



## MOMENTUM 2 Around-Ear



## MOMENTUM 2 On-Ear



Die zweite Generation der erfolgreichen MOMENTUM-Modelle garantiert Ihren Kunden faltbares Design, perfekten Sitz und hervorragende Geräuschunterdrückung: Der ideale Begleiter für unterwegs!

Mehr entdecken auf:  
[www.sennheiser.de](http://www.sennheiser.de)

**SENNHEISER**  
The Pursuit of Perfect Sound

# Telekom erweitert Partnerprogramm



# Digitalisierung made in Germany

Nach einer erfolgreichen Entwicklung im Jahr 2014 und im ersten Quartal 2015 will die Telekom in den kommenden Monaten ihr Partnerprogramm weiter ausbauen und den Fachhandel in ganz Deutschland mit auf die Digitalisierungsreise nehmen. Neben der Weiterentwicklung des Erfolgsprodukts MagentaEins für Konsumenten steht dabei auch das auf der CeBit angekündigte Geschäftskunden-Produkt MagentaEins Business im Mittelpunkt. Dazu kommen weitere Innovationsthemen wie der Plug'n'Play

Hotspot für das kostenfreie Surfen in Geschäften, Gaststätten und Hotels und der Wachstumsbereich Smart Home. Dass der Marktführer in der Telekommunikation dabei besonders auf die mehr als 1.000 Telekom Partner setzt, hat gute Gründe: Denn die Telekom ist nicht nur Nummer Eins im Einzelhandel, sondern der Einzelhandel ist auch die Nummer Eins bei der Telekom. Die Telekom Partner sind nämlich der Vertriebskanal mit der größten Kundenzufriedenheit.

„Die Telekom Partner verstehen die Kunden sehr gut“, erklärte Carola Wahl, Leiterin Indirekter Vertrieb und Service, auf einer Pressekonferenz anlässlich des Telekom Partnergipfels Digitalisierung made in Germany. „Sie schneiden bei Kunden-

zufriedenheit und Kundenbindung am besten ab und erzielen auch hervorragende Ergebnisse im Up- und Cross-Selling. Diese Kompetenz wollen wir nicht nur für den weiteren Ausbau des Festnetz- und Mobilfunkgeschäftes nutzen,

sondern auch für unsere neuen Angebote für Geschäftskunden und im Wachstumsmarkt Smart Home.“ Die Ergebnisse der Telekom Partner im Jahr 2014 und im ersten Quartal 2015 können sich sehen lassen. So stieg der

**UNOLD**

POWER SMOOTHIE-MAKER - Mixen, Smoothies, Eis crushen

Leistung 2.000 W, 220-240 V~, 50/60 Hz • Robuster, starker, sehr schneller Motor • Robustes Edelstahlgehäuse • 28.000 bis 32.000 U/Min - im Normalmodus 15.000 U/Min • Robuster 2 Liter Mixbecher (BPA-frei) mit Skala • Soft-Touch Handgriff am Mixbecher • Effektives, robustes, geschliffenes Edelstahl-Kreuzmesser • Stufenloser Drehzahl-Regler für perfekte Smoothies • 3 Funktionstasten: Puls-Funktionstaste, Ice-Crush-Funktionstaste, Mix-Getränke-Funktionstaste • Messbecher-Kappe im Deckel • Stoßel zur optimalen Verteilung des Mixgutes • Antirutsch-gummierte Standfüße • Beleuchtete Bedienelemente • Maße (LxB/TxH) 21 x 20 x 44 cm • Bestell-Nummer 78605

UNOLD® D-68766 Hockenheim - www.unold.de

32.000  
U/Min  
Ideal für große  
Smoothies



**Metz**

**mecalight LED-72 smart**  
LED Videoleuchte für  
Smartphones und Tablets



## EDITORIAL

Jetzt  
erst  
recht!

Manchmal hat es seine Vorteile, wenn sich der Erscheinungstermin einer Fachzeitschrift verspätet, denn nur deshalb können wir in dieser Ausgabe über die Rettung von Metz berichten. Nach dem Verkauf an zwei Investoren lebt die fränkische Traditionsmarke in zwei Unternehmen weiter: die TV-Sparte unter der Ägide des chinesischen Herstellers Skyworth, die Blitzlicht- und Kunststoffsparte als Teil der in Fürth ansässigen Daum-Gruppe. Für beide Segmente soll weiterhin gelten: Made in Germany.

Man darf gespannt sein, was die Chinesen aus dem TV-Hersteller Metz machen werden. Skyworth verkaufte im vergangenen Geschäftsjahr 11,4 Millionen Fernseher, den größten Teil davon in China. International ist das Unternehmen bisher vor allem als OEM-Lieferant in Erscheinung getreten. Genau das wollen die Verantwortlichen jetzt ändern: Wenige Tage vor der Metz Übernahme legte Skyworth einen detaillierten Globalisierungsplan vor. Bereits 2017 wollen die Chinesen 10 Millionen TVs außerhalb ihres Heimatlandes verkaufen, davon 30 Prozent unter den eigenen Marken. Bis 2020 sollen es 15 Millionen Geräte werden, davon die Hälfte unter eigener Flagge.

Von Metz hat Skyworth fast drei Viertel der Mitarbeiter der TV-Sparte übernommen und ein Bekenntnis zum Produktions- und Entwicklungsstandort Zirndorf abgelegt. Das ist eine gute Nachricht für den deutschen Fachhandel, der nicht damit rechnen muss, dass sich die Metz Politik kurzfristig zu seinem Nachteil verändert. Noch sind keine Entscheidungen über die Zukunft des Managements an dem deutschen Standort bekannt. Aber wenn der erste Eindruck nicht trügt, scheinen Insolvenzverwalter und Geschäftsleitung das seit November geltende Motto „Jetzt erst recht!“ erfolgreich umgesetzt zu haben. Dazu kann man aus vollem Herzen gratulieren.

Thomas Blömer

Mobilfunkabsatz 2014 gegenüber dem Vorjahr um 9 Prozent und legte im ersten Quartal 2015 gegenüber der Vorjahresperiode sogar um 19 Prozent zu. Noch dynamischer entwickelte sich das Wachstum im Festnetz mit einem Plus von 24 Prozent in 2014 und einem Zuwachs von 35 Prozent im ersten Quartal 2015. Damit sind die Weichen gestellt, um das Festnetzgeschäft im Fachhandel auf das Niveau des Mobilfunksegmentes zu bringen.

Die Erfolgszahlen sind zum einen der großräumigen Einführung der Vectoring-Technologie zu verdanken, die Ende 2014 bereits 3,6 Millionen Haushalten zur Verfügung stand und bis Ende 2015 6,4 Millionen Haushalte erreichen soll. Das führte bereits 2014 zu einer Verdoppelung bei den VDSL-Anschlüssen.

## Wachstum durch MagentaEins

Als starker Wachstumstreiber erwies sich das auf der IFA vorgestellte Erfolgsprodukt MagentaEins. „Damit hat die Telekom den Markt den Deutschland revolutioniert“, erklärte Wahl. Bereits zum Jahresende waren 450.000 Haushalte bei MagentaEins dabei, bis zum Sommer sollen es eine Million werden. „Mit unserem 360°-Kommunikationsfeuerwerk haben wir MagentaEins innerhalb weniger Monate zu einem Begriff gemacht und eine ungestützte Markenbekanntheit von 64 Prozent erzielt“, berichtete Wahl. „Diese Chance haben die Telekom Partner sofort verstanden und das Produkt auch beim Neukundengeschäft erfolgreich vermarktet.“ Dabei bietet MagentaEins weiterhin Potential beim Up- und Cross-Selling im Handel, denn die 10 Euro Preisvorteil werden von den Kunden gerne wieder in zusätzliche Produkte, zum Beispiel eine Datenkarte, investiert.

## MagentaEins Business

Mit MagentaEins Business stellte die Telekom auf der CeBIT ein neues Konvergenz-Produkt vor, mit dem die Partner den Kunden aus dem Mittelstand ein attraktives Tarifangebot präsentieren können, das Festnetz, Mobilfunk und Cloud-Anwendungen in einer Komplettlösung für Digitalisierung bündelt. Wie im Privatkundentarif gibt es auch bei MagentaEins Business die Varianten S, M und L für verschiedene Ansprüche. Die neuen Business-Pakete sind ab dem 18. Mai 2015 buchbar.

Dann können Geschäftskunden beispielsweise im Paket M den neuen IP-basierten Anschluss DeutschlandLAN IP Start mit Geschwindigkeiten von bis zu 100 MBit/s buchen. Im Paket MagentaEins Business L ist der neue Anschluss DeutschlandLAN IP Voice/Data die Basis. Auch hier surfen die Kunden mit bis zu 100 MBit/s. Das Paket beinhaltet eine feste IP-Adresse sowie eine Festnetz-Flatrate ins deutsche Festnetz und in 18 andere Länder.

Zu allen MagentaEins Business Paketen gehört eine Flatrate für Telefonate vom Festnetz in alle deutschen Mobilfunknetze. Beim mobilen Surfen stellt die Telekom bei allen Angeboten die maximal verfügbare LTE-Geschwindigkeit (Speedoption LTE Max) mit bis zu 300 MBit/s bereit. Das inkludierte Highspeed-Datenvolumen von 500 MB kann flexibel erweitert werden.

In allen drei MagentaEins Business Paketen sind

zudem zwei Cloud-Anwendungen inklusive, darunter die Anwendung „TeamDisk“ (eine Online-Festplatte aus der Telekom-Cloud mit 100 GB Speicherplatz) und „iMeet“ (ein Audio-Konferenz-System aus der Telekom-Cloud, das Telefonschaltungen mit bis zu zehn Teilnehmern ermöglicht). Beide Anwendungen hostet die Telekom in hochsicheren Rechenzentren in Deutschland. „MagentaEins Business ist eine besondere Chance für unsere Telekom Partner, die ihr Geschäftskundengeschäft ausbauen möchten“, betonte Carola Wahl. „Denn dieses Produkt ermöglicht den ganz einfachen Einstieg in die Vermarktung von IP Anschlüssen und IT Diensten – und zwar auch für Händler, die in diesen Segmenten bisher wenig Erfahrung haben.“



Carola Wahl, Leiterin Indirekter Vertrieb und Service der Telekom Deutschland: „Bei MagentaEins wird es in diesem Jahr noch mindestens zwei Paukenschläge geben, mit denen wir die Wettbewerbsfähigkeit der Telekom Partner nochmals steigern.“

Mit MagentaEins Business ist die Weiterentwicklung dieses Bestsellers keinesfalls abgeschlossen. „Bei MagentaEins wird es in diesem Jahr noch mindestens zwei Paukenschläge geben, mit denen wir die Wettbewerbsfähigkeit der Telekom Partner nochmals steigern“, versprach Wahl.

## Neue Wachstumssegmente

Im Geschäftskundenbereich adressiert die Telekom mit dem neuen Angebot Plug'n'Play Hotspot auch den Wachstumsbereich offenes WLAN, mit dem zum Beispiel Einzelhändler, Gaststätten und Hotels ihren Kunden einen kostenlosen Zugang zum Internet anbieten können. Dafür stehen verschiedene Pakete zur Verfügung, mit denen die Telekom die IT-Vermarktung über den Fachhandel weiter verstärkt.

Zur Digitalisierung Deutschlands gehört im Privatkundensegment auch der Wachstumsbereich Smart Home. Hier will die Telekom bereits ab dem zweiten Halbjahr dem Handel mit einem neuen, sehr wettbewerbsfähigen Angebot die Möglichkeit geben, neue Wachstumschancen zu nutzen und dabei auch zusätzliche Hardware-Verkäufe zu generieren. Die Basis bildet ein Abo-Modell für 9,95 Euro, das im zweiten Halbjahr mit zahlreichen Handelspartnern ausgerollt werden soll. Es ist verbunden mit verschiedenen Starterpaketen, zum Beispiel für die Bereiche Energie, Komfort und Sicherheit. Dabei können alle Produkte mit einer Telekom App bedient werden. Die Telekom Partner profitieren bei diesem Modell sowohl von der einmaligen Provision als

auch von weiteren Zusatzverkäufen. 40.000 Gateways für 2015 hat sich die Telekom zu Ziel gesetzt. Smart Home bietet für die Zukunft große Entwicklungsmöglichkeiten. Bereits in diesem Jahr soll der Umsatz in diesem Segment in Deutschland auf 1,6 Mrd. Euro steigen und bis 2018 mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 14 Prozent ein Niveau von 2,4 Mrd. Euro erreichen. „Zwei Drittel aller Konsumenten zeigen Interesse an Smart Home Lösungen“, erklärte Wahl. „Dabei möchten die Kunden nutzerfreundliche Produkte mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis. Und genau die wird die Telekom gemeinsam mit den Partnern im Fachhandel anbieten.“

## Partner digitalisiert

Auch bei der Digitalisierung der Telekom Partner gibt es Erfolgsmeldungen. Im vergangenen Jahr hat die Telekom dem Fachhandel neue Angebote für die Realisierung von Internetauftritten und die Durchführung von Werbemaßnahmen in sozialen Netzwerken zur Verfügung gestellt. Diese Chance wurde von vielen Telekom Partnern sofort ergriffen. „Die Zahl der Händler, die in Social Media Netzwerken aktiv sind, die eine eigene Webseite betreiben oder Online-Marketing durchführen, hat sich gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt“, erklärte Wahl. So sind inzwischen 60 Prozent der Telekom Partner in sozialen Netzwerken aktiv, 66 Prozent betreiben Online-Marketing, und 82 Prozent haben eine eigene Internetseite. In diesem Jahr soll die Digitalisierung weiter vorangetrieben werden – und zwar auch bei den eigenen Prozessen der Telekom. „Hier haben wir auf unsere Partner gehört“, berichtete Wahl. „Denn viele Fachhändler empfinden unsere Prozesse und Konditionensysteme immer noch als zu komplex, zu analog und zu langsam. Deshalb haben wir ein Programm mit dem Titel ‘Go’ gestartet, um die Abläufe im Vertrieb zu vereinfachen, zu standardisieren und zu digitalisieren.“ Bereits ab dem zweiten Halbjahr

2015, gab sich Wahl überzeugt, würden die Partner deutliche Verbesserungen spüren.

## Mehr Angebote für Partner

Neben den neuen Produkten für Privat- und Geschäftskunden soll das Telekom Partner Programm durch weitere Unterstützung für den Fachhandel noch einmal aufgewertet werden. So soll das Angebot des Handy-Rückkaufportals Teqcycle eine deutliche höhere Relevanz bekommen. Mit einer Marge von 15 Prozent besteht es zwar bereits seit dem letzten Jahr, hat aber bisher noch keine sichtbare Wirkung erzielt. „Dabei werden in den USA heute rund ein Drittel aller Vertragsgeschäfte mit einem Handyankauf getätigt“, erklärte Wahl. „Das gilt für Neukunden ebenso wie für Vertragsverlängerungen. Dieses Potential wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern nutzen und mit der Rücknahme auch einen Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften leisten.“ Zudem bietet die Telekom ihren Partnern verstärkt Mobile Payment Lösungen an. Mit dem neuen Bezahl-Terminal können EC-, Kreditkarten und My-Wallet abgerechnet werden. Damit Partner, die bereits ein Bezahl-Terminal besitzen, nicht durch bestehende Verträge am Einstieg gehindert werden, gibt es ein „Rauskauf“ Angebot. In Zusammenarbeit mit der Firma Car Center Colonia bietet die Telekom ihren Partnern sehr günstige Leasingkonditionen für Servicefahrzeuge an. So ist ein Smart For Two mit exklusivem T-Partner Branding bereits ab 99 Euro im Monat zu haben, den Smart For Four gibt es ab 109 Euro im Monat. Um die Kundenfrequenz zu erhöhen, bietet die Telekom ihren Partnern jetzt auch die Möglichkeit zur Integration eines DHL Paketshops und stellt die technische Ausstattung (Handscanner, mobiler Drucker, Barcode mit Anmeldeinformation) zu besonders günstigen Konditionen zur Verfügung. Für die Business Partner gibt es ebenfalls neue Angebote, zum Beispiel individuelle, GK-spezifische



Verschiedenen Starterpakete, hier zum Bereich Sicherheit, machen es den Telekom Partnern leicht, den Kunden das Thema Smart Home nahezubringen.

