



SENNHEISER
URBANITE



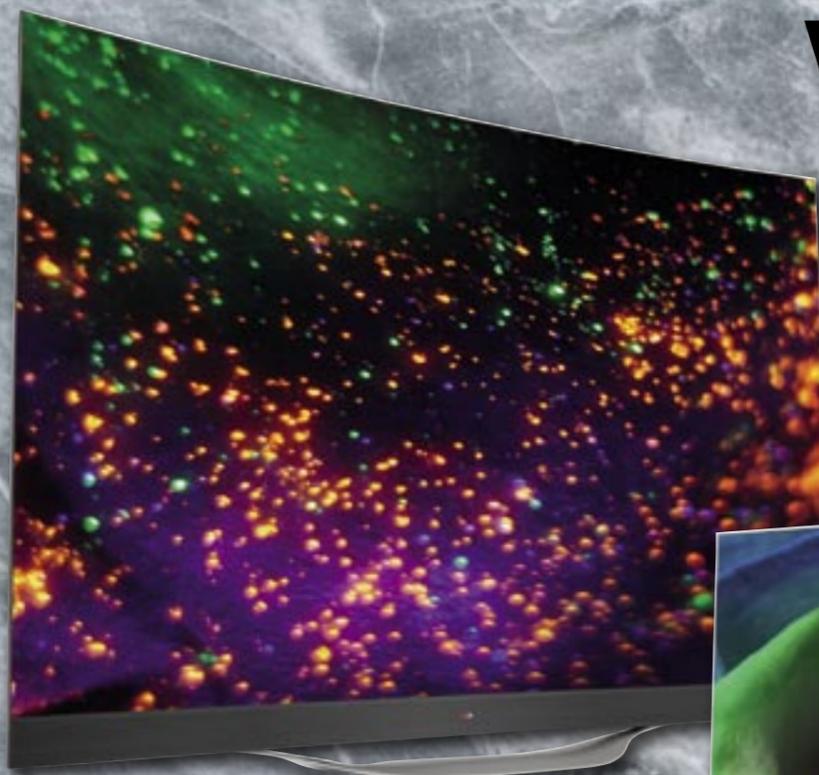
URBANITE XL WIRELESS

Bassbetonter Sound noch mobiler. Spielend einfache Wireless-Konnektivität und intuitive Touch-Steuerung bieten Ihren Kunden höchsten Bedienkomfort. Für die perfekte Kombination aus intensivem Club-Sound und urbaner Freiheit.

Mehr entdecken auf:
sennheiser.de/urbanite-xl-wireless



SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound



Wertschöpfung mit den neuen LG TVs



Die Dual Premium-Strategie

Bei seinem neuen TV-Sortiment für 2015 setzt LG auf aussergewöhnliche Bildqualität, die das hohe Niveau von 4K Ultra HD weiter steigert. Als weltweit einziger Hersteller bietet das Unternehmen flache und gebogene OLED-TVs mit strahlenden Farben und perfekten Schwarztönen an und ergänzt diese Palette mit Ultra-HD-Fernsehern, die mit der neuen Color Prime Technologie auch im LED Bereich beeindruckende

Bildqualitäten realisieren. Diese innovativen Display-Technologien werden mit einem schlanken Design kombiniert; zudem wird die Nutzung von Smart-TV Angeboten durch die neue Plattform webOS 2.0 besonders einfach. Die hervorragende Resonanz des Fachhandels auf die noch bis Mitte März laufende Roadshow ist für die Verantwortlichen ein wichtiges Signal, dass LG auf dem richtigen Weg ist.

„Unsere Dual Premium-Strategie, die sowohl mit unseren einzigartigen OLED-TVs als auch mit den Prime UHD-Modellen den Markt für hochwertige Fernseher vergrößert, ist ein weiterer guter Grund, unsere erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel nochmals zu intensivieren“, erklärte Martin Winkler, Senior Vice

President Consumer Business bei LG Electronics Deutschland. „Denn nur der Fachhandel hat die Kompetenz, den Kunden die überragende Bildqualität unserer TVs zu demonstrieren und sie für die Vorteile unserer Premium-Produkte zu begeistern.“ Dies bietet die Chance für eine höhere Wertschöpfung im wettbewerbsintensi-

ven TV-Markt, denn mit den neuen 4K UHD-OLED-Modellen können deutlich größere Zielgruppen angesprochen werden als zuvor. Natürlich sind diese Geräte, die in den Bildschirmgrößen 55“, 65“ und 77“ (140, 165, 196 cm) mit gebogenen und flachen Bildschirmen erhältlich sind, immer noch nicht billig. Aber LG



Metz Made in Germany

Metz erst recht!
Metz gibt genug Gründe um sich
Metz einen Metz zu entscheiden.

WA 750 *Single*

NEU



ROMMELSBACHER

WA 1200 *Family*

NEU





EDITORIAL

Lauschangriff im Wohnzimmer?

Das war wieder ein echter Aufreger für die deutsche Öffentlichkeit: Ein britischer Blogger hatte im Handbuch eines Samsung Smart TVs eine „Warnung“ entdeckt, die Signale aus der Sprachsteuerung des Gerätes würden an Drittanbieter weitergeleitet. Das war ein Fest für Skandalmedien wie die Bildzeitung, die daraus die Schlagzeile machte „Achtung, Ihr Fernseher spioniert Sie aus!“.

Natürlich war (und ist) das gelogen. Samsung Smart TVs bieten zwei Möglichkeiten, das Gerät mit der Stimme zu kontrollieren. Die erste bezieht sich auf Funktionen des Fernsehers, z. B. die Programmauswahl oder die Lautstärkeregelung. Das geschieht über das Mikrofon des Fernsehers, welches mit der Begrüßung „Hi TV“ aktiviert wird. Spionieren kann das Gerät damit nicht, denn diese Funktion hat überhaupt keine Verbindung nach aussen. Die zweite Möglichkeit besteht darin, den Smart TV nach Programm-Angeboten zu fragen. Das geschieht nicht über das Mikrofon des Fernsehers, sondern über das in der Fernbedienung, und dafür muss man es extra anschalten. Natürlich werden solche Daten weitergeleitet, nämlich an den Dienstleister Nuance, der die Sprachsignale in Text umwandelt und Vorschläge an den Smart TV schickt. Dieses Feature gleicht aufs Haar der S-Voice-Funktion von Smartphones, über die sich noch nie ein Mensch aufgeregt hat. Dass der Fernseher ungefragt Gespräche im Wohnzimmer belauscht, ist einfach nur Quatsch.

Was sagen Sie Ihren Kunden? Am besten fragen Sie sie, ob sie die App von Bild benutzen. Und dann können Sie, mit gutem Grund, vor Spionage warnen: denn diese App saugt WLAN-Verbindungen und Informationen über die mit dem Smartphone oder Tablet verbundenen Geräte ab (einschließlich der Geräte ID), und sie greift auf Anrufinformationen zu, um zu ermitteln, wann und mit wem der App-Nutzer telefoniert. Die App der Schwesterzeitschrift Computerbild möchte zusätzlich sogar noch die Profildaten und Netzwerkdaten ihrer Nutzer wissen. Will heißen: Diejenigen, die am lautesten über den Schutz der Privatsphäre von Konsumenten krakeelen, missachten diese selbst am meisten.

Auch wenn sich die Aufregung schnell wieder gelegt hat, bleiben solche Skandalisierungen ärgerlich. Vor allem auch deshalb, weil man sich nicht davor schützen kann, dass irgendein Wichtigmacher demnächst wieder eine solche Sau durchs Dorf treibt. Dagegen helfen nur Gelassenheit und offene Kommunikation – durch die Hersteller und den Fachhandel.

Thomas Blömer
Thomas Blömer

hat bereits 2014 mit dem Curved 4K OLED TV EC930 V einen Preispunkt von 2.999 Euro gesetzt, der nicht nur für Millionäre erschwinglich ist.

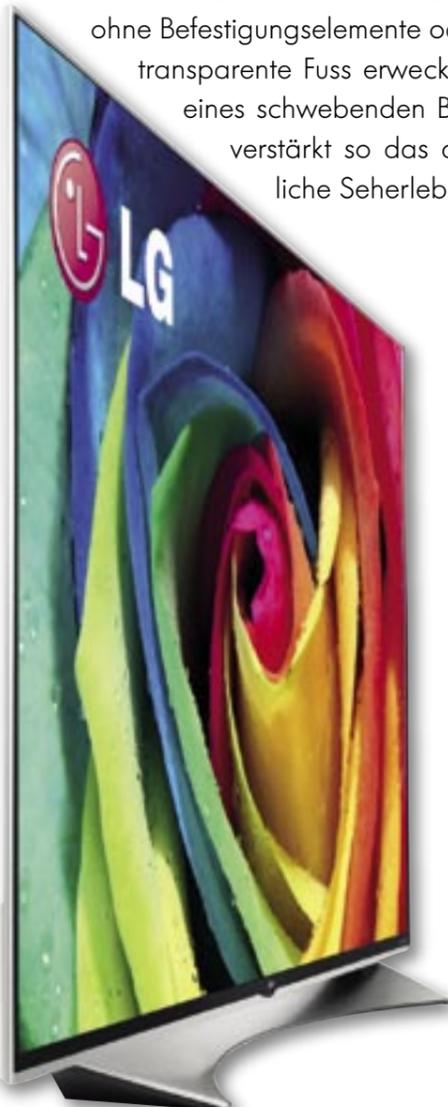
LG fasst die wichtigsten Verkaufsargumente durch das leicht zu merkende ABCD-Konzept zusammen:

A – Angle (= Betrachtungswinkel): Die OLED-TVs bieten allen Zuschauern eine außergewöhnliche Bildqualität, unabhängig vom Betrachtungswinkel.

B – Black (= Schwarz): Das ist der wohl bekannteste Vorteil der OLED-Technologie – Schwarz ist tatsächlich Schwarz und nicht Dunkelgrau, weil ein OLED-Bildschirm keine Hintergrundbeleuchtung hat, sondern aus selbstleuchtenden Pixeln besteht. In dunklen Bildbereichen werden diese vollständig abgeschaltet, so dass Schwarz in bisher unerreichter Reinheit dargestellt werden kann.

C – Color (= Farbe): LG setzt bei allen 4K OLED-TV-Geräten für 2015 seine proprietäre WRGB-Technologie ein. Dabei wird ein zusätzliches, weißes Sub-Pixel verwendet, das eine erweiterte und äußerst realitätsgetreue Farbdarstellung und ein unendliches Kontrastverhältnis ermöglicht. Dazu trägt auch die Optimized True Color-Technologie bei, mit der die Farbstabilität unabhängig von Helligkeitsschwankungen geregelt und eine jederzeit natürliche Farbwiedergabe ermöglicht wird.

D – Design: Die Art Slim Design-Philosophie ist die Grundlage für die klare, minimalistische Ästhetik der LG OLED-TVs. So gibt es keine optisch störenden Elemente um den extrem flachen Bildschirm, und LG hat Wert auf attraktive Details gelegt. Sogar die Rückseite der Fernseher ist vollkommen glatt, ohne Befestigungselemente oder Löcher. Der transparente Fuss erweckt den Eindruck eines schwebenden Bildschirms und verstärkt so das aussergewöhnliche Seherlebnis.



Als erstes neues Art Slim Curved 4K OLED-TV Modell wird der EG9609 ab Ende März verfügbar sein.

Ein weiteres Argument für die OLED-TV Geräte von LG ist ihre Schnelligkeit: Sie liegt mit einer maximalen Reaktionszeit von 0,001 ms um den Faktor 1.000 höher als bei herkömmlichen TVs mit LCD. Das bedeutet besonders flüssige Bilder auch bei rasanten Sport- und Action-Szenen. Dazu kommt guter Ton durch das in Partnerschaft mit Harman/Kardon entwickelte 4.2-Ultra-Surround-System.

Mehr Farbe mit Prime UHD-TV

Im LED-Segment bringt LG mit den Prime-UHD-TVs ebenfalls Premium-Produkte auf den Markt, die den Zuschauer ein echtes Kinofeeling vermitteln, vor allem durch die Kombination der Color-Prime-Technologie mit Ultra-Luminanz und 4K In-Plane Switching (IPS) Panels. Die Color-Prime-Technologie erweitert den bereits durch Verwendung unterschiedlicher LED-Phosphor-Farben vergrößerten Farbraum des Bildschirms weiter und erzeugt so eine größere Tiefe für einen ausgesprochen realistischen Bildeindruck. Dabei werden Helligkeit und Auflösung mit Ultra-Luminanz weiter verbessert. Diese Technologie analysiert kontinuierlich die jeweils hellsten und dunkelsten Bereiche der angezeigten Inhalte für eine ausgewogene Wiedergabe. Zusätzlich stimmt die Prime-Mastering-Engine die Einstellungen des Fernsehers auf die Premium Bildqualität ab. Das IPS-Panel sorgt dafür, dass auch bei einem breiten Betrachtungswinkel keine Bilddetails verloren gehen.

Auch die neuen Prime-UHD-TVs zeichnen sich durch

Auch die Prime-UHD-TVs zeichnen sich durch eine schlankes Design aus, das vom Auditorium Standfuß harmonisch ergänzt wird.



Drahtloser Sound mit LG Musik Flow

Mit seinem neuen Musik Flow Sortiment bringt LG spannende Audio-Produkte für die drahtlose Übertragung per WLAN und Bluetooth auf den Markt. Der neuen WLAN-Lautsprecher H4 Portable und die Soundbars HS9 und HS7 lassen sich mit jedem kompatiblen Gerät im selben Netzwerk verbinden. Innerhalb dieses Netzwerks haben die Nutzer Zugriff auf Musik aus dem



Der neuen WLAN-Lautsprecher H4 Portable ist mit einem Akku ausgestattet und kann problemlos in jedes Zimmer oder auf die Terasse mitgenommen werden.

Netzwerk oder dem Internet und können beliebig den Raum wechseln, ohne dass es zu Unterbrechungen der Musikübertragung vom Smartphone oder Tablet kommt. Die Lautsprecher können nach Bedarf in andere Räume mitgenommen und mit den Soundbars gekoppelt werden.

Durch LGs Range-of-Flow-Technologie arbeiten die Musik Flow Lautsprecher besonders problemlos mit Smartphones und Tablets zusammen: Sobald sich ein

Mobilgerät in Reichweite der Lautsprecher befindet, wird die Musik automatisch übernommen. Dabei kann man neben der eigenen Bibliothek auch Musik von Dienstleistern wie Spotify, Deezer, Napster oder Tunein streamen. Zudem werden die LG Musikflow Geräte auch Google Cast Ready unterstützen. Dafür tippen die Nutzer einfach auf den Button der gewünschten App (Android, iOS oder Internet) und wählen einen Google Cast Ready Lautsprecher aus, um zu starten.

Alle LG Musikflow-Geräte lassen sich separat oder in Verbindung mit anderen nutzen. So kann der H4 Portable Lautsprecher zusammen mit der WLAN-Soundbar eingesetzt werden um einen Surround-Sound-Umgebung für den Fernseher zu schaffen. Mit seinem eingebauten Akku ist der H4 Portable besonders gut für den Transport für von Zimmer zu Zimmer geeignet. Zum Musikflow WLAN-Sortiment gehören zudem die zwei Soundbars HS9 und HS7. Mit 700 Watt Leistung bietet die HS9 ein besonders intensives Sounderlebnis und unterstützt ohne Verlust Hifi DAC.



Auch die neue Soundbar HS7 kann mit jedem kompatiblen Gerät im Netzwerk verbunden werden.



Mit dem Musikflow P7 stellt LG auch einen Bluetooth Lautsprecher mit Audio Music Play und Multi Point Funktion vor.

Neue Bluetooth Lautsprecher

Mit dem Musikflow P7 stellt LG auch einen Bluetooth Lautsprecher mit Audio Music Play und Multi Point Funktion vor, der mit bis zu drei Bluetooth-Geräten gleichzeitig verbunden werden und zwischen ihnen wechseln kann. So ist es möglich, leistungsstarken Stereosound zu genießen, indem zwei P7 Boxen mit Hilfe der Dual Play-Funktion mit einem Fernsehgerät oder Smartphone verbunden werden.

Zu den weiteren Bluetooth-Neuheiten von LG gehören die drei Soundbarmodelle LAS 550, LAS 450 und LAS 350. Sie bieten Multipoint und TV Sound Sync-Funktionen und können auch HD-Musikdateien wiedergeben.

Die Music Flow Produkte von LG sind ab 149 Euro (UVP für die Music Flow P7) verfügbar.

eine besonders schlanke Bauweise aus. Mit ihrem nur 8,5 mm flachen Display im Ultra-Slim-Design unterbieten die Geräte den Branchendurchschnitt deutlich, denn viele konkurrierende Bildschirme sind 40 bis 50 mm tief. Der integrierte Prime-UHD-TV ergänzt harmonisch den Metallic-Look der Frontblende, die den Bildschirm einrahmt, und er dient als zusätzlicher Schallreflektor für das zentrale Harman/Kardon-Soundsystem.

Komfort mit webOS 2.0

Alle LG Smart-TVs des Jahrgangs 2015 – natürlich auch die Full HD Modelle – sind mit der weiterentwickelten Version der erfolgreichen Plattform webOS ausgestattet. webOS 2.0 macht den Zugriff auf Smart-TV-Funktionen noch einfacher, komfortabler, intuitiver und schneller. Die Anwender können ihre bevorzugten Inhalte ganz einfach in die

Starterleiste (Launcher Bar) integrieren und dabei natürlich neue Anwendungen hinzufügen oder alte löschen.

