischen, anwendungsnahen Zusatzfunktionen auf: Mit der Funktion CoolReady kann der Benutzer den Kühlschrank aus dem Standby-Betrieb bereits auf der Fahrt vom Urlaub nach Hause aus dem Energiesparmodus wecken. Dann wartet bei der Heimkehr schon das kalte Getränk, und das betriebsbereite Gerät kann sofort mit frischen Lebensmitteln aufgefüllt werden.

Hat die Waschmaschine ihre Arbeit erledigt, der Nutzer ist aber noch lange nicht zu Hause, lässt sich leicht verhindern, dass die Wäsche verknittert oder Falten entstehen. Denn mit dem Wizard können kurze Auflockerungsdrehungen der Trommel aus der Ferne aktiviert werden. So bleibt die Wäsche locker, flauschig und frisch. Beim Wizard Geschirrspüler ermöglicht der TimeManager jederzeit den Eingriff in die programmierte Startzeit. So kann man z. B. von der Arbeit aus das Gerät früher starten, damit die Gläser sauber für den Aperitif bereit sind, wenn sich überraschend Besuch ankündigt. Alle neuen Modelle der Hoover Wizard-Serie sind bereits seit September erhältlich.



Christian Unger, Marketing Manager Candy Hoover Deutschland/Österreich: „Mit unserem kompletten vernetzten Gerätesortiment schwimmen wir beim Megatrend SmartHome ganz vorne mit.“

PoS-Aktuell

Neue TechniSat App ab sofort verfügbar

Die neue TechniSat App, My TechniSat InfoDesk, mit der jeder Nutzer schnell Informationen zu seinen TechniSat Wunschprodukten findet, beinhaltet unter anderem Bedienungsanleitungen der aktuellen TechniSat Produkte. Integrierte Produktvideos erklären auf anschauliche Art und Weise die umfangreichen Funktionen der einzelnen Produkte. Virtuelle Kataloge bieten nützliche Zusatzinformationen.

Über eine intuitiv bedienbare Oberfläche kann zwischen den Kategorien „Bedienungsanleitung“, „Video“ und „Kataloge“ gewählt werden. Übersichtliche Bild-Symbole machen alles schnell erkennbar, so dass die gewünschte Datei direkt gefunden wer-



den kann. Besonders praktisch: Bedienungsanleitungen und Kataloge, die einmal runtergeladen wurden, stehen dem Nutzer anschließend permanent auch offline auf dem entsprechenden Endgerät zur Verfügung.

Die TechniSat InfoDesk-App wurde von der zur Techniropa Holding gehörenden nexoo Apps & Internet GmbH entwickelt und ist ab sofort kostenfrei für Android-Geräte zum Download über AppStock oder Google Play verfügbar.

Toshiba mit Garantie-Paket zum 30jährigen Notebook-Jubiläum

In diesem Jahr feiert die Toshiba Europe GmbH 30 Jahre Notebook-Kompetenz und stattet aus diesem Anlass alle Consumer-Modelle der Satellite-, Qosmio- und Kira-Serien mit einem kostenlosen Service-Paket im Wert von rund 200 Euro aus. Es umfasst eine Garantieverlängerung auf drei Jahre sowie die einmalige Inanspruchnahme der „Egal-was-passiert“-Garantie, die den mobilen Begleiter 12 Monate lang vor Diebstahl, Unfallschäden oder Malware schützt. In Deutschland steht das Rundum-Sorglos-Paket ab sofort allen Anwendern kostenfrei zur Verfügung, die bis zum 31. Dezember 2015 ein Aktionsmodell erwerben und es innerhalb von 14 Tagen ab Kaufdatum online registrieren. Die „Egal-was-passiert“-Garantie deckt die Risiken des mobilen

Einsatzes von Notebooks umfassend ab. Gleichgültig, ob das Notebook herunterfällt oder Kaffee über die Tastatur geschüttet wird, das beschädigte Gerät wird entweder kostenfrei repariert oder ersetzt. Im Fall eines Diebstahls stellt Toshiba ein identisches Modell aus derselben Serie beziehungsweise ein neues, gleichwertiges Notebook mit entsprechenden Funktionen kostenlos als Ersatzgerät zur Verfügung.

Wer digitale Erinnerungen in Form von Fotos, Videos oder Musik auf seinem Notebook speichert, kann im Fall des Falles vom Toshiba Datenrettungs-Service profitieren. Ist der Datenträger defekt, genügt ein Anruf bei der Toshiba-Hotline, und die Festplatte wird im Rahmen der „Egal-was-passiert“-Garantie kostenfrei vor Ort abgeholt. Alle Daten, die sich nach der Ermittlung des vorliegenden Schadenfalles wiederherstellen lassen, werden im Anschluss an die Datenrettung auf einen neuen Datenträger überspielt und an den Nutzer zurückgeschickt.

Zum Leistungsspektrum des Rundum-Sorglos-Paketes zählt außerdem eine einjährige Lizenz für die nützliche McAfee LiveSafe Software. Das Programm hebt die Notebook-Sicherheit auf ein neues Level, indem es Daten, Identität und Geräte gleichermaßen schützt und Malware oder unerwünschte Programme blockiert. Mit McAfee LiveSafe können Anwender ihr Online-Leben überall gefahrlos genießen, egal ob sie im Internet shoppen, in sozialen Netzwerken aktiv sind oder Inhalte im Word Wide Web teilen.

Neuheiten

Philips sorgt für
gesundes Raumklima

Der neue Philips Luftwäscher mit einer Befeuchtungsleistung von bis zu 500 ml pro Stunde kann die Luft in Räumen bis zu 70 qm filtern und befeuchten. Durch den integrierten Vorfilter eignet sich der Luftwäscher mit NanoCloud-Technologie auch für Tierhaarallergiker.

Das digitale Touchscreen-Display ermöglicht die einfache Timer-Einstellung von 1 bis 12 Stunden. Das LED-Display informiert darüber hinaus über die gewählten Einstellungen, zeigt die per intelligentem Sensor gemessene Luftfeuchtigkeit und Raumtemperatur an und signalisiert, wenn der Wasserstand zu niedrig ist. Der angenehm leise Betrieb bei Nacht und die Option, das LED-Display abzuschalten zu können, sorgen zudem für einen ruhigen Schlaf.