Konditionsvereinbarungen und Jahresziele, Unterstützung bei der Kunden- und Projektakquise, Einsatz einer Spezialagentur bei Online-Marketing, Mailings und telefonischen Terminvereinbarungen sowie Qualifizierungsbausteine für die Außen- und Innendienst-Mitarbeiter. Zudem können die Business Partner bei verschiedenen Gewinnspielen VIP Tickets für die Champions League Spiele des FC Bayern oder spannende Bundesliga-Begegnungen gewinnen. Nicht zuletzt hat die Telekom für ihre Geschäftskundenpartner jetzt einen Sprecherrat installiert, dessen Mitglieder nicht nur Impulse für neue Aktivitäten geben sollen, sondern auch durch konstruktive Kritik Anregungen zur Verbesserung der Zusammenarbeit geben sollen.

„Unsere Aktivitäten für 2015 zeigen deutlich, dass der Fachhandel ein zentraler strategischer Partner für die Telekom ist und bleibt“, resümierte Wahl. „Mit unseren neuen Produkten bieten wir unseren Partnern hervorragende Wachstumschancen im Mobilfunk, im Festnetz, bei der Konvergenz und bei den Innovationsthemen. Diesen Weg werden wir mit weiteren Neuheiten im Laufe des Jahres weiter gehen, um gemeinsam mit den Telekom Partnern die Digitalisierung made in Germany zu gestalten.“

# INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten	... 4
RWE Smart Home in der Praxis Gute Insel-Lösung	... 6
	
Das Samsung Audio-Lineup 2015 Klangvolles Zusatzgeschäft für den Handel	... 7
	
Drahtloses Kamera-System Netgear Arlo Wachsame Augen	... 8
PoS-Aktuell – Neuheiten	... 8, 10, 12, 18

Investoren übernehmen den Geschäftsbetrieb von Metz Weiter „made in Germany“	... 9
Große TV-Kampagne von Samsung Emotionen für SUHD	... 10
WOOX Innovations hat einen neuen Namen Gibson Innovations	... 11
	
Anga Com wächst 2015 weiter	... 11
40 Jahre Oehlbach – Das reine Signal	... 13



Verkaufsargumente für die neuen Kühlschränke Coole Features	... 14
Bauknecht mit Produktpremieren in München Anspruch in Design und Lifestyle	... 15
	
IFA 2015 wieder auf Rekordkurs Messe der Innovationen	... 16
Anton Schalkamp beendet Geschäftsführer- Tätigkeit bei Bose – Ende einer Ära	... 17
Wagners Welt	... 19
PoS-MAIL @	... 19
Impressum	... 19

## Oliver Kinne verlässt LG

Ende April hat sich LG Electronics Deutschland GmbH (LG) von Oliver Kinne, verantwortlich für den Bereich Mobile Communication, getrennt. Martin Winkler, seit März 2015 COO, hat bis auf weiteres kommissarisch die Aufgaben des Direktors Vertrieb und Marketing Mobile Communication von LG übernommen.

Kinne trat am 01.01.2012 in das Unternehmen ein und verantwortete als Direktor Vertrieb und Marketing den Bereich Mobile Communication.

## Fuba: Sat-TV-Sparrechner online

Um die Kosten von Sat-TV mit denen von Kabelfernsehen vergleichen zu können, hat Fuba jetzt einen Sat-TV-Sparrechner auf <http://www.fuba.de/sat-tv-sparrechner> online gestellt. Um ein Ergebnis errechnen zu können, benötigt der Fuba Sat-TV-Sparrechner Informationen darüber, für wie viele Teilnehmer die Sat-Anlage eingerichtet werden würde.

Auch wichtig für die Kostenberechnung ist die Frage nach dem Standort der Sat-Antenne – z. B. auf einem Flachdach oder an der Hauswand – und welcher Kabelnetzbetreiber aktuell genutzt wird oder ggf. genutzt werden würde. Anschließend erhält der Nutzer einen direkten Kostenvergleich.

„Wir möchten Unentschlossenen die Möglichkeit geben, sich ganz einfach über die Ausgaben für DVB-S und DVB-C zu informieren“, so Fuba-Geschäftsführer Rainer Hoffmann, „denn oftmals scheidet die Entscheidung für DVB-S daran, dass die Anschaffungskosten für Parabolantenne und andere Geräte zu hoch erscheinen.“

Im Vergleich fällt auf, wie schnell sich die Anschaffungskosten amortisiert haben. Während die Gebühren für Kabel monatlich anfallen, sind Kunden mit Satellitenfernsehen nicht an einen Vertrag gebunden und haben nach den Erstkosten keine weiteren.

## De'Longhi: Neuer Vertriebsleiter Nord



Torsten Doil

Seit 1. März 2015 zeichnet Torsten Doil als neuer Vertriebsleiter Nord der De'Longhi Deutschland GmbH für die Marken De'Longhi, Kenwood und Braun in Norddeutschland verantwortlich. Der 52-jährige Doil leitet ein Team von neun Außendienstmitarbeitern und folgt Peter Labuch (51) nach, der seit Januar 2015 als Sales Director für De'Longhi tätig ist.

Vor seinem Wechsel zu De'Longhi arbeitete Doil über 20 Jahre lang für Panasonic, zuletzt als Nationaler Vertriebsleiter Mobile Communication & Licht. Zuvor war er für den Konzern mehrere Jahre lang als Verkaufsleiter und Gebietsverkaufsleiter für Unterhaltungselektronik tätig. Doil hat sowohl eine technische als auch eine betriebswirtschaftliche Ausbildung absolviert.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit Torsten Doil einen Kenner der Branche für uns gewinnen konnten“, sagt Helmut Geltner, Geschäftsführer von De'Longhi Deutschland. „Er verfügt über jahrzehntelange Vertriebserfahrung in den Bereichen Weiße und Braune Ware sowie Telekommunikation und ist mit unseren wichtigsten Handelspartnern bestens vertraut.“

## Haier: Rekordwachstum in 2014

Im Jahr 2014 konnte Haier ein Umsatzwachstum von 10,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielen. Der konsolidierte Nettoumsatz beläuft sich auf 32,6 Milliarden US-Dollar. Der Grundstein des Erfolgs ist nach Angaben von Haier die flexible Strategie des Unternehmens und die Fähigkeit, schnell auf wirtschaftliche Veränderungen und die wandelnden Bedürfnisse von Verbrauchern zu reagieren. Dank Haiers Kombination aus kundenorientierter Innovation und einem unternehmerischen



Wer bis zum 30. Juni einen Philips TV powered by Android kauft, kann ihn bei Nichtgefallen innerhalb von 30 Tagen zurückgeben.

## Testaktion für Philips Ambilight TVs

Mit einer deutschlandweiten Kampagne bewirbt TP Vision ab sofort eine große Testaktion für Philips TVs. Wer zwischen dem 1. Mai und 30. Juni 2015 einen Philips TV powered by Android kauft, kann ihn innerhalb von 30 Tagen zurückgeben, sollte er wider Erwarten nicht zufrieden sein. Damit können sich Käufer eines Aktionsgerätes aus den 9000, 8000 und 7000er Serien völlig risikofrei von den Vorteilen des neuen Android Betriebssystems und des einzigartigen Ambilight überzeugen.

„Die spektakuläre Aktion mit Zufriedenheitsgarantie wird in den kommenden zwei Monaten für hohe Aufmerksamkeit und zusätzliche Nachfrage nach Philips TVs powered by Android sorgen“, erläuterte Henrik Köhler, Geschäftsführer TP Vision D/A/CH, die Hintergründe der Aktion. „Wir unterstreichen damit unsere Überzeugung, dass Ambilight TVs ein einmaliges, begeisterndes Erlebnis bieten.“

Die Handelspartner von TP Vision erhalten ein komplettes Paket aufmerksamkeitsstarker PoS-Materialien, um Kunden auch im Geschäft auf die Testaktion hinzuweisen.

rischen Ökosystem konnten nicht nur die alltäglichen Bedürfnisse der Verbraucher in das Produktdesign integriert werden, sondern auch Mehrwertlösungen für spezielle Bedürfnisse angeboten werden, heißt es in einer Pressemitteilung. Außerdem stärkte Haiers Managementstruktur die Entwicklung eines unternehmerischen Ökosystems, wobei eine verbraucherorientierte Unternehmenskultur und ein Innovationsprozess aufgebaut werden. Die Haier Gruppe ermutigt Mitarbeiter, selbst in Teams aktiv zu werden, um kreative und innovative Lösungen zu schaffen. Diese einzigartige Managementstruktur setzte sich auch in Haiers internationalem Netzwerk fort, so dass auf lokaler Ebene auch auf lokale Bedürfnisse eingegangen wird, um insgesamt global effizienter zu arbeiten, heißt es weiter.

## gamescom mit vergrößerter Ausstellungsfläche

Für die vom 5. bis 9. August in Köln stattfindende gamescom wurde die Ausstellungsfläche im Vergleich zum Vorjahr vergrößert. Die business area, also der exklusive Bereich für die Fachbesucher, belegt 2015 die Hallen 2, 3.2 und 4. Die entertainment area, zu der ab Donnerstag auch die Privatbesucher Zutritt haben, wird in diesem Jahr um die Halle 5 erweitert. Damit vergrößert die gamescom 2015 die angebotene Ausstellungsfläche im Vergleich zum Vorjahr um 16.000 Quadratmeter (+10 Prozent). Die zusätzliche Fläche soll dabei neben den Ausstellerpräsenzen insbesondere der Aufenthaltsqualität der Besucher zugute kommen.

Aufgrund der erneuten Steigerung der Fachbesucherzahlen (2014: 31.500, +6 Prozent) und der Position der gamescom als führende europäische Businessplattform der Computer- und Videospieldindustrie erhält auch die business area 2015 zusätzliche Fläche (4.000 Quadratmeter, +7 Prozent) und damit noch mehr Komfort. Weitere 12.000 Quadratmeter entfallen auf die entertainment area. „Die gamescom ist eine Erfolgsgeschichte. Seit ihrer Durchführung am Standort Köln verzeichnet sie bei Ausstellern und Besuchern und in puncto Internationalität Wachstumswachstum. Nach sieben Jahren gamescom in Köln ist die erneute Erweiterung der angebotenen Ausstellungsfläche die praktische Antwort auf ihre ungebrochene Beliebtheit und die logische Konsequenz mit Blick auf ihr Potenzial“, erklärte Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse GmbH.

Neben der sukzessiven Vergabe der Standflächen sind aktuell zusätzliche Optionen für die weitere Verbesserung der Aufenthaltsqualität der Besucher in Planung. Dank der zusätzlichen Fläche soll die Wegführung auf dem Gelände weiter verbessert werden. Zusätzlich sollen weitere Catering- und Loungeflächen mit Unterhaltungscharakter zu einer verbesserten Aufenthaltsqualität beitragen. Zudem ist mit „family&friends“ erstmals ein speziell für Familien angepasster Bereich geplant.

Ebenfalls neu ist ‚gamescom Tabletop‘, das sich an alle Fans von Sammelkarten- und Brettspielen richtet.

## Toshiba: Summer Festival für Smart TVs

Unter dem Namen Summer Festival unterstützt die Toshiba Europe GmbH den Fachhandel mit zwei Bundle-Aktionen beim Verkauf von Smart TVs: Beim Kauf eines Modells der L74- oder M74-Serie erhalten die Kunden eine Toshiba Soundbar SB3950E1 im Wert von 129 Euro (UVP) kostenlos. Zudem liegt ausgewählten Smart-TVs, die mit einem Aktionssticker auf dem Karton gekennzeichnet sind, ein Maxdome-Gutschein im Wert von 32 Euro bei. Die Aktion läuft bis zum 30. Juni 2015.

Die Fernseher der Toshiba M74- und L74-Serie in 107 cm (42 Zoll), 119 cm (47 Zoll) und 140 cm (55 Zoll) sind mit einem IPS-Display für ein besonders helles, lebendiges und scharfes Bild ausgestattet. Durch die Toshiba TV App „MediaGuide Replay“ lernt der TV die Sehgewohnheiten der Nutzer kennen und zeichnet ähnliche Sendungen automatisch auf. So verpasst der Anwender keine seiner Lieblingsserien und -filme mehr. Zusätzlich bietet die Soundbar SB3950E1 einen kraftvollen, raumfüllenden Surround-Sound für echtes Kinofeeling. Um die Zugabe zu erhalten, müssen die Käufer der Fernseher sich innerhalb von sieben Tagen ab Kaufdatum unter <http://www.toshiba.de/summerfestival> registrieren und eine Kopie des Kaufbelegs an Toshiba senden. Die Aktion, die ausschließlich in Deutschland sowie Österreich stattfindet, gilt nur, solange der Vorrat reicht. Mit dem Maxdome-Gutschein im Wert von 32 Euro, die seit dem 1. Mai 2015 ausgewählten Smart-TVs beiliegen, erhalten Kunden sechs Monate lang Zugriff auf das komplette Angebot des Online-Videodienstes, müssen aber nur für zwei Monate zahlen. Die Modelle sind mit einem Aktionssticker auf dem Karton gekennzeichnet.



Attraktives Bundle: Beim Kauf eines Fernsehers der Toshiba M74- und L74-Serie gibt es die Soundbar SB3950E1 gratis dazu.



Jetzt Termin vormerken!

2. – 3. März 2016, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

# BUSINESS FORUM IMAGING

# COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**  
world of imaging

„Memories, dynamics, innovations“

# RWE Smart Home in der Praxis

## Gute Insel-Lösung



Die SmartHome-Zentrale ist Dreh- und Angelpunkt des RWE-Systems. Sie wird zwar auch einzeln zum Preis von circa 190 Euro angeboten, ist aber in einem der vielen Startersets deutlich günstiger zu haben. Wer sich Sorgen um die Datensicherheit macht, wird sich über den Schalter an der Geräteseite freuen, mit der die Verbindung zur Außenwelt abgeschaltet werden kann.

Um es gleich vorweg zu nehmen: RWE Smart Home ist eine Insel, allerdings eine recht große, die schon heute viele Möglichkeiten bietet. Der klare Vorteil für den Kunden liegt bei einer solchen Lösung in der garantierten Kompatibilität der Einzelkomponenten. Und da RWE großen Wert auf die Sicherheit des Systems legt, arbeiten alle Elemente mit besonders starker Verschlüsselung. Die Nachteile liegen aber auch auf der Hand: Clevere neue Produkte finden nur dann den Weg in das smarte Heim, wenn sie aktiv vom Anbieter eingebunden werden.

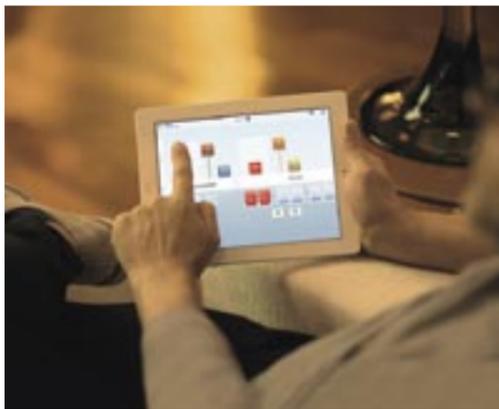
### Aller Anfang ist ... leicht!

RWE bietet etliche Starter-Kits für unterschiedliche Ansprüche an – immer dabei ist die Zentrale, die für alle Komponenten unerlässlich ist. In unserem Fall besteht das Set aus einem Zwischenstecker, einem Funkschalter und zwei Heizkörperthermostaten. Die Installation der Hardware geht wie versprochen in wenigen Minuten über die Bühne. Obwohl RWE eine Steuerungs-App anbietet, ist für die Erstinstallation ein PC oder Mac zwingend erforderlich. Vor der Montage der Thermostate hatte der Autor anfänglich ein wenig Respekt, was sich als vollkommen unbegründet erwies. Selbst mit zwei linken Händen ist der Tausch im Handumdrehen erledigt, und das Wasser muss man auch nicht abstellen.

### Die Was-passiert-dann-Maschine

Das System – und das gilt für alle vergleichbaren Smart-Home-Lösungen ebenfalls – ist nicht von Haus aus smart. Erst durch die logische Verknüpfung von Zuständen, Aus-

lösern und Geräten wird das eigene Zuhause intelligent. Das zwar etwas träge, aber angenehm übersichtliche Web-Interface von RWE Smart Home ist wirklich leicht zu bedienen. Der am Handtuchheizkörper im Bad angebrachte Thermostat springt wochentags um 6 Uhr morgens an und sorgt für wohlige Wärme, ab 7:30 Uhr wird die Temperatur wieder abgesenkt. Der Funkschalter klebt am Nachttisch und ist mit dem Zwischenstecker gekoppelt, in dem wiederum der Kaffeevollautomat steckt. So gibt es zwar keinen Kaffee auf Knopfdruck, aber ein schlaftrunkener Tastendruck reicht, um die Maschine startklar zu machen.