Die neuen Premium-TVs von LG sind ab Ende März lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen beginnen bei 4.999 Euro für den LG Art Slim Curved 4K OLED-TV EG 9609 (55 Zoll) und bei 1.599 Euro für den Prime Ultra-HD TV UF 8509 (49 Zoll).

INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten ... 4, 9

Deutscher Markt für Consumer Electronics 2014 – Leichtes Wachstum ... 5



Das neue TV-Sortiment von Samsung – Vielfalt in UHD und SUHD ... 6

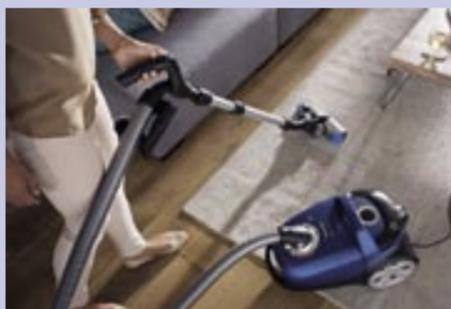
Sennheiser feiert 2015 Geburtstag – 70 Jahre Innovation ... 8



Verbraucherstudie der GfK ermittelt „best brands“ 2015 – Bose ganz vorn ... 9

Panasonic Convention mit zahlreichen Neuheiten – Volles Sortiment ... 10

Wendige Helfer gegen Staub und Pollen – Energiesparender Frühjahrsputz ... 12



Severin will Marktposition weiter ausbauen – Investor steigt ein ... 13

Die neue Waschmaschine von Grundig – Für Singles, Paare und Familien ... 13

devolo: Smart Home so einfach wie möglich – Neunmal klug ... 14



Investitionen in Gesundheit und Wohlbefinden – Mehr Umsatz mit Healthstyle Produkten ... 16

PoS-Aktuell – Neuheiten ... 18

Wagners Welt ... 19

PoS-MAIL @ ... 19

Impressum ... 19

Neuer Name für BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH wird in BSH Hausgeräte GmbH umbenannt. Die Maßnahme erfolgt im Zuge der Übernahme der Anteile der Siemens AG am ehemaligen Gemeinschaftsunternehmen durch die Robert Bosch GmbH, die seit dem 5. Januar 2015 alleiniger Gesellschafter der BSH ist. In Zukunft soll die BSH als Unternehmen innerhalb der Bosch Gruppe weitestgehend eigenständig agieren. Dr. Karsten Ottenberg bleibt Vorsitzender der Geschäftsführung des Unternehmens.

Die 1967 als Gemeinschaftsunternehmen der Robert Bosch GmbH (Stuttgart) und der Siemens AG (München) gegründete BSH ist mit einem Umsatz von rund 10,5 Mrd. Euro im Jahr 2013 und ca. 50.000 Mitarbeitern einer der führenden Hausgerätehersteller weltweit. Zum Markenportfolio des Konzerns gehören neben den Hauptmarken Bosch und Siemens auch Spezialmarken wie Neff und Gaggenau sowie verschiedene Regionalmarken. Das Produktportfolio umfasst das gesamte Spektrum moderner Hausgeräte von Herden, Backöfen und Dunstabzugshauben über Geschirrspüler, Waschmaschinen, Trockner, Kühl- und Gefrierschränke bis hin zu Elektrokleingeräten wie Staubsaugern, Kaffeefullautomaten, Wasserkochern, Bügelisen oder Haartrocknern. Die BSH produziert in 42 Fabriken und ist mit über 80 Gesellschaften in 47 Ländern vertreten.

Neuer Leiter Marketing, Produktmanagement und Technik bei WMF

Oliver Röner ist neuer Leiter Marketing, Produktmanagement und Technik innerhalb der Elektrokleingerätesparte der WMF Group. Der 44-jährige folgt in dieser Position auf Martin Ludwig, der zum 1. Januar 2015 die dortige Geschäftsführung übernommen hat.

Röner studierte BWL mit Schwerpunkt Marketing und ist seit dem Jahr 2000 bei der WMF tätig – zunächst im Produktmanagement und später als Marketingleiter bei der vormals zur WMF gehörenden alfi GmbH. Im März 2011 kam Röner zur WMF consumer electric GmbH (der Kleingerätesparte der WMF Group), wo er zunächst als Produktmanager Coffee und Brandmanager International eingesetzt war. Von November 2012 bis Januar 2015 hatte er die Funktion des Senior-Produktmanagers inne.



Panasonic Studie zur Hausarbeit

Panasonic hat jetzt eine Studie vorgestellt, die zeigt, dass Frauen in Europa mehr als 385 Tage ihres Lebens mit Hausarbeit verbringen (ca. 2 Stunden und 57 Minuten pro Woche). Im Ver-

Hans Wienands verlässt Samsung Electronics

Mit Wirkung zum 31. März 2015 wird Hans Wienands, Executive Vice President der Samsung Electronics GmbH, seine Tätigkeit für das Unternehmen beenden, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Das gab Samsung in einer Pressemitteilung bekannt. Wienands wechselte 2005 von seiner Position als Direktor der damals neu formierten Consumer Division von Panasonic Deutschland zu Samsung, wo er zunächst als Business Director Consumer Electronics den gesamten CE Bereich verantwortete.

In den folgenden Jahren baute Samsung seine Marktanteile in der Consumer Electronics kontinuierlich aus und wurde zum unangefochtenen Marktführer. Wienands über dabei weitere Aufgabenbereiche, stieg in der Unternehmenshierarchie auf und setzte sich auch in zahlreichen Verbänden, darunter die gfu, der ZVEI und der Photoindustrie-Verband, für die Belange des Unternehmens und der gesamten Branche ein.

„Wir bedauern den Weggang von Hans Wienands sehr. Herr Wienands hat die Entwicklung und die Struktur unseres Unternehmens seit seinem Eintritt im Jahr 2005 maßgeblich geprägt und Samsung in Deutschland zur erfolgreichsten und beliebtesten Marke in der Unterhaltungselektronik aufgebaut“, erklärt Sung-Wan Myung, President Samsung Electronics GmbH. „Wir möchten die Gelegenheit nutzen, um Herrn Wienands unseren ausdrücklichen Dank für das Erreichte und die stets sehr gute Zusammenarbeit auszusprechen. Wir wünschen ihm alles Gute für seine Zukunft und weiterhin viel Erfolg.“



gleich zu den männlichen Europäern arbeiten Frauen eine Stunde und fünf Minuten pro Woche mehr in den heimischen vier Wänden, das entspricht 140 Tagen im Laufe ihres Lebens. Für die Studie befragte das Unternehmen gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut ICM 5.000 Menschen in fünf europäischen Ländern.

In Europa verbringen die meisten Menschen (21 Prozent) die Zeit mit dem Aufräumen des Haushalts, wenn der Besuch der Eltern bevorsteht. Im Vergleich dazu würden nur 4 Prozent der Befragten genauso viel Zeit mit dem Aufräumen verbringen, wenn die Geschwister zu Besuch kommen. Besonders Frauen (14 Prozent) wollen bei dem Besuch der Schwiegermutter mit einem blitzblanken Haushalt überzeugen, bei den Herren sind es lediglich 5 Prozent. Nach Angaben der Studie sind dafür die meisten Männer vor dem ersten Date fleißig, später lässt Reinlichkeit allerdings schnell nach. Nur noch 16 Prozent unterstützen dann die Frau im eigenen Haushalt.

Während sich Frauen nicht zu schade dafür sind, die Hausarbeit auch für ihren Partner zu übernehmen, hat die Umfrage aufgedeckt, dass fast die Hälfte (48 Prozent) der Frauen sich wiederum nicht darauf verlässt, dass ihr Partner für sie das Gleiche tun würde. Nur eine von zehn Frauen traut ihrem Partner zu, die Wäsche richtig zu bügeln, und nur 9 Prozent glauben, dass ihr Angetrauter bei der Waschmaschine das richtige Programm wählen kann.

WOOX Innovations und Onkyo kooperieren

WOOX Innovations und Onkyo haben eine Vereinbarung über eine umfassende Partnerschaft bei Produktentwicklung und Vertrieb bekanntgegeben. Beide Unternehmen wollen sich auf die Entwicklung von HiFi-Bluetooth-Lautsprechern und -Kopfhörern unter der Marke Onkyo konzentrieren. Darüber hinaus wird WOOX Innovations weiterhin Produkte der Marken Philips und Fidelio entwickeln und vermarkten.

Nachdem WOOX, die frühere Unternehmenssparte Lifestyle Entertainment des niederländischen Unternehmens Royal Philips, wurde im Juni 2014 von Gibson Brands übernommen wurde, sei der Schritt sei eine Weiterentwicklung der im Januar 2012 geschlossenen Partnerschaft zwischen Onkyo und Gibson, heißt es in einer Pressemitteilung. Die aktuelle Vereinbarung, die das Engagement von WOOX Innovations für die Marken Philips und Fidelio ergänze, bringe Gibson Brands einen Schritt näher an das Ziel, weltweit das größte Unternehmen für Musik & Lifestyle zu werden.

„Dies ist ein wichtiger Schritt bei der Umset-

zung unserer Mehrmarkenstrategie, bei der wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern von Gibson Brands markenübergreifend innovative Produkte entwickeln und vermarkten“, erklärte Wiebo Vaartjes, CEO von WOOX Innovations. „Onkyo bietet eine erfolgreiche Geschichte, fortschrittliche technologische Fähigkeiten und eine starke Marke. Diese Partnerschaft wird für unsere Unternehmen, unsere Vertriebskunden und ganz besonders unsere Konsumenten einen deutlichen Mehrwert schaffen.“

Auch im Bereich hochauflösende Musik nimmt Onkyo eine führende Rolle ein. So hat sich „e-Onkyo music“ in Japan seit 2005 zum größten Online-Shop für den Download hochauflösender Musik entwickelt – bald soll der Service auch in den USA, Großbritannien und Deutschland verfügbar sein. Onkyo arbeitet auch an einer innovativen Methode zur Wiedergabe von High-Resolution Audiodateien in einer PC-freien Umgebung und an Produkten, die das neue Audioformat für hochauflösende Musik, Master Quality Authenticated (MQA) von Meridian, verarbeiten können.

Unabhängig davon hat WOOX Innovations in Deutschland eine Adresse. Sie lautet: WOOX Innovations Germany GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg.



Die High End präsentiert das komplette Spektrum von analoger Feinmechanik-Kunst bis hin zu modernsten akustischen und visuellen Klangwelten.

High End 2015

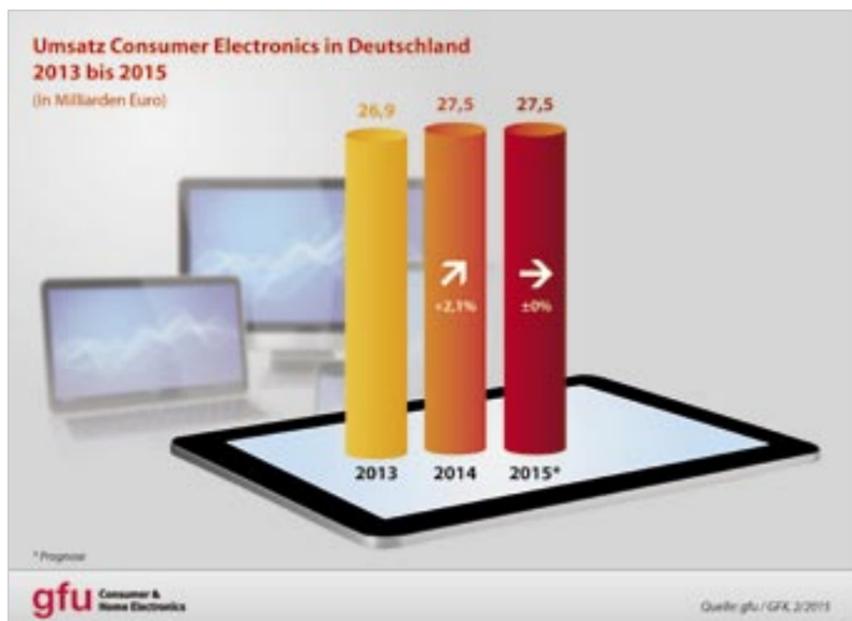
Vom 14. bis 17. Mai 2015 findet in München die 34. High End statt. Mehr als 400 Aussteller aus dem In- und Ausland präsentieren ihre Produkte, Dienstleistungen und Innovationen. Der erste Messetag (Christi Himmelfahrt) ist ausschließlich vorab akkreditierten Fachbesuchern aus aller Welt vorbehalten, die als Gewerbetreibende in München die zukünftigen Entwicklungen des Marktes diskutieren und definieren wollen. Die High End ist gleichzeitig auch eine Endverbraucher-Messe und erfreut sich Jahr für Jahr einer großen Publikumsresonanz. Von Freitag bis Sonntag können alle Musik- und Technikinteressierten das gesamte Angebotsspektrum der Audiobranche im MOC erleben. Weitere Informationen gibt es unter www.highendsociety.de



Deutscher Markt für Consumer Electronics 2014

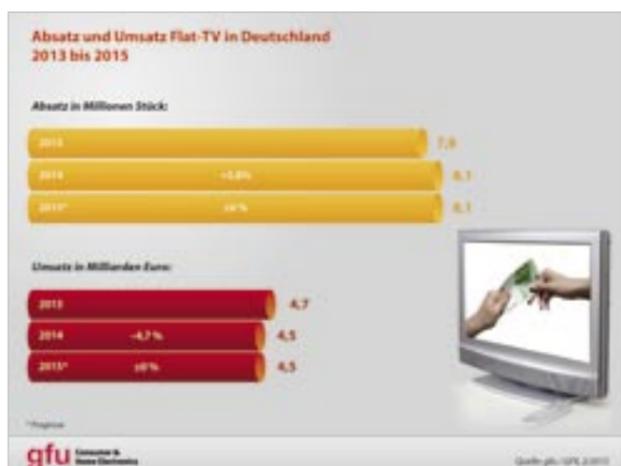
Leichtes Wachstum

Der Markt für Consumer Electronics-Produkte ist 2014 in Deutschland um 2,1 Prozent auf ein Umsatzvolumen von 27,5 Milliarden Euro gewachsen. Das geht aus den Zahlen des Consumer Electronics Market Index CEMIX hervor, die von der gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik sowie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gemeinsam erhoben werden. Die Ursachen für das Wachstum lag in der ungebrochen starken Nachfrage nach Mobilgeräten und einem deutlichen Plus bei IT.



Nach einem Umsatzwachstum im Jahr 2014 erwartet die gfu für den Consumer Electronics Markt in diesem Jahr eine stabile Entwicklung.

Der Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik verzeichnete gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 5,3 Prozent, stellt aber mit einem Anteil von rund 37 Prozent und einem Umsatzvolumen von rund 10,2 Milliarden Euro nach wie vor das größte Segment im Gesamtmarkt. Das größte Segment in diesem Bereich, das TV-Geschäft, entwickelte sich nach Stückzahlen erfreulich, denn der Absatz wuchs gegenüber dem Vorjahr um 3,8 Prozent auf 8,1 Millionen Fernsehgeräte. Der harte Preiswettbewerb für allerdings beim Umsatz zu einem Minus von 4,7 Prozent: mit 4,5 Milliarden Euro wanderten 200 Mio. Euro weniger in die Kassen als im Vorjahr. Dabei bekamen die Konsumenten im wahrsten Sinne des Wortes mehr für ihr Geld, denn der Trend zu größeren Bildformaten setzte sich auch 2014 fort: Geräte mit Bildschirmgrößen von 37 Zoll (94 cm) und mehr stellten mit knapp 3,6 Milliarden Euro und entsprechend knapp 80 Prozent (2013: 74 Prozent) den größten Umsatzanteil. Die durchschnittliche Bildschirmgröße aller in Deutschland 2014 verkauften TV-Geräte beträgt 40 Zoll (102 cm). Über 98 Prozent des

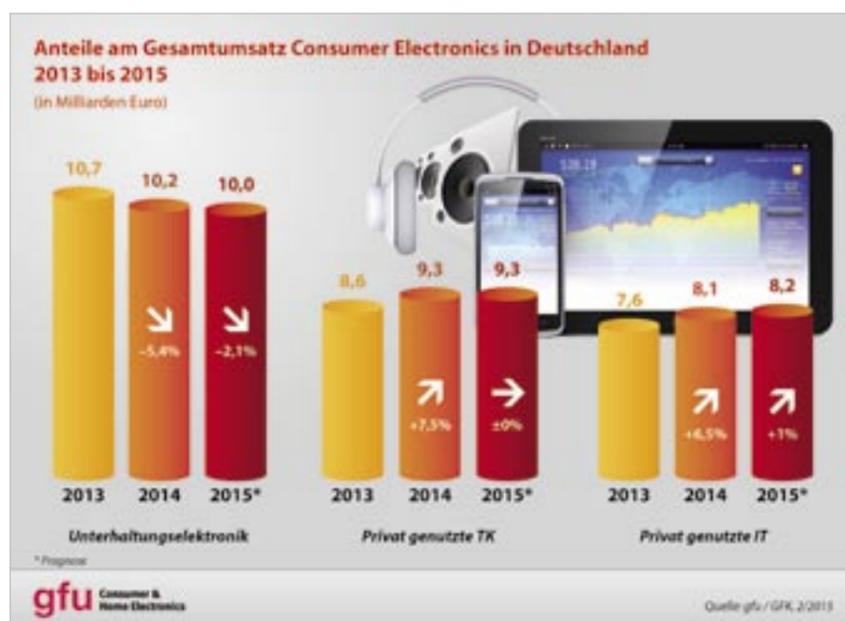


Die Umsatzentwicklung im TV-Geschäft konnte 2014 mit dem gestiegenen Absatz leider nicht mithalten.

