

PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Januar 2014

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



www.pos-mail.de



Europe's
biggest
SOUND
CHECK

sennheiser.de/soundcheck



uncompromising

Echter Style ist nicht nur eine Frage des Designs. Es geht dabei um Qualität, Materialien und Leistung. Präzise und kompromisslos. Genau wie der MOMENTUM On-Ear.



Ivory



Pink



Black



Brown



Red



Green



Blue

SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound

Die Trends für 2014



Silberstreifen gesucht

Die Zahlen für das Weihnachtsgeschäft lagen bei Redaktionsschluss dieser PoS-MAIL Ausgabe naturgemäß noch nicht vor, aber eins steht fest: Das Jahr 2013 möchten viele High-Tech-Fachhändler am liebsten schnell vergessen. Zwar boomten Smartphones und Tablets, aber die klassische Unterhaltungselektronik rauschte in den ersten drei Quar-

talen um 17,7 Prozent in den Keller und bescherte dem High-Tech-Fachhandel damit spürbare Umsatzverluste. Auch Großgeräte liefen nicht so wie erhofft, und die erfreulichen Zahlen bei Elektrokleingeräten waren da nur ein Tropfen auf den heißen Stein. 2014 wird hoffentlich alles besser. PoS-MAIL wirft bereits einen Blick auf die aktuellen Trends.

Nach vorläufigen Schätzungen gab das TV-Geschäft auch im vierten Quartal nicht zu Jubelstürmen Anlass. Nach einem Rückgang um 21,6 Prozent in den ersten neun Monaten schätzt die gfu die Zahl der verkauften Fernseher für das Gesamtjahr 2013 auf 7,7 Millionen Stück. Das würde einen Rückgang um 18 Prozent bedeuten und ein Umsatzminus von

17 Prozent auf 4,8 Milliarden Euro. Dennoch gibt es hier für das neue Jahr einige Lichtblicke: UHD ist offensichtlich besser gestartet als erwartet, und das motiviert die Hersteller, in diesem Segment weiter Gas zu geben. So wird man auf der CES, die am 7. Januar in Las Vegas beginnt, nicht nur interessante neue Geräte sehen, sondern auch weitere Details über zu-

künftige Standards für Produktion und Datenübertragung erfahren können. Ob dabei OLED eine größere Rolle spielen wird als bisher, ist noch nicht sicher. Fest steht dagegen: Ultra HD unterstützt den Trend zu größeren Bildschirmen, der sich 2014 noch einmal verstärken dürfte. Dabei war bereits auf der IFA zu erkennen, dass die räumliche Wirkung gebogener

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

- Unterhaltungselektronik
- Informationstechnologie
- Telekommunikation
- Infotainment • Fotobranche



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

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

Der weltweit erste Blitz mit Touch-Display.

Metz – immer erstklassig.

Technische Perfektion • Sicher in die Zukunft • Bedienfreundlichkeit • Ausgezeichnete Qualität • Bequemer Service



EDITORIAL

Wachstum mit Schweinebauch?

Willkommen im Neuen Jahr! Wenn die Zeichen nicht trügen, war der Dezember zwar besser als die anderen elf Monate des Jahres 2013, konnte aber trotzdem beim High-Tech-Fachhandel keine echte Begeisterung erzeugen. Dabei haben sich doch alle so viel Mühe gegeben: die Industrie mit tollen Produkten wie energiesparenden Hausgeräten, schicken Küchenhelfern, Personal Care zum Wohlfühlen, fantastischen Kameras, Smart TV und Ultra HD, von Smartphones und Tablets, Notebooks und Zubehör gar nicht zu reden. In zig Millionen Beilagen haben der High-Tech-Fachhandel und die Fachmärkte praktisch jeden Konsumenten über die faszinierenden Angebote unserer Branchen informiert.

Aber wie? Von Faszination war in den Flyern und Beilagen kaum etwas zu sehen. Oft auf Billigpapier gedruckt, konnte König Kunde zur Kenntnis nehmen, dass der Einzelhandel über Ware verfügt – damit lockt man in diesen Zeiten keinen Hund hinter dem Ofen hervor und keinen Konsumenten ins Geschäft. Auf den ersten Blick waren dabei häufig nur Preise zu erkennen. Wenn man genauer hinschaute, konnte man zum Beispiel auch einen Smart TV für 2.500 Euro erblicken, der mit Logos, Testsiegeln und einem Dutzend Icons so zugerümpelt war, dass er aussah wie eine Autobahn-Unterführung nach einem Graffiti-Wettbewerb für Anfänger. Im Kleingedruckten stieß man auf „Produktinformationen“ in Form von Wortbrocken wie 3D-LED-Backlight, EEK, A+, Full-HD, 200 Hz CMR, DVB-T/C/S2, CI+, WLAN, Gehäusefarbe Schwarz. Glaubt eigentlich wirklich jemand, dass Otto und Erna Normalverbraucher/in auch nur den Schimmer einer Ahnung haben, was unter diesen Kürzeln zu verstehen ist?

Pardon, ich möchte nicht die Neujahrstimmung verderben, aber der Jahresbeginn ist ja auch die Zeit der guten Vorsätze. Nehmen wir uns darum bitte vor, die Innovationen unserer Branche nicht wie Schweinebauch zu verhökern, sondern so zu präsentieren, dass die Kunden auch Lust darauf bekommen. Gründe, warum diese Produkte Spaß machen, gibt es nämlich genug. In diesem Sinne: Auf ein erfolgreiches Jahr 2014!

Thomas Blömer
Thomas Blömer

Bildschirme nicht unbedingt an OLED gekoppelt sein muss.

Der Trend zu großen Bildschirmen dürfte auch das Zubehör-Geschäft weiter beleben, denn ohne zusätzliche Lautsprecher bleibt der Ton hinter den beeindruckenden großen Bildern deutlich zurück. Smarte Funktionen machen dabei nicht nur viele lästige Kabel überflüssig, sondern erleichtern auch die Bedienung von Heimkino-Systemen über entsprechende Apps.



Der Verkaufsstart von Ultra HD TVs wie dem Samsung F9090 verlief besser als erwartet.

Smarte Funktionen bleiben natürlich auch 2014 ein wichtiges Thema in der Unterhaltungselektronik – nicht nur beim Fernsehen. Gerade bei der Vernetzung unterschiedlicher Geräte ist die Beratungsfunktion des Fachhandels für viele Konsumenten unerlässlich. Dabei kann die explosive Verbreitung von Smartphones und Tablets durchaus helfen. Allein für das letzte Quartal 2013 erwartete die gfu einen Absatz von 2,5 Millionen Tablet-PCs und 7 Millionen Smartphones. Das würde bedeuten, dass im Gesamtjahr 2013 22,5 Millionen Smartphones und 6 Millionen Tablets verkauft worden sind. Und die werden bekanntlich nicht nur zum Telefonieren und Surfen genutzt, sondern auch als Kamera, Camcorder und Musik-Player. Wer Fotos, Videos und andere Inhalte von diesen mobilen Geräten komfortabel auf das große Display seines Fernsehers bringen will, braucht auf jeden Fall einen Smart TV.



Ob sich gebogene Fernseher wie der LG Curved OLED TV durchsetzen, wird die CES zeigen.

Klein, aber fein

Die multifunktionalen Smartphones und Tablets zeigen zwar negative Auswirkungen auf den Absatz anderer Geräte wie Kameras und MP3-Spieler, sorgen aber auch für Nachfrage beim Zubehör. Das gilt besonders für das Audio-Geschäft. So rechnet die gfu für 2013 mit mehr als einer Million verkauften Docking-Stationen; der Absatz von Kopfhörern dürfte gegenüber dem Vorjahr nochmals um 2 Prozent auf 11,3 Millionen Stück gestiegen sein. Auch hier lohnt es sich für den Fachhandel, gezielt auf höherwertige Geräte hochzuverkaufen.



Die Cybershot QX100 von Sony kann jedes Android-/iOS-Smartphone zu einer Premium-Kamera machen.

Bilder sind in

Zwar fotografieren die meisten Verbraucher inzwischen lieber mit dem Smartphone als mit der Kompaktkamera. Wachstumssegmente im Fotogeschäft gibt es aber trotzdem: zum einen am oberen Ende, wo Spiegelreflex- und Systemkameras mit immer größeren Sensoren und professionellen Funktionen selbst beim Videofilmen anspruchsvolle Konsumenten faszinieren können. Immer beliebter werden aber auch die robusten Actioncams, die bei vielen Sportarten, im Wasser, im Schnee und selbst auf dem Motorrad oder im Auto dabei sein können. Viele dieser Modelle bieten nicht nur Full-HD-Videoqualität, sondern sind auch mit WLAN ausgestattet und machen die Übertragung der rasanten Bilder zum Fernseher oder (über das Smartphone/Tablet) in soziale Netzwerke spielend einfach.



Actioncams wie die Rollei S-50 WiFi werden immer beliebter.

Lifestyle weiter im Trend

Ein weiterer Hoffnungsträger bleiben die Elektrokleingeräte, die im dritten Quartal nach Wert um 1,4 Prozent zulegt und auch im Weihnachtsgeschäft gefragt waren. Neben dem Dauerbrenner Kaffee hat der Lifestyle-Trend inzwischen die gesamte Küche erfasst und erreicht mit pfiffigen Produkten sogar bislang „sachliche“ Segmente wie das Bügeln und die Bodenpflege. Im letztgenannten Bereich legten in den letzten Monaten vor allem akkubetriebene Handstaubsauger und Saugroboter deutlich zu. Bei den Bodenstaubsaugern ist im kommenden Jahr zumindest zu erwarten, dass sie ins Gespräch kommen. Dafür wird die neue EU-Richt-



Auch in der Küche werden Lifestyle und Design immer wichtiger, wie der neue Kaffee-Vollautomat von Panasonic und die Kleingeräte von Grundig zeigen.

ventionen gefragt, und die sorgen bekanntlich beim Fachhandel für Umsatz. PoS-MAIL wird in den kommenden Ausgaben diesem Thema darum mehr Aufmerksamkeit widmen.

Soundsysteme wie der Fidelo Soundbar HTL9100 sind eine sinnvolle Ergänzung für große Bildschirme.



Im Trend: Kopfhörer wie der drahtlose MDR-10 RBT von Sony.

Nicht nur A+++ : Großgeräte

Auch wenn bei den Elektro-Großgeräten das Thema Energieeffizienz auch im kommenden Jahr wichtig bleibt – es gibt noch andere Verkaufsargumente als das Sparen. Die immer größere Beliebtheit offener Küchen rückt nicht nur das Design in den Blickpunkt, sondern auch die Geräuschkulisse von Kühlgeräten, Spülmaschinen und anderen Küchenhelfern. Dazu kommt das Thema Vernetzung: Wer seine Haustechnik mit dem Smartphone oder Tablet steuert, möchte nicht nur auf Musik und Medien zugreifen können, sondern auch auf Waschmaschine und Trockner. Natürlich kann man streiten, ob das immer sinnvoll ist, aber davon kommt kein Geld in die Kasse. Fest steht: Die Zahl der Konsumenten, die es einfach „cool“ finden, mit ihrem Smartphone alles unter Kontrolle zu haben, wächst.



Beauty, Wellness und Gesundheit

„Personal Care“ entwickelt sich zu einem Mega-Trend, dem auch der High-Tech-Fachhandel mehr Aufmerksamkeit widmen sollte. In dieser PoS-MAIL Ausgabe stellen wir einige besonders attraktive Produkte vor. Ob Haar- und Bartpflege oder Mundhygiene: Die Deutschen gehen für ihren Körper immer mehr Geld aus und achten dabei nicht nur auf Zuverlässigkeit und Funktionalität, sondern auch immer stärker aufs Design. Das sollte sich auch in der Art und Weise niederschlagen, wie diese Produkte beim High-Tech-Handel präsentiert werden.

„Personal Care“ ist ein Wachstumssegment, das großes Umsatzpotenzial bietet, z. B. mit Zahnpflegeprodukten von Philips.



Waschmaschinen werden nicht nur energieeffizienter, sondern, wie das Wi-Fi-Gerät von Samsung, auch netzwerkfähig.

linie sorgen, nach der ab 1. September alle neuen Geräte nicht nur ein Energielabel tragen müssen, sondern auch nicht mehr als 1.600 Watt Strom verbrauchen dürfen. Ab 2017 sollen sogar nur noch 900 Watt erlaubt sein. Wenn diese Beschränkung nicht auf Kosten der Leistung gehen soll, sind Inno-



Mit Saugrobotern, hier von LG, wird auch die Bodenpflege zum Lifestyle-Ereignis.