Per App lassen sich alle Geräte bequem schalten, die Ersteinrichtung muss jedoch am PC oder Mac erfolgen.

### Ein kleiner erster Schritt

Jetzt ist es also Morgens im Bad warm, und die Aufheizphase der Kaffeemaschine entfällt. Für sich genommen ist das schon nett, aber weit von dem entfernt, was das Smart Home wirklich leisten kann. Mit zusätzlichen Geräten wächst das System und bietet vollkommen neue Möglichkeiten. Ein Fenster- und Türkontakt in logischer Kombination mit einem Bewegungsmelder bildet die Grundlage für ein Alarmsystem. Eine zusätzliche Kamera überträgt Bilder eines vermeintlichen Eindringlings, und der eigentlich zum Brandschutz ersonnene Rauchmelder schlägt in diesem Szenario auch ohne Feuer lautstark Alarm und hoffentlich den Dieb in die Flucht. Obendrein verschickt die Zentrale eine SMS und E-Mail, um den Hausherrn zu warnen. Damit eine solche smarte Alarmanlage zuverlässig und nur im Fall der Fälle ausgelöst wird, müssen die logischen Verknüpfungen mit Bedacht erstellt werden.

Ein ebenfalls typisches Szenario ist ein per Schalter oder App ausgelöstes Abwesenheits-Profil, in dem die Heizungen heruntergefahren und alle smarten Lampen ausgeschaltet werden. RWE hat dabei auch an den Urlaub gedacht und einen virtuellen Bewohner in die Steuerungssoftware integriert. Dieser schaltet die gewünschten Geräte nach dem Zufallsprinzip und erweckt

den Eindruck eines bewohnten Hauses.

### Chance für den Händler

Der Selbsttest hat es gezeigt: Man muss Smart Home – ob nun von RWE oder einem anderen Anbieter – erleben, um die Vorzüge zu erkennen. Kaum ein anderes Produkt ist gleichzeitig so simpel und so komplex. Auch finden sich wenige andere Beispiele in der Technikwelt, bei der aktuelle Möglichkeiten und die Kenntnis der Kunden darüber so weit auseinanderliegen.

Für den Handel bietet sich hier eine riesige Chance. Über die Starter-Kits lassen sich eindimensionale Funktionen wie die intelligente Heizungssteuerung oder eine rudimentäre Alarmanlage einfach realisieren. Dieses Erfolgserlebnis kann dann die Grundlage für eine schrittweise Erweiterung bilden – denn schließlich ist die Zentrale ja bereits vorhanden. Ist der Händler so smart wie das Zuhause, bietet er seinen Kunden die Möglichkeit, das System ganz individuell seinen Ansprüchen anzupassen. Mit dem Fernzugriff bietet sich zusätzlich die Chance, dem Käufer nach der Erstinstallation bei der Optimierung der logischen Verknüpfungen zu helfen und ihm bei dieser Gelegenheit sinnvolle Erweiterungen zu demonstrieren. Es sind nämlich die komplexen Szenarien, die aus einem automatisierten ein smartes Haus machen.



Über diese intelligenten Steckdosen (innen: ca. 40 Euro, innen und dimmbar: ca. 80 Euro, außen: ca. 60 Euro) lassen sich Geräte zeit- oder ereignisgesteuert ein- und ausschalten.



Die Heizkörperthermostate (ca. 50 Euro) erlauben auch eine manuelle Steuerung und messen Temperatur und Luftfeuchtigkeit. Das Display zeigt Status und Temperatur an. Zusätzlich sind eine Fußbodenheizungssteuerung (ca. 200 Euro) sowie ein Raumthermostat (ca. 70 Euro) erhältlich. Seit 2014 ist auch die direkte Steuerung von Heizkesseln der Firma Buderus über RWE Smart Home möglich.



Das drahtlose Lichtsystem hue von Philips lässt sich über eine Erweiterung zum einmaligen Preis von 3,99 Euro in das RWE Smart Home integrieren. Eine clevere Anwendung ist zum Beispiel die visuelle Indikation eines Ereignisses: So kann eine hue-Lampe zum Beispiel bei geöffnetem Fenster rot aufleuchten.

# Das Samsung Audio-Lineup 2015

## Klangvolles Zusatzgeschäft für den Handel

Samsung bringt dieses Jahr das vielfältigste Audio-Lineup aller Zeiten in den Handel. Alle Modelle bieten kraftvollen Surround-Klang und harmonieren optisch hervorragend mit den neuen Samsung TV-Geräten. So können Fachhändler ihren Kunden noch mehr Heimkino-Gefühl bieten und nachhaltig ihren Umsatz steigern.

Fernseher und Audio-Systeme können dank brillanter Bilder in UHD-Auflösung und raumfüllender Klangqualität immer bessere Heimkino-Erlebnisse bieten. Aktuelle Marktzahlen belegen, dass immer mehr Kunden dies zu schätzen wissen; auch umfassende Vernetzungsmöglichkeiten und ein ansprechendes Design sind wichtige Kaufkriterien. Bereits im Jahr 2014 ist der Absatz von Soundbars (und Sounddecks) laut gfu ([www.gfu.de](http://www.gfu.de)) um 38 Prozent gestiegen. In diesem Jahr treibt Samsung diesen Trend weiter voran und bringt das bisher größte und vielfältigste Audio-Lineup auf den Markt. Es umfasst 15 Soundbars, davon neun im Curved Design. Mit dieser umfassenden Sortimentsbreite und -tiefe kann der Fachhandel praktisch jedem Kunden die passende Lösung anbieten.



Da passt alles zusammen: Samsung Curved TV und Curved Soundbar – hier der SUHD TV JS9090 und die HWJ7501 – bilden eine optische und funktionale Einheit.

Alle Samsung Soundbars unterstützen TV Sound Connect und Bluetooth für eine einfache und kabellose Verbindung zum Fernseher – ein gutes Argument für Fachhändler, um Kunden die Angst vor Kabelsalat oder einer komplizierten Einrichtung zu nehmen. Nahezu alle Modelle sind Multiroom-

fähig und können via WLAN komfortabel ins Heimnetzwerk eingebunden werden. Somit ermöglicht der Händler seinen Kunden mit einem Samsung Audio-System nicht nur erstklassigen Filmsound, sondern auch das einfache Abspielen der eigenen Lieblingsmusik per Multiroom 2.0 App in hoher Klangqualität. Die neuen Audio-Lösungen sind in Design, Farbe und Größe optimal auf Samsung TVs abgestimmt. Je nach Modell verbindet man sie per TV-Montage-Kit oder zugehöriger Wandhalterung harmonisch mit dem TV. Die meisten Soundbars können Händler ihren Kunden passend zum TV in den Farben Schwarz oder Silber empfehlen. Zum Curved UHD TV JU6580 gibt es mit der passenden Klanganlage HW-J6502 erstmals eine Soundbar in elegantem Weiß. Das Premium-Modell HW-J8500 mit 350 Watt Ausgangsleistung, neun Lautsprechern sowie aktivem kabellosem Subwoofer empfiehlt sich als hochwertige und platzsparende Alternative zu Heimkinoanlagen mit mehreren Boxen.



Die Soundbar HWJ8501 bietet mit neun integrierten Lautsprechern und einem kabellosen, aktiven Subwoofer eindrucksvollen Surround-Sound.

**Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH:**

## Für gute Handelsgeschäfte

**PoS-MAIL:** Warum baut Samsung jetzt das Audio-Sortiment so stark aus?

**Kai Hillebrandt:** Samsung möchte seinen Partnern nicht nur ein überragendes TV-Bild, sondern auch den dazu passenden überragenden Sound anbieten, der immer häufiger nachgefragt wird. Dieses Jahr werden sich laut gfu-Prognose etwa 900.000 Konsumenten für Soundbars entscheiden. Das sind nochmals acht Prozent mehr als im Vorjahr. Mit unserem neuen Samsung Audio-Lineup bieten wir unseren Partnern das optimale Rüstzeug für erfolgreiche und nachhaltige Handelsgeschäfte.

**PoS-MAIL:** Was sind die Verkaufsargumente für Ihre neuen Sound-Lösungen?

**Kai Hillebrandt:** Das neue Samsung Audio-Lineup ist

das vielfältigste Samsung Sortiment aller Zeiten. Unter den 15 Neuheiten sind allein neun Soundbars, die in Farbe, Form und technischer Ausstattung auf die verschiedenen Samsung Curved TVs abgestimmt sind. Somit kann der Fachhandel bei der Kundenberatung auf jeden individuellen Wunsch eingehen. Ob als Alternative für die 5.1 Surround-Anlage oder harmonische Ergänzung des Curved TVs – in jeder Preiskategorie gibt es die passende Lösung in bis zu drei Farben. Und da unsere Partner in diesem Fall Systeme von einem Hersteller anbieten können, sind diese perfekt aufeinander abgestimmt.

**PoS-MAIL:** Welche Unterstützung bietet Samsung dem Handel?

**Kai Hillebrandt:** Die Markteinführung der neuen

Samsung SUHD TVs wird von einer umfangreichen und mehrgleisigen Marketing-Kampagne begleitet, mit der wir die Kundennachfrage nach TV- und Audioprodukten anheizen werden. In Schulungen erfahren unsere Handelspartner alle wichtigen Einzelheiten zur technischen Ausstattung, dem Leistungsspektrum und den Einsatzmöglichkeiten der neuen Fernseher und Audio-Systeme. Und für die optimale Kundenberatung finden die Händler auf der Rückseite der Audio-Produktübersicht einen übersichtlichen Matching Guide, der auf einen Blick zeigt, welche Soundbar zu welchem TV passt.



Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH

**PoS-MAIL:** Vielen Dank für das interessante Gespräch.

# Drahtloses Kamera-System Netgear Arlo

## Wachsame Augen



Alle Arlo-Kameras sind wasser- und wetterfest und somit also auch für den Außeneinsatz geeignet.

**Sicherheit und Überwachung ist im Segment Smart Home ein Thema, bei dem sich der Nutzen vernetzter Systeme leicht vermitteln lässt. Mit einer oder besser mehreren Kameras hat man leicht im Blick, was rund um's und im Haus passiert. Eine besonders pfiffige Lösung ist das Kamera-System Arlo vom Netzwerkspezialisten Netgear. Es funktioniert ganz ohne Kabel, eignet sich für drinnen und draußen und sieht bei Tag und bei Nacht.**

Da die nur Seifenstück-großen Kameras per Batterie betrieben werden und obendrein wasser- und wetterfest sind, lassen sie sich wirklich überall anbringen, und zwar ganz einfach mit einer Magnethalterung: auf dem Apfelbaum im Vorgarten mit Blick auf die Haustür, unauffällig in der oberen Ecke des Kinderzimmers oder einfach im Regal. Die technischen Daten können sich durchaus sehen lassen: 720p-HD-Auflösung, 130° Sichtwinkel, Bewegungsalarm und Nachtsicht. Die zugehörige Smartphone-App ist ebenfalls angenehm clever und erlaubt dem Nutzer detaillierte Anpassungen, inklusive Zeitsteuerung und E-Mail-Benachrichtigungen. So lässt sich beispielsweise einstellen, dass eine Kamera nur zwischen 23 und 5 Uhr bei einer erkannten Bewegung ein Video mitschneidet, damit man nicht jeden Tag den Zeitungsboten aufnimmt.

Wie viele Smart-Home-Systeme benötigt auch Arlo eine mit dem heimischen Router verbundene Basisstation. Diese ist wahlweise mit einer (240 Euro), zwei (370 Euro) oder drei Kameras (480 Euro) im Bundle erhältlich. Zusätzliche Kameras kosten pro Stück 150 Euro. Als sehr komfortable und flexible Sicherheitslösung ist Arlo absolut empfehlenswert, auch wenn zusätzliche Funktionen wie z. B.

die Audioübertragung dem Batteriebetrieb geopfert wurden. Alle Videos werden in der Cloud gespeichert, ein Gigabyte Speicherplatz steht dauerhaft kostenlos zur Verfügung.

Nach diesem gelungenen ersten Schritt in die Welt des Smart Home sollte man die ausgewiesenen Netzwerk-Profis von Netgear weiter beobachten. Denn es wäre nur logisch, wenn auf Arlo weitere Elemente wie separate Bewegungsmelder und Türkontakte folgen würden.



Die Basisstation des Arlo-Systems ist im Bundle mit bis zu drei Kameras erhältlich.

## PoS-Aktuell

## Neuheiten

### Frittiertes mit der Grundig Home Fritte

Der neue Grundig Multifunktionsofen GEZM 47001 B mit dem Ofeneinsatz Home Fritte eignet sich besonders für Liebhaber frittiertes Lebensmittel, denn bis zu 500 Gramm Kartoffeln können nach Angaben von Grundig mit 13mal weniger Fett frittiert werden. Dazu wird einfach der Korb mit einem Esslöffel Öl in die Halterung im Backofen eingehängt.



Der geräumige Innenraum des GEZM 47001 B mit 80 Liter Nutzvolumen lässt sich dank der pflegeleichten, grauen Emailleierung sowie der Excellent Clean Glas-Innentür mit Nanobeschichtung besonders schnell und einfach reinigen. Dank Soft Doormatic lässt sich die Ofentür angenehm leicht und leise schließen. Auch für die Zubereitung bietet der Multifunktionsofen GEZM 47001 B zahlreiche Features: Das animierte Text-LC-Display mit Chef Assist bietet z. B. 50 Garprogramme für leckere Gerichte, womit das Gerät je nach Gericht und Menge sämtliche Einstellungen für Temperatur und Garzeit ganz von selbst vornimmt. Die Booster Funktion heizt den Garraum besonders schnell auf.

Der Grundig-Multifunktionsofen GEZM 47001 B mit der Home Fritte ist ab sofort zum UVP von 999 Euro erhältlich.

### Philips hue Go für draußen

Philips erweitert die hue-Familie um die akkubetriebene Deko-Leuchte hue Go. Auch dieser Neuzugang fügt sich drahtlos in



Stimmungsvolle Beleuchtung auf Balkon oder Terrasse: Die Einstellung „Cozy Candle“ imitiert Kerzenschein.

das hue-Netz ein, Lichtfarbe und Helligkeit werden per App gesteuert. Dank der wiederaufladbaren Batterie setzt hue Go auch auf dem Balkon oder der Terrasse stimmungsvolle Lichtakzente, erweist sich aber auch als praktischer Begleiter im Haus. Ist das Handy gerade nicht zur Hand, erlaubt ein Knopf auf der Rückseite die Auswahl mehrerer Stimmungsmuster, bei denen die Lampe Farbverläufe durchläuft und so die gewünschte Atmosphäre schafft.

Obwohl auch für den Einsatz unter freiem Himmel konstruiert, ist hue Go nicht wasserdicht, wurde aber für den Betrieb bei hoher Luftfeuchtigkeit entwickelt. Bei voller Lichtleistung (max. 300 Lumen) soll der Akku drei Stunden lang durchhalten. Philips hue Go ist ab sofort zum Preis von knapp 100 Euro erhältlich.

### Innovatives Fitness-Produkt von Medisana

Das neue Pulssportarmband Mio Fuse von Medisana misst den Puls direkt präzise und einfach am Handgelenk. Mit dem integrierten Beschleunigungsmesser kann Mio Fuse ebenso Schritt-

te, Kalorien, Distanz, Geschwindigkeit und Pace messen. Per Bluetooth Smart (4.0) oder ANT+ können die ermittelten Daten auf das Smartphone übertragen werden.

Beim Mio Fuse messen zwei LED-Sensoren und eine elektrooptische Linse den Blutfluss in den Kapillaren. Komplexe Algorithmen ermitteln anhand des Pulssignals die tatsächliche Herzfrequenz. Bei Mio Fuse lassen sich, beim Umschalten vom Ganztages-Modus in den Workout-Modus, der Normbereich für den Puls des Trägers und weitere vier Pulsfrequenzzonen einstellen und innerhalb des gewünschten Bereichs trainieren. Liegt der Sportler nicht mehr in seinem Bereich, wird er durch ein Vibrations- und ein LED-Farbsignal darüber informiert. Das Sportarmband verfügt über eine integrierte Uhr mit 24-Stunden-Anzeige, eine Stopp-Uhr mit Touch-Funktion sowie über einen 30-Stunden-Speicher, in dem Aktivitätsdaten gespeichert und später mit dem Smartphone synchronisiert werden können.