Auch die Reinigung ist einfach: Das Befeuchtungselement, der Wasserbehälter und der Wassertank können einfach herausgenommen werden. Der Philips Luftwäscher ist ab November zum UVP von 329,99 Euro in Weiß mit mattschwarzem Bedienfeld erhältlich.

Neue Nescafe Dolce Gusto
Stelia von De'Longhi

Die neue Nescafe Dolce Gusto Stelia zeichnet sich durch ein futuristisches Design aus, denn im rückwärtigen Teil sitzt ein abnehmbarer 1-Liter-Wassertank in Form einer transparenten Halbkugel. Im vorderen Teil befindet sich die höhenverstellbare Abtropfschale für unterschiedlich grosse Tassen und Gläser. Absoluter Hingucker ist der kugelförmige Kapselkopf, der über einen Hals mit der Basis verbunden ist.

Die Handhabung ist kinderleicht: Einfach eine Dolce Gusto-Kapsel in den automatisch schließenden Kapselhalter einlegen, die geforderte Wassermenge über die Sensor-Touch-Bedienung einstellen, und schon fließt das gewünschte Getränk in Tasse oder Glas. Rund 50 verschiedene Geschmacksorten stehen zur Auswahl. Sechs Kapseln mit unterschiedlichen Getränkearten erhält jeder Käufer der Nescafé Dolce Gusto Stelia gleich dazu. Für eine schnelle Zubereitung ohne Wartezeit und Vorheizen sorgt der Aluminium-Thermoblock im Inneren der Basis.

Die intelligente Kapseltechnologie von De'Longhi reguliert automatisch den maximalen Pumpendruck von 15 bar, und das Flow-Stop-System sorgt dafür, dass die Maschine nach der Zubereitung des Getränks automatisch stoppt. Die Dolce Gusto Stelia ist zum UVP von 149,99 Euro erhältlich.

Metz Pureo jetzt auch in
49" und 43" erhältlich

Metz hat den Pureo, der ab sofort auch in den Bildformaten 49 und 43 Zoll sowie weiterhin in 32 Zoll erhältlich ist, überarbeitet. Er zeichnet sich durch eine noch schlankere zeitlose Formgebung sowie durch neu gestaltete, elegante Triangel-Füße aus.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören neben moderner LED-Technik auch 200Hz

mecaVision-Bildtechnologie für den Empfang anspruchsvoller HDTV-Quellen. Drei HDMI-Anschlüsse, eine WLAN-Schnittstelle, ein LAN-Netzwerkanschluss, zwei USB-Buchsen sowie eine Mini-EURO-AV-Buchse ermöglichen zahlreiche Verbindungsmöglichkeiten. Mit dem integrierten Multi-Tuner (DVB-C/T/S2) und einem CI+-Schacht für CA-Module ist der Pureo für digitale und analoge Empfangstechniken bestens gerüstet.

Über das bewährte Metz Media System kann

sich der neue Pureo flexibel im Netz bewegen und auf ein eigenes Smart TV-Portal zugreifen. Via MetzRemote App kann der Pureo vom Smartphone oder Tablet aus bedient werden. Die mecaSoundPlus Technologie – beim Pureo 43 und 49 sogar mit gekapseltem 2-Wege-Lautsprecher-System – sorgt für guten Ton beim Fernsehen.

Die UVPs des Metz Pureo liegen je nach Bildschirmdiagonale zwischen 1.199 Euro und 799 Euro.

Was wäre Weihnachten ohne Rudi?
Nur halb so schön.

Große Weihnachtsmarkteröffnung

9. November 2015



... und vieles mehr!

Dieses Jahr nehmen Sie Rudi und seine Freunde mit auf Rudis Weihnachtsmarkt. An jeder Ecke locken Buden mit tollen Spielen und Gewinnen!

Noch kein Vertriebspartner? Dann gleich informieren:
www.assona.com/de/partner

JETZT
ANMELDEN
& DABEI
SEIN!

assona

Abbildungen ähnlich. Änderungen vorbehalten.

Die neuen Küchenhelfer Reine Geschmackssache



Frisch zubereitetes, regionales, saisonales und hausgemachtes Essen erlebt in der heutigen Zeit eine wahre Renaissance. Gesunde Küche liegt nicht nur im Trend, sondern macht zudem glücklich und nimmt einen enormen positiven Einfluss auf das körperliche Wohlbefinden. Viele Menschen haben jedoch das Gefühl, nicht genügend Zeit oder gar nicht erst die Fertigkeiten zu haben, gesunde und dabei auch gut schmeckende Gerichte selbst zu kochen.

„Unser Alltag kann manchmal hektisch werden und Zeitmangel dabei leicht zu ungesunder Ernährung führen. Trends wie die Slow Food-Bewegung zeigen, dass das Bedürfnis nach frisch zubereiteten Mahlzeiten, die Familien und Freunde bewusst und gemeinsam genießen, steigt“, so Sandra Hein, Marketing Managerin Kitchen Appliances Philips Consumer Lifestyle DACH.

Smoothie, Suppe & Co.

Pürieren, Mixen, Auspressen: Frische Säfte, Smoothies, Suppen oder Dips erfreuen sich großer Beliebtheit. Aus gutem Grund, denn die bunten Vitaminbomben liefern eine extra Portion Energie. Mit dem Entsafter aus der Viva Collection und dem Standmixer aus der Avance Collection von Philips sind der eigenen Kreativität keine Grenzen gesetzt. Das leistungsstarke Gerät mit 700 Watt Motor holt das Beste aus Obst und Gemüse raus und liefert bis zu zwei Liter Saft in einem Durchgang. Für köstliche, selbstgemachte Suppen und Kompott, aber auch Smoothies ist der Philips SoupMaker – ebenfalls aus der Avance Collection – geeignet: Fünf automatisierte Programme und ein Abschalt-Timer, der den Kochfortschritt anzeigt, machen die Zubereitung frischer Gerichte schnell und einfach. Das doppelte Gehäuse schützt vor Verbrühungen, der handliche Drehdeckel verhindert eventuelles Auslaufen und sorgt für ein sicheres und bequemes Anheben.

