PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Juli/August 2015

ISSN 1615 - 0635 • 5,– €
16. Jahrgang • 51612

www.pos-mail.de

LG auf der IFA: OLED im Mittelpunkt

Mit einem größeren Auftritt als je zuvor wird LG Electronics auf der IFA 2015 ein erweitertes und besonders innovatives Produkt-Portfolio präsentieren. Am neuen Standort in Halle 18 wird die Ausstellungsfläche auf mehr als 4.000 Quadratmeter erweitert, um wegweisende Neuheiten aus den Bereichen Home Entertainment, Telekommunikation und Weiße Ware vorzustellen. Einen im wahrsten Sinne des Wortes besonderen Blickfang werden dabei die einzigartigen OLED Fernseher von LG darstellen, die sowohl als Full HD als auch als 4K Modelle erhältlich sind. Denn die Verantwortlichen bei LG sind sicher: Als die Kerntechnologie für die Fernsehgeräte der Zukunft wird OLED den nächsten Innovationsschub für die Consumer Electronics Branche bringen.

„Unser Investment in die IFA ist auch ein Investment in den deutschen Markt", erklärte Martin Winkler, COO der LG Electronics Deutschland GmbH. „Denn hier sehen wir ein großes Wachstumspotential. Wie 2014 werden wir mit allen CE Business Units vertreten sein, möchten aber in diesem Jahr vor allem unseren Handelspartnern mehr Raum für Gespräche bieten. Dafür und auch für unser wachsendes Produkt-Portfolio reichte die bisher zur Verfügung stehende Fläche in Halle 11 .2 nicht mehr aus."

Als größter TV-Display Hersteller der Welt wird LG auf der IFA innovativen Bildschirmtechnologien einen besonders prominenten Platz einräumen. Im Mittelpunkt stehen dabei die OLED TVs, bei denen der koreanische High-Tech-Konzern derzeit als einziges Unternehmen ein umfassendes Sortiment in Full HD und

EDITORIAL

Innovationen in Berlin

Immer wieder wird die derzeitige Nachfrageschwäche im CE-Segment damit begründet, es fehle an wegweisenden Innovationen. Wer die Entwicklungen im Vorfeld der IFA 2015 verfolgt, bekommt aber Zweifel an dieser Theorie. Die Messe ist (wieder einmal) ausgebucht. Und auf den IFA Media Innovations Briefings präsentierten so viele Aussteller wie nie zuvor den mehr als 300 Journalisten einen Vorgeschmack auf ihre IFA Neuheiten. Einiges davon können Sie bereits in dieser Ausgabe lesen.

Vielleicht werden Sie dabei das *eine* wegweisende Produkt oder wenigstens die *eine* Produktkategorie vermissen, die den Trend für die ganze Branche umkehren kann. Solche Produkte wird es in Zukunft seltener oder vielleicht auch gar nicht mehr geben. Denn das Internet der Dinge, das wir in Berlin live erleben werden, verändert die Spielregeln. Innovationen entstehen nicht durch einzelne, bahnbrechende Produkte, sondern durch das intelligente Zusammenspiel ganz unterschiedlicher Komponenten, die den Kunden neue Anwendungen ermöglichen. Das vielzitierte Smart Home besteht nicht nur aus der Heimautomatisierung. Nein, es ist längst da, nämlich in der Mediennutzung, wo viele Kunden inzwischen ihr Smartphone, ihr Tablet, ihre Audiokomponenten, ihren Fernseher und ihren PC drahtlos miteinander vernetzen, um zu Hause und unterwegs jederzeit die Inhalte zu genießen, auf die sie gerade Lust haben. Dazu kommen smarte Themenkreise: von Gesundheit und Fitness über intelligentes Energiemanagement bis zum Küchengerät, das weiß, was sein Anwender kochen möchte.

Mancher Fachhändler verspricht sich davon nicht viel, weil er sich nicht vorstellen kann, mit Komponenten wie Steuergeräten, Sensoren oder Kameras große Umsätze zu erzielen. Das Internet der Dinge verändert aber auch die Spielregeln für den Fachhandel: Es geht weniger darum, einzelne Produkte zu verkaufen, sondern die Kunden für intelligente Anwendungen zu begeistern. Wer könnte das besser als der Fachhandel?