Zu Jahresbeginn wird die High-Tech-Branche auf der CES vom 7. bis 10. Januar in Las Vegas weitere Akzente für das Jahr 2014 setzen. PoS-MAIL ist vor Ort und berichtet über die wichtigsten Neuheiten und Trends aktuell auf www.pos-mail.de.

INHALT

PoS-Aktuell: Nachrichten ... 4

Aktuelle gfu Studie zeigt Fernseh-Vorlieben der Deutschen – Am liebsten groß und gut ... 5

Weiterentwicklung des terrestrischen Standards – Auf DVB-T folgt DVB-T2 ... 6



Business Forum Imaging Cologne 2014 – Wege aus der Fotokrise ... 9



PoS-Aktuell: Neuheiten ... 7, 10, 11

LG bringt 105 Zoll Curved Ultra HD TV im 21:9 Format – Größe mit 11 Millionen Pixeln ... 10

Samsung AVantgarde Programm gestartet – Für Premium-Partner ... 11



Grundig will mehr Eigenständigkeit zeigen – Mehr smarte Angebote, eigene Panels ... 12



Aktuelle Trends für Entertainment und Navigation – Car Media Business Tour ... 13



Rückendeckung durch führende Fachhändler – „Wir glauben an Loewe“ ... 13

Personal Care Neuheiten – Gepflegt ins neue Jahr ... 14

Wagners Welt ... 15

PoS-MAIL @ ... 15

Impressum ... 15

expert ab 2014 in Griechenland wieder aktiv

Ab 1. Januar 2014 ist die expert Gruppe wieder auf dem griechischen Markt präsent und will damit ihren europaweiten Wachstumskurs konsequent fortsetzen. Von 1997 bis 2012 war das Unternehmen auf dem griechischen Markt mit insgesamt 40 expert Fachgeschäften aktiv. In Folge der Finanzkrise musste das Unternehmen Konkurs anmelden.

Elf der damaligen expert Händler haben sich jetzt erneut zusammengeschlossen und die Firma Commercial & Industrial S.A. gegründet, die zu Beginn des neuen Jahres als Lizenzpartner in die expert Gruppe integriert wird. Diese elf Händler sind zum Start mit insgesamt 14 expert Fachgeschäften auf dem griechischen Markt vertreten.

Damit zählt die zweitgrößte europäische Verbundgruppe für Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie, Telekommunikation, Entertainment und Elektrohaushaltsgeräte dann 18 europäische Mitgliedsländer, mit insgesamt mehr als 3.500 Fachgeschäften.

Metz: „Qualitätsmarke 2013“



Auch im September 2013 erhielt Metz wieder die Auszeichnung „Qualitätsmarke“ im Produktbereich Fernseher. Testberichte.de, Deutschlands größtes Verbraucherportal für professionelle Testergebnisse, verleiht diese Auszeichnung an Hersteller, die in unabhängigen Tests von Fachmagazinen regelmäßig überdurchschnittlich gute Bewertungen erreichten. Die „Qualitätsmarke 2013“ wurde in 34 Kategorien an insgesamt 47 Hersteller vergeben.

Im Bereich der Fernseher konnte 2013 neben Metz nur noch ein weiterer deutscher Hersteller die hohen Anforderungen für diese Auszeichnung erfüllen. Mit der Auszeichnung „Qualitätsmarke 2013“ wird die konsequente Ausrichtung des Zirndorfer Traditionsunternehmens auf Qualitäts-, Service- und Kundenorientierung „Made in Germany“ bestätigt, heißt es in einer Pressemitteilung.

Während der IFA 2013 in Berlin erhielt Metz von Testberichte.de wieder die Auszeichnung „Qualitätsmarke“ in der Kategorie Fernseher. Diese Auszeichnung wurde von Testberichte.de im Jahr 2012 erstmalig verliehen. „Die Hersteller gehören zu den besten 10 Prozent in der prämierten Kategorie und zeichnen sich durch nachhaltig hohe Produktqualität aus. Damit leisten sie einen besonderen Beitrag zum Schutz der Verbraucher, den wir mit unserem Preis würdigen und in die Öffentlichkeit tragen wollen. Gleichzeitig bieten wir dem Verbraucher mit der Qualitätsmarke auch Orientierung und Entscheidungssicherheit bei seiner Produktwahl“, so Holger Gröhn, Vorstand von Testberichte.de.

Marco Hahn wird Head of Digital Imaging bei Samsung Electronics

Marco Hahn (42), bisher Geschäftsführer beim Objektiv-Spezialisten Sigma, ist seit Jahresbeginn 2014 Head of Digital Imaging bei Samsung Electronics in Schwalbach/Ts. Mit dieser neuen Position will Samsung den Bereich Digital Imaging stärken und die strategische Relevanz dieses wachsenden Geschäftsfeldes unterstreichen. Hahn trägt damit die Gesamtverantwortung

für diesen Produktbereich, der bei Samsung aktuell deutlich ausgebaut wird. Bereits in den vergangenen Monaten wurde das Sales und Marketing Team für Digital Imaging um sechs neue Mitarbeiter erweitert.



Mit Marco Hahn steht dem Produktbereich ein ausgewiesener Branchenexperte vor. Nach dem Abschluss des Foto Medien Forums in Kiel und eines Studiums der Betriebswirtschaft war Hahn in verantwortlichen Positionen im Handel, bei Nikon und zuletzt mit großem Erfolg als Geschäftsführer der Sigma Deutschland GmbH tätig.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit Marco Hahn einen absoluten Kenner der deutschen Fotobranche gewinnen konnten“, erklärt Martin Börner, Senior Vice President IT & Mobile Samsung Electronics GmbH. „Er ist der richtige Mann, um den Produktbereich Digital Imaging bei Samsung langfristig auf Wachstumskurs zu halten.“

„Samsung ist einer der wenigen Anbieter, die dem Kunden über ein einmaliges Zusammenspiel aller Medien im Imaging-Bereich eine Komplettlösung anbieten können“, kommentierte Marco Hahn. „Kunden erwarten zu Recht, Bilder und Videos jederzeit, überall und auf allen Endgeräten nutzen zu können. Nur Anbieter, die die komplette Bandbreite im Sortiment haben und gleichzeitig hohen Bedienkomfort bieten, werden beim Kunden gewinnen. Samsung ist als Konzern auf diesen Wandel hervorragend vorbereitet. Ich freue mich sehr, diese Entwicklung bei einem der spannendsten Unternehmen unserer Zeit zu einem optimalen Zeitpunkt mitgestalten zu dürfen.“

Rainer Führes übernimmt Geschäftsführung von Canon Deutschland

Zum 1. Januar 2014 hat Rainer Führes, bisher Head of Consumer Imaging Group, Canon Europe, die Geschäftsführung von Canon Deutschland übernommen und tritt damit die Nachfolge von Jeppe Frandsen, seit 2006 Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH, an, der in die Canon Europazentrale nach London wechselte, um dort die Leitung der Production Printing Group in EMEA zu übernehmen.

Bereits seit 2001 war Führes für die Europazentrale tätig, wo er neben anderen Funktionen für den Geschäftsbereich Emerging Markets verantwortlich zeichnete. Seit 2009 führte er die Consumer Imaging Group Canon Europe.



Führes: „Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Entwicklung in Europa ist es eine besondere Herausforderung, die größte Canon Vertriebsorganisation zu führen. Deutschland ist in vielerlei Hinsicht ein richtungsweisender Markt, von dem wichtige Impulse für Europa ausgehen. Dafür die Gesamtverantwortung übernehmen zu können, freut mich sehr.“

Darüber hinaus kommt es in der deutschen Geschäftsleitung zu einer weiteren Ergänzung durch Servio Notermans als Country Director Business Imaging und Production Printing. Zu seiner Verantwortung zählen die Produktbereiche multifunktionale Drucksysteme und Solutions, Professional Print, Wide Format, Commercial Printing und Business Services. Notermans verfügt über umfassende Erfahrung aus unterschiedlichen Führungspositionen aus seiner Océ Historie und komplettiert mit Jürgen Schmitz, Country Director Consumer Imaging, in Deutschland die Führungsspitze.

Frandsen hat die Canon Deutschland GmbH acht Jahre erfolgreich geleitet und im Februar dieses Jahres die Integration von Canon und Océ in Deutschland durchgeführt. „Bestehend aus der Commercial Printing Group, der Wide Format Printing Group und Canon Business Services ist Production Printing ein

sehr spannender Geschäftsbereich, der ein enormes Potenzial für Canon bietet. Ich bin sehr froh, hier mitwirken zu können, um die europäische Strategie unseres Unternehmens zu prägen und dann in die Länder weiterzugeben“, so Frandsen.

TechniSat bringt TV-Kanäle von watchmi auf Isio-Sat-Receiver

Mit Hilfe eines Software-Updates erhalten der DigiCorder Isio S/S1, DIGIT Isio S/S1 und TechniStar S3 Isio ab sofort die persönlichen Kanäle von watchmi. Diese machen es den Nutzern einfach, ihre eigenen TV-Kanäle zusammenzustellen, aufzunehmen und jederzeit anzuschauen. Das intelligente Empfehlungssystem kann ab sofort auf den internetfähigen Isio-Receiver in der Satellitenausführung genutzt werden. Der TechniPlus Isio erhält im Frühjahr 2014 die persönlichen TV-Kanäle von watchmi.

Über die auf den Isio-Geräten integrierte Programmzeitschrift „SiehFern INFO“, deren umfangreiche Datenbank von der TV DIGITAL-Redaktion gespeist wird, können Nutzer die persönlichen Kanäle von watchmi anlegen. Die Kanäle werden in der bestehenden TV-Programmliste aufgeführt und dank watchmi regelmäßig mit neuen Sendungsvorschlägen ergänzt. Indem der Nutzer diese bewertet oder entfernt, lernt der Isio-Receiver seine Vorlieben noch besser kennen und kann die TV-Tipps fortlaufend anpassen. Auf Wunsch können diese automatisch aufgenommen sowie jederzeit abgespielt werden.

Erweitertes Angebot für Philips Smart TVs

TP Vision erweitert das Angebot für Philips Smart TVs jetzt um Spotify, Cloud TV und Cloud Explorer. Damit können Benutzer der Philips Smart TVs von einem attraktiven Angebot an verschiedenen Diensten, einschließlich Musik-Streaming, und einer umfangreichen Auswahl an lokalen, nationalen und internationalen TV-Kanälen profitieren. Darüber hinaus ermöglicht Cloud Explorer den einfachen Zugriff auf in der Cloud gespeicherte, persönliche Multimedia-Inhalte.

Mit der neuen Spotify App kann über die aktuellen Philips Smart TVs der Serien 6xx8, 7xx8, 8xx8 und 9xx8 auf einen der größten Musik-Streaming-Service der Welt zugegriffen werden. Ein Spotify-Premium-Abo bietet den sofortigen Zugriff auf über 20 Millionen Songs, Top-Titel und Alben sowie die Möglichkeit, Playlisten zu erstellen und zu verwalten. Neue Spotify-Kunden erhalten einen kostenlosen 30-Tage-Premium-Zugang, um Spotify auf einem Philips Smart TV zu testen.

Bei Cloud TV werden hunderte von lokalen und internationalen TV-Kanälen sowie Spartensendern über das Internet von ausgewählten Cloud TV-Partnern gesammelt und zusammengeführt und auf Modellen der Philips Smart TV-Serien aus den Jahren 2012 und 2013 verfügbar gemacht. Mit Hilfe der Cloud TV-Partner bieten Philips Smart TVs eine umfangreiche Auswahl an Premium- und Nicht-Premium-Kanälen, von denen die meisten kostenfrei genutzt werden können. In Deutschland sind bisher die Angebote des Partners Streamit online. Weitere Angebote sollen folgen.

Die Cloud TV App auf dem Startbildschirm der Philips Smart TVs zeigt die verfügbaren Kanäle an, die übersichtlich nach Genre und Beliebtheit angeordnet sind. Für eine noch größere Bedienfreundlichkeit sind die Kanäle einfach zu durchsuchen. Jeder Stream kann zur Liste der Favoriten auf dem Smart TV Startbildschirm hinzugefügt werden.

Über die Cloud Explorer App auf den Philips Smart TVs kann einfach auf in der Cloud gespeicherte Fotos, Videos und andere Inhalte zugegriffen werden. Die App zeigt alle abspielbaren Dateien, die in der persönlichen Cloud gespeichert sind, nach Dateityp sortiert an: Videos, Fotos und Audio-Dateien befinden sich in jeweils eigenen Verzeichnissen. Benutzer können sich bei ihrem bestehenden Dropbox-Account anmelden oder einen neuen Account erstellen. Die Cloud Explorer App läuft auf allen Philips Smart TV-Fernsehermodellen ab 2013.