Vitamine für unterwegs

Mit Hilfe von jahrzehntelangen Erfahrungen im Hobby-, Profi- und Großküchenbereich hat auch AEG ein umfang-



AEG bietet ein breites Produktportfolio an leistungstarken Mixern.

reiches Portfolio aufgebaut und seine Modelle mit viel Power und innovativen Funktionen ausgestattet. Angefangen mit dem kleinen und handlichen PerfectMix Mini Mixer SB 2500, der Smoothies oder Shakes to go zaubert, über die

beiden Standmixer SB 5700BK und SB 7500 als vielseitig einsetzbare Küchenprofis bis hin zum Topmodell, dem Hochleistungsmixer GourmetPro SB 9300 – je nach Aufgabe und Geldbeutel ist für jeden etwas dabei.

Viel Power – insbesondere für grüne Smoothies, cremige Suppen oder gecrushedes Eis – bietet auch der neue MXH-1500 aus dem Hause Rommelsbacher. Der leistungsstarke 2 PS Motor generiert extrem hohe Drehzahlen bis zu 32.000 U/min., dadurch werden die Pflanzenfasern und -zellen aufgebrochen und wertvolle Nährstoffe und Mineralien freigesetzt. Smoothies erhalten so eine besonders feine Konsistenz. Russell Hobbs hat für



Dank hoher Drehzahl setzt der MXH-1500 wertvolle Vitamine und Nährstoffe aus den Pflanzenfasern frei.

Küchenmaschinen werden immer vielseitiger und leistungsfähiger. Vom Sahne schlagen über Teig kneten oder rühren, Zerkleinern, Mahlen und Mixen, bis hin zu Erwärmen und Kochen übernehmen sie sämtliche Arbeiten in der Küche. Mehr als 100 Programme für die Speisenzubereitung stehen bei einigen Geräten zur Auswahl. Die neuen Geräte sind dabei nicht nur funktional, sondern haben auch oft Designcharakter. Das Thema Gesundheit ist außerdem ein weiterer wichtiger Aspekt, der zu einer zeitgemäßen Zubereitung von Speisen und Getränken zählt. Die Vielzahl an neuen Küchenhelfern bietet dem Fachhandel genug Inspiration, dem Endverbraucher zum Fest etwas Passendes für den Ess- oder Gabentisch zu empfehlen.

Eilige ebenfalls eine praktische Lösung im Programm. Der neue Aura Mix & Go Pro ist Smoothie-Mixer und Trinkbecher in einem. Die Zutaten – wie frisches Obst oder Gemüse – werden einfach in den entsprechenden Becher gegeben, die Messereinheit und der gefüllte Behälter werden auf einen Sockel gesetzt, Knopfdruck, und der Smoothie wird gemixt. Im letzten Schritt wird der Becher einfach vom Sockel genommen und die Messereinheit durch einen Deckel ersetzt – fertig ist der Smoothie-to-Go.



Praktische Lösung für unterwegs: Der Mixbehalter des Aura Mix & Go Pro von Russell Hobbs dient zugleich auch als Trinkbehälter.

WMF Group unterstützt Ernährungsprogramm von UNICEF

Die WMF Group startet in diesem Herbst eine langfristig angelegte Partnerschaft mit dem Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen, UNICEF. Ziel der Kooperation ist es, Kindern, die an Mangelernährung leiden, zu helfen und ihnen eine gesunde Ernährung zu ermöglichen. Nach Schätzungen von UNICEF sind weltweit 165 Millionen Kinder von chronischer Mangelernährung betroffen. Zusammen mit UNICEF will die WMF Gruppe dabei mitwirken, weltweit das Recht aller Kinder auf eine gesunde Entwicklung zu verwirklichen. Zum Auftakt der Partnerschaft startet deutschlandweit in allen 200 WMF-Filialen sowie bei teilnehmenden Fachhändlern eine Sonderaktion: Im Zeitraum vom 12. Oktober bis 31. Dezember 2015 spendet die WMF Group pro verkauftem Kinderbesteckset mit dem Aktionslogo zwei Euro an UNICEF. Mit dem Geld aus der Aktion wird außerdem die ausreichende Ernährung von Schwangeren und stillenden Müttern gefördert und Projekte zur Gesundheitsprävention und zur Behandlung von Krankheiten wie Malaria und Lungenentzündung unterstützt.



Garen unter Vakuum ermöglicht eine besonders schonende Zubereitung von Lebensmitteln. Hierfür bilden Vakuumierschublade und Dampfgerar von Miele ein perfektes Duo.

Schonend gegart

Sous-vide (franz. Garen unter Vakuum) bezeichnet eine Zubereitungsart, bei der vakuumverpackte Lebensmittel in Plastikbeuteln bei konstant niedrigen Temperaturen über eine lange Zeit garen und die Lebensmittel besonders schonend zubereiten. Für diese Art der Zubereitung bilden Vakuumierschublade und Dampfgerar von Miele ein eingespieltes Team. Die Vakuumierschublade ist auf das Design der Einbaugeräte-Generation 6000 abgestimmt und so äußerlich von einer Miele-Wärmeschublade nicht zu unterscheiden. Mit einer Blendenhöhe von 14 Zentimetern eignet sie sich zur Kombination mit diversen Kompaktgeräten und füllt dann die klassische 60er Backofennische aus. Die Vakuumkammer wird erst beim Aufziehen der Schublade sichtbar.

Dampf und Aroma

Mit dem neuen Philips Dampfgerar aus der Pure Essentials Collection lassen sich frische Zutaten schonend garen, so dass gesunde Vitamine und kostbare Nährstoffe erhalten bleiben. Eine Zeitvoreinstellung mit programmierten Kochzeiten für Speisen wie Fisch, Gemüse, Reis oder Eier stellt die optimale Garung sicher. Eine Besonderheit ist der sogenannte Aromaverstärker: Einfach die gewünschten Kräuter und Gewürze in den Aufsatz geben – der heiße Dampf löst die köstlichen Aromen heraus und umhüllt die restlichen Zutaten. Ein externer Wasserzulauf macht ein Auffüllen des Reservoirs während der Nutzung möglich.

Dank seiner praktischen Ausstattung ist auch der Cook@Home Dampfgerar von Russell Hobbs ein nützlicher Helfer in der ernährungsbewussten Küche. Das Gerät hat drei verschiedene Behälter mit einem Fassungsvermögen von insgesamt 9 Litern, so dass auch größere Mengen Gemüse, Fisch oder Fleisch gleichzeitig zubereitet werden können.