In Kombination mit der Mio Gio App macht Mio Fuse zudem ein neues Trainingserlebnis möglich. So werden Trainingsergebnisse nicht einfach nur aufgezeichnet, sondern lassen sich zum Beispiel in einem interaktiven virtuellen Training erleben. Aber auch im Freien lässt sich Mio Go mitnehmen und die Route mittels der Standort-Verfolgungsoption aufzeichnen. Außerdem beinhaltet die App umfangreiche Statistiken. Durch die in Mio Fuse integrierten ANT+ oder Bluetooth Smart 4.0-Technologie können sich Sportler auch mit anderen Sportgeräten wie Laufbändern und Crosstrainer oder Fitness-Apps wie Runtastic, Strava, Adidas miCoach etc. vernetzen.

Mio Fuse gibt es in zwei Größen (S/M = 147-179 mm in Türkis, L = 156-208 mm in Rot); der UVP beträgt 149,95 Euro (UVP).



# Investoren übernehmen den Geschäftsbetrieb von Metz



## Weiter „made in Germany“

Das Insolvenzverfahren beim fränkischen TV- und Blitzgeräte-Hersteller Metz nimmt ein gutes Ende. Wie Insolvenzverwalter Joachim Exner kurz vor Redaktionsschluss mitteilte, hat er den Geschäftsbetrieb des Unternehmens an zwei Investoren verkauft. Die TV-Sparte geht an den chinesischen Elektronik-Konzern Skyworth, die Blitz- und Kunststoffsparte wird von der deutschen Daum-Gruppe übernommen. Beide Investoren haben zugesagt, den Geschäftsbetrieb in Zirndorf langfristig aufrecht zu erhalten und den überwiegenden Teil der Mitarbeiter zu übernehmen.

Erwerber der TV-Sparte ist der chinesische Elektronik-Konzern „Skyworth“, der als marktführender TV-Produzent in China zu den zehn führenden TV-Herstellern der Welt zählt. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 37.000 Mitarbeiter, davon rund 30.000 im Geschäftsbereich TV-Geräte. Skyworth wächst seit Jahren auch außerhalb Chinas und erschließt durch Zukäufe neue Märkte. Auch Skyworth will am Produktions- und Entwicklungsstandort Zirndorf festhalten und von dort aus die Marke Metz ausbauen. Zugleich sollen Zirndorf und das bestehende Netzwerk als Plattform zur Erschließung des europäischen Marktes für Produkte unter der eigenen Marke Skyworth dienen. Dazu übernimmt das Unternehmen 152 der verbliebenen 219 Mitarbeiter der TV-Sparte von Metz und erhält dadurch rund 70 Prozent der Arbeitsplätze. Auch dieser Transaktion haben die Gläubiger bereits zugestimmt, die Genehmigung durch die Kartellbehörden ist beantragt. Der Betriebsübergang ist für den 1. Juni geplant.

Die im fränkischen Fürth ansässige Daum-Gruppe ist ein international tätiger Hersteller von hochwertigen Fitnessgeräten und Antriebslösungen im Bereich der Elektromobilität, darunter ein umfassendes Angebot von Motoren für E-Bikes. Durch die Übernahme der Blitz- und Kunststoffsparte von Metz erwirbt das Unternehmen wichtiges Knowhow für das weitere Unternehmenswachstum und erweitert sein Produkt-

portfolio. Daum übernimmt 146 von 174 Mitarbeiter der Sparte und erhält damit fast 85 Prozent der Arbeitsplätze. Die Gläubiger haben dem Verkauf bereits zugestimmt. Der Betriebsübergang sollte bereits am 1. Mai erfolgen.

„Mit Skyworth und Daum hat Metz jetzt zwei starke Partner an seiner Seite, die über eine klare Vision und einen langen Atem verfügen“, betonte Insolvenzverwalter Exner in Zirndorf. „Damit hat Metz wieder eine langfristige Perspektive. Besonders freut mich, dass der Standort Zirndorf und ein Großteil der hiesigen Arbeitsplätze erhalten bleiben.“ Über den Kaufpreis beider Übernahmen wurde Stillschweigen vereinbart.



Metz Insolvenzverwalter Joachim Exner hat die Investorensuche für das deutsche Traditionsunternehmen erfolgreich abgeschlossen.

OFFICIAL PARTNER  
OF THE  
**FUTURE**

SINCE 1924



**THE GLOBAL INNOVATIONS SHOW**  
IFA-BERLIN.DE

# Große TV-Kampagne von Samsung

## Emotionen für SUHD



Das SUHD Flaggschiff Samsung JS9090 steht im Mittelpunkt der Kampagne.

Die neue Samsung SUHD TV Kampagne setzt auf Gefühle, indem sie in Großaufnahme die Gesichter von Menschen zeigt, die die neue TV-Technologie zum ersten Mal erleben. Dieser emotionale Ansatz wurde aus guten Gründen gewählt: „Mit der Kampagne stellen wir bewusst das emotionale Erlebnis statt die Produkt-Features in den Fokus der Kommunikation“, erklärte Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung Electronics GmbH. „Die intensiven Gefühle sind in diesem Fall unsere neue Maßeinheit für Bildqualität. Der Spot ist so packend wie das Samsung SUHD TV Bilderlebnis selbst.“ Neben der TV-Werbung auf reichweitenstarken TV-Sendern kommen zusätzliche Sonderformate sowie TV-Sponsorings zum Einsatz.

Mit gezielter Bannerwerbung und vielfältigen Social Media-Aktivitäten will Samsung die Kunden auch über das Internet ansprechen. Zudem gibt es eine spezielle Webseite, auf der sich die Kunden umfassend über die

neuen Samsung SUHD TV-Modelle informieren können. Mit auffälligen Advertorials erklärt Samsung auch in auf-lagenstarken Special Interest-Medien die Vorzüge von SUHD TV.



Gesichter und Gefühle transportieren in der Samsung SUHD Kampagne die Botschaft vom faszinierenden Bilderlebnis.

Zur Markteinführung der ersten SUHD TV-Modelle will Samsung mit einer großen Kampagne die Nachfrage beim Fachhandel befeuern. Unter dem Motto „Nicht Sehen. Erleben.“ sollen ein mitreißender Fernseh-Spot, ein starker Auftritt mit Plakaten und Displays im öffentlichen Raum, Advertorials in einschlägigen Fachmedien, eine smarte Digitalkampagne sowie Maßnahmen am Point of Sale die Kunden dazu motivieren, die beeindruckende Samsung SUHD TV Technologie im Geschäft zu erleben.

Um den Fachhandel auf die kompetente Vermarktung der neuen TV-Technologie vorzubereiten, hat Samsung schon auf der Roadshow 2015 im März mit entsprechenden Produktrainings begonnen. Bis Juli stehen den Partnern solche Angebote weiter zur Verfügung.

Weitere Argumente für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch liefern erste Testergebnisse in der Fachpresse: Die Zeitschrift Video bewertete in Ausgabe 4/2015 den SUHD Fernseher Samsung UE65JS9590 mit dem Prädikat „überragend“ und attestierte der Samsung SUHD-Technologie, „das beste Bild aller Zeiten“ zu schaffen.

Vor Ort im Geschäft unterstützt Samsung seine Partner mit wirkungsvollen PoS-Materialien. Dazu zählen Flyer und Poster sowie die bereits aus dem letzten Jahr bekannte und beliebte Augmented Reality App und der TV-Produktberater, die um die neuen Modelle erweitert wurden.

## PoS-Aktuell

### Braun ermöglicht Bügeln ohne Vorsortieren

Die Dampfbügelstation IS 5042 aus der neuen CareStyle 5-Serie von Braun ist mit der Eloxal 3D BackGlide Bügelsohle mit abgerundeten Ecken für perfekte Gleifähigkeit ausgestattet. Zum schnellen Arbeiten trägt auch die intelligente iCare-Technologie bei: Sie sorgt automatisch für die richtige Bügeltemperatur. So muss die Wäsche weder vorsortiert noch die Temperatur an den Stoff angepasst werden.

Die innovative Bügelsohle gleitet problemlos über Säume, Aufschläge, Knöpfe, Reißverschlüsse oder andere Applikationen – in jede Richtung und ohne abzusetzen. Obendrein ist ihre Eloxal-Beschichtung bis zu zweimal härter und damit kratzfester und dauerhafter als Edelstahl.

Die Bügelstation IS 5042 setzt mit ihren 2.400 Watt bis zu 120 g/Min konstanten Dampf gleichmäßig auf der gesamten Fläche der Bügelsohle frei, so dass er die Wäsche besser durchdringt und Falten effektiv glättet. Wenn es hartnäckigen Falten an den Kragen gehen soll, sorgt die Turbotaste für einen besonders kraftvollen Dampfstoß von bis zu 340g/Min an der Spitze. Er ist auch bei vertikaler Haltung des Bügeleisens so stark, dass er Anzüge, die am Bügel

hängen, im Nu glättet. Die digitale Anzeige zeigt die Stärke des Dampfaustritts an, ob Wasser nachgefüllt oder das Gerät entkalkt werden muss. Letzteres ist dank dem CalcClean-System kinderleicht. Dies und der 1,4 Liter fassende Wassertank sorgen dafür, dass die Dampfbügelstation allen Falten möglichst lange und kräftig Dampf macht.

Die Dampfbügelstation CareStyle 5 IS 5042 von Braun ist ab sofort erhältlich; der UVP beträgt 249,99 Euro.

### TechniSat erweitert Mobilfunk-Sortiment

Mit dem neuen TechniPhone ISI 2 stellt TechniSat ein kompaktes Seniorenhandy mit Tischlade-Station vor. Es bietet extragroße Tasten, eine auf Wunsch deutlich höhere Lautstärke bei Klingeltönen und Gesprächen sowie ein 1,77 Zoll großes Farbdisplay für extragroße Ziffern und Buchstaben. Über die integrierte Kamera lassen sich Fotos aufnehmen und diese den Kontakten aus dem 300 Nummern fassenden Telefonbuch zuordnen.

Im Notfall genügt ein Druck auf die große separate Notfalltaste, die schnell erreichbar auf der Rückseite des Telefons angebracht ist und bis zu fünf voreingestellte Rufnummern alarmiert. Ebenfalls leicht erreichbar an der Seite des Handys platziert, befinden sich praktische Direktwahlseiten



für die Tastensperre, Taschenlampe und UKW-Radiofunktion, wobei die Antenne zum Radioempfang direkt im Gehäuse des Mobiltelefons integriert ist.

Das TechniPhone ISI 2 ist sowohl im Fachhandel als auch im TechniShop erhältlich. Der UVP liegt bei 54,99 Euro.

### Ganze Früchte im Nu entsaftet

Der neue Entsafter Braun J 500 aus der IdentityCollection entsaftet dank des 7,5 cm großen Einfüllschachts auch ganze Früchte in Sekundenschnelle. Mit zwei Geschwindigkeitsstufen lässt sich sowohl weiches als auch hartes Obst und Gemüse einfach zu Saft verarbeiten. Dank des Schaumtrenners und des feinmaschigen Edelstahlsiebs gelangt nur der reine Saft ins Glas. Mit dem innovativen Anti-Tropf-System genügt ein Knopfdruck, und der Entsafter beendet den Pressvorgang sauber und ohne Nachtropfen und Spritzer.

Die klaren, eleganten Linien des Entsafters finden sich auch bei den anderen Küchengeräten der IdentityCollection von Braun wieder: im Stabmixer MQ 5137, Dampfgarer FS 5100, Standmixer JB 5160 sowie den Kompakt-Küchenmaschinen FP 5160 und FP 5150. Erhältlich in Schwarz und Weiß, hat der J 500 einen UVP von 179,99 Euro.



# WOOX Innovations hat einen neuen Namen Gibson Innovations

Ein knappes Jahr nach der Übernahme durch Gibson Brands ändert WOOX Innovations seinen Namen: Der frühere Geschäftsbereich Lifestyle Entertainment von Royal Philips heißt jetzt Gibson Innovations. Dahinter steht ein Portfolio von Marken, die in verschiedenen Marktsegmenten jeweils für höchste Qualität stehen und den Kunden einen besonderen Wert versprechen sollen. Für Gibson Brands bedeutet die Maßnahme einen weiteren wichtigen Schritt auf dem Weg, weltweit die Nummer Eins unter den Unternehmen für Musik und Lifestyle zu werden.

„Seit wir letzten Sommer zu einem Teil von Gibson Brands geworden sind, haben wir den Weg bereitet, um eine führende Rolle im Bereich Musik und Lifestyle zu übernehmen“, kommentierte Wiebo Vaartjes, CEO von Gibson Innovations. „Wir sind ehrgeizig. In weniger als einem Jahr haben wir ein Portfolio neuer und etablierter Marken geschaffen, bei denen die Marke Philips an zentraler Stelle steht. Wir geben bei Innovation, Klang und Design das Tempo vor und sind mit unseren guten Beziehungen zu Lieferanten und Kunden für die Schaffung von Mehrwert in unserer Branche besser aufgestellt als jeder andere. Mit Stolz geben wir unseren neuen Namen bekannt: Gibson Innovations. Wir haben ein Ziel: Erfolg für jede Marke in unserem Portfolio durch außergewöhnliche Erlebnisse für die Fans unserer Marken.“

Bereits vor der Übernahme von WOOX Innovations hatte Gibson Brands in Audio-Marken wie Onkyo und TEAC investiert. Das privat geführte Unternehmen verfügt über ein Portfolio an Musik- und Audio-Marken, das den Konsumentenmarkt, den professionellen Bereich und die

gesamte Musik-Wertschöpfungskette abdeckt. Als Ergänzung für die Gibson Brands Geschäftsbereiche Musikinstrumente und professionelle Audiolösungen ist es das erklärte Ziel von Gibson Innovations, Konsumenten den bestmöglichen Musikgenuss zu bieten.

## Sechs starke Marken

Gibson Innovations startet mit einer Reihe von Marken, von denen sich jede an eine andere Konsumentengruppe mit speziellen Bedürfnissen und Wünschen richtet: Die bekannteste davon ist Philips, die mit einem geschätzten Wert von über 10 Milliarden US-Dollar zu den 50 wertvollsten Marken der Welt gehört. Gibson Innovations ist weltweiter Lizenznehmer der Marke Philips in den Bereichen Audio, Kopfhörer, Video, Heimkino, Multimedia, Telefone und Zubehör.

Die Marke Philips Fidelio steht für High Fidelity Produkte und, zeitloses Design, eine hochwertige Verarbeitung sowie modernste Soundtechnologien.



Hinter Gibson Innovations steht ein Portfolio von Marken für verschiedene Marktsegmente.

Gibson hat als Marke prestigeträchtiger Gitarren wie kaum eine andere Marke die Musik weltweit geprägt. Seit über 120 Jahren steht diese Marke für Saiteninstrumente höchster Qualität, die besten Materialien, Handwerkskunst sowie innovative Technologien miteinander vereinen. Gibson Innovations wird diese Wer-



Wiebo Vaartjes, CEO von Gibson Innovations

te der Marke Gibson in die Unterhaltungselektronik übertragen. GoGear ist eine frische, energiegeladene Marke, die sich an junge und junggebliebene Konsumenten richtet. Die Produktpalette umfasst In-Ear- und On-Ear-Kopfhörer sowie Bluetooth-Lautsprecher.

Seit der Gründung im Jahr 1946 arbeitet Onkyo konsequent daran, mit jedem einzelnen Produkt perfekten Klang zu bieten. Im Januar 2015 schlossen Gibson Innovations und Onkyo eine umfassende und langfristige Partnerschaft bei Produktentwicklung und Vertrieb. Anfänglich konzentrieren die Unternehmen sich auf die Entwicklung von HiFi-Bluetooth-Lautsprechern und Kopfhörern unter der Marke Onkyo.

Trainer by Gibson ist eine neue Fitness- und Lifestyle-orientierte Marke, die in Zusammenarbeit mit Usain Bolt, dem schnellsten Menschen der Welt und sechsfachen Leichtathletik-Olympiasieger, geschaffen wurde. Das erste Trainer-Produkt ist ein Kopfhörer, in den zahlreiche wegweisende Innovationen integriert wurden, um auch beim Sport und bei Outdoor-Aktivitäten hohe Tonqualität mit bester Funktionalität zu kombinieren.