Um herauszufinden, welche Chancen die neuen Technologien für Sie und Ihr Kundenklientel bieten, gibt es nur einen Weg: Fahren Sie nach Berlin und schauen Sie selbst, welche smarten Konzepte am besten zu Ihnen passen. Sonst werden andere Ihre Umsätze machen.

Thomas Blömer

4K mit Bildschirmgrößen von 55 bis 77 Zoll anbietet. „OLED ist die Bildschirmtechnologie der Zukunft", betonte Herbert Schönebeck, Vice President Consumer Electronics bei LG Electronics Deutschland, auf dem IFA Innovations Media Briefing in Berlin. „Denn bessere Bildqualität ist ein besonders wichtiger Grund für Konsumenten, in einen neuen Fernseher zu investieren." „Investieren" ist auch das Schlüsselwort für LG: 600 Millionen US-$ hat LG ausgegeben, um in seinen hochmodernen Fabriken bereits 2016 eine Million OLED Panels herstellen zu können. „Die proprietäre 4K OLED Technologie von LG erzeugt eine wirklich überragende Bildqualität: farbenfroh, kontrastreich, extrem tiefenscharf und mit exzellenter Detailwiedergabe", betonte Schönebeck. Um das zu erreichen, setzt LG die einzigartige 4-Color-Pixel-WRGB-Technologie ein, bei der ein weißes Subpixel für besonders leuchtende Farben und ein unendliches Kontrastverhältnis sorgt. Dazu kommt die im Vergleich zu LED Displays deutlich schnellere Reaktionszeit, die sich besonders bei der Wiedergabe von schnellen Bewegungen auszahlt.

Die neuen Curved 4K TVs der EG9609 Serie machen nicht nur die Vorteile der OLED-Technolgie besonders deutlich, sondern zeichnen sich mit ihrem Art-Slim-Design auch durch eine moderne, stilvolle Ästhetik aus.

Eine weitere exklusive Eigenschaft von OLED Bildschirmen ist das einzigartige tiefe Schwarz. „Perfektes Schwarz erzeugt perfekte Farben", erläuterte Schönebeck. „Einer der Gründe dafür ist der aus der Wahrnehmungspsychologie bekannte Bartleson-Breneman-Effekt. Er ist nach zwei amerikanischen Wissenschaftlern benannt, die herausgefunden haben, dass die Wahrnehmung von Farben und Grautönen entscheidend vom Hintergrund abhängt. Kurz gesagt: Je dunkler der Hintergrund ist, umso leuchtender treten Farben hervor. Dieser Effekt verläuft exponentiell; das bedeutet, dass bereits eine relativ geringe Verdunklung des Hintergrunds deutlich brillantere Farben erzeugt. Das tiefe Schwarz von OLED Displays führt deshalb geradezu zu einem Feuerwerk von fein abgestimmten, lebensechten Farben."

Die neuen Curved 4K OLED TVs

Die Flaggschiffe der LG OLED TV Palette, die neuen Curved 4K TVs der EG9609 Serie, machen die Vorteile dieser Bildschirmtechnologie besonders deutlich. Denn mit ihrer 4K Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln und der 4-Color-Pixel-WRGB-Technologie erzeugen sie mit 33 Millionen Subpixeln eine tatsächlich faszinierende Bildqualität. „Zudem sind die selbstleuchtenden OLED Pixel auch besonders gut für gebogene Bildschirme geeignet", erklärte Schönebeck. „Denn sie spielen ihre Leuchtkraft aus praktisch jedem Betrachtungswinkel aus."