Umsatzes entfallen auf LCD-TVs. TV-Geräte mit Internetanschluss und den damit sich erschließenden Zusatzfunktionen, liegen ebenfalls weiter stark im Trend. 57 Prozent aller im Jahr 2014 verkauften Fernseher waren Smart TVs (2013: 56 Prozent).

Drahtloses Audio im Trend

Die Bereiche Lautsprecher und vernetzbare Audiosysteme setzten 2014 ihre positive Entwicklung fort. Der Umsatz mit Soundbars und Sounddecks stieg um 38 Prozent (2013: + 83 Prozent) auf knapp 190 Millionen Euro. Bei den vernetzten Audio-Home-Systemen legte der Umsatz sogar um 96 Prozent (2013: + 84 Prozent) auf 202 Millionen Euro zu. Auch Dockinglautsprecher zur Audio-Wiedergabe mit Bluetooth-Verbindung bzw. mit Anschluss für MP 3-Player oder Smartphones sorgten für



„Allerdings wird die IFA in Berlin, die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Hausgeräte (4. bis 9. September 2015) den Markt wie immer positiv beeinflussen. Aufgrund der Währungsentwicklung der letzten Monate erwarten wir keinen weiteren Preisverfall. Gegebenenfalls muss deshalb sogar mit Preissteigerungen für CE-Produkte gerechnet werden.“

Dem Umsatzrückgang bei der klassischen Unterhaltungselektronik stand 2014 Wachstum in den Segmenten Telekommunikation und IT gegenüber.

Wachstum bei Hausgeräten

Eine positive Entwicklung bei Hausgeräten im Jahr 2014 ist den Ergebnissen des Temax Deutschland zu entnehmen. Dabei legte die Elektrogroßgerätebranche nochmals ein besonders starkes Schlussquartal hin, in dem der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 73 Prozent auf knapp 2,4 Milliarden Euro wuchs. Im Gesamtjahr 2014 wurden damit insgesamt 8,5 Milliarden Euro umgesetzt – 5,2 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Alle Warengruppen trugen zu diesem guten Ergebnis bei. Das stärkste Wachstum erzielten Wäschetrockner, die vor allem dank der Nachfrage nach Geräten mit einem Trommelvolumen über 7 kg gewannen. Spürbare Umsatzimpulse gingen auch vom Segment Herde und Backöfen aus, da sich Verbraucher immer häufiger für hochwertige Geräten mit Selbstreinigungsfunktion entschieden.

Der deutsche Markt für Elektrokleingeräte steigerte im vierten Quartal 2014 seinen Umsatz um 6,4 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro. Auch die Jahresbilanz fiel mit einem Plus von 4,6 Prozent und einem Gesamtvolumen von 3,5 Milliarden Euro erfreulich aus. Positive Umsatzimpulse kamen aus praktisch allen Bereichen. Zu den dynamischsten Wachstumstreibern des vergangenen Jahres zählten Standmixer, elektrische Zahnbürsten, Küchenmaschinen und Lockenstäbe. Die Nachfrage nach Kapsel- und Pad-Kaffeemaschinen, traditionellen Dampfbügelisen sowie Bodenstaugsaugern entwickelte sich dagegen rückläufig.

Das neue TV-Sortiment von Samsung



Spitze und Bildqualität und Design: das Top-Modell Samsung Curved SUHD TV JS9590.

Samsung bietet in seinem TV-Sortiment eine noch größere Zahl von Geräten mit 4K Ultra HD Auflösung an. Zahlreiche Größen von 40 bis 88 Zoll mit flachen oder gebogenen Bildschirmen machen es dem Fachhandel leicht, seinen Kunden das richtige Produkt für ihren individuellen Anspruch, Geschmack und Geldbeutel anzubieten. Bereits in der erfolgreichen Serie 6 stehen 16 UHD Varianten (Curved oder Flat) zur Verfügung. In den High-End Produktlinien 8 und 9 setzt Samsung erstmals die neue SUHD Technologie für noch brillantere Bildqualität ein. Für den guten Ton gibt es 14 passende Soundbar-Modelle, neun davon im Curved Design.

Vielfalt in UHD und SUHD

In der Serie 6 können die Kunden bereits für 999 Euro (UVP für das 40 Zoll Flat Gerät JU6450) in die UHD Welt einsteigen, 1.149 Euro kostet der Einstieg in die Modellreihe 6500 mit Curved Displays, die in dieser Serie bis 55 Zoll zur Verfügung stehen. Die Palette der flachen 6er reicht sogar bis zum Kinoformat 75 Zoll. Dank Micro Dimming Pro bietet dieses Gerät (UVP: 5.199 Euro) auf der gesamten Diagonale von 189 cm eine ausgewogene Helligkeitsverteilung mit hervorragenden Kontrast- und Schwarzwerten.

Premium-Flair zeichnet die UHD TVs der Serie 7 von Samsung aus: Die flachen JU7090 Geräte mit Twin Tuner sind edel gestaltet und warten mit verbessertem Kontrast dank UHD Dimming, hellerer Darstellung durch die Peak Illuminator-Technologie und kräftige Schwarzwerte via Precision Black-Verfahren auf. Mit der kompakten One Connect Mini-Box verschwinden alle Kabel in einer externen Box. Hier reicht das Angebot von 40 Zoll (UVP 1.399 Euro) bis 75 Zoll (UVP 7.499 Euro), die Curved UHD Modelle JU7590 sind mit einem integrierten Woofer ausgestattet und in Größen von 48 Zoll (UVP 1.999 Euro) bis 75 Zoll (UVP 7.499 Euro) zu haben.

Mehr Brillanz mit SUHD

In den High End Serien 8 und 9 treibt Samsung die UHD Bildqualität mit der neuen SUHD Technologie nochmals nach oben. Die SUHD TVs JS9590, JS9090 und JS8590 bieten im Vergleich mit bisherigen Samsung UHD-Fernsehern eine 64-fach bessere Farbdarstellung und sind je nach Gerät mehr als doppelt so hell sowie bis zu zweimal kontrastreicher. „Samsung SUHD TV schafft ein Seherlebnis, das unsere bisherigen Bildschirmtechnologien deutlich übertrifft“, sagte Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics der Samsung Electronics GmbH. „Damit reiht sich SUHD TV in die Vielzahl der Innovationen ein, mit denen wir unseren Kunden als TV-Markführer immer wieder neue Möglichkeiten eröffnen.“

Erzielt wird die höhere Bildqualität durch die Kombination der neuen Nano Crystal Color Panel-Technologie mit einem neuen Bildprozessor. Diese SUHD Remastering Engine verarbeitet die Signale mit 10 bit Farbtiefe und erhöht zudem den Kontrast. Dadurch entstehen ein gegenüber bisherigen Samsung UHD Geräten um den Faktor 1,2 vergrößerter Farbraum, satte, tiefe Schwarzen und bis zu 2,5mal hellere Bilder. Besonders deutlich wird das beim Top-Modell Samsung Curved SUHD TV JS9590, das diese Effekte mit der Peak Illuminator Ultimate- sowie der Precision Black Pro-Technologie besonders eindrucksvoll umsetzt.

Die Curved Displays machen die Vorteile von SUHD am deutlichsten sichtbar. Um bei verschiedenen Größen die

beste Tiefenwirkung zu erzielen, hat Samsung bei den SUHD Modellen den Krümmungsradius an die Bilddiagonalen angepasst. Ab 50 Zoll beträgt er 4,2 Meter, Displays bis zu einer Diagonale mit 48 Zoll sind mit einem Radius von drei Metern etwas stärker gewölbt. So wird der Curved-Effekt auch bei geringerem Sitzabstand und kleineren TVs deutlich spürbar.

Elegante Stilelemente und die Verarbeitung von edlem Metall in Silber beim JS9590 und JS9090, sowie „Dark Titan“ beim JS8590 stehen für einen neuen Designanspruch bei den SUHD TVs. Vom Standfuß bis zur filigran lamellierten Rückwand werden besonders hochwertige Materialien verwendet. Der Einstieg in die Samsung SUHD Qualität ist mit dem JS8590 in der Größe 48 Zoll

Leif-Erik Lindner ist neuer Business Director AV bei Samsung

Leif-Erik Lindner ist seit dem 1. Januar 2015 Business Director AV in der CE Division der Samsung Electronics GmbH. Das gab das Unternehmen anlässlich des Starts der Roadshow Smart/Er/Leben in Berlin bekannt. In seiner neuen Position verantwortet Lindner das Deutschland-Geschäft mit TV- und Audio-Produkten. Aus seinen bisherigen vertrieblichen Führungspositionen bringt er dafür langjährige Branchenkenntnisse mit.

Als Business Director AV leitet Lindner die gesamte Sales- und Marketing-Organisation des Produktbereichs AV. Ihm unterstehen das Produktmanagement, das Produktmarketing und der Vertrieb. Er berichtet an Kai Hillebrandt, Vice President CE der Samsung Electronics GmbH, der durch das Engagement von Lindner im Bereich AV den Freiraum erhalten soll, noch intensiver die für Samsung wichtigen Wachstumsfelder Home Appliances und Health Medical Equipment voranzutreiben.

Leif-Erik Lindner war nach seinem Einstieg bei Samsung Electronics Anfang 2008 in verschiedenen Führungspositionen im Vertrieb tätig, u.a. als Head of Key Account Management und Director of Sales. In diesen Positionen hat er die CE-Vertriebsorganisation von Samsung Electronics kontinuierlich weiterentwickelt und mit AV Elite sowie AVantgarde zwei erfolgreiche Vermarktungsprogramme für den Fachhandel entwickelt und eingeführt. Zuvor hatte er fünf Jahre lang in verschiedenen Führungspositionen bei Sony gearbeitet.



Als Business Director AV leitet Lindner die gesamte Sales- und Marketing-Organisation des Produktbereichs AV.

für 2.499 Euro möglich, dazu kommt in dieser Reihe noch ein 55 und 65 Zoll Gerät. Die mit einem schnellen Octa-core Prozessor ausgestatteten TVs der Serie 9 gibt es in den Modellen 9090 (ab 3.199 Euro UVP) in 48, 55 und 65 Zoll sowie 9590 in 65, 78 und 88 Zoll (ab 6.799 Euro UVP).

Noch smarter mit Tizen

Alle Samsung Smart TVs der neuen Generation basieren auf dem quelloffenen Betriebssystem Tizen, das aus der Linux Familie stammt und deshalb mit zahlreichen Endgeräten kompatibel ist. Durch seine offene Architektur soll Tizen dazu beitragen, Samsung Smart TVs in Zukunft als Zentrum des Smart Homes nutzen zu können. Die neue Smart TV Oberfläche macht durch die Anordnung der meistgenutzten Inhalte auf der Startleiste am unteren Bildschirmrand Apps, Streaming-Dienste und TV-Sender jeweils mit nur einem Klick erreichbar. Ein Umschalten von einer App zum laufenden TV-Programm ist somit genau so einfach wie das gewohnte Zappen zwischen den Sendern. Besonders praktisch: Wie auf einem PC bleibt die App im Hintergrund geöffnet und kann deshalb genau an dem Punkt wieder aufgerufen werden, an dem sie verlassen wurde.

Mit Multi Link Screen können zwei Sender parallel geschaut werden, wobei der Nutzer die Größe der beiden Fenster individuell anpassen kann. Über die Quick-Connect-Funktion sind die Smart TVs unkompliziert durch nur einen Klick mit kompatiblen Mobilgeräten vernetzbar. So lassen sich Inhalte von einem kompatiblen Samsung Smartphone auf den TV-Bildschirm senden - oder umgekehrt. Die „Briefing on TV“-Funktion macht den Smart TV auf Wunsch zum Wecker: Dafür stellt man wie gewohnt die Zeit auf dem Smartphone ein, welches automatisch zur Weckzeit den TV einschaltet. Dieser zeigt dann alle wichtigen Infos wie Nachrichten, Wetter und Termine auf einen Blick an.

Die neuen Samsung Soundbars

Samsung führt in diesem Jahr eine besonders umfangreiche Palette von Soundbars ein, die mit bis zu neun Kanälen kraftvollen Surround-Klang erzeugen und gleichzeitig optisch hervorragend mit den neuen Samsung TV-Geräten harmonisieren. Insgesamt 14 Modelle in Schwarz, Silber und Weiß in unterschiedlichen Größen stehen zur Verfügung, darunter neun Curved Soundbars.

An der Spitze des Sortiments steht das Premium-Modell HW-J8500/8501 mit imposanten 350 Watt Ausgangsleistung (RMS) und 9.1-Surround-Sound. Möglich wird dies durch einen zentralen

sowie mehrere seitlich positionierte Lautsprecher. Abgesehen von der Stromzufuhr kommen die neuen Soundbars im Zusammenspiel mit Samsung TVs ohne Kabel aus, denn die Verbindung zum Fernsehgerät wird drahtlos über die Funktion „TV Sound Connect“ hergestellt. Soundbar und Subwoofer kommunizieren ebenfalls ohne Kabel miteinander. Da die Soundbars per Bluetooth mit Mobilgeräten verbunden werden können, sind sie auch zum Abspielen von Musik vom Smartphone und Tablet gut geeignet. Die Soundbars HW-J8500/8501, HW-J7500/7501, HW-J6500/6501/6502 sowie HW-J650/651 sind zudem mit dem Wireless Audio Multiroom System von Samsung kompatibel.

Passend zum TV stehen die Soundbars je nach Serie in bis zu drei Farbvarianten zur Verfügung. Neben vielen Modellen in Schwarz oder Silber bietet Samsung mit der zum UHD TV JU6580 passenden Klanganlage HW-J6502 erstmals eine Soundbar in Weiß an. Andere Modelle sind in puristischer Quaderform oder mit verschiedenen Krümmungsradien als Gegenstück zum TV-Modell erhältlich. Die HW-J8501 in klassischem Silber harmonisiert mit dem Design der SUHD TV Topmodelle JS9590 und JS9090, die schwarze Variante (HW-J8500) ist dagegen auf den SUHD TV JS8590 in „Dark Titan“ abgestimmt. Beide Modelle lassen sich auch direkt mit dem passenden Curved TV verbinden und schaffen so einen fließenden Übergang zwischen TV und Soundbar. Übrigens: Für ein vollendetes Curved-Erlebnis sind auch die eleganten Designgehäuse der drei neuen Smart 3D Blu-ray Player J5900, J5500E und J5500 gewölbt.



Wenn die Soundbar direkt mit dem Curved TV verbunden wird, entsteht eine harmonische Einheit.

Die neuen Mittelklasse-Maschinen von Samsung Sauber mit Crystal Gloss

Nach dem Erfolg des Spitzenmodells Crystal Blue WW9000 macht Samsung mit der WW6000-Serie zahlreiche smarte Waschfunktionen auch in der Mittelklasse verfügbar. Die Waschmaschinen (WW90J64/ WW80J64) und der Wäschetrockner (WD80J64) verbinden attraktives Design mit überzeugenden Leistungsmerkmalen und hohem Bedienkomfort.

So werden mit der Super Speed-Funktion bis zu 5 kg Schmutzwäsche in weniger als einer Stunde sauber. Möglich wird das mit einer speziellen Einsprühtechnik, die das Waschmittel gezielt auf den Schmutz lenkt, und einer erhöhten Schleuderrate. Hartnäckigen Verschmutzungen, z. B. durch Wein oder Make-Up sowie versteckten Flecken, die durch Schweiß entstehen können, rücken die Waschmaschinen auf Tastendruck in der Flecken Intensiv-Option mit einer speziellen Schaumpülung zu Leibe. Empfindliche Textilien werden besonders schonend mit der SchaumAktiv-Technologie gereinigt: Sie umhüllt die Kleider mit einem weichen Schaumpolster, das auch bei niedrigen Temperaturen zuverlässig



Smarte Funktionen und das attraktive Crystal Gloss Design zeichnen die neuen Maschinen der Samsung WW6000-Serie aus.

reingt. Dieser energiesparende Prozess schont neben der Wäsche auch die Umwelt - ebenso wie die Eco Drum Clean-Funktion, die mit einer Kombination aus Einweichen, Pulsieren und hoher Drehzahl sowohl Trommel als auch Türdichtung ohne chemische Zusätze reinigt. Diese Funktionen bietet auch der Wäschetrockner WD80J64 mit 8 kg Fassungsvermögen beim Waschen und 6 kg beim Trocknen. Das Smart Check-System ermöglicht bei der WW6000 Serie die smarte Funktionsüberwachung, erkennt Fehler frühzeitig, diagnostiziert sie und schickt Lösungen ganz einfach per Smartphone-App. So werden Hotline-Anrufe und oftmals auch Reparaturkosten vermieden.

Attraktive Optik

Wie die Crystal Blue High End-Modelle brauchen sich auch die WW6000 Maschinen nicht zu verstecken: Die elegante Crystal Gloss-Tür ist aus glasklarem Harz gefertigt, reflektiert einfallendes Licht und sieht auch in Wohnumgebungen gut aus. Der hoch positionierte Türgriff schont zusätzlich den Rücken beim Be- und Entladen der Maschine.

Die Samsung Waschmaschinen WW90J64 (9kg) und WW80J64 (8kg) sowie der Wäschetrockner WD80J64 sind ab dem Frühjahr 2015 zu Preisen von 929 Euro, 809 Euro und 999 Euro (jeweils UVP) erhältlich.

Sennheiser feiert 2015 Geburtstag

70 Jahre Innovation



Historisches Foto des Gründungshauses von Laboratorium Wennebostel in der Wedemark.