## PoS-Aktuell

# Anga Com wächst 2015 weiter

Die Anga Com ist wieder auf Wachstumskurs: Nach Angaben der Organisatoren liegen aktuell bereits 440 Ausstelleranmeldungen aus 35 Ländern vor. Die vermietete Standfläche liegt inzwischen über dem Niveau des Vorjahres.

Unter dem Motto „Where Broadband meets Content“ richtet sich das messebegleitende Kongressprogramm an die Breitband- und Medienbranche. Der Kongress mit insgesamt 24 Veranstaltungspanels sowie über 130 Referenten und Moderatoren findet in Kooperation mit dem Medienforum NRW und 14 führenden Verbänden der Breitband- und Medienbranche statt. Top-Themen sind TV Everywhere, Video on Demand, Multiscreen, Cloud TV, All over IP, Breitbandausbau, FTTH, DOCSIS 3.1, UHDTV, DVB-T2, Connected Home, RDK, WLAN, CCAP, Netzneutralität, Medienpolitik, Digitalisierung und Wettbewerbsrecht.

Das messebegleitende Kongressprogramm beginnt mit

einer gemeinsamen Eröffnung von Anga Com und Medienforum NRW mit Hannelore Kraft, Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen, und Thomas Braun, Präsident des Verbandes Deutscher Kabelnetzbetreiber. Für die Eröffnungsdiskussion haben für die Netzbetreiber Dr. Manuel Cubero (Vodafone/Kabel Deutschland), Michael T. Fries (Liberty Global), Wolfgang Elsässer (Astra Deutschland) und Lutz Schüler (Unitymedia) zugesagt. Die Medienunternehmen vertreten Conrad Albert (ProSiebenSat.1), Dr. Thomas Bellut (ZDF), Kasia Kieli (Discovery Networks) und Marc Schröder (Mediengruppe RTL Deutschland).

Den Höhepunkt des internationalen Programmteils, der aus insgesamt 10 englischsprachigen Panels besteht, bildet der International Broadband Summit. Sprecher sind Michel Azibert (Eutelsat), Colin Buechner (Liberty Global), Wilhelm Dresselhaus (Alcatel-Lucent Deutschland), Bruce McClelland (ARRIS Group), Yves Padrines (Cisco) und Dr. Dirk Wössner vom kanadischen Marktführer für Kabel

und Mobilfunk Rogers Communications. Als Ergänzung des regulären Kongressprogramms wird es in diesem Jahr zum zweiten Mal ein Praxisforum in der Speakers' Corner geben. Die Vortragsagenda mit insgesamt 39 Präsentationen von 26 Unternehmen ist ebenfalls bereits online einsehbar. Die Speakers' Corner befindet sich am Messeboulevard auf der Hallenebene 10.1 und ist für alle Messebesucher und Kongressteilnehmer ohne zusätzliche Anmeldung zugänglich.

Die Ticketpreise sind gegenüber 2014 unverändert: Der Besuch der Fachausstellung kostet 22 Euro für drei Tage. Kongresstickets sind ab 100 Euro erhältlich. Anmeldungen sind online unter [www.angacom.de](http://www.angacom.de) möglich. Die Kongresstickets für das gesamte Kongressprogramm der Anga Com berechtigen auch zum Besuch aller Kongresspanels des Medienforum NRW am 10. und 11. Juni in der IHK in Köln.



## Denon bringt Upgrade für AV-Receiver

Denon hat ein Hardware-Upgrade für das Flaggschiff seiner X-Serie, den AVR-X7200W Netzwerk-AV-Receiver, angekündigt. Besitzer dieses AVR können nun ein Upgrade auf das Kopierschutzprotokoll HDCP 2.2 durchführen, das für die Wiedergabe von kopiergeschützten 4K Ultra-HD-Inhalten benötigt wird.



Für das notwendige Hardware-Upgrade stehen ab sofort die autorisierten Service-Center von Denon zur Verfügung. Die Kosten für das Upgrade liegen bei 199 Euro. Gleichzeitig ersetzt Denon den im Fachhandel erhältlichen AVR-X7200W (UVP: 2.799 Euro) durch den AVR-X7200WA (UVP: 2.999 Euro), der bereits ab Werk mit dem entsprechenden Upgrade ausgestattet ist.

Wie bei der Einführung des AVR-X7200W Anfang Dezember angekündigt, erfolgte die HDCP 2.2-Implementierung nachträglich, da die damals verfügbare Ausführung in puncto Bandbreite und Farbdarstellung sowie den integrierten Anschlussmöglichkeiten den hohen Ansprüchen von Denon nicht gerecht wurde, heisst es in einer Pressemitteilung. Aus diesem Grund wurde die HDMI-Platine des AVR-X7200W nicht von Beginn an mit HDCP 2.2-Technologie ausgestattet.

Kunden, die ihren AVR-X7200W durch ein HDCP 2.2-Upgrade in einen AVR-X7200WA verwandeln möchten, können sich hierzu an ihren Denon-Händler wenden. Für Besitzer des AVR-X7200W oder AVR-X7200WA ist zudem das Auro-3D-Software-Upgrade weiterhin auf <http://upgrade.denon.eu> verfügbar.

Denon hat bereits die nächste Weiterentwicklung seines Flaggschiffs geplant: ein Software-Update für das neue DTS:X Surround-Sound Format, das noch in diesem Jahr für den AVR-X7200W und den AVR-X7200WA erhältlich sein soll. Details hierzu werden zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben. Aktuell werden bereits die revolutionären 3D-Soundformate

Dolby Atmos (ab Werk) und Auro-3D (per Upgrade) unterstützt und ermöglichen eine beeindruckende dreidimensionale Surround-Erfahrung, betont Denon.

## 4K Einstiegs Camcorder von Sony

Mit dem neuen FDR-AX33 Camcorder bringt Sony ein Einstiegsmodell in der 4K Auflösung auf den Markt, das mit manuellen Einstellmöglichkeiten, einem elektronischen Sucher und einer Datenrate von 100 Mbit/s (im XAVC-S Format) wenig Wünsche offenlässt. Vom Schwestermodell FDR-AXP33 unterscheidet sich der Neue nur durch den fehlenden Projektor.

Als Bildwandler dient ein 1/2,3" großer rückseitenbelichteter Exmor R CMOS Sensor mit 18,9 Megapixeln. Das ergibt im Fotomodus nach Angaben von Sony eine Auflösung von 10,3 Megapixeln (16:9) bzw. 7,74 Megapixeln (4:3). Das Zeiss Vario-Sonnar T\* 10fach Zoom-Objektiv deckt einen Brennweitenbereich von 29,8 bis 298mm (KB) ab. Sonys optische Bildstabilisierung Balanced Optical SteadyShot (B.O.S.S.) sorgt für ruhige Bilder. Der Zoombereich kann digital auf 15fach (4K) oder 20fach (Full HD) erweitert werden.

Bei der Bedienung des AX33 können die Anwender Automatik-Funktionen nutzen oder mit dem Objektivring Blende, Fokus, Zoom oder den Weißabgleich manuell einstellen. Der Multi Interface Zubehörschuh auf der Oberseite der Kamera nimmt Zubehör wie Licht oder Mikrofon auf.

Die Bildkontrolle erfolgt über den hochauflösenden elektronischen Sucher oder den berührungsempfindlichen drei Zoll großen Monitor.

Zur Übertragung der Videos auf 4K Ultra HD Fernseher gehört ein HDMI Kabel zum Lieferumfang. Auch auf Full HD Fernsehern erzielt der AX33 hervorragende Ergebnisse, indem er die 4K Dateien auf Full HD herunter rechnet. Dank der Qualitätsreserven von 4K erlaubt der Camcorder das Einzoomen in bestimmte Bildbereiche in Full HD Qualität. Die Steuerung erfolgt bequem über den Camcorder-Monitor oder die Zoom-Wippe.

Nach der Aufnahme kann die intelligente Highlight Movie Maker Funktion automatisch die besten Szenen zu einem Kurzfilm mit Übergangseffekten und Hintergrundmusik zusammenstellen. Die fertigen Filme lassen sich per WiFi mit dem Smartphone schnell mit anderen teilen.



Der FDR-AX33 von Sony ist ab sofort zum Preis von 999 Euro (UVP) erhältlich.

## Die neuen Philips PerfectCare Elite Dampfbügelstationen

Die neuen PerfectCare Elite Dampfbügelstationen von Philips, ein PerfectCare Elite und zwei PerfectCare Elite Silence Modelle, zeichnen sich durch federleichte Bügeleisen und starke Leistung aus und verfügen über die innovative OptimalTEMP-Technologie, die automatisch die perfekte Kombination aus Dampf und Hitze liefert. Das Premiummodell PerfectCare Elite Silence GC9650 bietet neben einem minimalen Geräuschpegel auch einen beeindruckenden Dampfstoß von bis zu 7,5 Bar.

Zudem sind die PerfectCare Elite-Geräte mit der neuen Silent Steam-Technologie ausgestattet: Drei Filter verringern den Geräuschpegel bei der Dampfausgabe, eine geräuschabsorbierende Plattform in der Basis reduziert das Pumpengeräusch auf ein Minimum. Darüber hinaus ist das Top-Modell GC9650 mit einem besonders langen Dampfschlauch von zwei Metern ausgestattet. Die Easy De-Calc Funktion macht auch die Entkalkung einfach: Einfach den Stöpsel ziehen, der sich auf der Rückseite der Basis befindet, ein Gefäß unterhalten und das herauslaufende Wasser mit den Kalkpartikeln auffangen.

Eine automatische Temperaturregelung wird durch den Smart Control-Prozessor ermöglicht, der die Temperatur der Bügelsohle präzise steuert. Die heiße Bügelsohle kann ohne Bedenken auf der Kleidung oder dem Bügelbrettbezug aus Baumwolle ruhen. Diese sichere Handhabung erleichtert das Bügeln und reduziert die Bewegungen im Handgelenk. Komplettiert wird das Rundum-Sorglos-Bügeleisen von einer automatischen Sicherheitsabschaltung, einem Wassertank mit 1,8 Liter Fassungsvermögen sowie einer extra gleitfähigen Bügelsohle dank T-ionicGlide-Beschichtung.



Die UVPs der neuen Dampfbügelstationen, die ab sofort erhältlich sind, liegen je nach Modell zwischen 319,99 Euro und 429,99 Euro.

## assona startet Händleraktion

Am 18. Mai startet der Versicherungsdienstleister assona unter dem Motto „Games of assona“ eine große Sommeraktion für Fachhändler. Zu gewinnen gibt es Sachpreise und Zusatzprovisionen; das Finale findet in Tirol statt.

Jeder Markt – ob Elektronik-, Telekommunikations-, Fahrrad- oder Handyshop – der vom 18. Mai bis zum 12. Juli assona-Schutzbriefe oder -Garantien verkauft, erhält pro verkauftem Produkt ein Online-Spiel. In diesem gilt es, so viele Punkte wie möglich zu sammeln und den Highscore aufzustellen. Hinter jedem Spiel verbirgt sich ein Sachpreis oder eine Zusatzprovision. Die drei besten Märkte pro assona-Region, die am Ende der Spielreihe im Ranking ganz vorne liegen, qualifizieren sich für das Finalwochenende vom 22. bis 23. August in Tirol. Damit treten insgesamt 33 Finalisten aus den elf assona-Regionen in Deutschland und Österreich gegeneinander an. Unterstützt werden sie im finalen Wettkampf, in dem es unter anderem auch sportlich zugeht, von ihrem Regionalbetreuer. Das Team, das am Finalwochenende die meisten Challenges für sich bestreiten kann, geht als Sieger aus den „Games of assona“ hervor.

Schon jetzt können sich assona-Vertriebspartner zu den „Games of assona“ anmelden – und zwar per Online-Formular im assona-Händlerportal. Fachhändler, die an einer Kooperation mit assona interessiert sind, hilft die assona-Händlerbetreuung gerne weiter, telefonisch unter 030 20866-666 oder per E-Mail an [sales@assona.net](mailto:sales@assona.net).

## Rommelsbacher eröffnet Grillsaison

Die neuen Elektrogrills von Rommelsbacher, die als Standgrill- und Tischgrillvariante erhältlich sind, erlauben fettarmes und leckeres Grillen.

Der Elektro-Standgrill BBQ 2004/S Gourmet Plus von Rommelsbacher erhitzt sich schnell und verfügt über eine genaue Temperaturregelung. Damit bleiben Steaks auf der geriffelten Fläche der hochwertigen Alu-Druckguss-Platte schön saftig. Der glatte Bereich eignet sich besonders gut für Fisch und Gemüse. Ein klappbarer Scharnierdeckel mit Temperaturanzeige macht direktes, aber auch indirektes Grillen möglich. Das Ablagebord des Standgrills bietet ausreichend Platz für Zubehör, während der mitgelieferte Reinigungsschaber ganz leicht Bratrückstände beseitigt. Der BBQ 2004/S Gourmet Plus ist für 204,95 Euro (UVP) erhältlich.

Wer beim Grillen lieber gemütlich sitzt, entscheidet sich für den Tischgrill BBQ 2002 Gourmet, den Design Tischgrill BBQ 2012/E Gourmet Deluxe oder den Kontaktgrill KG 2020 von Rommelsbacher. Alle drei Geräte bieten eine schnell aufheizende Grillplatte mit Antihafbeschichtung. Der BBQ 2012/E bietet zwei getrennt steuerbare Grillbereiche; der BBQ 2002 kommt mit einer Turbo-Grillzone zum schnellen, scharfen Anbraten. Weiterhin praktisch ist der Fettablauf mit entnehmbarer Auffangschale für den gesunden, fettarmen Genuss. Die Tischgrills haben beide jeweils eine geriffelte und eine glatte Seite sowie einen abnehmbaren Spritz- und Windschutz. Der BBQ 2002 Gourmet ist für 104,95 Euro (UVP) und der exklusive Design Tischgrill BBQ 2012/E für 249,95 Euro (UVP) erhältlich.

Durch die fünffache Höhenverstellung kann sich der Kontaktgrill KG 2020 optimal an das jeweilige Grillgut anpassen. Da Fleisch, Fisch und Co. von beiden Seiten gegrillt werden, ist die Garzeit kurz, und das lästige Wenden des Grillguts entfällt. Den KG 2020, der sich durch ein schickes Design und einfache Bedienung auszeichnet, gibt es für 89,95 Euro (UVP).



BBQ 2004/S Gourmet Plus



# 40 Jahre Oehlbach

## Das reine Signal

DA-Wandler oder dem BTX 1000, einem kompakten Bluetooth-Empfänger mit aptX-Technologie, die passende Antwort.

### Kontinuität und Innovation

Bei allen Veränderungen, welche die digitale Revolution mit sich gebracht hat, setzt Oehlbach auch auf Kontinuität: Der Leitsatz Commitment To Quality, mit dem das Unternehmen die Entwicklung erfolgreich vorantrieb, gilt bis heute. Kontinuität gibt es auch bei den Menschen, die für das Unternehmen arbeiten: Eine Betriebszugehörigkeit von 20 Jahren ist im Oehlbach-Team keine Ausnahme.

Seit den Anfangstagen haben zahlreiche treue Markenbotschafter das Unternehmen begleitet und den Namen Oehlbach einem stetig wachsenden Kreis von HiFi- und Heimkino-Begeisterten bekannt gemacht. Auch die Fachpresse zeigt seit Jahrzehnten ein hohes Interesse an den zahlreichen Oehlbach Produkten und weiß die Vorteile



Auch Elektronikprodukte wie der Kopfhörerverstärker XXL DAC Ultra mit integriertem DA-Wandler gehören heute zum Oehlbach-Sortiment.

einer bestmöglichen Datenübertragung zu schätzen. Dies zeigt sich eindrucksvoll in der großen Anzahl von Testsiegen, Awards und weiteren Auszeichnungen, die Oehlbach immer wieder zuteil werden.



Typisch Oehlbach: Die hochwertigen Kontakte mit 24 Karat Vergoldung gewährleisten verlustfreie Datenübertragung.