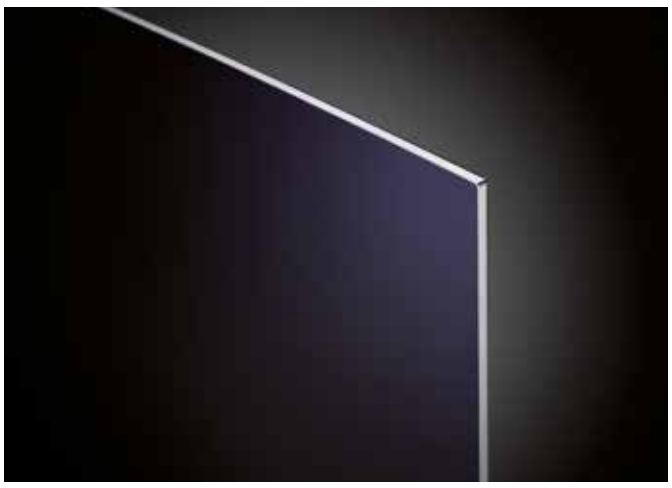
LG Vertriebsteam neu aufgestellt

LG Electronics hat die Reorganisation seiner deutschlandweiten Vertriebsstruktur abgeschlossen. Mit einer noch konsequenteren Ausrichtung auf den Fachhandel sowie einer neuen Regionalaufteilung, bei gleichzeitiger Aufstockung des Vertriebsteams, will das Unternehmen den Service für die Händler in den einzelnen Regionen weiter ausbauen. Im Zuge dieses Umbauprozesses hat LG den Außendienst in fünf Regionen untergliedert, deren Leiter an den neu ernannten Head of Regional Sales, Home Entertainment, berichten. Dieser steuert die Vertriebsaktivitäten in den einzelnen Regionen übergeordnet und berichtet direkt an den Vice President für den Bereich Consumer Electronics, Herbert Schönebeck. Die Leitung des Regionalvertriebs in Deutschland im Bereich Home Entertainment bei LG Electronics hat Lars Hofmann übernommen. Er verfügt über langjährige Erfahrung in der CE-Branche und will die neu eingeschlagene Vertriebspolitik mit ihrer klaren Fachhandelsausrichtung konsequent beibehalten und die laufende Marktoffensive in enger Abstimmung mit Herbert Schönebeck und Martin Winkler weiter vorantreiben. Dabei wird er von einem deutschlandweiten Vertriebsteam unterstützt, das mit der Aufteilung in die fünf Vertriebsgebiete Nord, Ost, West, Mitte und Süd eine neue Struktur erhalten hat. Die einzelnen Vertriebsregionen werden jetzt durch hauptverantwortliche Regional Sales Manager betreut, die für das Management der lokalen Vertriebsteams zuständig ist und die zentrale Anlaufstelle für die Anliegen der Händler in ihrer Region bildet.

Als neue Regional Sales Manager sind neben den bewährten LG Vertriebsexperten Thomas Reichel (Vertriebsregion Ost), Michael Kleinfeld (Vertriebsregion West) und Wolfgang Baars (Vertriebsregion Mitte) auch neue Gesichter dabei: Uwe Hever, der zuvor für Sharp tätig war, verantwortet die Vertriebsregion Süd. Die Besetzung der Vertriebsregion Nord wird in Kürze bekannt gegeben.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Da sich die gesamte Display-Technologie auf einer Ebene befindet, ermöglicht OLED zudem die Konstruktion besonders schlanker Fernseher. Mit dem Art-Slim-Design-Konzept spielt LG diesen Vorteil durch eine moderne, stilvolle Ästhetik aus. Der fast randlose Bildschirm ermöglicht ein besonders intensives Seh-Erlebnis; die nahtlose Verschmelzung von Bildschirm und Standfuß macht den TV zusätzlich zu einer beeindruckenden Technologie-Skulptur.
Natürlich bieten die 4K OLED TVs neben der einzigartigen Bildschirmtechnologie auch alle Ausstattungsmerkmale, die man von einem erstklassigen Smart TV erwarten kann. Die Perfect Mastering Engine verbessert die empfangenen Signale, um die Bildqualität zu erhöhen. Zudem skaliert sie mit ausgefeilten Algorithmen auch SD-, HD- oder Full HD Inhalte, so dass diese nahezu 4K Qualität erreichen können.
Durch den Einsatz eines 4K HEVC Decoders sind die Geräte zudem auch für zukünftige 4K Programme vorbereitet. Die zur bemerkenswerten Bildqualität passende Audioleistung wird mit einem eingebauten Ultra Surround System erzeugt; und natürlich bieten die 4K Curved OLED TVs von LG über die neueste webOS 2.0 Plattform den intuitiven Zugriff auf zahlreiche Smart TV Angebote.



Da sich bei OLED die gesamte Display-Technologie auf einer Ebene befindet, ist die Konstruktion besonders schlanker Fernseher mit einem fast randlosen Bildschirm möglich.