Das Unternehmen, das heute unter dem Namen Sennheiser weltweit bekannt ist, wurde am 1. Juni 1945 als „Laboratorium Wennebostel“ oder kurz „Labor W“ in Wennebostel, nahe Hannover gegründet. Der junge Betrieb produzierte zunächst Röhrenvoltmeter, für die er schnell Abnehmer fand. Fritz Sennheiser reichte das nicht: Getrieben von der Idee, bestehende Produkte noch besser zu machen und neue Technologien voranzutreiben, arbeitete er im Labor W kontinuierlich an neuen Lösungen. 1947 brachte Sennheiser das erste eigenentwickelte Mikrofon auf den Markt, 1956 folgte das erste Richtrohrmikrofon. Im darauffolgenden Jahr stellte das Unternehmen bereits 100 verschiedene Produkttypen her, und Anfang 1958 wurde das Labor W in Sennheiser electronic umbenannt. Zehn Jahre später löste die Innovationschmiede mit der Entwicklung des ersten offenen Kopfhörers der Welt, dem HD 414, einen wahren Boom aus. Die Liste der Innovationen ist lang, denn Sennheiser hat die Audiotechnik in den vergangenen 70 Jahren entscheidend weiterentwickelt. Zahlreiche Patente und Auszeichnungen

– darunter der Emmy Award, ein Grammy, der Scientific and Engineering Award der Academy of Motion Picture Arts and Sciences sowie der Philo T. Farnsworth Award – sind eindrucksvolle Beweise für die einzigartige Innovationskraft des Unternehmens, die immer wieder wegweisende Produkte, z. B. das Funkmikrofonssystem Digital 9000 oder MobileConnect, eine inklusive Audio-Streaming-Lösung für Hör- und Sehgeschädigte, hervorgebracht hat. „In der Vergangenheit haben wir mit unseren Produkten immer wieder für Furore in der Audiowelt gesorgt“, erzählt Dr. Andreas Sennheiser, der die Unternehmensleitung gemeinsam mit seinem Bruder Daniel verantwortet. „Warum? Weil sie über den aktuellen Standard hinausgingen und daher niemand mit ihnen gerechnet hat.“

In zweiter und dritter Generation

Der erste Generationswechsel vollzog sich bei Sennheiser im Mai 1982. Prof. Dr. Jörg Sennheiser, der Sohn von Prof. Dr. Fritz Sennheiser, wurde Geschäftsführer, sein Vater Kommanditist. Der neue Chef modernisierte und internationalisierte über die Jahre behutsam die Unternehmensstruktur und machte Sennheiser im Zuge dieser Maßnahmen zu einer GmbH und Co. KG. Moderne Entwicklungen in verschiedenen Bereichen der Akustik, aber auch die Eröffnung von Vertriebsstandorten weltweit zeigen die große Dynamik dieser Jahre. Sennheiser eröffnete ein

Seit Jahrzehnten steht der Name Sennheiser für Qualitätsprodukte, exzellenten Klang und innovative Audiotechnik. In diesem Jahr feiert das Unternehmen, das sich nach wie vor in Familienbesitz befindet, sein 70-jähriges Firmenjubiläum. Mittlerweile leitet mit Daniel und Dr. Andreas Sennheiser, den Enkeln des Firmengründers Prof. Dr. Fritz Sennheiser, bereits die dritte Sennheiser-Generation die Geschäfte in Wedemark.



Sie legten das Fundament und entwickelten das Unternehmen stetig weiter: Unternehmensgründer Prof. Dr. Fritz Sennheiser (rechts) und sein Sohn Prof. Dr. Jörg Sennheiser.

weiteres Werk in Tullamore, Irland, und eine Außenstelle für Forschung und Entwicklung in den USA. Es folgten eine Produktionsstätte in Albuquerque, USA, und ein Joint Venture mit der dänischen William Demant Holding, aus dem 2003 die Sennheiser Communications A/S entstand. Im Juli 2013 übernahmen Daniel und Dr. Andreas Sennheiser, die Söhne von Prof. Dr. Jörg Sennheiser, als CEOs die Gesamtverantwortung für die Sennheiser electronic GmbH und Co. KG. Beide fühlen sich den unternehmerischen Leistungen ihres Großvaters und ihres Vaters verpflichtet und wollen die Audiobranche mit einer lebendigen Innovationskultur und großer Leidenschaft für Exzellenz weiter mitgestalten. Denn diese Faktoren haben aus dem Labor W in einem Fachwerkhaus in Wennebostel ein globales Unternehmen gemacht, das seinen Umsatz über Jahrzehnte nachhaltig und kontinuierlich steigern konnte: Heute beschäftigt Sennheiser mehr als 2.700 Mitarbeiter, davon etwa die Hälfte in Deutschland, und erzielte im Jahr 2013 einen Umsatz von 590,4 Millionen Euro.

Smart in die Zukunft

Für weitere Innovationen für die Zukunft schafft der neue Innovation Campus die notwendigen Freiräume. „Dort, aber auch in unseren weltweiten Innovationszentren, werden wir teamübergreifend beispielsweise an Lösungen arbeiten, um Audioinhalte stärker zu individualisieren“, erklärt Daniel Sennheiser. „Wir werden unsere Produktentwicklung künftig noch stärker an konkreten Kundenbedürfnissen orientieren, immer im Streben nach dem perfekten Klang – sei es auf Livebühnen, bei professionellen Studioproduktionen, im Büro oder einfach beim entspannten Musikhören.“



Seit 2013 gemeinsam an der Spitze des Familienunternehmens: Dr. Andreas Sennheiser (links) und Daniel Sennheiser.



Innovatives Familientreffen: v. r. Prof. Dr. Jörg Sennheiser, Alannah Sennheiser, Daniel Sennheiser, Prof. Dr. Fritz Sennheiser, Dr. Andreas Sennheiser und Karin Sennheiser.

Verbraucherstudie der GfK ermittelt „best brands“ 2015

Bose ganz vorn

Jedes Jahr wählen Verbraucher im Rahmen einer repräsentativen Studie der GfK die besten Marken Deutschlands. Dabei müssen sich die Konsumenten zwischen zahlreichen Marken aus rund 40 Branchen entscheiden. Nachdem Bose 2014 hinter Nivea und Lego unter den besten Produktmarken Rang 3 belegt hatte, ging es in diesem Jahr noch weiter nach oben: Der Audiospezialist wurde als „Beste Produktmarke 2015“ im deutschen Markenranking „best brands“ ausgezeichnet.

Dabei verwies das Unternehmen prominente Namen wie Nivea, Lindt, Lego, Miele, Coca-Cola, Apple, Samsung, Persil und Bosch auf die Plätze. Das deutsche Markenranking „best brands“ wurde 2004 ins Leben gerufen, um die erfolgreiche Markenführung in Deutschland zu fördern. Das ist die erklärte Absicht der Initiatoren, zu denen die Serviceplan Gruppe, die GfK als eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit, die ProSieben-Sat.1 Media AG, die WirtschaftsWoche, der Markenverband, iq media marketing und die Ströer Media AG gehören. Jedes Jahr im Februar wird der Award in München im Rahmen eines Festaktes mit mehr als 600 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Handel und Medien verliehen.

Die Auswahl der Gewinner obliegt nicht dem subjektiven Urteil einer Jury, sondern stets den Verbrauchern. Denn



2. Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media, überreichte den Preis an Anton Schalkamp, Regional Manager Bose Europe und Geschäftsführer der Bose GmbH und Bose Ges.m.b.H.

als einziger Marketingpreis misst „best brands“ auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie der GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der psychologischen Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher („Share of Soul“), die letztlich auch den zukünftigen Erfolg ausmacht. Kein anderes Marken-



ranking berücksichtigt bislang beide Facetten der Markenstärke.

„Der erste Preisträger des heutigen Abends steht dafür, an seine Träume zu glauben, für seine Überzeugungen einzustehen und dafür – auch entgegen dem allgemeinen Mainstream – den Mut zu haben, an seinen Ideen festzuhalten“, erklärte Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media in seiner Laudatio bei der Preisübergabe. „Und zwar nicht nur für den Augenblick, nicht nur über Wochen und Monate, sondern über Jahre und Jahrzehnte hinweg. Der Erfolg der Gewinnermarke basiert auf Beständigkeit einerseits und Innovation, ja fast schon Revolution, andererseits. Was in unserer effizienz- und oft datengetriebenen Wirtschaftswelt nach einem Gegensatz klingt, Beständigkeit und Innovation, ist das Erfolgsgeheimnis dieser Marke.“

Für Bose nahm Anton Schalkamp, Regional Manager Bose Europe und Geschäftsführer der Bose GmbH und Bose Ges.m.b.H., den Preis entgegen. „Für uns ist es das schönste Kompliment überhaupt, vom Verbraucher an die Spitze so namhafter Produktmarken gewählt zu werden“, erklärte der Manager, der seit Jahrzehnten für die Marke Bose in Deutschland steht. „Die Auszeichnung ist für uns Belohnung und Ansporn zugleich, unsere Kunden auch weiterhin mit innovativen Produkten für ein bestmögliches Musikerlebnis zu begeistern.“

PoS-Aktuell

Sengled ergänzt Marketing- und Vertriebsteam

Am Standort Düsseldorf erweitert der Beleuchtungsspezialist Sengled mit Thomas Hamsen als Senior Sales Manager DACH sein Marketing- und Vertriebsteam. Der 45jährige zeichnet für den Aufbau der Vertriebs- und Distributionskanäle in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Benelux verantwortlich. Weitere europäische Märkte sollen in einem zweiten Schritt erschlossen werden.



Thomas Hamsen

Hamsen ist seit rund 18 Jahren in verschiedenen Marketing- und Vertriebspositionen sowohl in B2C- als auch im B2B-Umfeld tätig. Zuletzt betreute er bei Telefónica Germany im M2M-Geschäft große Unternehmen und unterstützte sie in der Optimierung ihrer Prozess- und Produktionsabläufe. Beim Mobilfunkhersteller Sony Ericsson war Hamsen davor zunächst als Product Marketing Manager tätig und verantwortete ab 2007 in der Position des National Key Account Manager das Zubehörgeschäft in den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz sowie in den Niederlanden. Dabei konnte er mit seinem Team das wichtige Zubehörsegment signifikant weiterentwickeln.

„Das Thema Smart Home ist ein wichtiger Wachstumsmotor und wird in den kommenden Jahren enorm an Bedeutung gewinnen. Sengled ist mit seinen innovativen Produkten perfekt auf diese Ent-

wicklung vorbereitet. Gleichwohl steht das Unternehmen im europäischen Raum noch ganz am Anfang und bietet damit viele Gestaltungsspielräume. Ich freue mich, diese Entwicklung schon in einem frühen Stadium aktiv mitgestalten zu können“, kommentiert Hamsen.

RWE: Haussteuerung mit Samsung Überwachungskameras

Das Energieunternehmen RWE bindet ab sofort Samsung SmartCams in sein mobiles Haussteuerungssystem RWE SmartHome ein. Zur Produktfamilie gehören zunächst eine Innen- und eine Außenkamera des Elektronikherstellers. Die HD-Kameras sollen vor allem die Einbruchprävention erleichtern: Gesteuert über die SmartHome-Zentrale senden sie in Echtzeit Bilder, die zur Beweissicherung herangezogen werden können und dem Anwender durch die Nachrichtenfunktion Gelegenheit geben, sofort zu reagieren.

Aktiviert wird die Kamera durch Bewegungsmelder oder Tür- und Fenstersensoren. Infrarot-LEDs sorgen selbst bei Nacht für klare Bilder. Darüber hinaus sind die Kameras auch als Babyfon oder für die Gegensprechanlage für den Eingangsbereich geeignet. Auch wer Haustiere besitzt, die kurzzeitig allein bleiben müssen, kann sich von unterwegs mit eigenen Augen davon überzeugen, dass alles in Ordnung ist. Dank der Zwei-Wege-Audiofunktion lassen sich dabei nicht nur Geräusche empfangen, sondern man kann auch per Lautsprecher aus der Ferne beruhigend auf das Tier einwirken.

Nachrichten

Als funkbasierte Haussteuerung vernetzt RWE SmartHome mittlerweile mehr als 20 Geräte zu einem intelligenten Zuhause. Dank des modularen Aufbaus kann das System nach Bedarf ausgebaut werden. Informationen über die Funktionsweise des Systems sowie die einzelnen Produkte finden sich im RWE Online-Shop <http://www.rwe-smarthome.de>. Dort lassen sich auch regionale Bezugsquellen und Partner finden, die bei der Zusammenstellung, Einrichtung und Montage vor Ort behilflich sind.

Rommelsbacher mit neuem Internetauftritt

Zur Ambiente 2015 hat Rommelsbacher einen neuen und komplett überarbeiteten Online-Auftritt vorgestellt. Bei der umfangreichen Neugestaltung wurde besonderen Wert auf eine klare, verständliche Struktur gelegt, so dass sich Besucher in dem breit aufgestellten Sortiment schnell und leicht zurechtfinden können.

„Wichtig war neben der übersichtlichen Benutzerfreundlichkeit eine verbesserte Suchfunktion – das alles verpackt in einem frischen und modernen Design, im inhaltlichen Aufbau deutlich angelehnt an den aktuellen Produktkatalog, um sich nach außen klar und einheitlich darzustellen“, betont Oliver Hawner, Marketingleiter der Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH. „Weiterhin spielte eine gute Bedienbarkeit und Darstellung vor allem auf mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets eine große Rolle für uns.“ Derzeit gibt es den Online-Auftritt in deutscher und englischer Sprache.

Panasonic Convention mit zahlreichen Neuheiten



Die 4K Pro Studio Master UHD-TVs der Viera CRW854 im Curved Design sind ab Ende Juli erhältlich.

Panasonic stellte auf der traditionellen Convention, die in diesem Jahr in Frankfurt stattfand, zahlreichen Handelspartnern und Vertretern der Fachmedien ein umfassendes Neuheitenportfolio vor. Neben den CE-Wachstumssegmenten 4K Ultra HD (mit den ersten Curved TV Modellen) und Multiroom-Audio lag ein deutlicher Schwerpunkt auf dem neuen Geschäftsfeld Hausgeräte. Auch hier will der Hersteller dem Fachhandel mit eigenen Innovationen gute Verkaufsargumente bereitstellen.

Phosphor-Panel feinere Farbnuancen in allen Helligkeitsbereichen dar. Local Dimming Pro analysiert dabei in Echtzeit den Bildinhalt und optimiert einzelne Bildbereiche. So erreichen die Viera CXW804 und CRW854 TVs ein beeindruckendes Kontrastverhältnis und geben mit 1.600 Hz bmr und dem schnellen Quad-Core Pro-Prozessor auch rasante Bewegungen flüssig wieder.

Die Viera Top-Modelle sind ab Ende Juli erhältlich; die CRW804-Geräte in den Bildschirmgrößen von 40 (leicht abweichende technische Ausstattung), 50, 55 und 65 Zoll auf den Markt, die CRW854-Linie zum selben Zeitpunkt in 55 und 65 Zoll.

Bereits im Mai steigt Panasonic mit dem 4K Ultra HD-TV Viera TX-55CRW434 in das Segment Curved-Design ein. Das Gerät bietet Empfangsvielfalt mit HD Triple Tuner, die Panasonic Bildverarbeitungstechnologie mit 400 Hz (BMR) und aktives 3D. Darüber hinaus ist er wie alle aktuellen Panasonic TVs mit einem DVB-T2-Tuner ausgestattet, der hochauflösende Sender per Antenne empfängt. Integriertes WLAN ermöglicht die einfache und kabellose Vernetzung mit Web Browsern, Essential Apps und HbbTV. Essential Apps bietet durch vorinstallierte Apps und Video on Demand Dienste, z. B. Netflix, schnellen Zugriff auf aktuelle Smart TV Angebote.

Volles Sortiment

Im TV-Geschäft sieht Panasonic seine Premium-Strategie bestätigt: Der Durchschnittspreis in diesem Segment liegt, so betonte Armando Romagnolo, Marketing Director Consumer Electronics bei Panasonic Deutschland, mit 763 Euro nicht nur deutlich über dem Markt (552 Euro), sondern sei auch deutlich höher als bei allen Mitbewerbern. Mit dem neuen Sortiment will Panasonic diese führende Position ebenso verteidigen wie die Technologieführerschaft bei 4K UHD, wo das Unternehmen die gesamte Kette von der Aufnahme über die professionelle Verarbeitung bis zur Wiedergabe beherrscht. Gelingen soll das zum einen mit deutlich mehr 4K Ultra HD Geräten, darunter eine noch größere Auswahl von Großbild-TVs mit Diagonalen von 46 Zoll und mehr; zum anderen soll die neue 4K Pro Studio Master Technologie die Bildqualität nochmals verbessern. Dazu kommen Alleinstellungsmerkmale wie die Integration von SAT>IP Server bzw. Client in bestimmte Gerätelinien. Mit seinen ersten Curved TVs stellt sich Panasonic zudem auf einen aktuellen Trend ein.

4K Bildqualität auf Profi-Niveau

In den neuen 4K Pro Studio Master UHD-TVs der CRW854- (im Curved Design) und CXW804-Serie vereint Panasonic seine gesamte technologische Kompetenz aus dem professionellen AV-Segment, den Panasonic Hollywood-Studios und der langen Erfahrung mit Bildverarbeitungstechnologien. Dabei wird die neueste 4K Pro-Bildverarbeitung mit dem neuen leistungsstarken 4K Studio Master-Prozessor kombiniert, um das Wide Colour Phosphor-Panel bestmöglich zu steuern. Die bisher nur in professionellen



Die beiden Mittelklasse-Serien CXW754 (Foto) und CXW704 treten die Nachfolge der Full HD-TVs ASW754/ASW654 an, sind aber mit einem 4K Ultra HD-Panel ausgestattet. Sie kommen im April in den Handel.