Inzwischen liegt die Verantwortung für Forschung, Entwicklung, Vermarktung und Vertrieb in den Händen der nächsten Generation: Dem neuen Geschäftsführer Frank Decker steht dabei weiterhin die erfahrene Oehlbach Mannschaft zur Seite. „Manfred Oehlbach hat uns vor fünf Jahren ein großartiges Erbe hinterlassen“, betonte Decker, der selbst kein unbekanntes Gesicht in der Branche ist. „Wir werden das Erlebnis reinen Klangs und perfekter Datenübertragung in seinem Sinne fortführen und auf neue Geschäftsfelder erweitern. Die große Herausforderung der kommenden Jahre wird die Kombination analoger, digitaler und kabelloser Übertragungswege. Darauf sind wir bestens vorbereitet.“ So ist auch in den nächsten 40 Jahren mit zahlreichen Innovationen aus Pulheim zu rechnen. Damit auch im Jahr 2055 der Name Oehlbach noch untrennbar mit Spitzenqualität bei jeglicher Datenübertragung verbunden ist, arbeiten die Mitarbeiter in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung intensiv daran, neue Trends und Durchbrüche zu erkennen oder selbst zu entwickeln und erstklassige Produkte nach bewährten Qualitätsstandards auf den Markt zu bringen.

### Das Oehlbach Jubiläumsjahr

Auch die Partner im Fachhandel sollen den 40. Geburtstag von Oehlbach mitfeiern: Dafür hat das Unternehmen eine breite Palette an neuen Produkten und zahlreiche Jubiläumsaktionen vorbereitet. Oehlbach Neulinge können sich im breiten Portfolio an einem eingängigen Sternensystem orientieren, das auf den ersten Blick zeigt, ob ein Produkt im absoluten High-End-Bereich (fünf Sterne) angesiedelt oder für ein exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis steht (drei Sterne). In jedem Fall gilt dabei Oehlbachs Anspruch, auch in Zukunft die erste Wahl zu bleiben für alle, die von der „Macht des reinen Signals“ überzeugt sind.



Grundlage des Oehlbach-Niveaus: Kabel in höchster Qualität.

**In diesem Jahr feiert Oehlbach das 40. Jahr seines Bestehens. Das Jubiläum des Pulheimer Unternehmens bestätigt sein erfolgreiches Konzept, das auf einer eigentlich ganz einfachen Idee basiert: die Macht des reinen Signals. Damit ein Lautsprecher, ein Fernseher oder ein IT-Gerät sein volles Potential entfalten kann, ist es auf ein möglichst hochwertiges Ausgangssignal angewiesen. Und dafür liefert Oehlbach seit Jahrzehnten die richtigen Kabel und Elektronikprodukte.**

Angefangen hat es 1975 mit einem Sortiment von drei Lautsprecher-Kabeln dort, wo viele große und großartige Unternehmen gegründet wurden: in einer Garage. Das Konzept ging auf, und schnell wurde das Portfolio um weitere Produkte ergänzt. Heute umfasst das Oehlbach Sortiment in den Bereichen Home Cinema, Home HiFi, Computer, Power und For Headphones neben hochwertigen Kabeln und Kabelverbindungen auch viele Elektronikprodukte, denn viele Endgeräte basieren heute auf einer rein digitalen oder sogar komplett kabellosen Datenübertragung. Auf diese Herausforderung fand Oehlbach mit wegweisenden elektronischen Lösungen wie dem XXL DAC Ultra, einem Kopfhörerverstärker mit integriertem

### Oehlbach BTT 5000 inklusive aptX



Der Oehlbach BTT 5000 ermöglicht die artefaktfreie Musikwiedergabe in CD-Qualität direkt vom Smartphone oder Tablet.

Seit der kabellose Standard Bluetooth mit der Version 2.0 und aufwärts hohe Datenraten über 2 Mbit/s ermöglicht, ist die drahtlose Anbindung von Audioquellen wie Smartphones oder Tablets auch für audiophile Hörerinnen und Hörer interessant geworden. Dafür bietet Oehlbach mit dem BTT 5000 nun eine überzeugende Lösung, die auch höchsten Höransprüchen genügt. Der kompakte Bluetooth-Emitter macht – wahlweise per Miniklinke oder Stereo-Cinch – in kürzester Zeit auch ältere HiFi-Systeme Bluetooth-fähig.

Die kabellose Verbindung zwischen mobilem Zuspielder und stationärer HiFi-Anlage beinhaltet mit dem für den professionellen Radiobetrieb eingesetzten Standard aptX die derzeit beste Lösung zur kabellosen Audio-Datenübertragung via Bluetooth. So wird die artefaktfreie Musikwiedergabe in

CD-Qualität direkt vom Smartphone oder Tablet möglich. Um auch geringste Verluste bei der Audio-Auflösung zu vermeiden, verfügt der BTT 5000 zusätzlich – wie von Oehlbach gewohnt – über hochwertige 24 Karat vergoldete Kontakte und unterstützt den neuesten Standard Bluetooth 3.0 (abwärtskompatibel). Auf bis zu zehn Meter Entfernung ist so die Übertragung von Audiodaten mit bis zu 44,1 kHz und 16 Bit möglich.

Die Einrichtung und Kopplung des Oehlbach BTT 5000 ist denkbar einfach: Der Transmitter wird mit dem beiliegenden Netzteil oder dem USB-Kabel mit Strom versorgt, das Miniklinkenkabel, bei Bedarf adaptiert auf Stereo-Cinch, wird mit dem HiFi-System verbunden – schon ist das Hardware-Setup erledigt. Smartphones, Laptops und Tablets, die als Quelle genutzt werden sollen, werden anschließend in den Pairing-Modus versetzt und verbinden sich dann automatisch mit dem BTT 5000. Dank Dual-Pairing-Technologie können dabei sogar zwei Geräte gleichzeitig verbunden sein. Mit kompakten Abmessungen von 31 x 15 x 75 mm und einem geringen Gewicht von nur 30 g eignet sich der Transmitter zudem perfekt als Reisebegleiter.

Der Oehlbach BTT 5000 ist zum Preis von 99 Euro (UVP) erhältlich und wird mit einem USB-Kabel zur Stromversorgung inklusive Netzteil, einem Miniklinkenkabel sowie einem Adapterkabel von Miniklinke auf Stereo-Cinch geliefert. Oehlbach gewährt auf den BTT 5000 eine Garantie von zwei Jahren.

# Verkaufsargumente für die neuen Kühlschränke

Ein Kühlschrank ist nicht einfach nur ein Kühlschrank. Die neuen Geräte bieten zahlreiche neue Zusatzoptionen, die die Lebensmittel schonender kühlen und länger frisch halten. Grund genug, die neuen Funktionen genauer unter die Lupe zu nehmen.

## Cooler Features



Samsung setzt auf smartes Kühlen: Dank der Fresh-Zone werden empfindliche Lebensmittel ideal gelagert. NoFrost sorgt dafür, dass das Gerät nie wieder abgetaut werden muss, und das Twin Cooling-System reduziert Feuchtigkeitsverlust und störende Geruchsbildung.

Vor kurzem stellte Bauknecht in München sein neuestes Kühlschrank-Modell der Serie UltimateNo Frost vor. Der Name verrät schon, dass es bei den Features um mehr geht als einfach nur um künstlich hergestellte niedrige Temperaturen, die die Lebensmittel kühlen und einfrieren. So gehört beispielsweise das umständliche und zeitraubende Abtauen zu den ungeliebten Tätigkeiten jedes Gefrierschrankbesitzers. Ultimate NoFrost wirkt der Eisbildung im Kühlschrank entgegen: Kühlteil und Gefrierfach haben jeweils ein eigenes und unabhängiges NoFrost-System, das die Eisbildung komplett verhindert. Das bedeutet für den Verbraucher: Nie wieder abtauen. Außerdem trocknen Lebensmittel im Kühlteil dank der getrennten Kühlkreisläufe in der neuesten Geräte-Generation nicht mehr so schnell aus. Ein weiterer Vorteil: Durch die beiden separaten Systeme gibt es keine Übertragung von Gerüchen zwischen Kühl- und Gefrierfach. Ebenfalls sehr nützlich bei den neuen Kühlgeräten von Bauknecht ist die Ultimate ProFresh-Technologie. Sie kontrolliert permanent das Innenraum-Klima des Kühlschranks: Temperatur und Luftfeuchtigkeit werden auf Idealbedingungen gehalten. Dadurch bleiben Lebensmittel länger frisch, ganz egal, auf welcher Ebene des Kühlschranks sie untergebracht sind.

### Energiesparend

Mit gleich sechs neuen Kühlgeräten hat Grundig sein Angebot an Elektrogroßgeräten zum Jahresstart noch weiter ausgebaut: Vom Einbaugerät mit Umluftkühlung über neue Side by Side-Modelle mit Selbstbau-Option bis hin zur Kühl-/Gefrierkombination mit nur 37 dB(A) wird alles geboten – und das kombiniert mit überzeugenden Energiesparwerten. Wer Kühlen und Gefrieren gerne aus einem Guss hat, für den sind Kühl-/Gefrierkombinationen die erste Wahl. Wer es dazu noch besonders leise mag, der ist mit der neuen

GKM 16835 X gut bedient – denn die Kombi ist mit nur 37 dB(A) nach Angaben des Herstellers eines der leisesten Geräte seiner Klasse. Außerdem kommt das Produkt mit 185 cm in der meistverkauften Größe und besticht durch zeitloses Design – zum Beispiel dank der integrierten Griffe – und mit A+++ durch besonders niedrige Energiewerte. Zusätzlich verfügt das Gerät GKM 16835 X über eine Super Fresh Zone, in der die Temperatur bei 0-3 °C knapp über dem Gefrierpunkt und die Luftfeuchtigkeit auf einem Level gehalten werden. Das sorgt dafür, dass Vitamine, Nährwerte und feinste Geschmacksnuancen länger erhalten bleiben.

### Viel Platz auf wenig Raum

Die LG Kühl- und Gefrierkombination GBF 548 NSDZB in Noble Steel-Optik überzeugt durch ein besonders großes Fassungsvermögen und durch vielfältige, komfortable Ausstattungsdetails: Neben einem praktischen Wasserspender mit einem Fassungsvermögen von zwei Litern reguliert LGs Moist Balance Crisper-Technologie im Innern des GBF 548 NSDZB optimal die Feuchtigkeit der Oberfläche der Lebensmittel. Zusätzlich sorgt LGs Total No Frost-Technologie durch ein intelligentes Multi Airflow-System für eine gleichmäßigere, schnellere Kühlung mit stetiger Luftzirkulation, so dass unhygienische Kondensat-Rückstände an der Rückwand, stromkostende Eisbildung und mühsames Abtauen im Gefrierbereich vermieden werden. Auf einer herausziehbaren Glas-Abstellfläche lassen sich Lebensmittel beim Befüllen des Kühlgeräts bequem abstellen, und im Gefrierbereich steht ein „Twist“-Eisfach für die mechanische Eisbereitung zur Verfügung. Bei einer Breite von 70,5 cm und einer Höhe von 1,85 m bietet die Kühl- und Gefrierkombination von LG zudem mit einem Fassungsvermögen von 440 Litern auch extra viel Stauraum für Lebensmittel. Durch LGs Linear Kompressor-Technologie, mit der alle Kühl- und Gefriergeräte von LG ausgestattet sind, laufen die neuen Modelle besonders leise und vor allem energieeffizient. Erst 2014 zeichnete der Verband der Elektrotechnik, Elektronik und Informa-



Beeindruckende Energieersparnis und extrem niedrige Betriebslautstärke zeichnen die neuen LG Kühlgeräte aus. Grund hierfür ist LGs besondere Linear Kompressor-Technologie

tionstechnologie (VDE) die Linear Kompressor-Technologie von LG aufgrund ihrer hohen Energieeffizienz und Laufruhe aus. Bei einem vom VDE durchgeführten Lebensdauerstest konnte der LG Kompressor mit einer überdurchschnittlichen Lebensdauer von 20 Jahren überzeugen. LG gewährt auf alle seine Inverter Linear Kompressoren eine zehnjährige Produktgarantie.

### Excellence made by Haier

Unter dem Motto „Spürbar zufrieden oder Geld zurück“ verlängert die Haier Deutschland GmbH die attraktive Zufriedenheitsgarantie für ihre Excellence-Produktserie. Die Promotion wurde im September anlässlich der IFA 2014 ins Leben gerufen und läuft nach zweiter Auflage bis Ende Juni 2015. Besonders erwähnenswert für den Handel ist der Rundum-Service als Teil der Zufriedenheitsgarantie. Haier übernimmt die komplette Abwicklung mit dem Verbraucher, um den Handel vor zusätzlichem Arbeitsaufwand zu schützen. Der Kauf eines Excellence-Produktes und die damit verbundene 4-Wochen-Zufriedenheitsgarantie bietet somit eine absolut risikofreie Gelegenheit sowohl für Verbraucher als auch Handel, um sich von der A-Markenqualität der Haier-Produkte zu überzeugen.

### Smarter kühlen

Smart Design für viel Stauraum: Trotz einer Tiefe von gerade einmal 60 cm bietet der Samsung T9000CD French Door-Kühlschrank mit vier Türen viel Stauraum und eine organisierte Aufteilung. Die variable Flex Zone kann durch unterschiedliche Einstellungsoptionen sowohl zum Einfrieren als auch Kühlen genutzt werden. Seine hochwertige Metal Cooling-Rückwand im Innenraum sorgt für eine gleichmäßige und schnelle Kühlung, die Tripple Cooling-Technologie aus drei Kühlkreisläufen für optimale Frische, die zudem Gerüche reduziert. Smarte Sensoren schaffen eine effiziente sowie bedarfsgerechte Temperierung. Lästige Abtauarbeiten gehören durch No Frost der Vergangenheit an.



### „Design your Fridge“ – Kühlschrank gestalten und gewinnen

Bei der Aktion „Design your Fridge“ von Liebherr-Hausgeräte können Teilnehmer einen Kühlschrank ganz nach ihren Vorstellungen gestalten. Online im 3D-Konfigurator können Farben und Muster des Kühlschranks bestimmt werden. Die fertigen Designs werden dann von der Community bewertet. Die drei Designs mit den meisten Stimmen sowie der aktivste Teilnehmer werden Mitte Juli von Liebherr-Hausgeräte prämiert. Das Unternehmen wird die von den Design-Gewinnern gestalteten Kühlschränke individuell für sie anfertigen. Das beste Design wird zudem auf der IFA 2015 in Berlin der Öffentlichkeit vorgestellt. Eine Registrierung ist ab sofort unter [designyourfridge.com/register](http://designyourfridge.com/register) möglich. Dann können Teilnehmer ihr persönliches Einzelstück gestalten und fertige Designs zur Bewertung durch die Community hochladen.

# Bauknecht mit Produktpremieren in München Anspruch in Design und Lifestyle

Unter dem Motto „Fashion meets Food“ präsentierte Bauknecht im Rahmen eines Lifestyle-Events Ende April in München Neuheiten aus den Bereichen Wäschepflege und Lebensmittelaufbewahrung. In der 10. Etage einer angesagten Münchener Location zeigten Stardesignerin Sonja Kiefer und Promi-Caterer KP Kofler eigens für Bauknecht inszenierte Installationen und diskutierten mit Vladimir Cherevko, Whirlpool Marketing Director Brands & Consumer Insights, die neuesten Trends.

TV-Moderatorin Karen Webb führte durch das Programm, bei dem schnell klar wurde: Mode, Catering und Hausgeräte haben einiges gemeinsam. Sie begegnen den steigenden Ansprüchen der Endanwender mit Qualität und ausgeprägtem Trendbewusstsein.

„Um uns kompromisslos am Verbraucher orientieren zu können, holen wir uns stets auch Inspiration aus unterschiedlichen Bereichen – das Event 'Fashion meets Food' fördert diesen Austausch auf internationaler Ebene und zeigt einmal mehr den Premium-Anspruch und die Vorreiterrolle von Bauknecht“, so Vladimir Cherevko, Whirlpool Marketing Director Brands & Consumer Insights.