Wertschöpfung für den Fachhandel

Neben den OLED Premium-Produkten bietet LG dem Fachhandel mit den Super UHD TVs auch die Möglichkeit, im klassischen LED-Segment eine hohe Wertschöpfung zu erzielen. Die Color-Prime-Technologie erzeugt bei diesen Geräten durch Verwendung unterschiedlicher LED-Phosphor-Farben einen sichtbar vergrößerten Farbraum, der in Verbindung mit mehr Helligkeit durch Ultra Luminance und den reaktionsschnellen 4K In-Plane Switching (IPS) Panels für erstklassige Bildwiedergabe sorgt.
Im Audio-Bereich hat LG mit dem Music Flow Sortiment in diesem Jahr erfolgreich Produkte für den Wachstumsmarkt drahtloser Musiksysteme auf den Markt gebracht. Auch hier ist auf der IFA mit weiteren Neuheiten zu rechnen.

Innovationen bei Hausgeräten

Schließlich wird LG die vergrößerte Ausstellungsfläche auf der IFA 2015 für eine noch prominentere Präsentation von Hausgeräten mit innovativen Technologien nutzen. Dazu gehören Waschmaschinen mit der neuen TurboWash Funktion, die einen Waschgang in weniger als 60 Minuten erledigt und dadurch Zeit und Energie spart.
Auch mit Kühlgeräten mit dem besonders effizienten Inverter Linear Kompressor und dem pfiffigen Door-in-Door-Konzept, das den schnellen Zugriff auf häufig benötigte Lebensmittel ohne großen Kälteverlust ermöglicht, wird LG in Berlin Akzente setzen.

LG Watch Urbane kommt im September

Pünktlich zur IFA wird auch die lang erwartete LG Watch Urbane in Deutschland erhältlich sein. Dieses trendige Wearable ist wie die erfolgreiche LG Watch R mit einem runden OLED Display ausgestattet und kombiniert ein klassisches Design im Stil einer Luxus-Armbanduhr mit innovativen Funktionsmerkmalen. So informiert das Accessoire mit einem Gehäuse aus poliertem, silberfarbenem Edelstahl den Nutzer via WLAN zuverlässig über anstehende Termine, entgangene Anrufe, etc. Als Betriebssystem dient die neuste Version von Android Wear.

Die LG Watch Urbane kombiniert ein klassisches Design im Stil einer Luxus-Armbanduhr mit den innovativen Funktionen eines Wearables.

Die G Watch Urbane verfügt über einen Photoplethysmographie-Sensor, der die Herzfrequenz und den Durchschnittsplus des Trägers bei sportlicher Betätigung misst. Zudem kann man auf dem internen Speicher auch Musik unterbringen und auf diese Weise unabhängiger vom Smartphone werden. Für ausreichend Rechenpower sorgt der 1,2 GHz Qualcomm Snapdragon 400 Prozessor. Der Preis wird bei 349 Euro (UVP) liegen.

INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten 4, 11, 21

Die neuen Samsung JU6850 UHD TVs
Mehrwert durch Nano Crystal Color 5

expert Umsatz erstmals über zwei Milliarden Euro
Besser als der Markt 6

PoS-Aktuell – Neuheiten 7, 25, 28

Hisense mit IFA Neuheiten in allen Bereichen
Volles Programm 8

Smartes Türschloss Danalock Version 125
Schlüssellos smart 9

Der Loewe Reference ist da
Flaggschiff aus Kronach 10

HD Plus mit Geld-zurück-Garantie
„Ein planbares Geschäft" 11

WLC wird zu WLC Enterprises
Kunst und Technik 12

IFA-GUIDE 2015 13 bis 20

Kooperation zwischen TechniSat und HD+
Von HD zu UHD 21

Panasonic baut Ökosystem weiter aus
Noch mehr 4K 22

Die neue BLive App von Bauknecht
Intuitiv vernetzt 23

Smarte Netatmo Welcome in der Praxis
Charmanter Beobachter 24

Philips startet Zwei-Markenstrategie – Kaffeegenuss
für jede Zielgruppe 25

Persönlicher Wegbegleiter und Coach
Die Beurer BodyShape App 26

Miele zeigt IFA-Innovationen auf
3.000 Quadratmetern – „Inspired by life" 27

Siemens setzt auf vernetzte Hausgeräte
Smartes Vollsortiment 29

De'Longhi IFA Preview
Drei Marken-Highlights 30

Wagners Welt 31

PoS-MAIL @ 31

Impressum 31

PoS-Aktuell

Nachrichten

expert Akademie kooperiert mit AEG

Die expert Akademie hat in Kooperation mit AEG ein einjähriges Weiterbildungsangebot entwickelt, das Verkäufern, Jungverkäufern, Quereinsteigern und Auszubildenden im dritten Lehrjahr im Bereich Weiße Ware Wissen aus erster Hand vermitteln soll. Das erste Modul wurde bereits erfolgreich abgeschlossen.