Aktuelle gfu Studie zeigt Fernseh-Vorlieben der Deutschen

Am liebsten groß und gut

Größere Bildschirme und eine höhere Auflösung sind für die deutschen Konsumenten die wichtigsten Kriterien beim Kauf eines neuen Fernsehers. Das hat eine aktuelle Studie von Concentra Marketing Research im Auftrag der gfu ergeben. Die Möglichkeit zur Nutzung smarter Funktionen liegt in der Rangliste an dritter Stelle. Dabei hat die Wirkung der Branchenkampagne „Smarter Fernsehen“ noch Potenzial nach oben.

Die gute alte Röhre hat in Deutschland praktisch ausgedient: 84 Prozent der Haushalte besitzen mindestens einen Flat-TV, bei einer im Frühjahr durchgeführten Studie lag dieser Wert noch bei 77 Prozent. Dabei wachsen die Bildschirmdiagonalen: Gab im Frühjahr noch ein Drittel (33 Prozent) der Befragten an, ein Gerät mit einer Diagonale von 42 Zoll oder mehr zu besitzen, sind es in der neuen Studie 37 Prozent.

Bis Mitte des Jahres 2014 wollen der Umfrage zufolge fast 11 Prozent der deutschen Haushalte ein neues Fernsehgerät anschaffen. Für 71 Prozent dieser Kaufwilligen zählt eine größere Bildschirmdiagonale zu den wichtigsten Kaufkriterien; 66 Prozent denken auch über eine höhere Auflösung wie Ultra HD nach. Die Internetfähigkeit des Neugerätes finden 56 Prozent der Haushalte mit Kaufabsicht wichtig oder sehr wichtig – damit steht diese Gruppe den Netzwerkfunktionen deutlich positiver gegenüber als alle Befragten, von denen 41 Prozent den Zugang zu Online-Diensten als wichtiges Kriterium nannten.

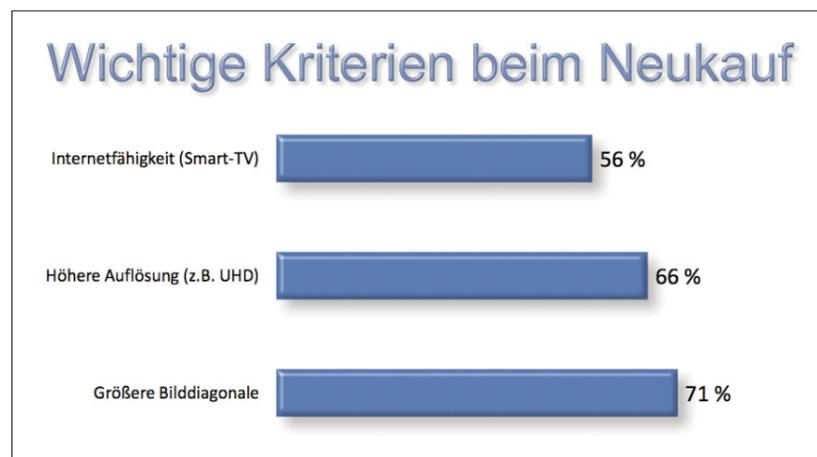
Netz angeschlossen haben, hat die Mehrheit diese Entscheidung bewusst getroffen: 62 Prozent von ihnen gaben an, keine Internet-Dienste auf dem TV zu wünschen; 16 Prozent fanden den Anschluss zu kompliziert. Sicherheitsbedenken hatten 10 Prozent; rund 6 Prozent verfügten über keinen oder keinen ausreichend schnellen Internetzugang. Die Abneigung gegen die Vernetzung wächst mit dem Alter: Fast 84 Prozent der über 60-jährigen Besitzer eines nicht angeschlossenen Smart TVs wollten keine Internet-Dienste; bei den unter 40-Jährigen waren es nur 55 Prozent.

Ist der Smart TV erst einmal mit dem Netz verbunden, werden die Internet-Funktionen in der Regel auch ge-

Ausbaufähig: „Smarter Fernsehen“

Über die Möglichkeiten, die ein Smart TV bietet, wissen die Deutschen nur teilweise Bescheid. Das Angebot der Mediatheken der Sender ist 68 Prozent bekannt, fast ebenso viele kennen Video-on-Demand-Dienste. 63 Prozent der Smart-TV-Nutzer wissen auch, dass sie Fotos und Videos vom Smartphone bequem auf dem TV anschauen können. Von der Möglichkeit der Nutzung von YouTube wissen 56 Prozent, von Facebook und Twitter auf dem Smart TV 53 Prozent.

Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, sieht die Umfrage-Ergebnisse realistisch: „Die Vorteile der Internetfähigkeit eines TV-Gerätes sind bei der Gesamtbevölkerung noch nicht in vollem Umfang angekommen. Wer sich aber mit einer konkreten Kaufabsicht für einen

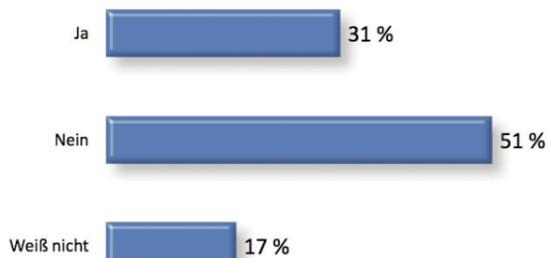


Bildschirmgröße und höhere Auflösung sind für die Konsumenten, die einen neuen Fernseher anschaffen wollen, die wichtigsten Kaufkriterien.



gfu-Aufsichtsratsvorsitzender Hans-Joachim Kamp: „Die Vorteile der Internetfähigkeit eines TV-Gerätes sind noch nicht in vollem Umfang angekommen.“

Ist Ihr Hauptgerät ein Smart TV?



Ein knappes Drittel der in den deutschen Haushalten installierten Fernsehgeräte sind bereits Smart TVs.

Anschluss-Probleme

2013 dürften nach Einschätzung der gfu mehr als die Hälfte der in Deutschland verkauften Fernseher Smart TVs gewesen sein. Nach Umsatz machen diese Geräte, mit denen Dienste und Inhalte aus dem Netz abgerufen werden können, sogar rund drei Viertel des Geschäftes aus. Laut der aktuellen Umfrage besitzt inzwischen ein knappes Drittel der deutschen Haushalte ein Smart TV; 52 Prozent der Befragten gaben an, ihr Fernseher sei nicht internetfähig. Interessant ist die Tatsache, dass 17 Prozent der Befragten nicht wussten, ob sie ein Smart TV besitzen oder nicht.

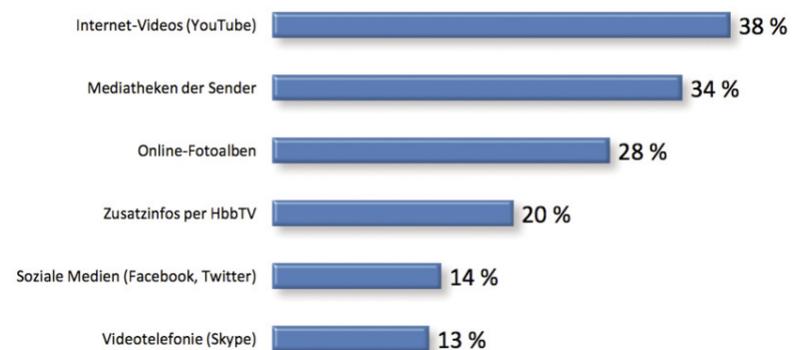
59 Prozent der Smart-TV-Besitzer gaben an, ihr Gerät sei mit dem Internet verbunden – im Frühjahr waren es 58 Prozent. Von den 41 Prozent, die ihr Gerät nicht ans-

nutzt: 49 Prozent nutzen diese Dienste oft oder sehr oft, 24 Prozent gelegentlich und nur 6 Prozent nie.

YouTube vorn

Die beliebteste Smart-Funktion ist das Anschauen von YouTube Videos im Großformat (knapp 38 Prozent), gefolgt von den Mediatheken der Sender (34 Prozent). Fotos aus digitalen Fotoalben betrachten 28 Prozent der Smart-TV-Nutzer auf dem Bildschirm; 20 Prozent nutzen häufig oder sehr häufig die meist kostenpflichtigen Video-on-Demand-Angebote und zusätzliche Informationen per HbbTV. Soziale Medien wie Facebook und Twitter liegen bei 14 Prozent, Video-Telefonie per Skype bei 13 Prozent.

Welche Dienste werden genutzt?



Youtube und die Programme der Mediatheken sind die beliebtesten Smart-TV-Anwendungen.

neuen Fernseher trägt, bewertet die Smart-Funktion deutlich positiver. Die Beschäftigung mit dem Thema führte zu wachsender Zustimmung. Darauf muss die Branche aufbauen und ihre Kommunikation intensivieren.“

Eine knappe Mehrheit der Deutschen kennt den Begriff „Smarter Fernsehen“ – 48 Prozent kennen ihn allerdings nicht. Die meisten Befragten wurden durch das Internet auf den Terminus aufmerksam (37 Prozent). Auch die TV-Hersteller (25 Prozent) und der Fachhandel (23 Prozent) trugen zur Bekanntheit bei. Dass „Smarter Fernsehen“ eine gemeinsame Kampagne des Handels und der TV-Geräte-Hersteller ist, wussten gerade einmal 6 Prozent der Befragten genau; weitere 30 Prozent gaben an, von der Initiative oberflächlich gehört zu haben.

Weiterentwicklung des terrestrischen Standards Auf DVB-T folgt DVB-T2

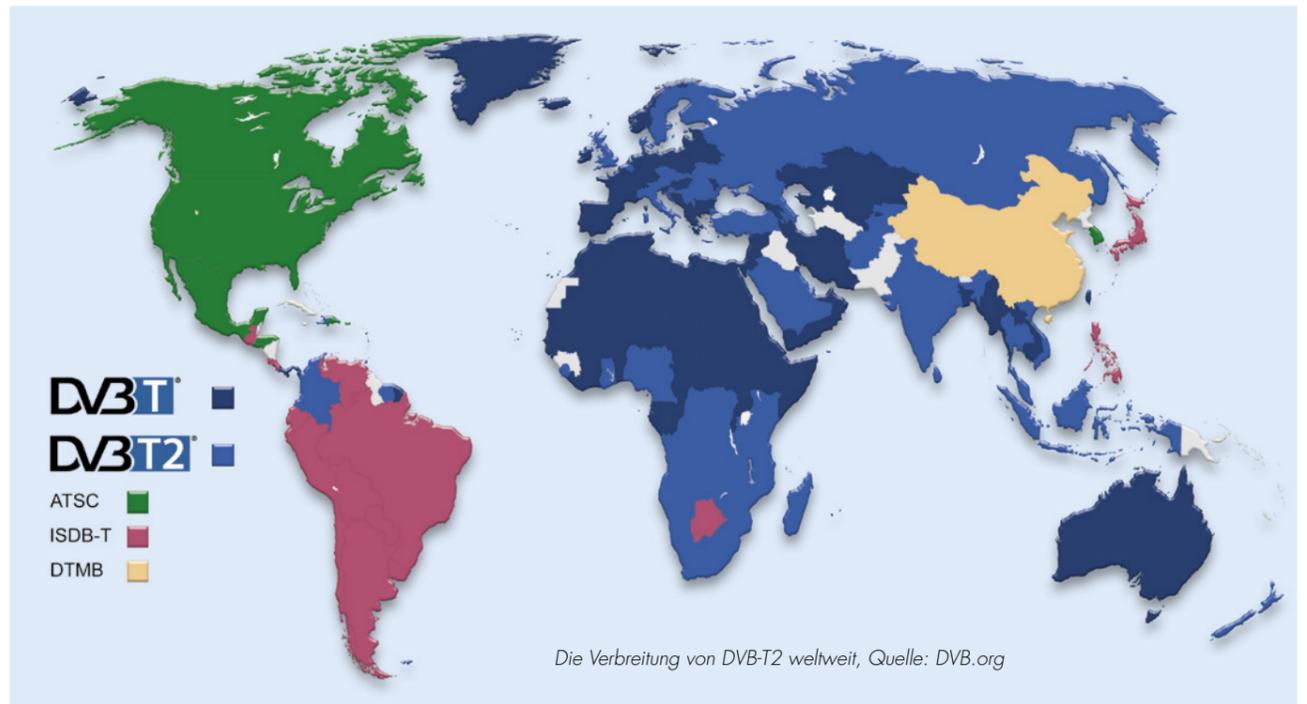
Mitte August haben ARD und ZDF angekündigt, den Umstieg ihrer terrestrischen TV-Ausstrahlung auf den neuen Übertragungsstandard DVB-T2 ab 2017 durchführen zu wollen. Der neue Standard soll dabei eine wesentlich effektivere Datenübertragung ermöglichen, als mit dem bisherigen Standard DVB-T möglich ist. Hierfür sind im deutschen Markt neue Endgeräte erforderlich. Lidija Zimmek fasst für PoS-MAIL die wichtigsten Fakten zusammen.