## Catwalk of Features

Eine besondere Inszenierung an diesem Abend war der sogenannte Catwalk of Features. Die Modenschau mit ausgewählten Kollektionsstücken von Sonja Kiefer bildete den Auftakt des Premieren-Events. Das Ungewöhnliche daran: Die Designerin schickte ihre Models mit Accessoires auf den Laufsteg, die Features der topaktuellen PremiumCare- und Ultimate NoFrost-Geräte von Bauknecht symbolisierten. So verkörperte zum Beispiel ein über den Köpfen der Catwalk-Crowd schaukelndes Model im Seifenblasen-Regen die Funktion „SoftMove“ – diese Technologie sorgt in der neuen PremiumCare Waschmaschine mit speziell an die Waschladung angepassten Trommelbewegungen für die optimale



Die Designerin Sonja Kiefer schickte ihre Models mit Accessoires auf den Laufsteg, die Features der topaktuellen PremiumCare- und Ultimate NoFrost-Geräte von Bauknecht symbolisierten. Das schaukelnde Model im Seifenblasen-Regen verkörperte die Funktion „SoftMove“ – eine Technologie in der neuen PremiumCare Waschmaschine.



Branchenübergreifendes Gespräch zwischen (v. l.) Moderatorin Karen Webb, Caterer KP Kofler, Modedesignerin Sonja Kiefer und Whirlpool Marketing Director Brands & Consumer Insights, Vladimir Cherevko.

Pflege von Farben, Fasern und Form von Textilien. Das Model im luftigen Volumen-Rock mit Engelsflügeln hingegen war Sinnbild für „3D AirCare“ – mit einem speziellen Luftstrom-System trocknet der PremiumCare Trockner sogar Wolle besonders gleichmäßig und schonend. Und das von einem Model im Paillettenkleid getragene, mit versteckten LEDs illuminierte Blumenbouquet im dritten Teil der Show stand für das Lichtsystem, das im kompletten Innenraum der neuen Ultimate NoFrost Kühl-/Gefrier-Kombination für Überblick sorgt.

## Street Food und Kühlrends

Der Star-Caterer KP Kofler unterstrich, wie essentiell das Gespür für Kundenbedürfnisse und Branchentrends ist: „Wir müssen Entwicklungen frühzeitig erkennen. Inspiration liefert zum Beispiel die Millionenstadt Bangkok mit ihren Gar-küchen und den vielen Märkten mit regionalen Spezialitäten. Aber auch in anderen Metropolen wächst eine ganz eigene, überaus spannende kulinarische Kultur. Diese Inspirationsquellen haben wir in die Entwicklung unserer Street Food Kollektion einfließen lassen.“ Eine beeindruckende Kostprobe brachte Kofler am Premieren-Abend aufs Flying Buffet. „Um empfindliche Lebensmittel mit absoluter Frische auf den Tisch zu bringen, sind innovative Kühlgeräte unverzichtbar – das gilt sowohl für das Profi-Catering als auch für den Heimbereich“, ergänzte Kofler mit Blick auf Bauknecht.

## Produktneuheiten

Zu den Produkten, die an diesem Abend erstmalig der Presse vorgestellt wurden, zählten die neue PremiumCare Waschmaschine von Bauknecht, der PremiumCare Trockner und die Ultimate NoFrost Kühl-/Gefrier-Kombination. NoFrost bietet das ideale Frischeklima für die Aufbewahrung von Lebensmitteln: Kühlteil und Gefrierteil arbeiten jeweils mit einem eigenen und unabhängigen NoFrost-System, das die Eisbildung komplett verhindert. Bei der neuen PremiumCare Waschmaschine steht die sogenannte ZEN-Technologie im Mittelpunkt. Sie macht die Waschmaschine besonders leise und vibrationsarm. Wie eine Scheibe sitzt der Motor auf der Rückseite der Trommel und überträgt seine Kraft riemenlos und ohne Umweg. Die Funktion SoftMove stimmt die



NoFrost bietet das ideale Klima für die Aufbewahrung von Lebensmitteln: Kühlteil und Gefrierteil arbeiten jeweils mit einem eigenen und unabhängigen NoFrost-System, das die Eisbildung komplett verhindert.

Bewegungen der Trommel und deren Geschwindigkeit exakt auf das gewählte Programm und damit auch auf die geladene Wäsche ab. Dank der schonenden Struktur der großen PremiumCare-Trommel, die je nach Modell bis zu 12 kg Wäsche aufnehmen kann, werden Form, Farbe und Fasern geschützt. Nach dem Waschgang verhindert FreshFinish durch regelmäßige Bewegung der Wäsche die Bildung von Knitterfalten. Mit CleverDose setzt Bauknecht zudem ein

Zeichen gegen die Überdosierung von Waschmittel. Alleine in Deutschland werden jedes Jahr etwa 630.000 Tonnen Waschmittel verbraucht – das sind umgerechnet rund acht Kilogramm pro Einwohner. Überdosierung bringt wie oftmals irrtümlich angenommen kein besseres Waschergebnis, sondern nur höhere Kosten und eine Belastung der Umwelt. CleverDose hilft, jährlich bis zu 12 Liter Waschmittel zu sparen: Die Waschmaschine ermittelt die tatsächlich benötigte Menge und dosiert Flüssigwaschmittel und Weichspüler automatisch aus dem eingebauten Tank. Alternativ empfiehlt das Gerät über den Eco Monitor eine individuell an die Waschladung angepasste Dosierung. Gleichzeitig gibt der Monitor Rückmeldung über den zu erwartenden Energie- und Wasserverbrauch und hilft, das passende und gleichzeitig sparsamste Programm zu finden.



Zu den PremiumCare-Neuheiten von Bauknecht zählt neben der PremiumCare Waschmaschine auch ein Trockner.

# IFA 2015 wieder auf Rekordkurs

# Messe der Innovationen

Wie in den Vorjahren wird auch die IFA 2015, die vom 4. bis 9. September in Berlin stattfindet, wieder ausgebucht sein. Die ungebrochen starke Ausstellernachfrage bestätigt die Position der Veranstaltung als globale Leitmesse für Consumer Electronics und Hausgeräte. Neben den klassischen Produktsegmenten werden in diesem Jahr besonders viele Innovationen in Wachstumssegmenten wie Vernetzung, Smart Home, Personal Care und Gesundheit sowie 3D-Druck erwartet. Diese Themen werden nicht nur auf den Ständen der Aussteller, sondern auch im umfassenden Rahmenprogramm eine wichtige Rolle spielen.

„Die IFA 2015 wird für alle beteiligten Industriesegmente, den internationalen Handel, Konsumenten und Medien wieder wichtige Impulse und Trends generieren“, erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik. „Für die Einstimmung auf die umsatzstärkste Zeit des Jahres ist sie der wichtigste und ideale Treffpunkt.“ Die Marktforscher von GfK Retail and Technology rechnen für 2015 im Bereich der Consumer Electronics Produkte mit einem weiteren Wachstum von 1,5 Prozent auf ein globales Umsatzvolumen von 790 Mrd. Euro. Die Nachfrage wird vor allem durch neue Technologien und wachsende Verkaufszahlen von Smartphones in sich entwickelnden Ländern getrieben. Die Zahl der verkauften Geräte soll in diesem Jahr weltweit nochmals um fast 14 Prozent auf 1,4 Mrd. Stück steigen. Damit machen Smartphones alleine 40 Prozent des Umsatzvolumens der Branche aus.

Noch positiver als im Bereich Consumer Electronics entwickelt sich die Nachfrage im Segment Hausgeräte. Hier rechnet Jürgen Boyny, Global Director Consumer Elec-



Auf der IFA Global Press Conference auf Malta stellten Vertreter der Messe Berlin und der Verbände mehr als 350 Journalisten aus 50 Ländern die Trends der IFA 2015 vor.

tronics GfK Retail and Technology, mit einem weltweiten Wachstum von 3 Prozent bei den Groß- und 4 Prozent bei den Kleingeräten.



Mit der charmanten Unterstützung von Miss IFA begrüßte Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin, die internationale Presse.

## Nicht nur UHD

In der Consumer Electronics ist auf der IFA 2015 der endgültige Durchbruch von 4K UHD für den Massenmarkt zu erwarten – auch bei kleineren Bildschirmen mit Diagonalen um 40 Zoll. Das Angebot von Inhalten in UHD-Auflö-

sung wird bereits jetzt von Online-Diensten vergrößert, die Spielfilme und Serien in dem neuen Standard zugänglich machen. Auf der IFA wird die Vorstellung der Blu-ray Disk UHD erwartet; passende Abspielgeräte sollen zumindest als Prototyp zu sehen sein. Auch für die Eigenproduktion von Videos in UHD-Qualität wird die IFA Impulse setzen: mit neuen UHD Camcordern, hochwertigen Spiegelreflex-, System- und Reisekameras sowie 4K-fähigen Actioncams.

Die Vernetzung von Smart TVs mit Online-Angeboten wird durch neue Betriebssysteme noch komfortabler. So erleichtern Apps den Zugriff auf die Mediatheken der Sender, Internet-Videotheken, Programmempfehlungen, Online-Spiele, soziale Netzwerke und Infoportale. Zwei wichtige Hersteller setzen auf das Android Betriebssystem, mit dem die Anwender auch Online-Spracherkennungsfunktionen nutzen können. Andere Oberflächen wie Tizen, WebOS oder FirefoxOS bieten ebenfalls ähnliche Features.

Ein weiteres großes Thema der klassischen Unterhaltungselektronik wird auf der IFA der gute Ton sein. Besonders Kopfhörer und drahtlose Lautsprecher liegen derzeit im Trend und unterstützen die kabellose Übertragung von Musik von Festplatten, Computern, Tablets, PCs, mobilen Musikplayern und Smartphones. Beim Sound wird aber nicht nur über die Vernetzung, sondern auch wieder über die Qualität geredet. Hochaufgelöste Tonformate bieten in Verbindung mit passenden Endgeräten Hörerlebnisse in kompromissloser Klangqualität.

## Hausgeräte immer smarter

Neben dem „Dauerbrenner“ Energieeffizienz wird es auf der IFA bei den Hausgeräten vor allem um Connectivity, smarte Funktionen und gesundes Essen gehen. Intelligente Kochfelder unterstützen die Anwender mit Automatikfunktionen, die per App die Kochzeiten und Gartemperaturen von Rezepten übernehmen und damit nicht nur für sichere Ergebnisse sorgen, sondern auch Zeit sparen. Im Bereich Kühlen wird neben der bestmöglichen Frischhaltung von Lebensmitteln und der Energieeffizienz auch



Mit zahlreichen Fragen zeigte die internationale Presse ihr Interesse an der IFA 2015.

das Design immer wichtiger. Beim Waschen und Trocknen sorgen sensorgestützte Automatikprogramme und neue Schaumtechnologien gleichermaßen für Energieeffizienz und Bedienkomfort. Intelligente Vernetzung erlaubt nicht nur die Kontrolle der Geräte von unterwegs, sondern erleichtert auch den Service.

Bei den Kleingeräten liegen nicht nur lifestyle Geräte für die Küche, sondern auch immer mehr Produkte für die Körper- und Gesundheitspflege im Trend. Hier werden die Anwender oft durch Apps unterstützt, zum Beispiel beim Bartstyling oder beim Zähneputzen. Im Bereich der Bodenpflege haben sich Saugroboter inzwischen zu einem echten Wachstumssegment entwickelt.

### Wearables und mehr

Nach dem Hype um die iWatch von Apple wird auf der IFA eine Flut von Wearables für zahlreiche Anwendungen erwartet. Das weltweite Verkaufsvolumen der smarten Winzlinge erreichte bereits 2014 72 Mio. Stück, in diesem Jahr soll die Menge auf 114 Mio. steigen. Neben smarten Uhren liegen vor allem Gesundheits- und Fitnessgeräte im Trend. Auch immer mehr Kameras werden am Körper getragen.

Mit 3D-Druckern wird auf der IFA ein weiteres neues Produktsegment präsentiert, das Massenmarkt-Potential besitzt. Bereits handliche Tischgeräte können Zahnräder, Konstruktionsmodelle, Spielzeug, originelle Schuhe, künstlerische Skulpturen, Schmuck und vieles mehr produzieren. Einige Modelle verarbeiten sogar Lebensmittel und könnten in Zukunft in Lifestyle-Küchen Einzug halten. Die

Vorlagen für die dreidimensionalen Printprodukte entstehen durch die Kombination von spezieller Software mit 3D-Scannern. Auch diese Geräte werden in zahlreichen Varianten vom kompakten Tischscanner bis zu mannshohen Installationen auf der IFA zu sehen sein.

### Umfangreiches Rahmenprogramm

Auch in diesem Jahr beinhaltet die IFA wieder ein umfangreiches Rahmenprogramm mit den International Keynotes, dem IFA+ Summit, der IHS Conference, IEEE, TEDx Berlin und der Konferenz von GfK Retail and Technology. Nach dem erfolgreichen Start 2014 wird das neue internationale Kongressformat „IFA+ Summit – Next Level of Thinking“ auch in diesem Jahr interessante Einblicke in die digitale Zukunft geben. Zum Programm am 7. und 8. September 2015 gehören Themen wie Mobilität, Gesundheit, Big Data, Home, Design und New Entertainment. Eine besonders große Vielfalt von Innovationen, Themen, Vorträgen und Experten-Gesprächen wird auch die Ideenbörse IFA TecWatch präsentieren. Schon jetzt ist die 3.000 qm große Sonderfläche in Halle 11.1 weitgehend ausgebucht – mit starker internationaler Beteiligung und einer noch stärkeren Präsenz von jungen, kreativen Start-ups. Junge Unternehmensgründer werden hier in Vorträgen und Panel Diskussionen technikbegeisterten Besuchern, Journalisten, Experten und Entscheidern aus Industrie und Handel ihre technischen Visionen und Geschäftsmodelle vorstellen. Dabei treten besonders

kreative Unternehmer in einem Pitch zum Ideenwettbewerb an, um dem Beispiel der erfolgreichen Start-ups zu folgen, die im Laufe des vergangenen Jahres deutsche und internationale Innovationspreise gewonnen und namhafte Investoren interessiert haben.

Im Rahmen der TecWatch wird auch die Fraunhofer Gesellschaft mit drei Instituten innovative Medientechniken präsentieren, darunter die nächste Generation von HbbTV und neue Audio-Codecs, die auf virtuelle Weise 3D-Sound für Kopfhörer und Fahrzeuge erzeugen. Viele kleinere und mittelständische Unternehmen zeigen darüber hinaus Beispiele für das Leben in vernetzten Häusern und die intelligente Nutzung des Internets der Dinge. Eine Gemeinschaftspräsentation der Industrieverbände VDE, ZVEH und ZVEI wird sich unter dem Motto „Fit für die digitale Welt“ der Innovationsförderung widmen. Die drei Organisationen werden über Bildung und Ausbildung in der digitalen Welt informieren, um mehr junge Leute für technische Berufe zu begeistern und so den Nachwuchs für digitale Innovationen von morgen zu gewinnen.



## Nachrichten

## PoS-Aktuell

# Anton Schalkamp beendet Geschäftsführer-Tätigkeit bei Bose Ende einer Ära

**Nach 38 Jahren Unternehmenszugehörigkeit, davon 30 Jahre an der Spitze der deutschen und seit 1995 auch der österreichischen Bose-Vertriebsorganisation, hat Anton Schalkamp zum 31. März 2015 seine Tätigkeit als Geschäftsführer der Bose GmbH in Friedrichsdorf/Ts. und der Bose Ges.m.b.H. in Wien beendet. Er war auch für den Bose Vertrieb in der Schweiz, Polen und Ungarn verantwortlich. Bis er am 31. März 2016 auf eigenen Wunsch in den Ruhestand tritt, wird Schalkamp als Senior Consultant die Einführung des Partner 2020-Vertriebskonzepts für ein weiteres Jahr begleiten.**

Schalkamp hat in seiner beinahe 4 Jahrzehnte langen Tätigkeit Bose zur führenden Marke für hochwertige Audio-Produkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz gemacht. Unter seiner Führung gelang 1996 in Deutschland und anschließend in den anderen Märkten die erfolgreiche

Einführung eines beispielhaften Vertriebskonzepts, an dessen Entwicklung Schalkamp wesentlich beteiligt war und mit dem Bose beim fachhandelsorientierten Qualitätsvertrieb neue Maßstäbe setzte.

Als Geschäftsführer hat Schalkamp das Image der Marke in Deutschland und Österreich entscheidend gefördert. In beiden Ländern ist Bose heute eine der am besten angesehenen Premium-Marken. Bose-Innovationen wurden seit den 1990er Jahren kontinuierlich mit einer Vielzahl von Produkt-Awards durch die Redakteure und Leser der führenden Fachpublikationen ausgezeichnet.