Cook@Home Dampfgerar von Russell Hobbs

Kenwood: MultiCooker für jeden Tag

Wer zeitsparend Gesundes kochen möchte, hat mit dem neuen kCook von Kenwood eine clevere Küchenhilfe: Ein Knopfdruck genügt, und die kompakte Küchenmaschine mit Kochfunktion zerkleinert, kocht und dämpft, was das Herz begehrt. Drei programmierte Kochfunktionen, drei Temperatureinstellungen und drei Rührgeschwindigkeiten ermöglichen eine vielseitige Auswahl. Gerichte wie Risotto, Bolognese oder Chili con Carne können mit dem kCook unkompliziert zubereitet werden. Dabei bietet die Kochschüssel aus robustem Edelstahl mit 1,5 Liter genug Volumen für eine hungrige Familie. Durch diese schonende Zubereitung bleiben wertvolle Nährstoffe und die Farbintensität der Lebensmittel erhalten – Karotten und Brokkoli bleiben knackig und frisch. Der kCook bietet zudem ein Dampfgerar-Programm mit zugehörigem Einsatz. Durch die zwei weiteren, vollautomatischen Kochprogramme „Eintopf Plus“ und „Soßen / Suppen“ ist mit der Küchenmaschine auch das Köcheln von Eintopfgerichten möglich. Das Gerät kann außerdem als Saucier eingesetzt werden. Die Programme haben bis zu vier Kochstufen – vom Vorgaren über das Kochen bis hin zum kurzzeitigen Garen empfindlicher Zutaten. Das Gerät zeigt an, wenn eine Stufe beendet ist und weitere Zutaten hinzugegeben werden können. Drückt man anschließend Start, beginnt die nächste Stufe des gewählten Kochprogramms – mit der richtigen Temperatur und dem optimalen Rührintervall. Wird keine neue Stufe gewählt, startet automatisch die 30-minütige Warmhaltefunktion. Über das übersichtlich gestaltete Display lässt sich der Kochvorgang im Auge behalten. Praktisch dabei ist ein grünes Häkchen-Symbol im Display, das anzeigt, dass der kCook für die nächste Zeit unbeaufsichtigt bleiben kann. Der Multi Cooker beendet den Kochvorgang dann automatisch.



Mit Hilfe der beiden seitlichen Wassereinfüllöffnungen lässt sich der Cook@Home während des Betriebs ganz einfach befüllen. Dank 60-Minuten-Timer ist eine automatische Abschaltung des Gerätes möglich.

Brot und Kuchen

Er biegt sich zu Brezeln und Hörnchen, aus ihm entstehen luftige Biskuitböden für Geburtstage, Hochzeiten und Taufen. Er bildet die Grundlage duftender Pizzen, pikanter Quiches und eleganter Pasteten. Er lässt sich rollen, wickeln, mit Schokolade, Nüssen, Samen und kandierten Früchten füllen. Man kann ihn zu Keksen jeder beliebigen Form ausstechen, zu mehrstöckigen Kunstwerken verbauen, mit Zuckerperlen, Schlag Sahne und Schokolade verzieren. Kurz: Teig steht am Ausgangspunkt unendlicher Küchenphantasien. Dabei ist er mit dem richtigen Werkzeug recht einfach herzustellen und schnell weiterzuverarbeiten. Ein solcher bewährter Helfer ist seit Jahrzehnten die MUM5 Küchenmaschine von Bosch. Seit diesem



Seit diesem Herbst ist die beliebte Reihe MUM5 von Bosch noch leistungsfähiger und schicker, vielfältiger und bunter.

Herbst ist die beliebte Reihe MUM5 noch leistungsfähiger und schicker, vielfältiger und bunter. Denn pünktlich zur IFA wurde die MUM5 nun technisch überarbeitet, und neue Farben wurden kreiert. Zusätzlich kommt das neue Lifestyle-Paket „Baking Sensation“ in den Handel. Bis zu vier verschiedene Gebäckvarianten lassen sich in Kombination mit dem Spritzgebäckvorsatz zu köstlichem Gebäck verarbeiten, in Kringel oder Streifen legen – und das ohne klebrige Finger. Zudem beinhaltet das Set eine zusätzlich Kunststoffschüssel, besonders geeignet für Hefeteig. Die MUM5 StartLine kommt in verschiedenen Farben in den Markt, so dass auch in Sachen Geräteoptik für jeden Geschmack was dabei ist.

In der Vielfalt an Brot sind die Deutschen Weltmeister. Mit

den Panasonic Brotbackautomaten SD-ZB2512 und SD-2511 kommen noch einige leckere Kreationen hinzu, bei denen Hobbybäcker genau wissen, was drin ist. Insgesamt 30 Programme – darunter neue für Sauerteig, mediterranes Schlemmerbrot und schnelles Backen in nur einer Stunde. Herrscht im Brotkasten überraschend Leere, rettet das Schnellbackprogramm das Abendbrot. Für das Backen benötigen die Panasonic Neuheiten nur 60 Minuten. Kurz abkühlen lassen, und schon steht ein ofenwarmes Brot auf dem Tisch. Ganz entspannt geht es mit der 13 Stunden Zeitvorwahl. So kann das Brot bereits im Voraus vorbereitet werden, und es zieht schon am frühen Morgen oder pünktlich zum Feierabend der Duft von frisch gebackenem Brot durch die Wohnung. Wer im Ofen leckere Hefezöpfe, Brötchen und andere Kleinigkeiten backen möchte, überlässt den Panasonic Geräten einfach die Teigzubereitung. Insgesamt zehn Programme stehen zur Wahl. Der SD-ZB2512 mit Hefeverteiler bereitet sogar Teig für Pizzen oder Butterkuchen auf die Minute vor. Beide Geräte erleichtern zudem allen, die unter einer Gluten-Unverträglichkeit leiden, eine geeignete Ernährung. Mit dem Programm für glutenfreie Backmischungen backen z. B. Zöliakie-Patienten ihr Brot mit sicheren Zutaten und wenig Aufwand einfach selbst. Für hausgemachte Fruchtaufstriche zum selbstgebackenen Brot und leckeres Obstkompott bieten die Panasonic Brotbackautomaten zwei Marmeladenfunktionen.



Herrscht im Brotkasten überraschend Leere, rettet das Schnellbackprogramm der neuen Panasonic Brotbackmaschinen das Abendbrot. Für das Backen benötigen die Panasonic Neuheiten nur 60 Minuten.