Monitoren Accurate Colour Drive Technologie ermöglicht durch die Verwendung von 8.000 Referenzfarbpunkten, die nicht nur die Grundfarben Rot, Grün und Blau kontrollieren, sondern auch Cyan, Magenta und Gelb mit einbeziehen, eine natürlichere Farbdarstellung und -reinheit, wie sie bisher nur in Filmstudios erreicht wurde. Der 4K Studio Master Prozessor mit 10-bit-Rechentiefe verbessert zusätzlich Kontrast und Helligkeit in einem einzigen Prozess und ist auch in der Lage, HDR (High Dynamic Range)-Inhalte mit besonders hohem Kontrast wiederzugeben.

Mit seinem Farbraum von bis zu 98% DCI (Digital Cinema Initiative) stellt das neue Wide Colour

Als erstes Curved TV von Panasonic wird der 4K Ultra HD-TV Viera TX-55CRW434 im Mai lieferbar sein.



My Home Screen 2.0

Für ein verbessertes Smart TV Erlebnis stattet Panasonic seine 2015 Viera-Modelle mit der neuen Benutzeroberfläche My Home Screen 2.0 powered by Firefox OS aus. Damit wird der Zugriff auf zahlreiche Inhalte noch schneller und einfacher: Sender, Apps, Video-on-Demand-Anbieter und vernetzte

Geräte lassen sich durch einfaches Antippen des Stern-Symbols auf dem neuen, ergonomisch geformten Touch-Pad direkt in den persönlichen Home-Bildschirm integrieren. Diese Technik findet sich bereits in den beiden Mittelklasse-Serien CXW754 (mit Twin HD Triple Tuner, 1000 Hz bmr und SAT>IP Server & Client) und CXW704 (mit HD Triple Tuner, 800 Hz bmr und SAT>IP Client), die im April in den Handel kommen. Die Nachfolger der Full HD-TVs ASW754/ASW654 sind mit einem 4K Ultra HD-Panel ausgestattet. Beide Modellreihen bieten umfassende smarte Funktionen wie HbbTV, alle wichtigen Video-on-Demand-Dienste sowie komfortables USB-HDD-Recording. Die CXW704-Serie ist in Größen von 40 bis 65 Zoll, die CXW754-Serie in Diagonalen von 43 bis 60 Zoll erhältlich.

Automatisch Waschen, smart Kochen

Im neuen Geschäftsfeld Hausgeräte will Panasonic in diesem Jahr weiter zulegen. Dazu sollen Neuheiten in den Bereichen Waschen und Kühlen ebenso beitragen wie innovative Küchengeräte. Bereits im Januar wurde auf der imm cologne/LivingKitchen in Köln erstmals ein Vollsortiment von Kücheneinbaugeräten für den deutschen Markt

AV Neuheiten rund um 4K Ultra HD



Mit 4K Upscaling und 4K JPEG-Wiedergabemodus: der neue Blu-ray Player DMP-BDT375.

Neben den weiterhin verfügbaren Spitzen-Playern DMP-BDT700 und DMP-BDT465 führt Panasonic mit dem DMP-BDT374/5 und der DMP-BDT174/5 zwei weitere Blu-ray Player mit 4K Upscaling ein. Mit dem 4K JPEG-Wiedergabemodus des DMP-BDT374/5 können die Kunden auch ihre Urlaubs- und Familienfotos in Ultra HD Qualität genießen.

Mit voller DLNA-Funktionalität lassen sich die Player leicht ins Heimnetzwerk integrieren. Fotos vom Smartphone oder Internet-Entdeckungen, die beim Surfen mit dem Tablet-PC gemacht wurden, werden per Miracast sofort auf den Bildschirm gebracht. Für zusätzlichen Bedienkomfort sorgt die HDMI-CEC-Steuerung, mit der verbundene Geräte komfortabel und herstellerübergreifend über eine Fernbedienung gesteuert werden. Die neuen Blu-ray Player sind ab sofort für 109 Euro (UVP DMP-BDT174/5) bzw. 149 Euro (UVP DMP-BDT374/5) verfügbar.

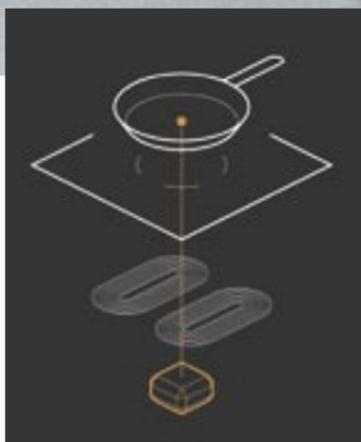
Die neuen Soundbar-Systeme C-ALL70T und SC-HTB690 und die Soundbases SC-ALL30T und SC-HTE200, die Panasonic neben zwei weiteren in den nächsten Wochen auf den Markt bringt, sind für die Übertragung von 4K Signalen vom Player über eine HDMI-Verbindung zum 4K TV geeignet. Die Modelle SC-ALL70T und SC-ALL30T sind

zudem für Streaming im ALL Connected Audio System von Panasonic ausgestattet und können mit anderen ALL-Lautsprechern zu Wireless Surround-Systemen kombiniert werden. Jedes neue Soundbar-System bringt einen kabellosen Downfire-Subwoofer mit, der durch Abstrahlung in Richtung Boden ein solides Tieftonfundament legt. Die 3.1 Soundbar Systeme SC-ALL70T und SC-HTB690 bieten mit drei integrierten Lautsprechern und einem Wireless Subwoofer eine Leistung von 350 Watt (RMS). Auch ohne externen Subwoofer liefern die Panasonic Soundbases SC-ALL30T und SC-HTE200 mit zwei integrierten Subwoofern und Long Aero Stream Ports satte Bässe und Tieftöne. Aufgrund der einfachen One-Touch-Konnektivität (NFC) mit Bluetooth lassen sich alle neuen Soundbar-Systeme und Soundbases kinderleicht über die Panasonic Music Streaming App von einem mobilen Gerät ansteuern. Auch gespeicherte Musikfavoriten, Internetradio oder Podcasts sind so nur einen Tastendruck entfernt.

Das ALL-Soundbar System SC-ALL70T und die ALL-Soundbase SC-ALL30T lassen sich mit der App auch mit anderen ALL-Lautsprechern verbinden. Der Fernseher ist so in jedem gewünschten Raum zu hören. Zudem kann das ALL-Soundbar System SC-ALL70T einfach zum Wireless 5.1 Surround-Sound-System ausgebaut werden, indem es mit zwei ALL-Lautsprechern, z. B. dem neuen SC-ALL2 oder dem bekannten SC-ALL3 verbunden wird.



Die Soundbar ALL70T kann mit anderen ALL-Lautsprechern zu einem drahtlosen Surround-Systemen kombiniert werden.



Mit dem innovativen „Messfühler „Genius Sensor+“ wird gradgenauer Kochen möglich, denn die Temperatur wird direkt am Boden des Kochgeschirrs gemessen und konstant gehalten.

präsentiert. Zu den innovativen Highlights gehören hier der 3-in-1-Kompaktofen, der erstmals Backofen, Mikrowelle und einen vollwertigen Dampfgarer in einem 60 cm breiten und 45 cm hohen Gerät vereint. Bemerkenswert ist auch das Induktionskochfeld mit dem einzigartigen „Genius Sensor+“; dieser innovative Messfühler misst per Infrarot direkt am Boden des Kochgeschirrs die jeweilige Temperatur zwischen 65 °C bis 230 °C und hält sie konstant.

Bei den Kleingeräten für die Küche zeichnet sich der neue Panasonic Slow Juicer MJ-L500 durch ein spezielles Press-Verfahren aus. Die edelstahlverstärkte Press-Schnecke ermöglicht nicht nur eine besonders effiziente Saftausbeute, sondern setzt die Zutaten auch keiner Hitzeent-

wicklung aus, was Vitamine und Mineralstoffe schont. Außerdem verarbeitet der Slow Juicer mit seinen geringen Drehzahlen auch weiche Zutaten wie Erdbeeren, Weintrauben, Himbeeren oder Blattspinat, die bei herkömmlichen Geräten aufgrund der hohen Geschwindigkeit oft direkt in den Trester rutschen, ohne Saft abzugeben.

Innovation für die Waschküche bieten die ersten Waschmaschinen mit der Programmautomatik AutoCare, die NA-148XS1 (mit Dampf-Funktion Steam Action) und NA-148XR1: Mit Hilfe von vier intelligenten Sensoren stimmen die A+++ Geräte der 8 kg-Klasse eigenständig den Programmablauf auf die Zusammensetzung der aktuellen Ladung ab. Der Beladungssensor ermittelt die richtige Wassermenge und Waschzeit für die Wäschemenge, der Temperatursensor misst die exakte Gradzahl des ankommenden Leitungswassers und verkürzt z. B. die Aufheizphase, wenn das Wasser im Sommer ein paar Grad wärmer ist. Der optische Schmutzsensoren erkennt, ob ein intensives Waschprogramm erforderlich ist oder ob ein kürzerer Wasch-/Spülvorgang ausreicht. Dank Materialsensoren können Baumwoll- und Synthetikfasern zur besseren Trommelauslastung zusammen gewaschen werden. Besteht die Ladung überwiegend aus leicht trocknenden Synthetikfasern, reduziert die Maschine die Schleuderzeit und damit den Stromverbrauch. AutoCare erkennt sogar, ob Pulver- oder Flüssigwaschmittel verwendet wird und passt den Programmablauf an.

Ein besonderes Merkmal des Modells NA-148XS1 ist die Dampf-Technologie „Steam Action“ für das schnelle Auffrischen ohne Waschen. In wenigen Minuten werden Gerüche und Falten aus trockenen Textilien entfernt. Dabei macht die NA-148XS1 mit purem Wasserdampf selbst in empfindlichen Textilien, die nicht bei hohen Temperaturen gewaschen werden können, Allergene und 99,99 Pro-



Der neue Panasonic Slow Juicer MJ-L500 arbeitet mit einer edelstahlverstärkten Press-Schnecke besonders vitaminschonend.

zent der anhaftenden Bakterien unschädlich. Müssen Hemden, Blusen & Co. gewaschen werden, wird der Bügelaufwand reduziert, indem Fasern bereits während des Waschvorgangs mit Dampf geglättet werden. Neben AutoCare für die tägliche Wäsche bieten die beiden Geräte 15 weitere Programme für Sportwäsche, Hemden, Wolle, Seide/Dessous und vieles mehr. Für empfindliche Kinder- und Erwachsenenhaut gibt es ein BabyCare-Programm, das Waschmittelmittelrückstände besonders gründlich ausspült. Wer gezielt Zeit oder Energie sparen möchte, hat die Wahl zwischen verschiedenen Kurzprogrammen, 20 °C-Kaltwäsche und dem Eco/Schnell-Modus.

Insgesamt liegt der Jahresverbrauch der beiden Waschmaschinen mit jeweils 117 kWh um 40 Prozent unter den Vorgaben der besten Energieeffizienzklasse A+++. Der Wasserverbrauch für 220 Standard-Waschvorgänge beträgt 9.750 Liter.

Die Panasonic NA-148XS1 (UVP: 999 Euro) und NA-148XR1 (UVP: 899 Euro) sind ab sofort erhältlich.



Mit AutoCare stimmt die NA-148XS1 eigenständig den Programmablauf auf die Zusammensetzung der aktuellen Wäscheladung ab.

Wendige Helfer gegen Staub und Pollen

Energiesparender Frühjahrsputz

Leiser, energieeffizienter und wendiger. Das sind die Eigenschaften, der neuen Staubsauger-Generation. Die leicht rückläufigen Verkaufszahlen könnten immer noch auf eine Verunsicherung seitens der Endverbraucher wegen der im Herbst des vergangenen Jahres in Kraft getretenen Energiesparverordnung zurückzuführen sein. Darum ist jetzt der Handel gefragt, denn weniger Watt heißt nicht weniger Leistung. Das ist ein wichtiges Argument für den erfolgreichen Verkauf der neuen Geräte – pünktlich zur Frühjahrsaison.

Der deutsche Markt für Elektroklein-geräte steigerte, laut GfK, im vierten Quartal 2014 seinen Umsatz um 6,4 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro. Auch die Jahresbilanz fällt mit einem Plus von 4,6 Prozent und einem Gesamtvolumen von 3,5 Milliarden Euro erfreulich aus. Zu den dynamischsten Wachstumstreibern des vergangenen Jahres zählten vor allem Standmixer, elektrische Zahnbürsten, Küchenmaschinen und Lockenstäbe. Kapsel- und Pad-Kaffeemaschinen und traditionelle Dampfbügeleisen; Bodestaubsauger entwickelten sich hingegen rückläufig. Grund hierfür kann immer noch das in den Köpfen der Verbraucher fest verankerte Vorurteil sein: Weniger Watt heißt weniger Saugleistung. Die neuen Geräte beweisen aber gekonnt das Gegenteil. Beste Ergebnisse, insbesondere im Preis-/Leistungsverhältnis, gab es in verschiedenen Testmagazinen für die Dirt Devil Staubsauger Rebel 23HE sowie den Multicyclone Staubsauger Infinity Rebel 53HF und den Beutelsauger Rebel 73HF. „Unseren Ingenieuren ist es gelun-



Dirt Devil Rebel 23HE

gen, äußerst saugstarke und energie-sparende Staubsauger zu entwickeln. Wir freuen uns über die zahlreichen Auszeichnungen und guten Testergebnisse für unsere neuen Modelle. Dirt Devil beweist wieder, dass ausgezeichnete Qualität nicht teuer sein muss“, so Heinz H. Fischer, Geschäftsführer der Royal Appliance International GmbH.

Perfectionist ProSilence

Der Perfectionist ProSilence 59 ist das stille Talent im Bosch Portfolio. Mit nur 59 dB(A) zählt er nach Angaben des Herstellers zu den leisesten Beutel-Staubsaugern im Markt. Dafür sorgen mehrere Komponenten: Der Silence Motor, der dreifach gekapselt und elastisch aufgehängt ist, besitzt speziell geformte Schaufelräder, um Geräusche dort zu reduzieren, wo sie entstehen. Innovative Dämm-Materialien filtern unterschiedlichste Geräuschfrequenzen. Zudem wurden die Luftwege im Ausblasbereich so verbessert, dass die Luft langsamer und somit leiser strömt. Auch die neue HighPerformance Düse, noch besser abgedichtete Verbindungen und eine glattere Innenseite im Schlauch sorgen für weniger Geräusche. Trotz geringem Geräusch ist der Perfectionist ProSilence 59 ein Gewinner bei Reinigungsleistung und Energieeffizienz. Dank der verbauten Hochleistungstechnologie von Bosch reiht sich der neue Beutel-Staubsauger mit dem Top-Wert A in Energieeffizienz in die erste Liga ein. Auch bei der Reinigungsleistung auf Hartboden kann der Sauger mit einem A punkten. Anwender, die lieber einen beutellosen Staubsauger in dieser Kategorie bevorzugen, sind mit dem Relaxx'x ProSilence bestens beraten. Das Gerät überzeugt mit einer sehr guten Reinigungsleistung auf Hartboden. Zudem ist er mit nur 66 dB(A) der leiseste beutellose Staubsauger am Markt.

Leicht, wendig und beutellos

Zu den Roadshow-Neuheiten von Samsung zählten in diesem Frühjahr auch die neuen und wendigen beutellosen Staubsauger VC7000 und VC4000.

Neu in diesem Frühjahr:
Die wendigen und
leichten, beutellosen
Staubsauger von Samsung.



Der Perfectionist ProSilence 59 ist das stille Talent im Bosch Portfolio.

Das Motion Sync Design macht die Geräte zusammen mit den leuchtlaufenden Rädern besonders wendig und stabil. Die zuverlässige Cyclone Force-Technologie liefert zudem starke Reinigungsergebnisse.

Bei Thomas heißt es ebenfalls Schluss mit lästigen Staubwolken, Flecken & Co. Ob saugen, waschen oder wischen – das innovative Spezial-Sprühdrucksystem des Aqua+ Multi Clean X10 garantiert glänzende Hartböden und porentief saubere Teppichböden in nur einem einzigen Arbeitsgang. Speziell für die Pflege von Parkett eignet sich der Sauger bestens. Ausgestattet mit einer Parkettreinigungsdüse, sorgt der Aqua+ Multi Clean X10 Parquet für besonders gründliche Sauberkeit auf dem empfindlichen Bodenbelag und für strahlend schönen Parkettglanz. Dabei beseitigt der leistungsstarke Sauger in modernem Minzgrün Staub und Schmutz mit Hilfe seines einzigartigen Aqua+ Filtersystems im Handumdrehen – aufgesaugte Partikel werden im Wasser gebunden und können so nicht mehr in die Raumluft entweichen – für spürbare Frische in den eigenen vier Wänden.



Die TriActiveMax-Düse der neuen Philips Sauger bietet beste Bodenhaftung für maximale Staubaufnahme.

Performer mit Air Max Technologie

Die Philips Neuheit in Sachen Bodenpflege ist in diesem Frühjahr der neue Philips Performer Expert. Der Staubsauger liefert dank AirflowMax-Technologie auf allen Böden die höchste Leistung bei der Staubaufnahme. Die AirflowMax-Technologie maximiert den Luftstrom, sodass sich der Staubbeutel gleichmäßig entfalten kann. Damit ist auch bei gefülltem Beutel eine hohe Saugleistung gewährleistet. Die TriActiveMax-Düse mit 3-in-1 Reinigungsvorgängen bietet perfekte Bodenhaftung für eine maximale Staubaufnahme. Mit der speziell konzipierten Unterseite wird der Teppich schonend aufgeraut, um tief liegenden Staub aufzunehmen. Große Teile des Staubs werden über die größere Öffnung an der Vorderseite aufgenommen. Staub und Schmutz werden längsseits gekehrt und von Möbeln und Wänden mit den zwei Seitenbürsten aufgenommen.