Seit 2005 wurde Bose fünf Mal in Deutschland und zwei Mal in Österreich mit dem Titel „Superbrand“ geehrt. Ebenfalls in Österreich verliehen die Fachhändler mehrfach den „Goldenen Stecker“ als jährliche Auszeichnung für den besten Fachhandelspartner. 2014 erhielt Bose in Deutschland zum 5. Mal den Plus X-Award als Most Innovative Brand.

Aktuell wurde Bose beim Markenranking Best Brands mit dem begehrten Titel Beste Produktmarke 2015 ausgezeichnet. Der Preis gilt als deutscher Marken-Oscar und orientiert sich bei seinen Vergabekriterien am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg und der Beliebtheit der Marke in der Wahrnehmung der Konsumenten.

Die persönlichen Leistungen als langjährig außerordentlich



War über Jahrzehnte das Gesicht von Bose in Deutschland: Anton Schalkamp

erfolgreicher Geschäftsführer der deutschen und österreichischen Bose-Vertriebsgesellschaften fanden 2011 ihre Bestätigung durch die Auszeichnung Anton Schalkamps mit dem erstmals vergebenen Plus X-Award Manager des Jahrzehnts.

„Wir danken Anton Schalkamp für beinahe 40 Jahre außerordentlich erfolgreicher Zusammenarbeit, in denen er mit seiner Persönlichkeit und seiner Leistung als Geschäftsführer den einzigartigen Erfolg der Marke Bose in Deutschland und Österreich entscheidend geprägt hat“, erklärte Colette Burke, Vice President Europe bei Bose. „Für seine Zukunft wünschen wir ihm alles Gute, Erfolg und Gesundheit.“

## De'Longhi bietet italienische Kaffeevielfalt für zu Hause

Mit der neuen Nespresso-Kapselmaschine Lattissima Touch von De'Longhi lässt sich italienische Kaffeevielfalt jetzt auch zu Hause auf Knopfdruck erleben. Dafür genügt schon eine leichte Berührung des neuen Soft-Touch-Bedienfelds mit dem Finger. Ebenso stellt die Kapselmaschine heiße Milch oder Milchschaum für Cappuccino und Latte Macchiato bereit.

Die Lattissima Touch zeichnet sich nicht durch raffinierte Technik und edles Design, sondern auch durch komfortable Bedienung aus. Die Kapsel wird einfach eingelegt und die Kaffeespezialität ausgewählt. Auf der Oberseite der Lattissima Touch befindet sich ein elegantes, intuitiv verständliches Bedienfeld mit sechs ins Gehäuse integrierten Direktwahlfeldern. So kann jede der fünf vorprogrammierten Kaffeespezialitäten einfach und schnell per Fingertipp zubereitet werden. Für leckeren Cappuccino oder Latte Macchiato sorgt das patentierte De'Longhi Milchaufschäumsystem, zu dem auch der



Beim Kauf einer Lattissima Touch, die in den drei Farben Glam White, Glam Black und Glam Red erhältlich ist, gibt es auch gleich ein Willkommenspaket mit 16 Kapseln in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen dazu.

0,35 Liter fassende Milchbehälter gehört. Er lässt sich einfach mit dem Gerät verbinden und schäumt die Milch automatisch direkt in die Tasse. Nach Gebrauch kann der Milchbehälter im Kühlschrank aufbewahrt oder zur Reinigung in die Spülmaschine gegeben werden. Für die Reinigung zwischendurch genügt ein Knopfdruck, um die Milchleitungen mit Heißwasser und Dampf hygienisch zu reinigen. Wann das Milchsystem entkalkt oder gereinigt werden muss, signalisiert eine neue Anzeige.

Die Lattissima Touch verfügt über eine hochklappbare Abstellfläche für unterschiedlich große Tassen und Gläser, einen leicht abnehmbaren 0,9 Liter-Wassertank, einen automatischen Kapselauswurf und einen Sammelbehälter für 10 gebrauchte Kapseln. Dazu kommen integrierte Fächer für die Heißwasserdüse und das Netzkabel.

Die De'Longhi Lattissima Touch ist ab sofort erhältlich; der UVP beträgt 299 Euro.

## Neuer Curved-UHD-TV von Hisense

Der neue 140 cm (55") Curved-TV 55XT810 von Hisense zeichnet sich durch hervorragenden Sound aus und bietet leistungsstarke 4K-Quad-Core-Technologie. So liefert der 55XT810 einen vollen Panorama-Effekt ohne Verzerrungen und Farbabweichungen in einer 4K-UHD-Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln.

Zudem ist der 55XT810 mit einem leistungsstarken Multi-Channel-

Surround-System ausgerüstet. Genau wie der Bildschirm sind auch die Lautsprecher gekrümmt. Dies verstärkt den Stereo-Effekt und erleichtert die Unterscheidung zwischen linkem und rechtem Kanal. Das Ergebnis ist nach Angaben von Hisense ein hochqualitativer, besonders natürlicher Surround-Sound.

Der integrierte HDMI-2.0-Anschluss des 55XT810 kann 4K-Inhalte mit einer Bildwiederholrate von 60 Hz darstellen. Dies sorgt für ein flüssigeres Bild und eine noch bessere Darstellung von UHD-Inhalten. Weitere Anschlussmöglichkeiten wie USB 3.0, WLAN oder Anyview Cast für die kabellose Übertragung von mobilen Inhalten vervollständigen das Hardware-Paket. Mit der intuitiv erfassbaren und selbsterklärenden Benutzeroberfläche Hisense Vision kann zudem problemlos auf alle Smart-TV-Features des Fernsehers zugegriffen werden. Der 55XT810 wird ab Mai 2015 erhältlich sein. Der UVP beträgt 2.199 Euro.



## Die neuen Multiroom-Soundsysteme von Sony

# High-Resolution aus dem Netz

Mit einem umfassenden Sortiment von kabellosen, netzwerkfähigen Lautsprechern, Soundbars, AV-Receiver, HiFi-Anlagen sowie einer Soundbase macht Sony es dem Fachhandel möglich, seinen Kunden beim Trendthema Multiroom besonders hochwertige Produkte anzubieten. Die neuen Audio-Systeme sind alle mit Wifi/NFC ausgestattet und können High-Resolution Audio-Dateien wiedergeben. Mit der neuen SongPal App lässt sich einfach mit dem Smartphone oder Tablet steuern, auf welchem Gerät in welchem Raum welche Musik abgespielt werden soll.

Dank „One touch Listening“ via NFC genügt eine kurze Berührung mit dem Smartphone oder Tablet, um die kabellosen Verbindungen herzustellen, Dualband WiFi ermöglicht störungsfreie Wiedergabe im gesamten drahtlosen Heimnetzwerk. Auch kabelloses Musikstreaming mit Bluetooth-fähigen Geräten funktioniert zuverlässig. Selbst stark komprimierte MP3-Tracks werden mit der DSEE HX-Technologie von Sony auf eine Qualität hochgerechnet, die laut Hersteller High-Resolution Audio nahekommt.

Da die neuen Audio-Produkte mit Google Cast kompatibel sind, können Musik- und Streaming-Dienste wie Deezer oder Google Play Music vom Smartphone oder Tablet aus auf einen Lautsprecher oder Audiogerät gecastet und ohne Unterbrechung weitergehört werden. Mit der LDAC Audiotechnologie von Sony werden dreimal mehr Daten via Bluetooth vom Abspiel- auf Wiedergabegerät übertragen.

### Die Lautsprecher

Die neuen kabellosen Lautsprecher SRS-X99, X88 und X77



2.1-Kanal Sound im minimalistischen „One-Box“-Design: der neue kabellosen Lautsprecher SRS-X99

bieten im minimalistischen „One-Box“-Design echten HiFi-Sound. Das 2.1-Kanal-System hat mit sieben Lautsprechern, darunter vier Super-Hochtöner, eine Gesamtleistung von 154 Watt. Der SRS-X88 bietet trotz der sehr kompakten Bauweise mit einem Subwoofer, Mitteltönern und zwei Super-Hochtönern guten Klang. Für den Einsatz unterwegs gedacht ist der SRS-X77, dessen integrierter Akku bis zu zehn Stunden hält.

Die Lautsprecher kommen im Juni zu Preisen von 699,99 Euro (UVP SRS-X99), 429,99 Euro (UVP SRS-X88) bzw. 329,99 Euro (UVP SRS-X77) auf den Markt.

### Neue Soundbars

Die neuen Soundbars HT-ST9 und HT-NT3 von Sony fügen den TV-Bildern eindrucksvollen Mehrkanal-Sound hinzu und lassen sich mit NFC und One-touch auch als Lautsprecher für die Musikwiedergabe aus dem Netzwerk nutzen. Das Referenzmodell ST9 mit einer Gesamtleistung von 800 Watt bietet mit neu konzipierten High-Resolution Audio-Koaxiallautsprechern und separaten Woofer- und Tweeter-Treibern detailreiche 7.1-Kanal-Hörerlebnisse.



Das neue Micro-HiFi-System CMT-SX7B spielt Programme von fast jeder Quelle.

Als erste High-Resolution Audio-fähige und Google Cast kompatible Soundbase von Sony ist die HT-XT3 für Fernseher mit einem Gewicht von bis zu 50 Kilogramm geeignet. Der High-Resolution Audio-Koaxiallautsprecher liefert mit zwei integrierte Subwoofern 2.1-Kanal-Sound mit einer Leistung von 350 Watt.

Die Soundbars sind ab sofort zu Preisen von 1.499 Euro (UVP HT-ST9) bzw. 749 Euro (UVP HT-NT3) lieferbar, die Soundbase HT-XT3 kostet 499 Euro (UVP).

### AV-Receiver und Micro-System

Die neuen 7.2-Kanal AV-Receiver STR-DN1060 (ab sofort, UVP 699 Euro) und STR-DN860 (ab sofort, UVP 549 Euro) bieten vielfältige Anschlussmöglichkeiten, darunter sechs (DN1060) bzw. fünf (DN860) HDMI-Eingänge. Beide Geräte unterstützen zahlreiche Hi-Res-Dateiformate: DSD bis 5,6 MHz 2-Kanal (USB/Netzwerk), DSD 2,8 MHz 5.1-Kanal (USB/Netzwerk/

HDMI), 24 Bit 192 kHz WAV (7.1-Kanal) / FLAC (5.1-Kanal). 4K Upscaling, HDCP 2.2- und MHL 3.0-Unterstützung machen auch 4K Streaming möglich.

Das neue Micro-HiFi-System CMT-SX7B, das im Juli zum Preis von 599,99 Euro (UVP) lieferbar ist, spielt Musik von fast jeder Quelle. Man kann eine CD oder einen USB-Stick einschieben, Radio hören, via Google Cast und Spotify Connect auf Online-Dienste zugreifen sowie ein iPad/iPhone/iPod oder einen Walkman anschließen. Hi-Res Audio-Unterstützung, DSEE HX- und die S-Master HX-Technologie sorgen in jedem Fall für ausgezeichneten Klang. Zudem ist die CMT-SX7B mit einem DAB-Tuner ausgestattet.

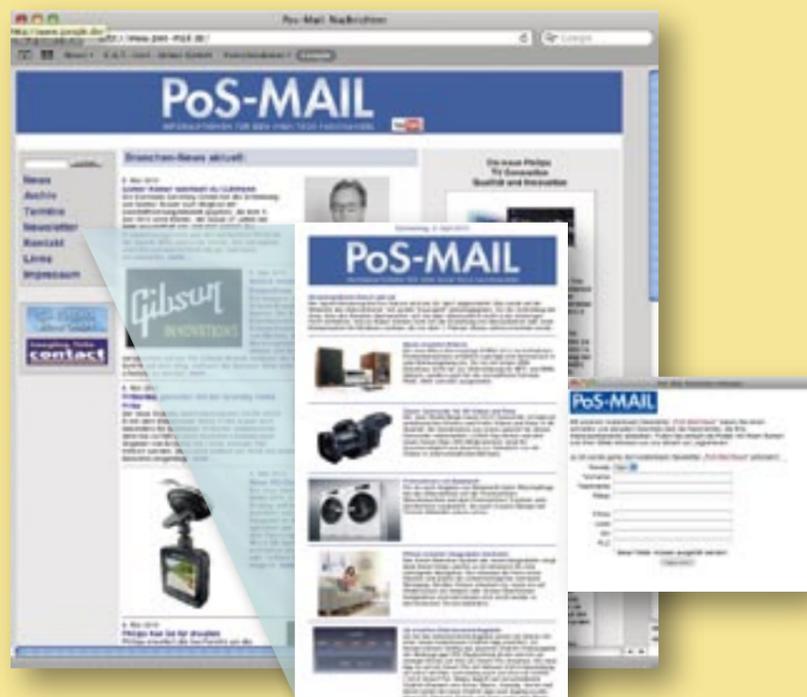


Der neue 7.2-Kanal AV-Receiver STR-DN1060 unterstützt zahlreiche Hi-Res-Dateiformate.

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](http://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](http://www.pos-mail.de/newsletter)

# WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

## *I watch the tatoo*

Es wird Sie vielleicht überraschen, wenn ich als Rentner bekenne, dass ich schon seit vielen Jahren ein großer Fan von Wearables bin. Als ich es mir noch leisten konnte, habe ich mir sogar einige besonders schöne Stücke vom Munde abgespart. Auf denen ist aber kein Apfel, sondern sie tragen wertlose Marken wie IWC, Vacheron oder Jaeger-LeCoultre. Obwohl sie nicht ganz billig waren, können sie weder meinen Blutdruck noch meine Herzfrequenz oder meine Körpertemperatur messen, und Musik abspielen schon gar nicht.

All das kann man aber mit der Apple Watch, und deshalb stehen Menschen stundenlang Schlange, um so ein Wunderding zu kaufen oder sich wenigstens in eine Warteliste eintragen zu lassen. Natürlich hat Apple den Watch-Quatsch keinesfalls erfunden, so etwas gibt es schon längst von anderen Herstellern. Aber die haben nicht so ein Getöse gemacht, und deshalb hat das kaum einen Rentner interessiert.

Eigentlich interessiert mich die Apple Watch auch jetzt nicht, weil es mir völlig ausreicht, wenn meine Frau meine körperlichen Aktivitäten kritisch beobachtet und die Kalorien zählt. Aber ich habe gelesen, dass die Apfeluhr nicht richtig funktioniert, wenn sich am Handgelenk eine Tätowierung befindet. Offensichtlich ist das bei einigen Menschen der Fall, obwohl ich immer gedacht habe, der gesetzlich vorgeschriebene Platz für diese Kunst am Körper wäre die Lücke zwischen einer schlecht sitzenden Jeans und einem zu kurzen T-Shirt – vornehmlich auf der rückwärtigen Körperpartie von Damen, deren Leibesfülle genügend Platz für ein großes Arschgeweih bietet. Zugegebenermaßen ist es schwierig, an dieser Stelle eine Apple Watch anzubringen.

Bei mir würde das Ding am Handgelenk bestens funktionieren und mich permanent über meine Herzfrequenz informieren. Ich kaufe es aber trotzdem nicht. Lieber lasse ich mir an der Stelle einen Apfel tätowieren.

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 - 49

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



#### Herausgeber:

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

#### Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);  
Barbara Klomps

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Lidija Zimmek, Franz Wagner,  
Florian Weidhase

#### Anzeigen:

Barbara Klomps  
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 17  
v. 1. Januar 2015



PLUS X AWARD<sup>TM</sup>  
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. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

#### Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635

# BRAUN

## CareStyle 5

Neu



## Perfekte Ergebnisse schneller und einfacher.

Die neue iCare Technologie bietet die perfekte Temperatur für jeden Stoff. Für intelligenten Textilschutz und schnelleres, einfacheres Bügeln.

Die Dampfbügelstation CareStyle 5 kombiniert exzellente Leistung mit cleveren Eigenschaften: die **iCare Technologie** bestimmt die optimale Temperatur für jeden Stoff – ob feine Seide oder robuster Jeansstoff – und sorgt so für den Schutz der Kleidung. Die weltweit erste **Eloxal 3D BackGlide Bügelsohle** mit ihrer abgerundeten Form gleitet mühelos über jedes Hindernis in jede Richtung – sogar rückwärts. Für schnelle und perfekte Ergebnisse. Erfahren Sie mehr auf [braunhousehold.de](http://braunhousehold.de)

Die neue Braun Dampfbügelstation CareStyle 5 mit iCare Technologie. Designed to make a difference.

iCareTec  
Intelligenter Textilschutz