Umsatz mit Schnurlostelefonen von Panasonic

Mit einem zuletzt auf 28 Prozent ermittelten Weltmarktanteil (nach Stück) ist Panasonic seit 12 Jahren in Folge die weltweit erfolgreichste Marke für schnurlose Festnetztelefone – und zwar mit deutlichem Abstand. 2014 verkaufte das Unternehmen global mehr Einheiten als die Nummer Zwei und Drei zusammen. Auch in Deutschland bietet das umfassende Panasonic Sortiment hervorragende Umsatzmöglichkeiten für den Fachhandel.



Als Weltmarktführer bietet Panasonic dem Fachhandel ein großes Sortiment von Schnurlostelefonen an.

Die globale Nummer Eins

Aktuell können die Kunden für sich selbst und das anstehende Geschenke-Shopping aus über 30 Schnurlostelefon-Modellen von Panasonic wählen. „Mit diesem diversifizierten Sortiment sind wir für das Herbst- und Wintergeschäft exzellent aufgestellt und bedienen praktisch jeden Kundenwunsch – vom smarten Android 2-in-1-Telefon für Zuhause und unterwegs bis hin zum benutzerfreundlichen Großstangerät“, so Michael Langbehn, Manager PR, CSR, und Sponsoring bei Panasonic Deutschland.

Dabei investiert Panasonic auch in die Ansprache der

Kunden. So werden Interessierte in der Weihnachtssaison bei der Websuche mit Bannerwerbung für das Designtelefon KX-TGK320 sowie für die Familientelefone der TGI-Serie abgeholt. Dazu gibt es verschiedene Mass Media Aktivitäten und eine breit angelegte PR-Kampagne, in deren Fokus die seniorengerechten Panasonic Großstangeräte stehen.

Gute Testergebnisse

Ihre besondere Qualität haben die Panasonic Schnurlostelefone erst kürzlich in einem Test der Stiftung Warentest (09/2015) bewiesen. Das Großstangerät KX-TGE210 setzte sich mit dem test-Qualitätsurteil „gut“ (Note 2,0) unter insgesamt 21 Testgeräten – darunter Großstangeräte, klassische Schnurlose, Designtelefone und IP-Geräte – als Testsieger durch. Unter den 13 Geräten mit integriertem Anrufbeantworter hatte das Schwestermodell Panasonic KX-TGE220 die Nase vorn. Für seine sehr gute Vielseitigkeit, die gute Sprachqualität und Handhabung sowie den besten Akku im Test erhielt es ebenfalls die Gesamtnote „gut“ (2,1). Auch fünf Designtelefone prüfte die Stiftung Warentest. Am besten kombi-

nierte das Panasonic KX-TGK320 Qualität und Design und erhielt als einziges Gerät dieser Kategorie das test-Urteil „gut“.

Auch die Konsumenten verbinden mit dem Namen Panasonic viel Freude fürs Geld. „Vollkommen zu Recht“, so Ibrahim Yildirim, Marketing Manager Cordless Phones bei Panasonic Deutschland. „In jeder Preisklasse legt das Unternehmen Wert auf eine ausgezeichnete Verständlichkeit und stimmige Funktionalität. Die besten Funktionen sind bei Panasonic nicht den teuersten Modellen vorbehalten. Wir integrieren sie dort, wo sie sinnvoll sind – wie zum Beispiel die Voll-Duplex Freisprechfunktion deutlich macht.“ Weil das aufwendige Voll-Duplex Verfahren die Verständlichkeit beim Freisprechen grundlegend verbessert, ist es selbst im Großstangerät KX-TGE220 für unter 50 Euro eingebaut. Eine Funktion, die es nur bei Panasonic gibt, ist die sprechende Anruferkennung. Die praktische Ansage des Anrufers wurde ursprünglich für die Panasonic Familientelefone entwickelt, wird aber in immer mehr Modellen integriert. Dabei wird der eingespeicherte Name oder die Rufnummer des Anrufers im Wechsel mit dem Klingelton angesagt.



Das Großstangerät KX-TGE210 wurde unter insgesamt 21 Geräten mit dem Qualitätsurteil „gut“ (Note 2,0) Testsieger.

Bestnote „sehr gut“ für Lumix GX8A

Als erste Digitalkamera seit 2004 hat die spiegellose Systemkamera Lumix GX8A von Panasonic bei der Stiftung Warentest das Qualitätsurteil „sehr gut“ erreicht. Ein Set mit der GX8 und dem besonders lichtstarken Zoomobjektiv Lumix G X Vario 2,8/12-35mm erhielt im Test die Bestnote 1,5. Auch die parallel getestete Lumix GX8K (Testnote 1,7 „gut“) sowie die Kompaktkamera FZ300 (2,0 „gut“) erzielten ausgezeichnete Ergebnisse.

Mit ihrem 20 MP Micro-FourThirds-Sensor, der besonders kurzen Verschlusszeit, einem sehr guten elektronischen Sucher, umfangreichen 4K-Foto- und Videofunktionen, einem innovativen Dual-Bildstabilisator in Kamera und Objektiv und weiteren Features kombiniert die Lumix GX8A innovative Technik mit brillanter Bildqualität. In ihrem Urteil hob die „test“-Redaktion zudem die natürliche Farbwiedergabe, das scharfe und detailreiche Bild sowie die feine Abstufung zwischen hell und dunkel hervor. Im Vergleich zur Lumix GX7 hat Panasonic bei der im Juli vorgestellten neuen Kamera den Dynamikumfang um rund 26 Prozent erweitert und die Lichtempfindlichkeit auf ISO 25.600 gesteigert.

„Seit der Einführung des Lumix G Systems hat Panasonic als Vorreiter der spiegellosen Systemkameras immer wieder Bran-

chenmaßstäbe gesetzt“, kommentierte Michael Langbehn, Manager PR, CSR und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Deshalb sind wir sehr stolz, mit der GX8A die erste Digitalkamera seit 11 Jahren vorzustellen, die eine sehr gute Gesamtnote von der Stiftung Warentest erhält. Das Ergebnis belegt, dass unsere DSLM-Technologie mittlerweile die digitale Spiegelreflextechnologie überholt hat.“ Zusätzlich zum Full HD-Modus mit 1.920 x 1.080 Pixeln und 50p erlaubt die Lumix GX8A die 4K-Videoaufzeichnung mit 3.840 x 2.160 Pixeln bei 25p oder 24p – jeweils mit kontinuierlichem Autofokus. Auch bei Videoaufnahmen stehen der gesamte Zoombereich mit weicher 5-Stufen-Funktion und der 5-Achsen-Hybrid-OIS+ zur Verfügung.