Dyson startet Zubehöraktion



Vom 1. März bis 31. Mai 2015 erhält jeder Käufer eines Dyson DC52 Staubsaugers zwei Düsen seiner Wahl im Wert von bis zu 80 Euro gratis dazu.

Nach dem Kauf eines Dyson DC52 registriert sich der Kunde bis zum 15. Juni 2015 online oder telefonisch, wählt aus dem Zubehöran-

gebot zwei Düsen aus und sendet die unterschriebene Registrierungsbestätigung zusammen mit einer Kopie des Kaufbelegs und dem Seriennummernaufkleber der Produktverpackung ein. Das gewünschte Zubehör wird per Post zugestellt. Im Fachhandel wird diese Aktion mit einem hochwertigen Kommunikationspaket aus Thekenaufstellern, Flyern und Plakaten am PoS unterstützt. Zeitgleich wird der DC52 reichweitenstark im TV und online beworben.

Severin will Marktposition weiter ausbauen

Investor steigt ein

Severin hat Veränderungen im Management und in der Gesellschafterstruktur bekanntgegeben. Bereits zum Jahresende 2014 hat das Familienunternehmen die Weichen für die Fortsetzung seiner bald 125-jährigen Erfolgsgeschichte und den zukünftigen Einstieg der fünften Generation gestellt, indem die Familie des geschäftsführenden Gesellschafters Rudolf Schulte sämtliche Anteile am Unternehmen übernommen hat. Zum Jahresbeginn 2015 wurde dann eine namhafte deutsche Unternehmerfamilie ausgewählt, um durch Übernahme einer Minderheitsbeteiligung die Eigenkapitalbasis der Gruppe deutlich und nachhaltig zu stärken.

„Mit der auf eine langjährige Zusammenarbeit ausgelegten Partnerschaft erhöhen wir die Innovationskraft des Unternehmens“, erklärte Rudolf Schulte. „Wir sind damit in der glücklichen Situation, auf Basis der jüngsten Erfolgsmeldungen die Marktposition in Deutschland und international weiter ausbauen zu können. Ein wichtiger Baustein in der Umsetzung

der neuen Unternehmensstrategie ist die einheitliche Vertriebsführung aller Severin Markenprodukte.“

Daher übernimmt Ralf Wietek, der bereits seit Januar 2014 als geschäftsführender Gesellschafter der neu gegründeten Severin Floorcare GmbH innerhalb der Severin Unternehmensgruppe tätig ist, die Verantwortung für den gesamten Markenvertrieb. Bisher war Wietek schon maßgeblich an der erfolgreichen Markteinführung eines eigenständigen Bodenpflegesortiments beteiligt. In seiner neuen Funktion ist er für den Inlands- und Auslandsvertrieb aller Markenprodukte des sauerländischen Unternehmens verantwortlich und berichtet direkt an Rudolf Schulte.

„Wir freuen uns, dass wir Ralf Wietek für diese herausfordernden



Rudolf Schulte führt das Familienunternehmen weiter als geschäftsführender Gesellschafter.

de Aufgabe gewinnen konnten“, sagte Schulte. „Ralf Wietek hat große Erfahrung im Vertrieb von Qualitätsmarken, kennt unser Unternehmen seit über einem Jahr aus erster Hand und hat bereits bewiesen, dass er den eingeschlagenen Weg zur Stärkung der Marke und der Umsetzung unserer Value-Strategie erfolgreich gestalten wird.“

Vor seinem Eintritt bei Severin arbeitete Wietek in verantwortungsvollen Positionen im Vertrieb u. a. bei Royal Appliances (Dirt-Devil), Hitachi, Dyson und Bang & Olufsen.

Bei Severin wird der Manager von zwei Verkaufsleitern für das Exportgeschäft und drei Verkaufsleitern für das Inlandsgeschäft unterstützt, die direkt an ihn berichten.

Wietek folgt in seiner neuen Funktion auf Christoph Steinkuhl, der über umfassendes Knowhow in der Beschaffung verfügt. Im Rahmen der Neuorganisation soll er sich als wichtiger Bestandteil der Value-Strategie vor allem der Leitung des Gesamteinkaufs widmen und zusätzlich andere Aufgaben innerhalb des Unternehmens übernehmen.



Ralf Wietek übernimmt die Vertriebsleitung für alle Severin-Markenprodukte.

Drei neue Waschmaschinen von Grundig

Für Singles, Paare und Familien

Mit drei neuen Waschvollautomaten baut Grundig sein Elektrogroßgeräte-Segment weiter aus. Die Modelle GWN 36630, GWN 57442 C und GWN 48430 unterscheiden sich vor allem durch ihr Fassungsvermögen von 6, 7 oder 8 kg. Alle drei Vollautomaten verfügen über 16 umfangreiche Waschprogramme, den Wasserschutz WaterProtect+ und sind mit dem energiesparenden EcoMotor ausgestattet, der zum Erreichen der Energieeffizienzklasse A+++ beiträgt.

Für den Single-Haushalt sind die 6 kg Fassungsvermögen der GWN 36630 völlig ausreichend. Als einziges vergleichbares Gerät auf dem Markt schleudert die neue Grundig mit bis zu 1600 U/min. 7 kg fasst die GWN 57442 C, die zudem die Grenzwerte der Effizienzklasse A+++ um 10 Prozent unterschreitet und dem komfortablen MultiSense-Automatikprogramm besonderen Komfort bietet. Eine Edelstahlblende und eine Chromtür

machen das Gerät auch äußerlich attraktiv. Der GWN 48430 ist mit 8 kg Ladevolumen die richtige Wahl für Familien mit Kindern. Auch bei dieser Maschine werden sämtliche Einstellungen auf Wunsch vom MultiSense-Automatikprogramm vorgenommen: Es steuert die Temperatur, wählt die richtige Länge des Waschprogramms, legt Anzahl der Spülgänge fest und sorgt für die richtige Schleuderzahl. Dazu kommen bei allen drei Modellen 16 Waschprogramme für praktisch jeden Wäschetyp und Verschmutzungsgrad von der Koch- oder Buntwäsche bis zu AquaPerfect 40°/40 min und HygieneCare.

Sicherheit für die Kunden

Alle drei Geräte bieten den Kunden besondere Sicherheit. Das Wasserschutzsystem WaterProtect+ mit dem doppelwandigen Schlauch schützt vor Wasserschäden, denn das wasserabsorbierende Material zwischen dem inneren und äußeren Schlauch erkennt, wenn der Schlauch beschädigt ist und stoppt dann sofort die Wasserzufuhr. Darüber hinaus wird der Wasserstand mit einem Schwimm-



Die Bildschirmanzeige der neuen Grundig Waschmaschinen gibt den Nutzern alle wichtigen Informationen zum Waschvorgang.

merschalter in der Bodenwanne kontrolliert. Ein weiteres Sicherheitsplus ist die 3-jährige Garantie, die Grundig auf alle Geräte gibt.

Die drei neuen Waschvollautomaten sind ab sofort für 599 Euro (UVP GWN 36630), 779 Euro (UVP GWN 57442 C) bzw. 699 Euro (UVP GWN 48430) lieferbar.

devolo: Smart Home so einfach wie möglich



Zum Preis von circa 220 Euro macht das Starter Kit mit Zentrale, Tür-/Fenstersensor und Funk-/Messsteckdose den Einstieg in das smarte zu Hause leicht. Weitere Komponenten können nach Bedarf hinzugefügt werden.

Neunmal klug

Mehr Sicherheit, höherer Komfort und geringerer Energieverbrauch – devolos Home Control adressiert schon zu Beginn alle drei Kernaspekte des smarten Heims. Mit einer klaren Kommunikation sollen Bedenken des Endkunden entkräftet werden. Smart Home muss weder kompliziert noch teuer sein. Für die Kommunikation der Komponenten untereinander hat sich devolo für den bereits weit verbreiteten Funkstandard Z-Wave entschieden, der sich u.a. durch geringen Stromverbrauch auszeichnet. Mit Ausnahme der Mess- und Schaltsteckdose werden alle Home-Control-Produkte mit AA-Batterien betrieben, die laut Hersteller bei normaler Benutzung zwei Jahre lang halten. Ein weiterer Vorteil von Z-Wave ist die hohe Übertragungssicherheit durch die Nutzung der Frequenz 868.42 MHz, die kaum durch andere Geräte gestört wird und weit abseits des stark genutzten WLAN-Frequenzbereichs liegt. Die hausübergreifende Reichweite wird bei Z-Wave durch die sogenannte Meshing-Funktion sichergestellt, bei der die einzelnen Komponenten nicht nur Befehle empfangen, sondern diese auch weiterleiten. Für Kunden und Händler ist die Kompatibilität mit derzeit gut

Mit seinen innovativen Strom-Netzwerk-Lösungen hat der Aachener Mittelständler devolo seit Jahren einen festen Platz in den IT-Regalen des Fachhandels – mehr als 25 Millionen dLAN Powerline Adapter hat das 2002 gegründete Unternehmen bisher ausgeliefert. Mit dem neuen Produkt Home Control wagt Devolo nun den Schritt ins smarte Zuhause. Im Frühjahr startet der deutsche Hersteller mit einem beeindruckenden Portfolio von neun Geräten in das noch junge Marktsegment Smart Home. Florian Weidhase hat für PoS-MAIL zusammengestellt, was das neue System für den Fachhandel bedeutet.

Die klugen Komponenten

Die Zentrale ist das Kernstück von Devolo Home Control, speichert die Konfigurationsdatei und spricht alle Komponenten an. Für die Erstinstallation und natürlich für Steuerbefehle außerhalb des Heimnetzwerks ist eine Internetanbindung via Router notwendig. devolo bietet jedoch auch die Option, das komplette System nach außen abzuschotten. Neben der Zentrale gehören acht weitere smarte Komponenten zum devolo Home Control Portfolio:



Die Funk- und Mess-Steckdose kann per App, nach Uhrzeit oder als Teil eines Szenarios gesteuert werden.

Funk- und Messsteckdose:

Im Prinzip funktioniert die smarte Steckdose wie ein altbekannter Funk-Zwischenstecker. Die Steuerung erfolgt manuell per App, nach vorgegebenen Zeiten oder als Teil eines vorkonfigurierten Szenarios. Zusätzlich wird der aktuelle und kumulierte Stromverbrauch gemessen und an die Zentrale gemeldet.

Tür- und Fensterkontakt:

Meldet den Zustand eines Fensters oder einer Tür. Zudem hat devolo im Tür- und Fensterkontakt einen Helligkeitssensor integriert.

Bewegungsmelder:

Wie der Tür- und Fensterkontakt steckt auch im Bewegungsmelder zusätzlich ein Helligkeitssensor. So soll der Melder zwischen Mensch und Haustier unterscheiden zu können, um Falschmeldungen zu vermeiden.

Rauchmelder:

Der optische Rauchmelder erkennt gefährliche Rauchentwicklung und warnt mit einem lauten akustischen Signal. Zugleich werden Warnungen an die App, per E-Mail und SMS verschickt.



Smarter Lebensretter: Der Rauchmelder warnt auch per App, E-Mail oder SMS.

Heizkörperthermostat:

Im Home-Control-Haushalt wird der „dumme“ Thermostat durch sein smartes Pendant ersetzt, das zeit- oder ereignis-gesteuert die Heizleistung regelt. Eine manuelle Bedienung ist trotzdem jederzeit möglich.

Raumthermostat:

Der Raumthermostat regelt die Raumtemperatur und stellt si-



Starkes Duo: Der smarte Heizkörperthermostat (links) regelt die Heizleistung zeit- oder ereignisgesteuert, ggf. im Zusammenspiel mit dem Raumthermostat.



cher, dass am Installationsort die gewünschte Temperatur herrscht.

Funkschalter:

Er sieht aus wie ein ganz gewöhnlicher Lichtschalter, ist aber deutlich smarter. Zwei oder vier frei programmierbare Tasten steuern beliebige Komponenten im Smart Home. Der Schalter wird einfach per Klebestreifen am gewünschten Ort angebracht.

Fernbedienung:

Wie der Funkschalter bietet auch die kompakte Fernbedienung vier frei programmierbare Tasten. Dieses Steuergerät ist für den Schlüsselbund gedacht, so dass auch Bewohner ohne Smartphone jederzeit wichtige Funktionen auslösen können.

Die Fernbedienung passt an den Schlüsselbund und ermöglicht mit vier programmierbaren Tasten die Bedienung auch ohne Smartphone.



1.000 zertifizierten Z-Wave-Geräten ein weiteres wichtiges Argument. Wer sich für Home Control von devolo entscheidet, zieht nicht auf eine Smart-Home-Insel, sondern kann sein cleveres Zuhause jederzeit mit weiteren Elementen – auch von anderen Herstellern – ergänzen.

Die Zentrale

Herzstück des devolo Home Control Konzepts ist die Zentrale. Sie speichert die Konfiguration, steuert alle angeschlossenen Komponenten und stellt die Verbindung zum heimischen Router und somit zum Internet her. Dies geschieht wahlweise per Netzkabel oder – typisch Devolo – mit der in die Zentrale integrierten Powerline-Technik. devolo Home Control funktioniert auch bei einem Ausfall der Internetverbindung. Zudem wird eine Sicherungskopie der Konfigurationsdatei – natürlich verschlüsselt – auf den devolo Server hochgeladen.

Gemeinsam smart

Der größte Reiz von Smart-Home-Systemen ist nicht die Steuerung per App, sondern vielmehr das Zusammenspiel mehrerer Komponenten. Richtig smart wird das Heim nämlich vor allem durch die Programmierung von sogenannten Szenarien. So kann die clevere Heizung das Bad um 5:30 Uhr aufheizen, damit es um 6:00 Uhr mollig warm ist. Damit keine Energie vergeudet wird, kann ein offenes Fenster diese zeitgesteuerte Funktion unterbinden. Ähnliche Kombinationen schützen auch vor Einbrechern. So könnte ein Alarm erst ausgelöst werden, wenn die Haustür geöffnet (Türsensor) ist und



Die Zentrale speichert die Konfiguration, steuert alle angeschlossenen Komponenten und stellt die Verbindung zum heimischen Router und somit zum Internet her.

im Flur eine Bewegung erkannt wird (Bewegungsmelder). Natürlich ist es verlockend, auf einen Schlag das ganze Haus smart zu machen. Um den Einstieg jedoch so leicht wie möglich zu machen, bietet devolo mit dem Starter Kit zum Preis von circa 220 Euro ein Set aus Zentrale, Tür-/Fenstersensor und Funk-/Messsteckdose an.

Einrichtung und Steuerung per App

Das komplette Home-Control-System wird per App (iOS, Android) oder PC/Mac gesteuert. Um die Übersicht zu erleichtern, werden Geräte bestimmten Räumen zugeordnet. devolo hat eigenen Angaben zufolge besonderen Wert auf die einfache, unkomplizierte Installation und Bedienung gelegt. Das ist auch nötig, denn schließlich sind Sensoren und Aktoren – also die blanke Hard-



Georg Hermann, Director Product Marketing Home Control, devolo AG

„Der nächste logische Schritt“



Georg Hermann, Director Product Marketing Home Control, devolo AG: „Chancen für den Fachhandel sehen wir bei der umfassenden Erstberatung. Im Anschluss daran können Serviceleistungen wie Installation, Ersteinrichtung oder Wartung als sinnvolle Ergänzungen angeboten werden.“

PoS-MAIL hat mit Georg Hermann, Director Product Marketing Home Control der devolo AG, darüber gesprochen, welche Chancen devolo Home Control für den Hersteller und den Fachhandel bieten kann.

PoS-Mail: Bekannt ist Ihre Firma für Powerline-Produkte, also Technik, die aus jeder Steckdose einen Netzwerkanschluss macht. Warum steigt devolo nun in den Bereich Smart Home ein?

Georg Hermann: Unsere dLAN Powerline Produkte werden inzwischen europaweit in vielen Millionen Haushalten eingesetzt – überall dort, wo WLAN oder ein Netzwerkanschluss benötigt werden. devolo Home Control ist für uns nun der nächste logische Schritt, um das ganze Haus zu vernetzen – von der Heizkörpersteuerung über die Steckdosen bis hin zum Rauchmelder.

PoS-Mail: Was zeichnet Ihr Produkt Home Control aus? Welche Vorteile bietet es im Vergleich zu anderen Lösungen für den Fachhandel und die Endkunden?

Georg Hermann: devolo Home Control hebt sich in vielen Aspekten positiv vom Wettbewerb ab. Zum einen erwirbt der Kunde mit unserem System keine „Insellösung“, wie es bei anderen Systemen oft der Fall ist. Wir bieten Lösungen für die Bereiche Komfort, Sicherheit und Energiesparen – ganz bequem mit einem System. Hinzu kommt, dass devolo Home Control den Z-Wave-Standard zur Datenübertragung verwendet. Wer eine spezielle Komponente im devolo Portfolio vermisst, kann so problemlos Z-Wave-Produkte anderer Hersteller ins System integrieren. Unser USP wird aber in der Einfachheit liegen: Installation, Einrichtung und Nutzung werden extrem einfach sein. In die Softwareoberfläche ist in den vergangenen Monaten ein Großteil unserer Entwicklungsarbeit

gefließen. Letztlich bieten wir unseren Kunden einen sehr günstigen Einstiegspreis, um Home Control von Anfang für einen möglichst großen Nutzerkreis verfügbar zu machen.

PoS-Mail: Kann jeder Kunde Home Control nutzen? Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein? Und wie kann hier der Fachhändler helfen?