DVB-T2 ist der Nachfolgestandard von DVB-T. Die Abkürzung steht für den englischen Begriff Digital Video Broadcasting Terrestrial und bezeichnet die terrestrische (erdgebundene) Verbreitung digitaler Radio-, Fernseh- und Datensignale. DVB-T2 zeichnet sich gegenüber seinem Vorgänger durch eine höhere Effizienz aus. Bereits 2006 hatte die Digital Broadcast Group eine Studie zur Entwicklung eines terrestrischen Fernsehstandards namens DVB-T2 gestartet, um eine höhere Bandbreite und eine robustere Übertragung zu erreichen. Doch unter den Teilnehmern des DVB World Forum-Treffens im März 2006 in Dublin herrschten unterschiedliche Vorstellungen, wie diese Vision realisiert werden könnte. Ein Teil der Gruppe stand hinter einem Ansatz, der DVB-T2 vor allem auf die Bedürfnisse von Mobilgeräten in Fahrzeugen zuschneiden will. Eine andere Fraktion sah DVB-T2 als Vehikel, um terrestrisches hochauflösendes Fernsehen in den Frequenzbereichen heimisch zu machen, die nach der Abschaltung analoger TV-Ausstrahlungen frei werden. In Deutschland gab es einen DVB-T2-Modellversuch im Raum Hamburg (Lüneburg, Rosengarten).

Entwicklung und Fortführung von DVB-T

Seit der Einführung von DVB-T im Jahre 2004 wurden in Deutschland 36 Mio. DVB-T-Empfänger verkauft. Der digitale Übertragungsweg per Antenne beweist damit seine große Akzeptanz bei den Verbrauchern. Um DVB-T fit für die Zukunft zu machen, soll dieser Verbreitungsweg weiter entwickelt werden. Dies war das Ziel eines Modellversuches in Niedersachsen zur Optimierung von DVB-T, den die NLM in Kooperation mit öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanbietern, der MA HSH, MEDIA BROADCAST und Unternehmen der Rundfunktechnik durchführte. Die technische Projektleitung hatte das Institut für Nachrichtentechnik der TU Braunschweig inne (siehe Kasten).

DVB-T2 bietet zum einen die Möglichkeit, hochauflösendes Fernsehen nach dem Fernsehstandard HDTV zu übertragen. Zum anderen lässt sich DVB-T2 dafür nutzen, die Zahl der Programme zu erhöhen und die Qualität der heutigen Programmversorgung zu verbessern. DVB-T2 ist darüber hinaus für mobilen und portablen Empfang konzipiert. Im Versuch sollten durch Tests und Messungen sowie Vergleiche zu DVB-T die bestmöglichen Parameter für die Einführung des Nachfolgesystems ermittelt werden. Hierzu wurde auch ein Testsen-



netz an den niedersächsischen Standorten Lüneburg und Rosengarten installiert. In praktischen Versuchen wurden die unterschiedlichen Nutzungsvarianten von DVB-T2 auf den Prüfstand gestellt. Die Projektpartner sind davon überzeugt, dass mit einer Einführung von DVB-T2 die Stärken des attraktiven Antennen-Fernsehens noch weiter ausgebaut werden können. Eine Einführung sollte verbraucherfreundlich erfolgen. Deshalb wurde neben der technischen Erprobung auch ein hierfür entsprechendes Einführungszenario entwickelt. Mit einer Einführung des neuen Standards DVB-T2 ist frühestens in einigen Jahren zu rechnen.

In anderen Ländern dagegen ist DVB-T2 schon längst Standard: In Dänemark wurde mit der Ausstrahlung via DVB-T2 am 1. November 2009 begonnen. Die BBC startete am 27. Juni 2008 mit DVB-T2-Testausstrahlungen vom Sendestandort Guildford südwestlich von London. Am 2. Dezember 2009 begann in Großbritannien die Regelabstrahlung in der DVB-T2-Norm. In Schweden sind Free- und Pay-TV in dieser Norm verfügbar. Die Erfahrungen aus anderen Ländern lassen sich allerdings nicht auf Deutschland übertragen. So gibt es in Deutschland im Gegensatz zu anderen Teilen Europas kaum noch Dachantennen.

Kompatibilität zu DVB-T

DVB-T2 verzichtet auf eine Abwärtskompatibilität zu DVB-T, da sie die Leistungsfähigkeit des neuen Systems reduzieren würde. Ein DVB-T-Gerät kann deshalb keine DVB-T2-Signale empfangen. Umgekehrt werden jedoch viele DVB-T2-Geräte auch DVB-T-Signale empfangen können, weil bereits die ersten Hersteller den DVB-T2 mit einem DVB-T-Empfänger kombinieren.

Kontrovers diskutiert

Als die RTL-Gruppe Anfang 2013 bekannt gab, aus Kostengründen aus der DVB-T-Ausstrahlung auszusteigen, galt die Zukunft des digitalen Antennenfernsehens als ungewiss. Bei den Öffentlich-Rechtlichen sieht man das nun anders. ZDF-Intendant Thomas Bellut erklärt in einer Pressemitteilung: „Wir stehen zum digitalen Antennenfernsehen. Dieser Übertragungsweg bietet eine verbraucherfreundliche und kostenfreie Alternative für TV-Inhalte auch auf portablen und mobilen Geräten.“ Laut Informationen des ZDF empfangen seit der Abstellung des analogen Fernsehens vor rund vier Jahren insgesamt 11 Prozent der deutschen TV-Haushalte ihr Programm über DVB-T, in Ballungsgebieten sollen es sogar 20 Prozent



Humax HD Fox (DVB-T2)

sein. Mit DVB-T2 sollen künftig mehr Programme angeboten werden. So spricht das ZDF davon, alle seine Sender in einem Bouquet – also einem Verbund von Sendern auf derselben Frequenz – unterbringen zu wollen. Alternativ kann auch ein Bouquet für einen oder mehrere HD-Sender genutzt werden. Sowohl ARD als auch ZDF sprechen sich aber dafür aus, dass das 700-MHz-Band bis 2020 wie bisher für DVB-T genutzt werden soll. Dieser Frequenzbereich soll nach Plänen der Bundesnetzagentur aber bereits ab 2014 zur Versteigerung von neuen Mobilfunkfrequenzen freigegeben werden. Aus Sicht von Christoph Clement, Mitglied der Geschäftsleitung von Kabel Deutschland, wird ein zukünftiger terrestrischer Verbreitungsweg DVB-T2 in Deutschland nicht gebraucht. Eine hervorragende Versorgung mit Fernsehen werde bereits heute flächendeckend über Satellit und Kabel gewährleistet, berichtet das Onlineportal digitalfernsehen. „Es gibt andere Übertragungswege, die heute hervorragend Fernsehen transportieren. Das ist der Satellit, der überall in Deutschland zu empfangen ist, und das ist das Kabel, das in zwei Dritteln der Haushalte zu empfangen ist“, so Clement. Mit der richtigen

Frequenzausstattung könne man zudem auch künftig immer besser Fernsehinhalte auch über LTE übertragen. Klar sei dabei aber, so das Online-Portal, dass DVB-T2 aus Sicht von Kabel Deutschland vor allem als ein Konkurrenz-Verbreitungsweg wahrgenommen wird, der ähnlich wie der Satellit z. B. in der Lage wäre, auch HD-Sender ohne Gebühren für die Zuschauer bereitzustellen.

Endgeräte

Aufgrund der Verbreitung von DVB-T2 im Ausland gibt es natürlich schon eine größere Auswahl an DVB-T2 fähigen Endgeräten. Zu den Pionieren im Receiver-Segment zählte Humax Anfang 2010 mit seinem Modell Humax HD Fox. Da DVB-T2 in Deutschland bisher nur im Testbetrieb vorkommt, gibt es keine entsprechenden Empfangsgeräte im freien Handel. Das wird sich aber sicherlich bald ändern. Ankündigungen für erste Geräte für den deutschen Markt sollen laut Community-Meinungen in verschiedenen Technik-Foren im Frühjahr 2014 erfolgen. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Voraussagen bestätigen.



Technische Hintergrundinformationen zum Modellversuch DVB-T2

Am Modellversuch DVB-T2 waren die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM), der NDR, das ZDF, RTL, ProSiebenSat.1, die Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein (MA HSH), MEDIA BROADCAST, das Institut für Nachrichtentechnik der TU Braunschweig und als Gäste Unternehmen der Rundfunktechnik beteiligt. Das Projekt gliederte sich in einen Projektrat und einen technischen Fachausschuss.

- Im September 2009 wurde der DVB-T2 Standard von ETSI als Europäische Norm unter EN 302 755 V.1.1.1 veröffentlicht. Die Kernpunkte sind: Nutzung von COFDM als Modulationsverfahren: Neben den von DVB-T bekannten 2K- und 8K-Modi kann auch ein 16K- oder ein 32K-Modus verwendet werden, der größere Gleichwellennetze erlaubt. Zudem ermöglicht der 16K- und 32K-FFT-Modus bei gleicher Größe des Gleichwellennetzes ein relativ gesehen kürzeres Guard Intervall, was zu einer gesteigerten Nutzdatenrate führt.
- Nutzung von 256-QAM: Bei DVB-T werden heute QPSK, 16-QAM und 64-QAM verwendet. Diese ermöglichen die Übertragung von 2, 4 bzw. 6 Bits je Symbol. DVB-T2 soll jedoch zusätzlich die Option für 256-QAM erhalten, was eine Übertragung von 8 Bit je Symbol ermöglicht. Die hierfür benötigte gesteigerte Signalfeldstärke wird teilweise durch die neue Vorwärtsfehlerkorrektur kompensiert.
- Neue Vorwärtsfehlerkorrektur: Durch Verwendung neuer Fehlerkorrekturmechanismen lässt sich die benötigte Signalfeldstärke für fehlerfreien Empfang erheblich reduzieren. Die Wahl fiel auf einen Code der Gruppe der LDPC-Codes (Low-Density-Parity-Check-Code).
- Einsatz von Multiple Physical Layer Pipes: Eine Physical Layer Pipe (PLP) ist ein Datenkanal bestimmter Robustheit, über den Daten übertragen werden können. Die Nutzung von Multiple PLP macht es möglich, in einem einzigen Kanal Daten unterschiedlichster Art zu unterschiedlichsten Empfangsgeräten zu übertragen, z. B. HDTV zu Empfängern mit guter Empfangsantenne, SDTV zu kleinen Empfangsgeräten mit eingebauter Antenne, Radio zu Taschengeräten.
- Nutzung der MISO-Technik: MISO (Multiple Input – Single Output) verwendet für den Empfang mehrere Antennen und für das Senden eine Antenne. Durch Ausnutzung spezieller Kanaleigenschaften lässt sich die Robustheit des Signals erheblich steigern.

Neuheiten

Zwei neue DAB+ Modelle von TechniSat

TechniSat bringt mit dem DigitRadio 400 und dem DigitRadio 450 zwei neue Digitalradio-Modelle mit integriertem WLAN auf den Markt und erweitert damit die erfolgreiche DigitRadio-Familie. Die beiden können zudem über die neue MyDigitRadio-App bequem mit dem Smartphone oder Tablet gesteuert werden und via Bluetooth digitale Audio-Streams von Mobilgeräten abspielen.

Das DigitRadio 400 ist ein elegantes DAB+ Digitalradio, das sowohl in Holzoptik als auch in der Farbe Weiß verfügbar ist. Mit dem 2,2 kg schweren und 25 x 13,9 x 14 cm großen Digitalradio kann man Radio-Programmvielalt via DAB+ und UKW genießen. Über die integrierte WLAN-Konnektivität verbindet sich das DigitRadio 400 nicht nur problemlos mit tausenden Internet-Radiosendern, sondern gibt auch UPnP-Streams von PCs, Smartphones oder NAS-Laufwerken im Heimnetzwerk problemlos wieder. Mit der MyDigitRadio-App lassen sich zahlreiche Funktionen des DigitRadios 400 vom Smartphone oder Tablet aus fernbedienen. Dazu zählen z. B. die Senderauswahl über eine komfortable Listenansicht, die Lautstärkenregelung oder auch das Umschalten der Empfangsart.