Dazu kommen die bereits von der G70 bekannten 4K-Foto-Optionen.

Als weitere 4K-Funktion soll in Kürze die neue Anwendung „Post Focus“ die Fokusbestimmung nach der Aufnahme ermöglichen. So wird es z. B. bei Makroaufnahmen oder schwierig zu fokussierenden Motiven möglich sein, eine oder mehrere Fokusebenen im Nachhinein zu bestimmen. Post-Focus soll per Update voraussichtlich ab Ende 2015 für die GX8A zur Verfügung stehen.



Als erste Digitalkamera seit 2004 erreichte die Lumix GX8A von Panasonic bei der Stiftung Warentest das Qualitätsurteil „sehr gut“.

Auch die Kompaktkamera Lumix DMC-FZ300 erreichte im Test mit einer glatten 2,0 (Qualitätsurteil „gut“) eine ausgezeichnete Note. Die robuste Kompaktkamera überzeugte besonders durch ihre einfache und schnelle Handhabung. Dank fortschrittlicher 5-Achsen-Bildstabilisierung gleicht die Kamera selbst größere Wackler gekonnt aus. Sie schießt Bildserien mit 10,2 Bildern pro Sekunde und bietet verschiedene 4K-Foto- und -Videofunktionen.

Weihnachtsumsätze mit Oehlbach

40 Jahre Rendite

Oehlbach nutzt den Schwung des Firmenjubiläums weiter und geht mit Vollgas ins Weihnachtsgeschäft. Dabei kann der Fachhandel seinen Kunden ein erweitertes Sortiment anbieten, das nicht nur die schon legendären Kabel umfasst, sondern auch immer mehr hochwertige Elektronik-Produkte. Und weiterhin gilt das Qualitätsversprechen: Zum 40. Geburtstag gibt Oehlbach auf alle Kabel auch 40 Jahre Garantie.



Im Jubiläumsjahr geht Oehlbach mit Vollgas ins Weihnachtsgeschäft.

Denn die Verantwortlichen in Pulheim sind sicher: Auch im Jahr 2055 (und darüber hinaus) werden die Oehlbach Kabel noch tadellos ihren Dienst tun. Das ist ein klares Bekenntnis zu der Qualitätsphilosophie, die das Unternehmen seit vier Jahrzehnten auszeichnet. Die betrifft nicht nur die Produkte selbst, sondern auch weitere Faktoren, die für eine hohe Kundenzufriedenheit wichtig sind. So werden Oehlbach Kabel in einer speziell entwickelten, einzigartigen Blister-Verpackung geliefert, die man ganz einfach mit der Hand öffnen und vor allem auch wieder verschließen kann. So können sich die Kun-



Die speziell entwickelten Blister-Verpackungen von Oehlbach kann man ganz einfach mit der Hand öffnen und wieder verschließen.

den noch im Geschäft einen direkten haptischen Eindruck von der Qualität der Produkte verschaffen.

Eine praktische Beratungshilfe für den Fachhandel ist das bewährte Oehlbach Sterne-System, das die Kabel und Zubehörprodukte in drei Qualitätsstufen unterteilt. Bereits drei Sterne stehen für mit 24karätigem Gold beschichtete Steckerkontakte und Kabel aus OFC-Kupfer. Das ist ein Qualitätsniveau, das bei anderen Herstellern im High-End-Bereich rangieren würde. Vier Sterne signalisieren die richtige Wahl für ambitionierte HiFi- und Heimkino-freunde, die versilberte Innenleiter, eine perfektionierte Mehrfach-Abschirmung aus sauerstoff-freiem Kupfergeflecht und Vollmetallstecker zu schätzen wissen. Mit fünf Sternen schließlich erreicht man die absolute Spitzenklasse: Bei den Kabeln kommen ausnahmslos hochreine, monokristalline HPOCC Kupfer zum Einsatz, die Präzi-



Das Sterne-System macht auf einen Blick deutlich, zu welcher Qualitätsstufe das Produkt gehört.

sions-Steckkontakte sind nicht nur aus Vollmetall, sondern sie werden auch mit 24karätigem Gold beschichtet, um Streueffekte und Übergangswiderstände zu minimieren. Alle 5-Sterne-Produkte hat Oehlbach in der hochwertigen XXL-Serie zusammengestellt.

Mini-Kopfhörerverstärker mit DAC

Ganz neu hat Oehlbach soeben einen innovativen Mini-Kopfhörer-Verstärker mit DAC angekündigt. Die Oehlbach USB Bridge ist vor allem für Kunden gedacht, die auch unterwegs nicht auf den besten Klang verzichten wollen. Der Plug&Play Kopfhörerverstärker mit DA-Wandler macht aus jedem USB-Port eine hochwertige Schnittstelle für Kopfhörer aller Art. Dabei könnte man das kleine Zubehör mit Abmessungen von 66 x 27 x 13,5 mm und einem Gewicht von nur 16 g für einen ganz normalen USB-Stick halten. Darin steckt aber Hightech à la Oehlbach: Der DA-Wandler ist mit einem hochwertigen und besonders rauscharmen Verstärker von Texas Instruments ausgestattet und ohne Software-Installation nach wenigen Sekunden am jedem PC oder Mac einsatzbereit.



Der Kopfhörerverstärker Oehlbach USB Bridge mit DA-Wandler macht aus jedem USB-Port eine hochwertige Schnittstelle für Kopfhörer.

Eine praktische Neuheit im Oehlbach Portfolio ist die DVB-T/2 Antenne Scope Max, die für den neuen terrestrischen Standard DVB-T2 ausgerüstet ist. Die omnidirektionale Antenne ist mit einem rauscharmen Verstärker ausgestattet, der stufenlos geregelt und sogar komplett abgeschaltet werden kann. Sie garantiert einen artefakt- und unterbrechungsfreien Empfang von Programmen in SD und HD und deckt bei einem Wellenwiderstand von 75 Ohm einen Frequenzbereich von 470 bis 720 MHz (UHF) bzw. 175 bis 23 MHz (VHF) ab. Damit ist sie bestens für den Empfang von Full HD Programmen geeignet. Um jede mögliche Störung auszuschließen, verfügt die Antenne über einen LTE-Filter. Sie wird mit einem 24-Karat-vergoldeten Kontakt direkt an den DVB-T/2 Tuner des Fernsehers bzw. der Set-Top-Box angeschlossen und ist dann sofort empfangsbereit.