Georg Hermann: Die einzige Voraussetzung ist ein Internetanschluss, und selbst der wird nur zur Ersteinrichtung oder für die Steuerung „von unterwegs“ benötigt. Danach funktioniert das System wartungsfrei und wird über eine intuitive App mittels PC, Smartphone oder Tablet bedient und bei Bedarf erweitert. Chancen für den Fachhandel sehen wir bei der umfassenden Erstberatung. devolo Home Control Komponenten bieten vielfältige Kombinationsmöglichkeiten, von denen die Verknüpfung „Fenster auf = Heizkörper aus“ noch die simpelste ist. Hier existieren die Grenzen prinzipiell nur in der Fantasie der Anwender – und des Fachhandels. Den Kunden zunächst einmal auf devolo Home Control und die individuellen Anwendungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen, Beispielszenarien darzulegen und vor allem die Einfachheit des Systems zu demonstrieren, sollte im Fokus des Fachhändlers stehen. Selbstverständlich können im Anschluss daran Serviceleistungen wie Installation, Ersteinrichtung oder Wartung als sinnvolle Ergänzungen angeboten werden.

PoS-Mail: Wie ist es um die Sicherheit bestellt? Was kann der Fachhandel den Kunden auf Fragen zum Datenschutz antworten?

Georg Hermann: devolo Home Control bietet zahlreiche Sicherheitsfunktionen, die einen unerlaubten Zugriff von außen sehr unwahrscheinlich machen. Das beginnt beim Pairing-Prozess, den alle Komponenten durchlaufen müssen, damit sie vom System akzeptiert werden. Auch die Kommunikation mit der devolo Cloud, wo ein Backup der Konfigurationsdaten gespeichert und der Fernzugriff verwaltet wird, ist nach neuesten Sicherheitsstandards geschützt: Die in Deutschland befindlichen Server kommunizieren mit der Home Control Zentrale des Nutzers ausschließlich via SSL mit verifizierten Zertifikaten. Zudem finden regelmäßige Penetrationstests statt, in denen das System aktuellen Angriffsszenarien ausgesetzt wird. Zu guter Letzt kann der Nutzer sogar ganz einfach den externen Zugriff über den devolo Cloudservice komplett unterbinden. Dies macht beispielsweise Sinn, wenn das System nur lokal aus dem heimischen WLAN heraus oder hauptsächlich die Zeitsteuerung genutzt wird und ein Fernzugriff nicht oder nur selten notwendig ist.

PoS-Mail: Herr Hermann, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

ware – nicht die große Herausforderung beim smarten Zuhause, sondern vielmehr die dahinterliegende Intelligenz.

Anfassen, ausprobieren, kaufen

So einfach die Einrichtung auch sein mag, der Kunde muss von dieser neuen Technik

Die Anwender können individuelle Szenarien festlegen, was z. B. bei einem Rauchmelder-Alarm geschieht.

trotzdem erst einmal überzeugt werden. Mit Router und Smartphone oder Tablet sind die Voraussetzungen für den Smart-Home-Einstieg in fast jedem Haushalt bereits gegeben. Ideale Bedingungen also für den kundigen Fachhändler, der durch anschauliche Demo-Displays das Interesse wecken und Umsätze realisieren kann. Wie das aussehen kann, hat devolo auf der letztjährigen IFA bereits eindrucksvoll mit einem stilisierten Haus gezeigt, in dem alle Elemente von Home Control untergebracht und funktionsfähig waren. Ein solches Display weckt den Spieltrieb und veranschaulicht sofort den Kundennutzen.

Investition in Gesundheit und Wohlbefinden Mehr Umsatz mit Healthstyle Produkten

Der Wunsch nach schöner, gesunder Haut ist seit längerem auch im Consumer Electronics Segment ein wichtiges Thema.

Der neue Trend Healthstyle wird erwachsen, heißt es seitens des deutschen Wellnessverbandes. Wellnessgeräte und Pflegelinien spielen auch im Consumer Electronics Handel eine immer größere Rolle. Die Umsatzchancen mit den neuen Pflege- und Wellnessprodukten eröffnen ein neues, interessantes Marktsegment, das die Ansprüche einer immer schönheits- und gesundheitsbewussteren Käuferschicht bedient.

Was ist eigentlich Gesundheit? Die Trendforscher Corinna Mühlhausen und Professor Peter Wippermann haben, nach Angaben des deutschen Wellnessverbandes, mit TNS Infratest eine repräsentative Befragung zu diesem Thema durchgeführt.

Für 79 Prozent der Bundesbürger ist es das persönliche Wohlfühlgefühl, die Lebensqualität, für 67 Prozent die Abwesenheit von Krankheit, 56 Prozent setzen Gesundheit mit persönlicher Fitness gleich. Fast ebenso viele meinen Arbeits- und Leistungsfähigkeit, wenn sie Gesundheit sagen – das ist neu. 58 Prozent denken an die Balance von Körper, Geist und Seele, und ganze 21 Prozent der Deutschen assoziieren Schönheit mit Gesundheit und Verschönerung des eigenen Aussehens mit einem sportiven Selbst-Design. Ob Fitness-Armband, Tageslichtlampe für dunkle Wintertage oder Epiliergerät – Fitness, Wohlbefinden und Pflege nehmen bei den meisten Endverbrauchern einen hohen Stellenwert ein. Grund genug, einen Blick auf die neuen Wohlfühlprodukte zu werfen.

Hautsache

Die neuen Geräte für reine und makellose Haut ersparen den Gang zur Kosmetikerin. Der Braun Face Gesichtse-

epilierer beispielsweise ermöglicht eine sanfte und vor allem effiziente Epilation in allen Zonen des Gesichts wie Augenbrauen, Oberlippe, Stirn, Schläfe, Jochbein, Wange, Unterlippe und Kinn. Für ein makellos glattes Ergebnis entfernen zehn lange und dünne Pinzetten selbst feinste und kaum sichtbare Härchen ab 0,5 mm Länge. Anders als bei der Haarentfernung mit Wachs können diese also bis zu viermal kürzer sein. Dabei ermöglicht der mit nur 1,6 mm überaus schmale Rand absolute Kontrolle und Präzision, beispielsweise bei der klaren Formgebung des Brauenbogens. Mit 200 Zupfbewegungen pro Sekunde ist der Braun Face 200 Mal schnell-

sehen. In Sachen Wellness macht auch Grundig Dampf. Die Grundig Gesichtssauna FS 4820 steigert die Durchblutung der Haut, fördert ihre porentiefe Reinigung und optimiert die Wirkung von Pflegeprodukten. Das extra Plus für die Gesundheit: Über den praktischen Aufsatz lassen sich wohltuende Dämpfe von Kräutern und Ölen inhalieren.

Schöne Haut ist bei Philips natürlich ebenfalls ein Thema und gerade im Hinblick auf den Frühling der Wunsch vieler Kundinnen. Mit dem Lumea hat Philips eine Produktlinie entwickelt, die mithilfe der Intense Pulsed Light (IPL)-Technologie eine langfristige Methode zur Enthaarung bietet. Mit dem Lumea Bikini und dem Lumea Comfort hat Philips zwei neue Modelle im Sortiment, die mit sanften Lichtimpulsen für seidenglatte

Praktisch: Das Braun Face 200 kann sowohl als Pinzette als auch als feine Reinigungsbürste eingesetzt werden.



ler als eine manuelle Pinzette. So kann in wenigen Minuten ein glattes Ergebnis erreicht werden, das bis zu vier Wochen anhält. Das Gerät ist angenehm leise. Gleichzeitig ist es so klein, dass es in jede Handtasche passt. Während der Epilierer unerwünschte Härchen entfernt, reinigt und peelt der Bürstenaufsatz die Gesichtshaut mit oszillierenden Drehbewegungen.

Hunderte Mikro-Oszillationen pro Minute entfernen so Öle, Make-up und Verunreinigungen, nach Angaben des Herstellers, sechs Mal gründlicher als eine manuelle Reinigung mit einem Waschgel. Dabei reinigen 10.000 weiche Nylonfasern die Haut porentief. Die Reinigungsbürste ist auch unter der Dusche anwendbar.

Beurer präsentierte im Rahmen der IFA in Berlin den Ausbau der Beurer Beautylinie (PoS-MAIL berichtet). Mit dem neuen Face Care Sortiment, bestehend aus einem Microdermabrasionsgerät, zwei Gesichtsbürsten und einer Ionen-Gesichtssauna, bietet Beurer ein Rundum-Programm für ein strahlendes Aus-

Die Grundig Gesichtssauna FS 4820 steigert die Durchblutung der Haut, fördert ihre porentiefe Reinigung und optimiert die Wirkung von Pflegeprodukten.



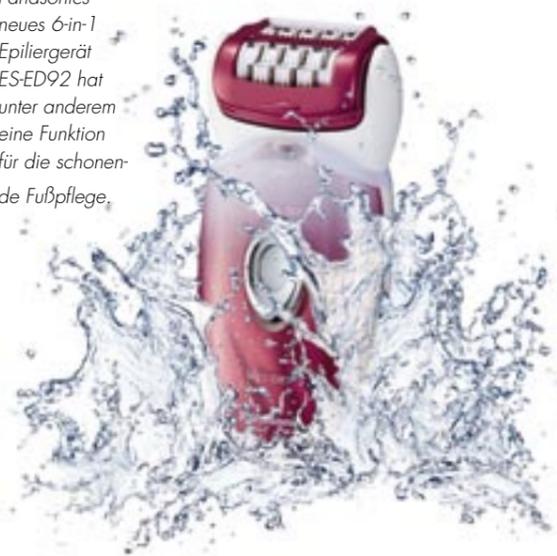
Lumea Man: Das Epiliergerät Lumea für den Mann. Der Trend zum gepflegten Männerkörper zieht sich durch alle Altersgruppen.

Haut sorgen. „Bei der Haarentfernung sind Frauen zwei Aspekte besonders wichtig: eine komfortable Anwendung und eine langfristige Wirkung. Zudem gewinnt die Haarentfernung im Bikini-Bereich zunehmend an Bedeutung“, erklärt Astrid Ommen, Marketing Manager Beauty & Skincare bei Philips Consumer Lifestyle DACH.

Außerdem bietet Philips auch das Lumea-Gerät für den Mann. „Der Trend zum gepflegten Männerkörper zeigt sich in allen Altersgruppen. Viele Männer trimmen einzel-

ne Körperpartien, möchten in anderen Regionen jedoch dauerhaft glatte Haut präsentieren – ohne störende nachwachsende Stoppeln. Unser neuer Lumea for Men sorgt zuverlässig für glatte Männerhaut. Zudem arbeitet er besonders schnell: Der extra große Körperaufsatz erfasst vier Quadratzentimeter Hautfläche auf einmal. Je nach Statur dauert die Anwendung zum Beispiel im Brustbereich im Durchschnitt 15 Minuten“, so Astrid Ommen. Auch Panasonic hat eine Allround-Neuheit in Sachen

Panasonics neues 6-in-1 Epiliergerät ES-ED92 hat unter anderem eine Funktion für die schonende Fußpflege.



Epiliergeräte im Angebot. Der neue Panasonic 6 in 1 Epilierer ES-ED92 bietet verschiedene Funktionen, die man für die Rundum-Pflege zu Hause braucht: Sechs verschiedene Aufsätze und Funktionen sorgen für gepflegte Haut bis in die Zehenspitzen. Und nur der Panasonic-Epilierer verfügt über den effektiven Pediküreaufsatz, der im Handumdrehen gepflegte Füße zaubert. Dank der patentierten Nass-Trocken-Technologie kann das Beauty-Programm für verführerisch glatte Haut auch entspannt in der Badewanne oder Dusche stattfinden.

Mehr Licht für gute Laune

Nicht nur eine gute und aromatische Luft macht einen Raum zur Wohlfühl-Oase. Ausreichendes Licht ist ein



Kein Kopfchaos mehr: Mit den neuen feuchtigkeitserhaltenden Haartrockner und Styling-Produkten werden Haare auf schonende Art und Weise in Form gebracht.

Schönes Haar ist gesund

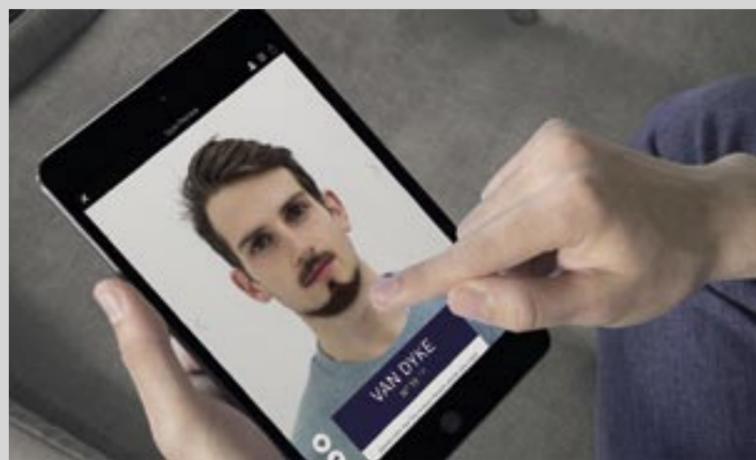
Schönes, glänzendes Haar, das gesund aussieht und weich fällt. Diesen Wunsch teilen alle Frauen, unabhängig davon, ob sie es lang oder kurz, glatt oder lockig tragen. Die beliebtesten Stylingtools sind nach wie vor der Haartrockner und -glätter. Doch zu viel Hitze kann schaden, denn sie trocknet aus und strapaziert. Der Feuchtigkeitsanteil bei gesundem Haar liegt bei rund zehn Prozent – das Geheimnis einer gut sitzenden Frisur! Denn zu trockenes Haar ist widerspenstig, die Schuppenschicht ist aufgeraut und kann daher das Licht nicht reflektieren. Schnelles und schonendes Haarstyling gelingt ab

Bart auf Probe

Philips bietet eine App für den gekonnten Bart-Style. Mit der Philips Grooming App für iOS und Android ist es möglich, eine fotorealistische Vorschau des gewünschten Bart-Styles direkt auf das Gesicht des App-Nutzers zu projizieren.

So kann der Mann nach Belieben unterschiedliche Looks ausprobieren, um schließlich das Bartstyling auszusuchen und umzusetzen, das am besten zu ihm passt. Sobald der User sich für einen Stil entschieden hat, kann er den Look Schritt für Schritt anhand hilfreicher Videotutorials nachstylen. Die Philips Grooming App bietet seinen Nutzern darüber hinaus umfangreiche Hintergrundinformationen und Services rund um das Trendthema Bart: Basiswissen über Bärte, eine persönliche Beratung für die Bartpflege sowie Expertentipps zur richtigen Pflege. „Mit unserer neuen App möchten wir Männern Ideen und Inspirationen zu neuen Bartstilen an die Hand geben und sie ermutigen, etwas Neues auszuprobieren“, sagt Pascal Fischer, Marketing Manager Grooming bei Philips Consumer Lifestyle DACH. „Gleichzeitig möchten wir ihnen aber auch die Sicherheit bieten, dass sie nach Verlassen des Badezimmers mit ihrem Look zufrieden sind und sich mit ihrem Aussehen wohl fühlen“, so Fischer weiter.

Und hier kommt die Philips Grooming App ins Spiel: Ganz gleich, ob der Anwender ein Bartstylingprofi ist oder seinen Bart zum ersten Mal trimmt – der umfassende Service der App bietet ihm immer griffbereit alles, was für das neue Bartstyling notwendig ist.



weiterer wichtiger Punkt. So schaffen Tageslichtlampen eine extra Energiequelle in Wohnraum und sorgen für Wohlbefinden im Winter. Denn durch Tageslicht wird das Glückshormon Serotonin angeregt, das Wohlbefinden gesteigert, und Lichtmangelserscheinungen wie Müdigkeit werden deutlich reduziert.

Mit einem umfangreichen Sortiment bietet Beurer Tageslichtlampen in unterschiedlichen Größen für unterschiedliche Beleuchtungsflächen an. Jedes Gerät verfügt über eine Lichtstärke von 10.000 Lux. So ist die Tageslichtlampe TL 60 ein Beleuchtungsmittel für eine Fläche von 31 x 45 cm. Eine etwas kleinere Version ist für den Schreibtisch, aber auch für unterwegs geeignet: die neue kompakte TL 30 mit LED-Technologie. Tipp: Durch das

kompakte und schmale Design ist die TL 30 praktisch in der Tasche zu verstauen und somit ein perfekter Reisebegleiter.

Insbesondere in der dunklen Jahreszeit wirkt sich Lichtmangel auf das Wohlbefinden aus. Beurer wirkt mit neuen Produkten aus dem Bereich der Lichttherapie dem Herbstblues entgegen.

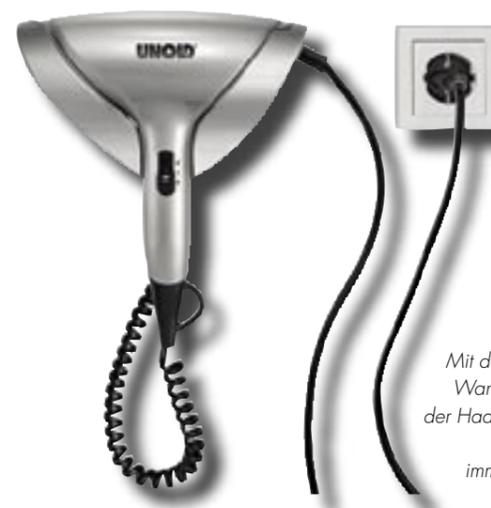


März mit dem neuen Philips DryCare Pro AC. Er arbeitet mit 95 Km/h – das entspricht der Stärke 10 auf der Beaufortskala – das Haar sieht danach allerdings nicht wie vom Sturm zerzaust aus. Der leistungsstarke Haartrockner hat eine Reihe von innovativen Features an Bord, die das Haar und die Kopfhaut vor Überhitzung schützen und ein Austrocknen vermeiden. Dank der Philips ThermoProtect Technologie und der Ionisierungsfunktion sind die Haare natürlich gepflegt und optimal geschützt.