Bei dem DigitRadio 450, das sowohl in Holzoptik als auch in der Farbe Weiß erhältlich ist, handelt es sich um ein leistungsstarkes DAB+ Digitalradio mit Stereo-Lautsprechern, integriertem WLAN und zahlreichen Netzwerkfunktionen. Eine intuitive Drehregler-Steuerung und ein komfortables OLED-Display erlauben den mühelosen Zugriff auf zahlreiche Funktionen. Über die integrierte WLAN-Konnektivität verbindet sich das Digitalradio mit dem Heimnetzwerk. Mit der MyDigitRadio-App lassen sich zahlreiche Funktionen des Digitalradios vom Tablet oder Smartphone fernbedienen. Das DigitRadio 450 empfängt via Bluetooth sogar digitale Audio-Streams von Mobilgeräten.

Das DigitRadio 400 (UVP 179,99 Euro) und das DigitRadio 450 (UVP 229,99 Euro) sind ab sofort erhältlich.

Pure bringt kabellosen Musikgenuss

Mit dem Contour i1 Air stellt Pure jetzt ein kompaktes und leistungsstarkes digitales Musiksystem mit Apple AirPlay für drahtloses Audiostreaming von Inhalten von iOS-basierten Geräten oder aus iTunes vor. Das System mit 20 Watt verfügt über eine drehbare Dockingstation mit Clip-Adapter für iPod-, iPhone- und iPad-Modelle sowohl mit 30-poligem Anschluss als auch mit Lightning-Anschluss.

Das Contour i1 Air ist nach Angaben von Pure die ideale Ergänzung zur kostenlosen Pure Connect App, die Zugriff auf über 20.000 Radiosender weltweit, mehr als 200.000 kostenlose On-Demand-Programme und Podcasts sowie Millionen streambarer Musik-Tracks über Pures Abonnements-Musikdienst ermöglicht. Sämtliche Inhalte der Pure Connect iOS App können drahtlos zum Contour i1 Air gestreamt werden.

Darüber hinaus verfügt das Gerät über eine einfache Ethernet- oder WLAN-Netzwerkanbindung, einen Anschluss für weitere Audiogeräte sowie eine Fernbedienung mit Magnethalterung.

Contour i1 Air ist ab sofort zum UVP von 249,99 Euro verfügbar.

25. – 26. Februar 2014, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

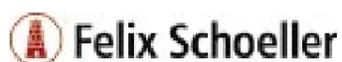
presented by **photokina**
world of imaging

„Memories, moments and emotions“

Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News

Partner: Photoindustrie-Verband e.V. · GfK Retail and Technology

Informationen: www.bfi-photokina.de · E-Mail: bfi@photokina.de · Fax: +49 221 821-3995



Business Forum Imaging Cologne 2014

Wege aus der Fotokrise

Das Fotogeschäft braucht dringend Impulse. Während Smartphones das Kompaktkamera-Segment praktisch wegfallen, halten immer mehr Konsumenten mit immer mehr Bildern Erinnerungen und wichtige Momente fest. Wie man daraus ein Geschäft machen kann, ist das Thema des Business Forums Imaging Cologne „Memories, moments and emotions“, das die photokina am 25. und 26. Februar 2014 im Congresszentrum Nord der Koelnmesse veranstaltet.

Auf der hochkarätig besetzten Konferenz, die in diesem Jahr zum fünften Mal stattfindet, werden sich Top-Manager internationaler Imaging-Unternehmen, erfolgreiche Händler, Analysten und unabhängige Experten mit neuen Konzepten auseinandersetzen, um die Bilderflut in den Netzwerken in Umsatz zu verwandeln. Gute Bilder wecken Emotionen. Deshalb wird auf dem Business Forum Imaging Cologne auch über neue Wiedergabe-Technologien gesprochen. Dazu gehören nicht nur neue Bildprodukte, besserer Fotodruck und die immer einfachere Vernetzung, die es möglich macht, Bilder auf den unterschiedlichen Plattformen zu erleben. Auch die neue TV-Technologie 4K Ultra HD mit 8 Millionen Pixeln ist für das Fotogeschäft interessant: Denn damit kann man die hohe Bildqualität moderner Kameras in faszinierender Größe darstellen. Wie die Fotobranche mit neuen Dienstleistungen von dieser Innovation profitieren kann, ist deshalb das Thema des Vortrages von Marcel Gonska, Gründer und CEO von White Light Consultations (WLC). Das Unternehmen berät seit vielen Jahren führende TV-Hersteller und Handelsunternehmen dabei, wie man durch die intelligente Kombination von Aufnahme-Technologien, Bildverarbeitung und Wiedergabegeräten bestmögliche Bildqualität erzielt.

Auch ungewöhnliche Kamera-Konzepte jenseits des Mainstreams werden in Köln wieder eine Rolle spielen. Denn die Veranstaltung hat bereits Tradition darin, wegweisende Konzepte zu präsentieren. So stellte das amerikanische Design-Unternehmen Artefact auf dem Business Forum Imaging Cologne 2012 ein Produkt-Konzept vor, bei dem eine objektivförmige Digitalkamera drahtlos mit einem Smartphone verbunden werden konnte. In diesem Jahr wird ein Top-Manager des amerikanischen Lichtfeld-Pioniers Lytro nicht nur Anwendungen für die aktuelle Kamera vorstellen, sondern auch einen Ausblick in die Weiterentwicklung der interaktiven „Living Pictures“ geben, bei denen der Schärfepegel nach der Aufnahme verändert, die Perspektive des Motivs gewechselt und sogar 3D-Animationen erzeugt werden können. In einem weiteren Vortrag wird Oskar Kalmaru, Mitgründer und Marketing-Chef des Start-ups Narrative, die „Wearable Camera“ Narrative Clip und ihre Anwendungen präsentieren.

Welche Produkte am besten verkauft werden (und welche nicht), ist das Thema von Heribert Tippenhauer, Global Director Photo, Office and Stationery, Consumer Choices von GfK Retail and Technology. Der amerikanische Analyst Hans Hartman (Suite 48 Analytics) wird

Wie in den Vorjahren werden auf dem Business Forum Imaging Cologne 2014 wieder zahlreiche Besucher aus dem Fachhandel, Bilddienstleistung und Industrie erwartet.

nicht nur die beliebtesten Foto- und Video-Apps darstellen, sondern auch zeigen, mit welchen Konzepten man mit den kleinen Software-Modulen Geld verdienen kann. Bilddienstleistungen im Einzelhandel sind ebenfalls ein Weg, mit Bildern Geld zu verdienen. Darren Johnson, Chief Growth Officer und Vice President von Kodak Alaris Personalized Imaging, wird die aktuellen Konzepte des neuen Unternehmens präsentieren, das sich nach der Insolvenz von der Eastman Kodak Company verselbstständigt hat.



Marcel Gonska, Gründer und CEO von White Light Consultations (WLC), wird aufzeigen, welche Chancen die neue 4K Ultra HD Fernsehtechnologie für das Fotogeschäft bietet.

Darren Johnson, Chief Growth Officer/Vice President Kodak Alaris Personalized Imaging, wird die neuen Strategien seines Unternehmens präsentieren.



Handelskonzepte

Die Herausforderungen für den Einzelhandel, für seine Kunden die richtigen Produkte zu finden und die richtigen Wege zu entdecken, um diese Kunden zu erreichen, werden vor allem am zweiten Tag des Business Forums Imaging Cologne 2014 thematisiert. Professor Glenn S.



Professor Glenn S. Omura (Institut für Marketing an der Michigan State University) spricht am 26. Februar über „Kundenbindung im Digitalzeitalter“.

Den Eröffnungsvortrag unter der Überschrift „The Sound of Imaging“ hält am 25. Februar Julian Treasure, Autor des Buches „Sound Business“ und Gründer von „The Sound Agency“.



Oskar Kalmaru, Mitgründer und Chief Marketing Officer des schwedischen Start-ups Narrative, stellt einen neuen Kamera-Typ als „Wearable Device“ vor und beleuchtet die Perspektiven von „Lifelogging“ für das Fotogeschäft.



Omura vom Institut für Marketing an der Michigan State University wird aufzeigen, wie der Fachhandel den persönlichen Kontakt zu seinen Kunden nutzen kann, um diese an sein Geschäft zu binden. Dabei wird Omura auch die Rolle beleuchten, die Online-Auftritte und die Nutzung mobiler Technologien dabei spielen können. Ein Beispiel, wie man erfolgreich eine Marke für Bilddienstleistungen aufbaut und gleichzeitig als Fotohändler Erfolg hat, wird Pavel Schreiber, Geschäftsführer der tschechischen Tochtergesellschaft von Cewe, präsentieren und seine Strategie mit Daten und Fakten illustrieren. In einer Podiumsdiskussion, bei der Vertreter unterschiedlicher Vertriebsformen unter Moderation von Martin Wagner, Ringfoto, zu Wort kommen werden, stehen erfolgreiche Einzelhandelskonzepte im Mittelpunkt.

The Sound of Imaging

Für die Eröffnung des Business Forums Imaging Cologne 2014 haben die Organisatoren einen besonders originellen Gastvortrag vorgesehen. Julian Treasure, Autor des Buches „Sound Business“ und Gründer von „The Sound Agency“ stellt unter dem Titel „The of Sound of Imaging“ dar, wie Erinnerungen, Momente und Emotionen nicht nur mit den Augen, sondern auch mit den Ohren erlebt werden. Dabei geht es nicht nur um die Kombination von Ton und Bildern, sondern auch um überraschende Perspektiven, wie Sound das Image von Marken prägt und das Einkaufserlebnis im Einzelhandel entscheidend beeinflussen kann.

Die Sponsoren des Business Forums Imaging Cologne werden ihre Innovationen und Dienstleistungen wieder in einer Netzwerkzone präsentieren. Dort können sich die Konferenzteilnehmer aus erster Hand über die Angebote von Cewe, di support, DNP, Felix Schoeller, Imaging Solutions, Kodak Alaris, Mitsubishi Electric, Lytro und Tetenal informieren. Am 25. Februar lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der die Gelegenheit zum informellen Austausch zwischen Besuchern, Sponsoren und Referenten besteht.

Organisiert wird das von der photokina veranstaltete Business Forum Imaging Cologne wie bisher vom globalen Imaging-Fachmagazin INTERNATIONAL CONTACT in Zusammenarbeit mit dem weltweiten Informationsdienst Photo Imaging News, USA. Das komplette Kongress-Programm und die Teilnahmebedingungen können per E-Mail an bfi@photokina.de angefordert werden. Die Unterlagen stehen auch als Download auf der Internetseite www.bfi-photokina.de zur Verfügung.

Neuheiten

Eye-Fi bringt Mobi Karte mit 32 GB Speicherkapazität

Eye-Fi, Hersteller von drahtlosen SD-Speicherkarten, hat die Verfügbarkeit der Eye-Fi Mobi Karte mit 32 GB Speicherkapazität bekannt gegeben. Mobi-Nutzer können Videos und Fotos von ihrer Digitalkamera schnell, einfach und smart streamen: Die Fotos werden von der Kamera direkt auf ein mobiles Gerät übertragen und sind sofort auf dem Tablet oder Smartphone verfügbar.



Die Fotos können über Facebook, Instagram, Snapseed, Pixlr oder auch E-Mail geteilt werden. Dazu wird einfach die Standard SD-Karte durch eine Mobi Card ersetzt, und zwei schnelle Schritte weiter erscheinen die Fotos auf dem ausgesuchten iOS- oder Android-Gerät. Die neue Eye-Fi Mobi SD-Karte mit 32 GB ist ab sofort für 81,99 Euro (UVP) erhältlich.

Grundig erweitert Men's Care Produktreihe

Grundig hat sein Men's Care-Portfolio um die beiden Herrenrasierer MS 7240 und MS 6240 erweitert. Dazu kommt der neue Haar- und Bartschneider MC 6340 mit integriertem Drehknopf zur Schnittlängenverstellung sowie der Haarschneider MC 8340 mit einem Titan-Edelstahlschneidsatz und zwei austauschbaren, besonders langlebigen Lithium-Polymer-Akkus.