IFA Neuheiten im Fokus

Auch die auf der IFA präsentierten Elektronik-Produkte von Oehlbach (siehe PoS-MAIL 9/2015, S. 26) bieten dem Fachhandel gute Umsatzchancen im Weihnachtsgeschäft. Das



Die handgefertigte Sonderedition „Scream Anniversary“ des berühmten Oehlbach Kopfes ist ein besonderer Blickfang.

gilt für die High-End-Kabellösungen wie das optische Digitalkabel Easy Connect Opto.40 oder das Highspeed HDMI-Kabel Jubilee 1600 ebenso wie für den DA-Wandler DAC Edition 40 und natürlich die Neuauflage des berühmten Oehlbach Kopfes. Die komplett überarbeitete Version dieses einzigartigen Kopfhörer-Ständers ist ein besonders origineller Blickfang. Das gilt natürlich besonders für die handgefertigte Sonderedition „Scream Anniversary“, die in limitierter Auflage für 199 Euro (UVP) erhältlich ist.

Fotokopter sind begehrte Weihnachtsgeschenke

Die auch als Drohnen bekannten Multi- oder Fotokopter werden immer beliebter. Das zeigte auch die IFA, wo sich in den Messehallen ganze Menschentrauben bildeten, wo immer so ein Fluggerät in die Luft ging. Einer der wichtigsten Anbieter in diesem Wachstumsmarkt ist Yuneec, seit Jahren einer der weltweit größten Hersteller von Modellfluggeräten. In den Markt für Multikopter ist das in Hong Kong beheimatete Unternehmen zwar erst vor knapp einem Jahr – im Dezember 2014 – eingestiegen, doch die Verkaufszahlen gehen seither steil nach oben. Das liegt nicht nur an der hohen Produktqualität. Gemeinsam mit seinem deutschen Vertriebspartner Consutec hat Yuneec auch interessante Konzepte entwickelt, um seine Handelspartner zu unterstützen. PoS-MAIL hat mit Consutec Geschäftsführer Stephan Madl darüber gesprochen, wie der technische Fachhandel vom Kopter-Boom profitieren kann.



Mit Yuneec in die Luft



Consutec Geschäftsführer Stephan Madl: „Immer mehr Fotohändler erkennen die großen Chancen, die das Wachstumssegment Fotokopter bietet.“

PoS-MAIL: Herr Madl, Fotokopter gelten derzeit als eines der wichtigsten Wachstumssegmente im Fotomarkt. Können Sie dazu Zahlen nennen?

Stephan Madl: Es gibt leider derzeit noch keine verlässlichen Zahlen über den Verkauf von Fotokoptern. Aus unserer eigenen Erfahrung, aus Gesprächen mit Marktteilnehmern und auch mit Wettbewerbern kann ich Ihnen aber versichern: Die Nachfrage ist außerordentlich groß, und sie wächst weiter, denn die Geräte werden immer besser. Sie sind immer leichter zu fliegen und bieten eine außerordentlich hohe Bildqualität. Dazu kommen neue Funktionen, die es nicht nur einfach machen, professionelle Ergebnisse zu erzielen, sondern auch die Sicherheit deutlich erhöhen.

PoS-MAIL: Welche Funktionen sind das?

Stephan Madl: Mit der Follow-Me und Watch-Me Funktion folgt der Fotokopter seinem Besitzer automatisch und filmt ihn dabei. Sehr nützlich ist auch die automatische Landung, mit der die Yuneec Kopter zuverlässig zu ihrem Piloten zurückkehren und in seiner Nähe weich aufsetzen. Mit unserem neuen GPS Tracking System Typhoon Wizard können die Anwender den Typhoon Kopter jetzt durch einfaches Zeigen und Klicken wie von Zauberhand an die gewünschten Positionen lenken. Und der „virtuelle Käfig“ stellt sicher, dass sich das Fluggerät nicht aus der Sichtweite des Piloten entfernt.

PoS-MAIL: Nun sind solche oder ähnliche Funktionen auch bei anderen Kopter-Herstellern erhältlich. Was zeichnet denn Yuneec Fotokopter besonders aus?

Stephan Madl: Als eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Electric Aviation verfügt Yuneec über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Konstruktion von Luftfahrzeugen mit elektrischem Antrieb. So hat der Welt-

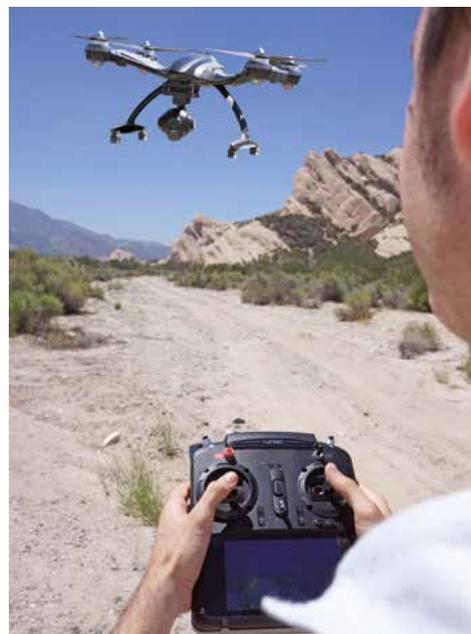
marktführer für Modellfluggeräte besonders leistungsfähige Systeme zur Fernsteuerung entwickelt, die ausgesprochen einfach zu bedienen sind. Als einziger Hersteller bietet Yuneec eine integrierte Lösung an, bei der alle Funktionen über die Steuerkonsole kontrolliert werden, die auch die Bilder live darstellt. Das ist nicht nur bedeutend komfortabler als die Steuerung mit einer Smartphone-App, sondern auch sicherer, denn die Funkverbindung zwischen der Bodenstation und dem Kopter ist besonders stabil. Eine Smartphone-App bietet Yuneec deshalb nur für die Steuerung der Fotofunktionen an.

PoS-MAIL: Über welche Handelskanäle werden die Yuneec Produkte vertrieben?

Stephan Madl: Yuneec verfügt traditionell über eine hervorragende Marktposition im Modellbau-Fachhandel, aber auch Sport-, Outdoor- und Fahrradhändler interessieren sich immer stärker für diese innovativen Fluggeräte. Als Vertriebspartner von Yuneec arbeitet Consutec intensiv mit dem technischen Fachhandel zusammen.