Grundig setzt ebenfalls auf schonenden Style. Der Curl Sensation Hair Styler HS 6430 in Satin Taupe/Lemon eignet sich bestens, um Haarsträhnen mit sichtbarer Sprungkraft und flexiblem Halt zu locken. Neben Protect Zone Silikon-Einsatz für die empfindlichen Haarspitzen sorgt die Titanium-Keramik-Beschichtung für optimale Hitzeverteilung. Die glatte Oberfläche schont die empfindliche Haarstruktur zusätzlich. Die Temperatur lässt sich individuell für jede Haarstruktur in neun Stufen von 130°C bis 210°C einstellen. Komfort und Sicherheit in der Anwendung bieten unter anderem das beleuchtete LCD-Display mit Temperaturanzeige, die schnelle Aufheizzeit von 60 Sekunden und die automatische Abschaltfunktion nach 30 Minuten.

Zahlreiche Produktneuheiten für schönes und gesundes Haar hat auch Unold im Sortiment. Dazu zählen Haarstyler, Haartrockner und Haarglätter. Ein besonderes

Highlight: Der Haartrockner Wall: An der Wand befestigt, ist der praktische Fön immer griffbereit und eignet sich auch ganz gut für das Trocknen von Kinderhaaren. Dank 130 Zentimeter langem Anschlusskabel wird genügend Bewegungsfreiheit geboten. Mit 1.600 bis 1.800 Watt und zwei Geschwindigkeitsstufen macht der langlebige DC-Pro Motor dem Haartrockner richtig Dampf. Schneller geht Haare trocknen kaum noch. Wenn's mal zu heiß hergeht, sorgt die Cool-Air-Kühlstufe für einen kühlen Kopf. Wird der Haartrockner Wall nach Gebrauch in die Wandhalterung gehängt, schaltet er sich automatisch ab.



Mit der praktischen Wandhalterung ist der Haartrockner Wall von Unold immer griffbereit.

JVC: Neue Full HD Outdoor Camcorder

Die neuen Camcorder-Modelle GZ-R315 (Foto) und GZ-R310 von JVC mit Quad Proof Gehäuse sind wasserdicht bis 5 Meter, stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 1,5 Metern, frostbeständig bis zu -10°C und sogar staubdicht. Die Bedienung ist einfach: Das Display wird aufgeklappt, der Startknopf gedrückt, und schon kann losgefilmt werden.



Mit ihrem 40fach Zoom-Objektiv nehmen die Camcorder nicht nur Videos in Full HD, sondern auch Fotos mit 10-Megapixel Auflösung auf. Der 7,6 cm große, rahmenlose und berührungsempfindliche LCD-Monitor dient dabei nicht nur als Sucher und zur Wiedergabe der Aufnahmen, sondern erlaubt auch die Auswahl spezieller Einstellungen und Effekte – sogar unter Wasser. Störende Windgeräusche reduziert die Auto Wind Cut-Funktion.

Zur einfachen Nachbearbeitung der Videos zu Hause gehört die PC-Software Everio Media Browser 4 zum Lieferumfang.

Das Modell GZ-R315 ist in den Farben Matt Schwarz, Weiß, Rot und Metallic Orange, das Modell GZ-R310 in Silber erhältlich. Der UVP für die ab sofort lieferbaren Outdoor-Camcorder GZ-R315/310 beträgt jeweils 329 Euro.

Neue Wollbezüge von Libratone

Der dänische Audiospezialist Libratone führt Lautsprecherbezüge für Zipp, Loop und Diva bekanntgegeben in den drei aktuellen Farben Almond Brown, Lava Brown und Steel Blue ein. Sie orientieren sich an aktuellen Frühjahrsmode- und Interieur-Trends und ergänzen mit dezenteren und natürlichen Farbtönen das bereits erhältliche breite Farbspektrum an wechselbaren Bezügen.

„Unsere neuen Dekorfarben zeigen, dass HiFi-Produkte dezent und dekorativ zugleich aussehen können, anstatt einfach nur gewöhnlich und schwarz“, sagte Jan McNair, CEO von Libratone. „Durch die Erweiterung unseres Farbspektrums um ein abgeschwächtes Denim-Blau und zwei rustikal holzbraune Farbnuancen erreichen wir Kunden, die einen neutraleren und authentischeren Look zu Hause vorziehen.“ Die Bezüge aus feiner italienischer Wolle sind ab sofort exklusiv über den Libratone Online-Shop (shop.libratone.com) separat erhältlich. Die UVPs liegen je nach Bezug zwischen 49 und 79 Euro (jeweils UVP).

Hama Wandhalterung für Curved TVs

Die neue Hama Wandhalterung für Curved TVs bietet Platz für Fernsehgeräte von 32- bis 65-Zoll, ohne dass ein zusätzlicher Abstandshalter montiert werden muss. Dank eines bis auf insgesamt ca. 70 Zentimeter ausziehbaren Tragearms ist die Fullmotion-Halterung rundum beweglich, die TV Aufnahme kann um 18° geneigt werden. Mit dem Faltmechanismus kann der Fernseher platzsparend vor die Wand gelegt werden.

Der integrierte Organizer fasst alle abgehenden Leitungen zusammen und verhindert so unschönes Kabel-Chaos, und die Anschlussbuchsen werden vor unnötigen Belastungen geschont.

Mit einer Tragelast von 40 Kilogramm stemmt die Halterung, die fast komplett vormontiert geliefert wird, auch schwerere Heimkinosexemplare. Passendes Montage-material (Schrauben, Fischer-Dübel, Bohrschablone, Wasserwaage und Bleistift) ist im Preis von 250 Euro (UVP) dabei.



Pure Evoke D6 Digitalradio

Das neue Evoke D6 Digitalradio von Pure im Holzgehäuse bietet Bluetooth-Konnektivität, Digitalradio-Empfang und Stereosound; mit einem als Zubehör erhältlichen Akkupack kann es bis zu 50 Stunden kabellos eingesetzt werden. Der Tragegriff an der Oberseite erleichtert nicht nur das Mitnehmen, sondern auch den Start in den Tag. Denn er ist berührungsempfindlich und aktiviert mit einem Fingertipp die Schlummerfunktion des Weckers (zwei Zeiten programmierbar). Das Stereoradio Evoke D6 gibt es inklusive Fernbedienung für 249,99 Euro (UVP). Der optional erhältliche Akkupack F1 ChargePAK kostet 39,99 Euro (UVP).

Senseo Up für Singles

Mit ihrem Single-Kaffeepender ist die neue Senseo Up von Philips besonders für kleine Haushalte geeignet. Nach nur 30 Sekunden ist der Kaffee mit einem Tastendruck zubereitet, zwei Stärke-



einstellungen erlauben die Anpassung an den persönlichen Geschmack.

Für größere Tassen kann die Abtropfschale herausgenommen werden, eine Statusleuchte erinnert an die Entkalkung. Die sofortige

automatische Abschaltung nach dem Brühvorgang macht das in schlichtem modernen Design gehaltene Gerät energiesparend und sicher. Die Senseo Up ist ab sofort für 109,99 Euro (UVP) in Weiß verfügbar. Beim Premiummodell Senseo Up+ in Klavierlack-Schwarz mit Edelstahlakzenten kann die gewünschte Kaffeemenge (bis zu 145 Milliliter) individuell programmiert und gespeichert werden. Die Senseo Up+ soll 119,99 Euro (UVP) kosten.



Neue Rommelsbacher Waffel-Automaten

Mit den neuen Waffel-Automaten WA 750 Single und WA 1200 Family (Foto) von Rommelsbacher lassen sich einfach und schnell süße und pikante Waffeln zubereiten. Die Temperaturregelung erzeugt den richtigen Bräunungsgrad, die praktische Backampel hilft beim richtigen Timing.

Die Backplatten sind mit einer hochwertigen Antihafbeschichtung versehen: So können die Waffeln fettarm gebacken und leicht herausgelöst werden. Die Wärmeisolierung der Griffe und des Gehäuses sowie ein integrierter Überhitzungsschutz sorgen für hohe Bediensicherheit.

Das pflegeleichte Gehäuse und die Backplatten lassen sich leicht reinigen. Dank ihrer schlanken Konstruktion passen die Geräte hochkant auch in kleine Küchenschränke. Die praktische Aufwicklung des WA 1200 Family vermeidet zudem Kabelsalat.

Der Rommelsbacher Waffel Automat WA 750 Single ist für 39,95 Euro, die große Variante WA 1200 Family für 59,95 Euro (jeweils UVP) erhältlich.

Multifunktionale Küchenmaschine von Krups

Die neue Küchenmaschine Krups Prep & Cook mit 1.550 Watt und einer Motordrehzahl von bis zu 15.000 U/min kann die Zutaten nicht nur vorbereiten, sondern auch gleich kochen. Dazu muss nur der passende Aufsatz ausgewählt und das entsprechende Kochprogramm eingestellt werden. Auf Wunsch stellt die Prep & Cook von der Garzeit über den Rührmodus bis zur Temperatur alles ein und hält den fertigen Inhalt automatisch warm. Natürlich kann das Gerät auch manuell eingestellt und bedient werden. Für unter-

TechniSat bringt TechniPhone 5 mit Tetino Display Technologie

TechniSat hat ein weiteres Android-Smartphone vorgestellt. Beim TechniPhone 5 sorgt Dragontrail-Glas für Stabilität und Kratzfestigkeit und schützt den 4,7" großen, hochauflösenden Bildschirm (1280 x 720 Pixel) mit Tetino-Display-Technologie.



Dank des Dual-Kartenslots kann das Premium-Modell mit zwei SIM-Karten genutzt werden, denen dauerhaft bestimmte Funktionen zugewiesen (z. B. Datenverbindung über die eine, Telefonie über die andere Karte) zugewiesen werden können. Der Anwender kann aber auch vor jeder Verbindung entscheiden, über welche Karte er telefonieren möchte. Das Android-Betriebssystem in der Version 4.3 wird durch einen 1,2 GHz Quad-Core-Prozessor und 1 GB Arbeitsspeicher angetrieben.

Für die mit der Dual-Kamera des TechniPhone 5 (8 Megapixel Rück- und 2 Megapixel Front-Kamera) geschossenen Fotos steht Platz im 16 GB großen internen Speicher zur Verfügung, der mit einer externen Micro-SD-Karte um bis zu 32 GB erweitert werden kann. Mit der Kamera kann das Smartphone auch für Videochats (z. B. über Skype) genutzt werden. Bluetooth, WLAN, 3G, Edge und GPRS sind weitere Ausstattungsmerkmale des TechniPhone 5, das für 299,99 Euro (UVP) auf den Markt kommt.

schiedliche Anwendungen gibt es fünf Zubehörteile, vier verschiedene Messer bzw. Aufsätze und ein Dampfgezeinsatz, die in der praktischen Aufbewahrungsbox (im Lieferumfang) aufbewahrt werden können. Der Edelstahlbehälter fasst bis

zu 4,5 Liter und ist damit ideal für Rezepte für vier bis sechs Personen. Die Maschine ist mit 12 Geschwindigkeitsstufen ausgestattet und erreicht Temperaturen zwischen 30°C und 130°C. Der Behälter, die Abdeckung und die Zubehörteile sind spülmaschinengeeignet.

Das große, intuitiv zu bedienende Display an der Front der Maschine bietet eine vollständige Menüführung in deutscher Sprache. Die Krups Prep & Cook soll 800 Euro (UVP) kosten.



Melitta Kaffeemühle Molino

Die neue Molino Kaffeemühle bietet zahlreiche Ausstattungsmerkmale für individuelle Vorlieben und komfortable Bedienung. Dazu gehören beispielsweise eine individuelle Mahlgradeinstellung in 17 Stufen (von fein bis grob), ein entnehmbarer Auffangbehälter sowie ein Drehknopf zur Einstellung der gewünschten Kaffeemenge für 2 bis 14 Tassen. Der Bohnenbehälter bietet ein Fassungsvermögen von bis zu 200 Gramm.

Das hochwertige Scheibenmahlwerk aus Stahl arbeitet zuverlässig und präzise. Durch die Einstellung des Abstandes zwischen

den beiden Mahlscheiben wird eine feine und einheitliche Mahlstärke erreicht. Sobald die gewünschte Menge Kaffee gemahlen ist, stoppt das Gerät automatisch. Für leichte Reinigung lassen sich die Einzelteile wie Mahlscheibe, Auffangbehälter und Deckel des Bohnenbehälters herausnehmen.

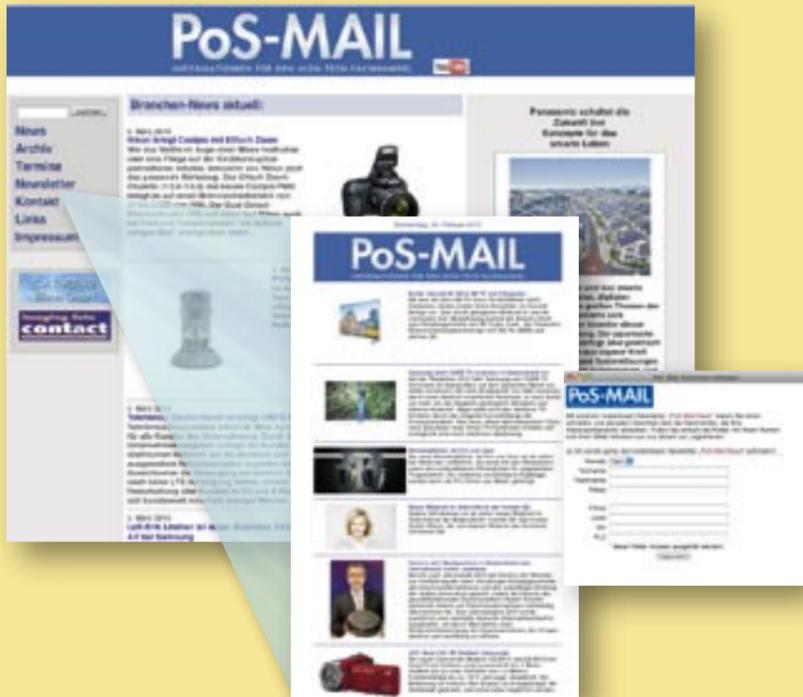
Die neue Melitta Kaffeemühle Molino ist ab März zum Preis von 49,95 Euro (UVP) erhältlich.



www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

Jeden Monat informieren wir Sie in PoS-MAIL über die aktuellen Marktentwicklungen in der Hightech-Branche. Dazwischen bleiben Sie mit unserem aktuellen Internet-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: Rasieren in 3D

Selbst als Rentner weiss ich natürlich, dass man Wachstum am besten mit Innovationen erreicht. Und da die Branche ja aus bekannten Gründen vom traditionellen TV-Geschäft unabhängiger werden soll, freue ich mich besonders über neue Technologien in anderen Segmenten, z. B. bei der Körperpflege. Genau 100 Jahre nach Erfindung des Trockenrasierers durch Johann Brücker wurde jetzt endlich der 3D-Rasierer entwickelt. Es ist kein Wunder, dass diese Innovation von Panasonic kommt, denn die Japaner haben ja schon beim 3D-TV deutlich Flagge gezeigt. Jetzt haben sie ihren neuen Rasierern mit den klangvollen Namen ES-LT6N, ES-LT4N und ES-LT2N einen „ultraflexiblen 3D-Scherkopf“ verpasst. Der kann, so heisst es in der Pressemitteilung, „vor und zurück, links und rechts sowie nach oben und unten federn“, und damit passt er sich „optimal allen markant männlichen Gesichtskonturen an“.

Das hat mich hart getroffen. Fast 60 Jahre lang habe ich mich ganz ohne 3D-Scherkopf glatt rasiert – daraus muss ich schliessen, dass ich gar keine markant männlichen Gesichtskonturen habe. Und ich gebe es zu: Den in diesem High-Tech-Maschinen steckenden „Bartdichten-Sensor“ habe ich auch noch nie vermisst. Dabei erkennt der die Stellen mit dichtem Bartwuchs und erhöht dort kraftvoll die Schwingungen der Klingen – durch die „bewährte Panasonic Linearmotor-Technologie“ auf bis zu 13.000 pro Minute. Dagegen ist ja das Schleuderprogramm meiner Waschmaschine eine richtig lahme Ente.

Was mir wirklich fehlt, ist der smarte Rasierer. Den werde ich wohl noch lange vermissen müssen, weil Samsung leider nicht im Bereich Personal Care aktiv ist. Eigentlich sollten die sich schämen, vom Internet der Dinge zu reden, bis sie mir einen Rasierer verkaufen, den ich mit einer App genau auf meinen Hauttyp, meine Bartdichte und meine Einkommenssteuer-Erklärung abstimmen und natürlich sofort über ein schickes Wearable mit Twitter und Facebook verbinden kann. „Franz Wagner via ShaveMe: dreidimensionale Rasur abgeschlossen“. Ob das (ausser meiner Frau natürlich) jemand gefällt?

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing

Thomas Blömer GmbH,

Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen

Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31

Fax: (0 21 02) 20 27 - 90

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, M. A.; Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps

Tel. 0 21 02 - 20 27 31

Christina Metzger • TiMe GmbH

Glückaufstr. 57

45481 Mülheim/Ruhr

Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 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 Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher

Genehmigung und Urhebervermerk.

Esgelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt

60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics



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

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

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