Mit gegenläufigen Klingenblöcken und dem mittig positionierten Trimmer arbeiten beide Rasierer sehr präzise. Die Reinigung kann einfach und hygienisch unter fließendem Wasser erfolgen. Dank der Schnellladefunktion sind sie nach Entladung bereits nach zwei Stunden wieder einsatzbereit. Das Modell MS 7240 bietet zudem eine 5 LED Akku-Anzeige, die in 20-Prozent-Schritten den Ladezustand anzeigt und bei geringer Akku-Kapazität rechtzeitig zum Laden auffordert. Der neue Haar- und Bartschneider MC 6340 mit Akku- oder Netzbetrieb eignet sich sowohl für Haarschnitte als auch für die Bartpflege. Aufgrund des Teleskopkammsystems mit zwei Aufsätzen ist das Gerät für Haarlängen von 2 mm bis 41 mm geeignet. Durch den Drehknopf auf der Geräterückseite lässt sich die gewünschte Schnittlänge leicht einstellen.

Das besondere Merkmal des High Professional Haarschneiders MC 8340 ist der hochwertige, wartungs-

freie und besonders scharfe 45 mm breite Schneidsatz aus Titan und Edelstahl, der einen exakten Haarschnitt ermöglicht und hygienisch unter fließendem Wasser gereinigt werden kann. Ohne Kammaufsatz schafft es das Schneidegerät auf eine Haarlänge von 1,5 mm und deckt mit sechs unterschiedlichen Profi-Aufsteckkämmen und einem Aufsatz zum Ausdünnen eine Länge bis 20 mm ab. Zwei austauschbare leistungsstarke und langlebige Lithium-Polymer-Akkus sorgen für bis zu 160 Minuten kabellosen Betrieb.

Der neue High Professional Haarschneider MC 8340



Die beiden Rasierer MS 7240 (UVP: 69,99 Euro) und MS 6240 (UVP: 59,99 Euro) sind ab Januar 2014 verfügbar; der MC 6340 (UVP: 59,99 Euro) und der MC 8340 (UVP: 79,99 Euro) kommen ab Februar 2014 auf den Markt.

LG bringt 105 Zoll Curved Ultra HD TV im 21:9 Format Größe mit 11 Millionen Pixeln

LG Electronics wird auf der CES in Las Vegas das weltweit erste Ultra HD TV-Gerät mit gebogenem Bildschirm im Format 21:9 präsentieren. Mit einer Bildschirmdiagonale von 105 Zoll (267 cm) ist der Gigant zudem das größte TV-Gerät mit gebogenem Bildschirm, das bisher produziert wurde. Eine Auflösung von 11 Millionen Pixeln verspricht zusätzlich Bilderlebnisse der Superlative.

Der beeindruckende Fernseher bietet durch sein Kino-Format, seine hervorragende Bildqualität und seinen großen Betrachtungswinkel die Möglichkeit, auch feinste Details wahrzunehmen und Fernsehen in bisher unbekannter Intensität zu erleben. Der CinemaScope-Bildschirm mit dem Seitenverhältnis 21:9 bietet nicht nur die Proportionen für die Wiedergabe von Kinofilmen, sondern macht es auch möglich, zusätzliche Informationen am Rand einzublenden, ohne dass diese den laufenden Film stören.

Der LG 105UB9 ist das Ergebnis einer erfolgreichen Kooperation zwischen LG Electronics und LG Display. Um den gebogenen Bildschirm mit einer Auflösung von 11 Millionen (5.120 x 2.160) Pixeln in diesem großen Format zu realisieren, mussten einige Probleme mit Hilfe neuer Technologien gelöst werden, um beispielsweise die Stabilität der Konstruktion zu gewährleisten sowie die gleichmäßige Wiedergabe von Farben und Helligkeit über die gesamte Bildschirmfläche zu ermöglichen.

Bisher wurden für gebogene Displays vorzugsweise OLED-Panels eingesetzt, da diese selbstleuchtend sind. Das Problem der ungleichmäßigen Hintergrundbeleuchtung wurde von LG Display durch eine Weiterentwicklung seiner TFT- (Thin Film Transistor) Pixel-Schaltungstechnologie gelöst.

„LG Display hat mit innovativen und differenzierten Technologien seine beherrschende Rolle im Display-Markt behauptet“, sagte Yong-kee Hwang, Senior Vice President und Leiter der TV Business Unit von LG Display. „Mit einer Auflösung von 11 Millionen Pixeln ist das gebogene LCD-Panel mit 105 Zoll Bilddiagonale der Beweis für unsere weiterhin führende Position im Markt für zukunftsweisende Displays und stellt eine erstklassige Lösung mit hervorragendem Nutzen für unsere Kunden dar.“

Besucher des Messestandes von LG

auf der CES 2014 (Las Vegas Convention Center, Central Hall #8204) können von Dienstag, den 7. Januar, bis Freitag, den 10. Januar, dieses einzigartige Produkt selbst kennenlernen.

„Auf der CES 2014 werden wir das neue Jahr mit mehreren spannenden Neuheiten einläuten; dabei bildet der erste 105 Zoll große, gebogene ULTRA HD TV einen passenden Auftakt“, sagt Michael Wilmes, Senior Manager Public Relations bei LG Electronics Deutschland. „Das Modell 105UB9 von LG ist das weltweit erste und größte Produkt seiner Art und nutzt wegweisende Technologie, um ein einzigartiges Seherlebnis zu realisieren. LG wird auch 2014 eine maßgebliche Rolle im Markt für innovative TV-Produkte spielen und den Beweis dafür erbringen, dass mit LG alles möglich ist.“

Mit einer Bildschirmdiagonale von 105 Zoll (267 cm) ist der LG 105UB9 das größte TV-Gerät mit gebogenem Bildschirm, das bisher produziert wurde.



Neuheiten

Yamaha sorgt für noch mehr TV-Sound

Mit dem neuen Digital Sound Projector YSP-1400 und dem Front Surround-System YAS-152 will Yamaha die Klangqualität der aktuellen TV-Geräte-Generation noch weiter verbessern und wendet sich mit dem neuen Line-Up besonders an Einsteiger.

Der neue Digital Sound Projector YSP-1400 ist mittig mit acht Beam-Lautsprechern ausgestattet, die nach Angaben von Yamaha über gezielte Schallreflexionen im Raum echten 5.1 Surround-Sound generieren. Zwei eingebaute Tieftöner mit 8,5 cm Durchmesser sorgen zusätzlich für kraftvollen Bass und packende Effektsounds bei Hollywood-Blockbustern.

Auch der YAS-152 besteht aus einem einzigen schlanken Gehäuse, das durch seine extrabreiten Maße besonders gut zu großen Fernsehern ab 55 Zoll Bildschirmdiagonale passt. Im Inneren befinden sich zwei 6,5 cm Treiber und zwei Subwoofer mit 8,5 cm Durchmesser, die für einen herausragenden Bass sorgen. Als Front Surround System wird beim YAS-152 die Air Surround Xtreme-Technologie genutzt – eine einzigartige Yamaha Eigenentwicklung, die durch Berechnung komplexer Algorithmen mit nur zwei Lautsprechern einen realistischen 7.1 Surround Sound erzeugt.

Ebenfalls neu ist der TV-Soundbooster NX-B55 von Yamaha. Das Gerät ist kinderleicht anzuschließen und ebenso einfach zu bedienen: Mit nur einem Kabel wird er an den Kopfhöreranschluss des Fernsehers angeschlossen. Die Lautstärke lässt sich so über die Fernbedienung des TV-Geräts steuern.

Die Soundbar-Systeme YSP-1400 und YAS-152 lassen sich mit der kostenlosen HT Controller-App für iOS und Android komfortabel per Smartphone und Tablet steuern. Zudem ist es sowohl bei den Soundbars als auch beim TV-Soundbooster möglich, Musik via Bluetooth kabellos abzuspielen.

Der Digital Sound Projector YSP-1400 hat einen UVP von 399 Euro, das Front Surround System YAS-152 von 329 Euro und der TV-Soundbooster NX-B55 von 149 Euro. Alle drei Sound-Systeme sind ab sofort verfügbar.

easypix Actioncam „GoXtreme Speed“ Full HD

Die neue Actioncam GoXtreme Speed Full HD von easypix ist besonders robust, wasserdicht bis zu 10 Meter Tiefe, handlich und natürlich stoßfest. Neben Fotos in 12 MP Bildauflösung können auch 1.080p Full HD Videos (1.920 x 1.080p) mit Sound



aufgenommen werden. Die GoXtreme Speed Full HD ist besonders für den Einsatz beim Cross- oder Mountainbiken, Snowboarden, Surfen, Tauchen oder Fallschirmspringen und Gleitfliegen geeignet. Die Actioncam ist mit einer 120° Weitwinkel-Linse ausgestattet und filmt in Full-HD-Qualität mit der Auflösung von 1.920 x 1.080p bei 30 Bildern pro Sekunde. Bei einer HD-Auflösung von 1.280 x 720p können sogar 60 Bilder pro Sekunde aufgenommen werden. Die GoXtreme Speed Full HD besitzt ein rückseitiges Touch-Display mit einer Diagonale von 6 cm (2,4") und darüber hinaus einen HDMI-Ausgang, um sie direkt an Computer oder Fernseher anzuschließen. Zur Speicherung bzw. zum Datentransfer können externe MicroSDHC-Karten bis zu 32 GB eingesetzt werden.

Zum Lieferumfang der GoXtreme Speed Full HD gehören Halterungen für das Fahrrad, das Surfbrett und einen Helm, inkl. hilfreicher Befestigungssticker von 3M, sowie ein wasserfestes Gehäuse. Ein Autoladegerät, eine Fernbedienung, ein USB-Kabel und ein Handbuch werden ebenfalls mitgeliefert.

Der UVP für die in Schwarz erhältliche easypix Actioncam GoXtreme Speed Full HD beträgt 119,90 Euro.

Samsung AVantgarde Programm gestartet Für Premium-Partner



Auf 600 qm präsentieren die Reisenberger Galerien Premium Produkte wie den Curved OLED und den 84" UHD TV von Samsung.

Mit der Eröffnung des ersten teilnehmenden Geschäfts rollt Samsung das neue Premium-Programm „AVantgarde“ für den Fachhandel aus, das umfassende Unterstützung bei Service, Marketing und Vertrieb beinhaltet. Beim offiziellen Start des ersten AVantgarde Shops Ende November in den Reisenberger Galerien war Bernhard Schoon für PoS-MAIL dabei.

Samsung hat das AVantgarde Premium-Programm für Fachhändler entwickelt, die gehobene TV-, Audio- und Video-Produkte an einen besonders anspruchsvollen Kundenkreis verkaufen. Diese Partner erhalten eine spezielle Betreuung, hochwertige Shop-Displays und PoS-Materialien zum Abverkauf der diversen Lineups von Samsung.

Bis Ende 2014 sollen 150 Händler am AVantgarde-Programm teilnehmen. Voraussetzung dafür ist zwar ein bestimmtes Umsatzpotenzial, eine Haus-Jahresvereinbarung ist aber nicht vorgesehen. Wichtig sind zudem ein repräsentatives Erscheinungsbild des Geschäfts und eine herausgehobene Stellung des Fachhändlers in seinem regionalen Umfeld. Zudem erwartet Samsung die Präsentation der Premium-Produktlinien wie der 7er, 8er und 9er Serie in der Ausstellung. Ein Nebeneinander mit anderen Marken, die z. B. den Schwerpunkt im hochwertigen Klangerlebnis haben, ist möglich. Die Autorisierung der AVantgarde Fachhändler erfolgt durch die zuständigen Regionalvertriebsleiter, über berechnete Großhändler und die Zentralen der großen Kooperationen in Abstimmung mit der Samsung Zentrale. „Mit AVantgarde vollziehen wir den Schulterschluss mit dem Premium-Fachhandel und bieten unseren Partnern von der Produktpräsentation über die intensive regionale Betreuung bis zum Service ein erstklassiges Rundum-Paket“, erklärte Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics GmbH. „Es freut uns, dass das Programm so positiv aufgenommen wird und wir in diesem Rahmen gemeinsam mit den Reisenberger Galerien so ein wahrhaftes Premiererlebnis schaffen konnten.“

Um das Programm konsequent umzusetzen, hat Samsung bereits sieben neue Mitarbeiter im Außendienst eingestellt, fünf davon werden ausschließlich für AVantgarde eingesetzt. Dadurch können Fachhändler bei Aktionen und Events

unterstützt werden, z. B. mit einer mehrere Wochen langen Leihstellung von UHD-Fernsehern, um das Produkt mit wenig Kapitalbindung in den Mittelpunkt rücken zu können. Mit regelmäßigen Produktschulungen zu Innovationen wie UHD TV, Evolutionary TV und der Samsung Smart Hub Oberfläche will Samsung den AVantgarde Fachhändlern zu mehr Kompetenz und wertvollen Argumenten für den Verkauf verhelfen.