PoS-MAIL: Nimmt der technische Fachhandel die Chancen, die Multikopter bieten, Ihrer Meinung nach ausreichend wahr?

Stephan Madl: Immer mehr Fachhändler überwinden ihre anfänglichen Vorbehalte gegen Multikopter und



Mit der automatischen Landungsfunktion kehren die Yuneec Kopter zuverlässig zu ihrem Piloten zurück und setzen in seiner Nähe weich auf.

Alle Funktionen der Yuneec Fotokopter, hier der Typhoon Q500 4K, werden über die Steuerkonsole kontrolliert, die auch die Bilder live darstellt.

erkennen die großen Chancen, die dieses Segment bietet. Viele haben unsere Roadshow im September genutzt, um sich von unserem Experten-Team über die technischen Funktionen und die wichtigsten Aspekte der Vermarktung von Foto- und Videokoptern zu informieren und sogar zum Yuneec Competence Center zertifizieren zu lassen.

PoS-MAIL: Welche Unterstützung bieten Sie Ihren Handelspartnern über Events wie die Roadshow hinaus?

Stephan Madl: Wir unterstützen Händler, die sich für die Vermarktung von Yuneec Fotokoptern interessieren, auch außerhalb von Events, z. B. durch individuelle Beratung, Schulungen und PoS-Material. So hat Yuneec mit dem Yuneec Experience Center ein umfassendes Shop-in-Shop-Konzept entwickelt. Als besonderes Highlight beinhaltet es einen Flugsimulator, mit dem die Kunden virtuell einen Yuneec Multikopter fliegen und sich unter realistischen Bedingungen davon überzeugen können, wie leicht und intuitiv man damit umgehen und vor allem auch landen kann. Dazu kommen eine attraktive Ladenausstattung mit PoS-Display, vergünstigte Vorführgeräte sowie kostenfreie Promotions und Workshops.

PoS-MAIL: Wie wird es Ihrer Meinung nach mit den Yuneec Multikoptern weiter gehen?

Stephan Madl: Zunächst einmal erwarten wir ein ausgesprochen lebhaftes Weihnachtsgeschäft. Dabei sollten wir allerdings nicht vergessen, dass wir mit dieser innovativen Produkt-Kategorie noch am Anfang stehen. Nicht ohne Grund hat der IT-Gigant Intel vor einigen Monaten über seine Tochtergesellschaft Intel Capital mehr als 60 Millionen US-\$ in Yuneec International investiert. Damit wird die Innovationskraft von Yuneec nochmals spektakulär verstärkt – nicht nur durch die Kapitalspritze, sondern auch das große Knowhow in Produktmarketing, Entwicklung und Technologie, das wir mit dem Namen Intel verbinden. Von dieser Innovationskraft werden vor allem die Fachhändler profitieren, die bereits heute ihre Kompetenz in diesem wachsenden Marktsegment demonstrieren.

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

WAGNER'S WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Blackout durch Nachfrage-Blase?

Als Rentner kann ich mir sehr gut vorstellen, was eine Nachfrage-Blase ist – allerdings hätte ich nicht gedacht, dass sie etwas mit Strom zu tun hat und sehr gefährlich ist. Denn wenn sie einen Blackout auslöst, dann können wir alle nicht mehr waschen.

Sie verstehen Bahnhof? Kein Problem, ich erkläre das: Die Energiewende führt dazu, dass es im Stromnetz immer stärkere Schwankungen gibt, weil der Wind unregelmäßig bläst und die Sonne mal scheint und mal nicht (letzteres vor allem nachts). Deshalb müssen in Deutschland seit 2010 in alle Neubauten intelligente Stromzähler eingebaut werden. Die erkennen, wann die Energie-Erzeuger viel Strom haben und ihn deshalb billig anbieten. Und dann kann eine intelligente Waschmaschine endlich das tun, wozu sie da ist, nämlich waschen, und zwar mit billigem Strom.

Klingt vernünftig? Professor Stefan Bernholt vom Institut für theoretische Physik der Universität Bremen findet das nicht. Er hat nämlich herausgefunden: Wenn wegen des billigen Stroms alle Waschmaschinen in Deutschland auf einmal anspringen, dann könnte es im Strommarkt „chaotisch, wild und zappelig“ zugehen, ähnlich wie an der Börse. Da gibt es nämlich auch ab und zu eine Nachfrage-Blase. Außerbörslich entsteht sie, wenn die Leute nicht waschen, weil der Strom zu teuer ist. Wenn er billiger wird, platzt die Nachfrage-Blase mit lautem Knall. Die Konsumenten, das hat der Professor wirklich geschrieben, haben nämlich aufgrund des „sich aufstauenden Waschbedürfnisses ihre Schmerzgrenze nach oben angepasst“. Und weil der Professor so klug ist, wissen wir jetzt, dass durch das gleichzeitige Anschalten aller Waschmaschinen ein kollektiver Lawinenmechanismus ausgelöst wird, der zum Blackout führen kann.

Ich muss den Blackout schon vorher gehabt haben, weil sich in meinem über 70-jährigen Leben noch nie ein Waschbedürfnis aufgestaut hat. Das werde ich auch in Zukunft vermeiden, denn weil ich mit billigem Wein schon schlechte Erfahrungen gemacht habe, werde ich den billigen Strom bestimmt nicht kaufen. Der macht am Ende die Wäsche nicht richtig sauber.

Herzlichst Ihr

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

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 21 021 20 27 - 31
Fax: 0 21 021 20 27 - 49

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



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

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

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

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. 17
v. 1. Januar 2015



PLUS X AWARD®
PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte
geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635

LG OLED TV

Perfektes
Schwarz
erschafft
perfekte
Farben.



EG9609

Erleben Sie die neue TV-Ära.

Die einzigartige LG OLED-Technologie für das perfekte Fernseherlebnis: fantastische Farben, erzeugt durch tiefstes Schwarz, jedes Pixel einzeln angesteuert, selbstleuchtend, brillant, für Farbnuancen bis ins kleinste Detail. Sehen Sie ein absolut klares Bild in einer Perfektion, die nur ein Vorbild kennt – die Natur.

Jetzt LG OLED TV erleben: lg.de/oled



LG

Life's Good

Innovation for a Better Life