Echter Premium-Partner

Die Reisenberger Galerien auf der Maxburgstraße in München sind ein Musterbeispiel dafür, wie man auch in Zeiten des Preiswettbewerbs im Fachhandel ein Premium-Konzept realisieren kann. Das Fachgeschäft zwischen Marienplatz und Stachus hat sich seit über 25 Jahren auf exklusive Audio- und Videosysteme spezialisiert und betreut anspruchsvolle Endkunden ebenso wie gewerbliche Anwender. Zu den B2B-Leistungen (Business-to-Business) des Unternehmens gehören Spezialeinbauten, Ausstattungen für Hotels oder Videosysteme für Konferenzräume. Das AVantgarde-Programm passt gut zur Premium-Philosophie des Fachhändlers, der auf einer Ausstellungsfläche von 600 qm mit Showroom und einem eigenen Kino neben Samsung die Highend-Produkte von Loewe und Bang & Olufsson präsentiert. Seit Ende November sind dort auch die Samsung UHD Smart-TVs erhältlich, die sich bereits als „absoluter Hingucker“ bewährt haben. Auch Blu-ray-Heimkinoanlagen und Soundbars des koreanischen Herstellers werden demonstriert.

„UHD ist ein Meilenstein in der TV-Bildqualität“, findet Roland Baumgartner von Reisenberger Galerien. „Die Beschäftigung mit UHD ist wichtig, da diese Technologie am Puls der Zeit liegt.“ Obwohl Filme und Sendungen noch knapp sind, bietet die neue Technik bereits jetzt reales Umsatzpotenzial. So kann man mit den smarten UHD-Fernsehern von Samsung auch HD-Programme in höherer Auflösung anschauen, mit Skype telefonieren, Fotos vom Smartphone auf dem großformatigen TV-Screen präsentieren oder per Gestensteuerung durch die Funktionen navigieren. Solche Argumente seien im Verkaufsgespräch mit anspruchsvollen Kunden wichtiger als die Fußball-Weltmeisterschaft oder Olympische Spiele, erklärte Baumgartner: „Sport-Events werden als Treiber des AV-Geschäftes oft überschätzt. Design und Innovation hingegen sind die wahren Treiber, auch wenn 90 Prozent der Funktionen nicht genutzt werden.“



Eröffneten gemeinsam den ersten AVantgarde Shop: Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics GmbH (links), und Daniel Reisenberger.

Grundig will noch mehr Eigenständigkeit zeigen Mehr smarte Angebote, eigene Panels

Grundig will sich auf dem hart umkämpften TV-Markt durch eigene Entwicklungen weiter profilieren. So wurde das Angebot der Plattform für die Smart-Inter@ctive-TVs 2.0 mit einem Software-Update erweitert und um interessante Energiespar-Funktionen ergänzt. Zudem nahm das Unternehmen in seinem Werk in Istanbul eine eigene Panel-Produktion für Full-HD- und Ultra-HD-Geräte in Betrieb.

Mit der neuen Software-Version 02.009, die für über 40 smarte Grundig Fernsehgeräte aus den Serien Vision 7 und Vision 9 sowie für alle TVs der City Line-Reihen Sydney, New York und Rio verfügbar ist, wird das Angebot des Grundig Application Stores um Deutschlands größte Online-Videothek maxdome erweitert. Damit können die Besitzer der Grundig Smart-TVs direkt bequem auf attraktive Film- und Serien-Highlights zugreifen. Zusätzlich ermöglicht das Update die individuelle Steuerung des Energiespar-Modus.

So schaltet sich das Display anhand einer vordefinierten Einstellung automatisch ab, wenn der Fernseher über die Radiofunktion oder USB-Musik ohne Bildinformationen wiedergibt. Dabei kann der Abschaltzeitpunkt über Menüeinstellungen in den drei Stufen „10 Sekunden“, „30 Sekunden“ bis hin zu „60 Sekunden“ gewählt oder auch abgeschaltet werden. Die gewählte Funktion wird vor der Ausführung über eine Meldung angezeigt.

Die neue Software ermöglicht auch die individuelle Regulierung der Betriebs-LED. Während bisher zwischen „Niedrig“ und „Hoch“ gewählt werden konnte, lässt sich die Helligkeit der Leuchte nun im Standby um 55 Prozent reduzieren; bei Betrieb kann sie ganz ausgeschaltet werden.

Das Update kann online direkt auf dem Fernsehgerät installiert werden; in Zukunft will Grundig die Nutzer bei jedem Update vor der Installation über die wichtigsten Neuerungen informieren.

Eigene Panels aus Istanbul

Bereits Ende Oktober hat Grundig in seinem TV-Werk in Istanbul eine neue Produktionslinie für TV-Panels in Betrieb genommen, auf der sowohl Full-HD- als auch Ultra-HD-Geräte produziert werden können. Die Fertigungsanlage ist als sogenanntes Backlight-Modul-Montagesystem (BMS) ausgelegt und soll durch die Integration von Panel- und Chassis-Montage ein besonders flexibles und individuelles Design der TVs ermöglichen. Davon verspricht sich der Hersteller eine größere Differenzierung von Wettbewerbsprodukten. Darüber hinaus wirkt sich das integrierte Montage-Modell günstig auf die Effizienz der Produktion aus. Eine Million Panels pro Jahr will Grundig auf der neuen Produktionslinie herstellen. Mit der Investition in die TV-Technologien der Zukunft will Grundig seine technologische Kompetenz unterstreichen. „Die Eröffnung der Panel-Produktion ist ein Meilenstein auf dem Weg zu mehr Flexibilität und Unabhängigkeit“, erklärte Murat Sahin, CEO Grundig Intermedia GmbH. „Damit stärken wir unsere Wettbewerbsfähigkeit in einem sehr dynamischen und schnelllebigen Markt.“

Die Investition, so Sahin weiter, zeige darüber hinaus das Vertrauen der Muttergesellschaft in die Marke Grundig. Denn Qualität sei nach wie vor das A und O, um zukunftsfähig zu bleiben. So ist bereits für 2014 die Eröffnung einer zweiten Linie geplant, die ebenfalls für eine Produktion von rund einer Million Panels pro Jahr ausgelegt ist.

Auch Horst Nikolaus, Geschäftsführer Vertrieb Grundig, erwartet von der eigenen Panel-Fertigung positive Effekte, und zwar auch für die Handelspartner: „Der TV-Markt wandelt sich rasant, und Grundig ist auf diese Veränderungen sehr gut vorbereitet. Die neue Panelproduktion ermöglicht es uns, flexibel und effizient zu agieren und für unsere Kunden die optimalen Produkte zu liefern“, sagt er.



Das Software-Update ermöglicht die individuelle Steuerung wichtiger Energiespar-Funktionen.

Zur Eröffnung der neuen Panel-Produktion hatte Grundig den Beirat der GFI (Grundig Fachhandelsinitiative) eingeladen und dabei im Rahmen von Workshops auch die Weichen für 2014 gestellt. „Es hat sich abermals gezeigt,



Eröffnung der neuen Grundig-Panelproduktion durch Murat Sahin, CEO Grundig Intermedia GmbH, Jürgen Müller, Vorsitzender GFI-Beirat, Erkan Duysal, Leiter der Fabrik, und Horst Nikolaus, Geschäftsführer Vertrieb Grundig Intermedia GmbH.



Die neue maxdome-Applikation bietet Zugriff auf über 50.000 Filme und Serien.

wie wichtig der Dialog auf Augenhöhe und eine vertrauensvolle Partnerschaft mit dem Handel sind“, betonte Nikolaus. „Die positive Resonanz, die wir von den Mitgliedern des GFI-Beirats erhalten haben, macht uns sehr zuversichtlich, dass 2014 ein Wachstumsjahr für Grundig werden wird.“



Mit der eigenen Panel-Produktionslinie will Grundig bei Chassis und Design der TVs noch flexibler werden.



Auch Jürgen Müller, Vorsitzender des Beirats, zeigte sich zufrieden: „Wir haben die Gelegenheit für viele intensive, positive Gespräche genutzt, insbesondere mit dem Produktmanagement vor Ort. Ebenso haben wir sehr interessante Anregungen von der Designabteilung erhalten, die aus Nürnberg mitgereist war und uns spannende Einblicke in das TV-Design von morgen ermöglicht hat. Es freut mich besonders, dass Grundig die Anregungen aus dem Handel sehr ernst nimmt und auch in Zukunft auf die Impulse des Handels großen Wert legt.“

Aktuelle Trends für Entertainment und Navigation

Car Media Business Tour 2014

Nach der erfolgreichen Premiere in diesem Jahr wird die Car Media Branche im März 2014 erneut auf eine große Business to Business Tour quer durch Deutschland gehen. Im Rahmen der Car Media Business Tour wollen 15 führende Hersteller an fünf Standorten wieder gemeinsam ihre Produkte und Dienstleistungen rund um Unterhaltung, Kommunikation und Navigation im Auto dem eingeladenen Fachpublikum präsentieren. Fachbesucher haben dabei die Möglichkeit, sich aus erster Hand über die neuesten Entwicklungen und Trends zu informieren.

Die Vorbereitungen für die zweite Auflage des Events laufen bei den teilnehmenden Industriepartnern und der betreuenden Agentur MediaTel bereits auf vollen Touren. Im Januar wollen die ausstellenden Unternehmen Einladungen mit Anmelde-Codes an die Fachhändler versenden. Nach dem Stand Mitte Dezember werden folgende Hersteller auf der Car Media Business Tour 2014 vertreten sein: ACV GmbH, AIV GmbH & Co. KG, Alpine Electronics GmbH, Audio Design GmbH, Audio System Europe GmbH, Audio System Germany, Axion AG, CHPW European Center, Clarion Europa GmbH,



Bereits die erste Car Media Business Tour wurde von vielen Besuchern aus dem Fachhandel für den direkten Kontakt mit den Hersteller genutzt.



DLS Sound Fashion GmbH, JVC Deutschland GmbH, Kenwood Electronics Deutschland GmbH, Magnat Audio-Produkte GmbH (Audiovox), Pioneer Electronics Deutschland GmbH und Sony Deutschland.

Im Jahr 2014 wird die Roadshow in München (11. März), Magdeburg (13. März), Hamburg (17. März), Bottrop (20. März) und Stuttgart (25. März) Station machen. Veranstalter und Aussteller setzen dabei auf Bewährtes. Händler und geladene Gäste sollen sich pünktlich zum Start in das Frühjahrsgeschäft austauschen, die Top-Produkte in Augenschein nehmen und ihre Geschäfte tätigen. Für Händler ist das mobile B2B-Konzept eine gute Gelegenheit, ihre Frühjahrsorder zusammenzustellen und so gut gerüstet in die neue Saison zu starten. Das Rahmenprogramm wurde schon im Hinblick auf die Fußball-Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien konzipiert: So haben die Besucher Gelegenheit, in einer großen Fußball-Lounge Tischkicker zu spielen und sich im Torwandschießen zu üben. Neben Sofort-Preisen gibt es an jedem Standort eine Reise für zwei Personen zur Fanmeile nach Berlin mit Übernachtung in einem Fünf-Sterne-Hotel zu gewinnen.

Weitere Informationen, beispielsweise die genauen Standortadressen, eine Aussteller-Übersicht sowie die Besucherregistrierung gibt es im Internet unter www.cmbt2014.de.

Rückendeckung durch führende Fachhändler

„Wir glauben an Loewe“

Während das Management der Loewe AG mit Investoren über Wege aus dem Insolvenzverfahren und die strategische Neuorientierung verhandelt, haben sich führende Fachhändler demonstrativ hinter das Kronacher Traditionsunternehmen gestellt. Dabei wurde nicht nur auf die Bedeutung der Premium-Marke für das TV-Geschäft verwiesen, sondern auch auf das Vertrauen, das viele Konsumenten nach wie vor in den Namen Loewe haben.

„Der Premium-Markt in der Unterhaltungselektronik ist nach wie vor intakt“, erklärte Michael Beckhoff, Geschäftsführer von Beckhoff Technik und Design aus Verl. „Es gibt die Kunden, die das besondere, individuelle Angebot suchen. Gerade hier kann die Premium-Marke Loewe punkten.“ Deshalb setzte das Unternehmen bei seinen Jubiläumsaktivitäten „60 Jahre Beckhoff“ auf Loewe, und zwar mit Erfolg: Mehr als 100 Loewe Systeme wurden allein bei diesem Anlass verkauft. Zwar hätten die Kunden nach der Sicherheit beim Service gefragt, gab Beckhoff zu. „Dafür stehen wir aber seit 60 Jahren



Hundert Prozent Premium: Die Loewe Abteilung bei den HiFi-Profis in Frankfurt.

gerade“, erklärte der Fachhändler. „Dann war das plötzlich überhaupt kein Thema mehr. Viele Kunden haben sich bewusst in Kenntnis der Situation für ein Loewe Produkt entschieden. Den Satz ‚Jetzt erst recht‘ haben wir dabei mehrfach gehört.“

Auch Ernst Schmid von den Frankfurter HiFi-Profis ist nach wie vor von der Zugkraft der Marke überzeugt. Zwar sei das Geschäft mit den Premium-Produkten aufgrund der allgemeinen Marktlage und der besonderen Situation bei Loewe schwieriger geworden, erklärte der Fach-

händler. Dennoch biete die Marke den Kunden nach wie vor das besondere, höchst individuelle Angebot, das in Technik und Design auf persönliche Vorlieben eingehe. „Natürlich kommen die Fragen nach der Situation des Unternehmens und nach sicherer Garantie- und Ersatzteil-Versorgung. Aber wenn wir auf unsere spezielle Handelskompetenz hinweisen, dann sind die schnell vom Tisch. Das Loewe Sortiment überzeugt ja nach wie vor“, betonte Schmid. Das gelte nicht nur für die Kunden. „Auch ich vertraue auf das Fachhandels-exklusive Loewe Sortiment. Wir glauben an Loewe.“

Für den expert Fachhändler Norbert Loskill aus Castrop-Rauxel bleibt Loewe ebenfalls das Aushängeschild. „Loewe unterscheidet sich optisch und haptisch vom Rest der UE-Welt“, betonte der Fachhändler. „Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind Performance, technischer Support und Nachsorge bei Loewe perfekt wie immer.“ Auch Loskills Mitarbeiter stehen hinter der Premium-Marke. Das Sortiment werde mit allen Schwerpunkten sehr ausführlich im Fachgeschäft präsentiert, und besonders die neue TV-Gerätelinie Art verkaufe sich gut, stellte Loskill fest. „Wir sind seit 1987 Loewe Partner und haben auch in den letzten beiden Monaten mit Loewe im Rahmen der allgemeinen Marktsituation richtig gut verkauft.“

Personal Care Neuheiten

Gepflegt ins neue Jahr

Gesundheit und Wohlbefinden nehmen beim bewussten Endverbraucher einen hohen Stellenwert ein. Dabei spielt auch hier Lifestyle eine entscheidende Rolle. Die neuen Personal Care Produkte sind nicht nur nützliche Helfer in Sachen Pflege und Styling, sie überzeugen auch in Technik und Design.



Gesundheit und Wohlbefinden kennzeichnen auch die langfristige, strategische Ausrichtung von Philips. Auf genau diese Strategie zahlt der neue Philips Luftbefeuchter HU4803 ein. Der Luftbefeuchter zeichnet sich durch die hygienische NanoCloud-Technologie aus und überzeugt mit dem digitalen Display ebenso wie durch sein Design. Der HU4803 stößt 99 Prozent weniger Bakterien aus als Luftbefeuchter mit Ultraschall-Technologie und verbraucht weniger Strom als herkömmliche Geräte.

„In Europa teilen viele Menschen das Bedürfnis nach einem nachhaltigeren und gesünderen Leben. Gesunde und frische Luft steht dabei an oberster Stelle“, so Jan Wentrot, Marketing Manager Air Philips Consumer Lifestyle DACH. „Insbesondere das Beheizen kalter Räume reduziert im Winter die Luftfeuchtigkeit bis unter 30 Prozent. Hier unterstützt unser Luftbefeuchter HU4803 – das Gerät bringt den Feuchtigkeitsgehalt der Raumluft auf natürliche Weise auf ein optimales Niveau zwischen 40 und 60 Prozent. Dadurch wird besonders Menschen mit empfindlichen Atemwegen, gereizten Augen und gespannter Haut zu einem angenehmeren Winter verholfen“, so Wentrot weiter. Der Philips Luftbefeuchter HU4803 ist seit November 2013 für eine unverbindliche Preisempfehlung von 119,99 Euro verfügbar.



Dadurch wird besonders Menschen mit empfindlichen Atemwegen, gereizten Augen und gespannter Haut zu einem angenehmeren Winter verholfen“, so Wentrot weiter. Der Philips Luftbefeuchter HU4803 ist seit November 2013 für eine unverbindliche Preisempfehlung von 119,99 Euro verfügbar.

Gesundheit aufs Smartphone

Im Rahmen der Linie beurer connect world stellte der Spezialist für Gesundheit und Wohlbefinden beurer im Herbst ein neues Produkt vor, das per Bluetooth smart schnell, sicher und komfortabel die gemessenen Werte an die HealthManager App überträgt. Die Diagnosewaage BF800 ermittelt neben Gewicht und BMI-Wert auch zahlreiche weitere Gesundheitswerte. Die gemessenen Daten können via Bluetooth smart auf die kostenlose HealthManager App übertragen werden, so dass sich die Werte bequem auf dem Smartphone darstellen lassen. Wer möchte, kann die Daten auch auf die globale Website HealthManager Web übertragen und sie an die Software HealthManager PC weiterleiten. Voraussetzung für die Nutzung der innovativen Gesundheitsmanagement-Lösung von beurer ist ein Download



der HealthManager App auf das Smartphone. Dann wird das Benutzerkonto mit allen relevanten persönlichen Daten angelegt. Nun kann – beispielhaft für die Diagnosewaage beurer BF800 – der Wiegevorgang erfolgen. Die so erfassten Daten, also Gewicht, Body-Mass-Index (BMI), Wasseranteil, Muskelmasse, Knochenmasse, Basal Metabolic Rate (BMR) und Active Metabolic Rate (AMR), übermittelt die Waage via Bluetooth smart an das Smartphone, wo Benutzer in der HealthManager App ihre persönlichen Werte verwalten können. Die beurer BF800 ist für maximal 8 Benutzer ausgelegt und bietet eine automatische User-Erkennung.

Farbe im Bad

Auch wenn die dunkle Jahreszeit noch im vollen Gange ist, zeigt Grundig Farbe. Die neue Stylinglinie Deep Purple sorgt mit intensiven Lilatönen für Frühling im

Badezimmer. Mit dem Solid Ceramic Hair Styler Straight & Curls HS 5032 lassen sich je nach Lust und Laune vielfältige Looks zaubern. Dank professioneller Vollkeramikplatten läuft das Styling besonders schonend ab, da diese für gleichmäßige Wärmeverteilung sorgen. Je nach Haarstruktur lässt sich über die individuelle Temperaturregelung von 120 bis 210 Grad die optimale Temperatur wählen. In Sachen Bedienkomfort punktet der lila Beauty-Helfer zudem mit einer nur 60-sekündigen Aufheizzeit, einem drehbaren Kabelgelenk und 2-Meter-Profikabel. Wenn es um lang anhaltenden Schwung

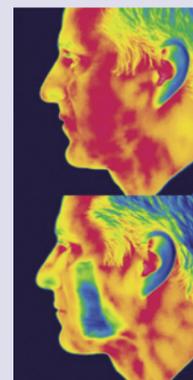
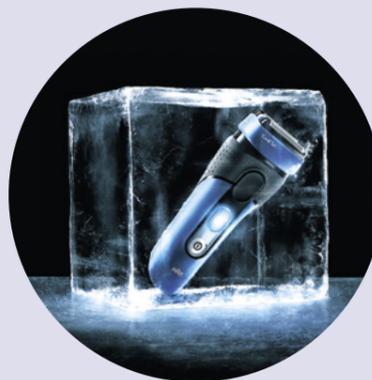


und Fülle geht, ist der Volumen- und Lockenstyler HS 4023 die erste Wahl. Der Keramik Haartrockner HD 6760 strahlt nicht nur in frischen Flieder- und Silbertönen, sondern sorgt auch im Haar für strahlenden Glanz. Denn das keramikbeschichtete Düsendgitter verteilt die Wärme gleichmäßig, schützt damit jede einzelne Haarfasern und entzieht dem Haar keine Feuchtigkeit.

Braun °CoolTec

Viele Männer klagen nach der täglichen Rasur über lästige Hautirritationen. Oft können selbst spezielle Pflegeelotionen nach der Rasur keine Abhilfe mehr schaffen. Hier setzt Braun gezielt an. Dank intensiver Forschungen und enger Zusammenarbeit mit international führenden Dermatologen präsentiert Braun eine Weltneuheit im Bereich der Herrenrasur: den Braun °CoolTec. Ausgestattet mit der Thermo-Electric-Cooling-Technologie (TEC), zu der auch ein integrierter Kühlstab aus Aluminium gehört, wird die Haut bereits während der Rasur gekühlt – für eine sicht- und spürbare Minderung rasurbedingter Hautirritationen. Auch in

Sachen Design setzt Braun Maßstäbe: Der Braun °CoolTec wurde mit dem weltweit anerkannten „red dot design award 2013“ ausgezeichnet.



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Endlich: ein Haarnetz von Sony!

Mit zunehmendem Alter hat sich selbst mein sprichwörtlich volles Haar leicht reduziert, aber ich bin noch nie auf den Gedanken gekommen, ein Toupet zu tragen. Das könnte sich jetzt ändern: Denn Sony hat (vermutlich als Alternative zu Datenbrille und Datenuhr) die WLAN-Perücke erfunden – und patentiert. Die gute Nachricht: Der Nutzer kann beim Sony-Toupet zwischen Yak-, Pferde- oder Menschenhaar, ja sogar Federn oder Wolle wählen. Und die noch bessere Nachricht: In dem haarigen Ding stecken Chips und Sensoren, ein WLAN-Modul und womöglich auch GPS. Die Vorteile dieser Innovation liegen auf der Hand, pardon, auf dem Kopf: Die Perücke fängt an zu vibrieren, wenn eine neue E-Mail ankommt, und sie könnte sogar zur Steuerung vernetzter Geräte dienen, indem man sich am Kopf kratzt, eine Strähne zurückstreicht oder (das steht nicht in der Patentschrift) sich die Haare rauft. Dazu gibt es ja zur Zeit viele Anlässe – aber ich wollte ja gar nichts zur Großen Koalition schreiben.

Fest steht jedenfalls: Sony hat dem Begriff Haarnetz eine völlig neue Bedeutung gegeben. Und ich bin schon gespannt, welches „Wearable Device“ erfunden wird, um das haarsträubende Konzept zu kontern. Ich rege die Entwicklung einer WLAN-fähigen Unterhose an, gerne auch in Langversion für kalte Tage. Wenn die dann bei jeder E-Mail vibriert ..., nein, ich glaube, ich verliere mich. Prost Neujahr!

Herzlichst Ihr *Wagner*

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90

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

Bankverbindung:
Postbank Essen, Kto. 164 565 438,
BLZ 360 100 43

IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Thomas Blömer, DGPh.

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Dipl. rer. pol. Karla Schulze;
Franz Wagner, Lidija Zimmek, M. A.

Anzeigen:

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 14
v. 1. Januar 2014



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb:

Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt
Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.
Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635





Samsung F700

Innovatives Kraftpaket und flinker Wirbelwind.

Beeindruckende Leistung

Ab jetzt können Ihre Kunden eine besonders komfortable Art des Staubsaugens kennenlernen. Denn die beutellosen Geräte der Motion Sync Line sorgen dank hoher Saugkraft und Turbo-Tierhaarbürste für Premium-Sauberkeit. Neben Böden reinigt ihr mehrstufiges Filtrationssystem auch die Raumluft. Dabei erleichtert die bequeme Funkfernbedienung am Griff die Leistungseinstellung, und der Betrieb im Silent Mode ist so leise, dass wir ihn hier eigentlich gar nicht erwähnen müssten.

Innovatives Design

Was wir allerdings gerne erwähnen möchten, ist das innovative Design. Dank ihrer Beweglichkeit steht die Motion Sync Line deshalb auch für bequemes und effizientes Staubsaugen. Ermöglicht wird dies durch Eigenschaften wie den um 36° schwenkbaren Korpus, der den Samsung F700 besonders wendig macht, sowie die konische Aufhängung der leichtgängigen Räder, die für einen besonders komfortablen und stabilen Lauf sorgt.

SAMSUNG