expert AKADEMIE

Aufgebaut ist die Weiterbildungsmaßnahme in drei Module zu verschiedenen Schwerpunktthemen, die durch webbasierte Trainings, Praxisworkshops und Webinare begleitet werden. Der Abschluss besteht in einer gemeinsamen Veranstaltung inklusive AEG Werksführung, in der die behandelten Themen nochmals vertieft und die Zertifikate überreicht werden.
55 Teilnehmer aus ganz Deutschland nahmen an der ersten Präsenzschulung zum Thema „Herde, Kochfelder und Dunstabzugshauben" in Löhne und Nürnberg teil. Vorab wurden sie durch themenspezifische e-Learnings der expert Akademie 2.0 auf denselben Wissensstand gebracht. Ein besonderes Highlight war ein Kochevent in den Lehrküchen der AEG.
Im Oktober soll es mit einem zweiten Modul, und zwar zum Thema „Waschen und Trocknen", weitergehen. Auch hier steht nicht nur die Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Austausch unter expert Kollegen aus unterschiedlichen Regionen im Mittelpunkt. Darüber hinaus bietet die expert Akademie noch weitere Motivation: Schließt ein Teilnehmer die komplette Qualifizierungsmaßnahme erfolgreich ab, erhält der expert Gesellschafter 50 Prozent der Anmeldegebühr zurück.

Neu bei assona: Einmalzahlprodukt eProtect

Der Berliner Versicherungsdienstleister assona hat ein neues Produkt für Elektronikgeräte im Portfolio. Mit eProtect können Endkunden wertvolle technische Geräte wie Notebooks, Computer, Fernseher und Co. gegen die hohen Kosten bei selbstverschuldeten Beschädigungen, z. B. Sturz-, Bruch- oder Flüssigkeitsschäden absichern. Nach Ablauf der Herstellergarantie, frühestens ab dem 13. Monat, leistet eProtect auch Ersatz oder Reparatur bei Garantieschäden wie Material-, Konstruktions- oder Montagefehlern.
Bei dem neuen Garantieschutz für Elektronikgeräte – außer Smartphones und Handys – handelt es sich um ein Einmalzahlprodukt, das den Kunden am besten direkt beim Kauf des Gerätes angeboten werden sollte. Aber auch nach dem Erwerb können sie sich noch für eProtect entscheiden, wenn sie den Geräteschutz innerhalb von drei Monaten nach Kauf abschließen. eProtect sichert Geräte für den privaten wie beruflichen Gebrauch gleichermaßen ab. Für ein Notebook im Wert von 1.000 Euro gibt es den Schutz für einmalig 99,99 Euro für fünf Jahre.

MetzRemote App jetzt verfügbar

Ab sofort ist die neue MetzRemote App für Smartphones oder Tablets mit den Betriebssystemen iOS und Android im Apple iTunes Store und im Google Play Store erhältlich. Die App macht es möglich, das Metz TV-Gerät mit intuitiven Wisch- und Touch-Gesten zu bedienen.
Die App dient zum Senderwechsel, bildet die programmierte Senderliste inklusive Sendungsinformationen ab, hilft bei der Sortierung von Sendern, ermöglicht die Justierung der Lautstärke, erlaubt die Texteingabe und bietet zahlreiche weitere Funktionen.
Eine Besonderheit stellt die sogenannte „Wake On LAN" Funktion dar, mit der ein Metz TV aus dem Standby Modus aufgeweckt werden kann. Mit der MetzRemote App lassen sich sogar mehrere Metz Fernsehgeräte ansteuern.

Panasonic startet Vertriebsoffensive für den Bereich Weiße Ware

Michael List

Panasonic verstärkt im Bereich Weiße Ware die Präsenz im stationären Fachhandel. Unter der Führung von Michael List, Vertriebsleiter Unterhaltungselektronik und Weiße Ware, startet der Konzern für Unterhaltungs- und Haushaltselektronik eine deutschlandweite Vertriebsoffensive. Um die Händler noch besser direkt vor Ort betreuen zu können, wird das Außendienstteam auf insgesamt 18 Außendienstmitarbeiter in 2 Vertriebsregionen erweitert.
Als Verkaufsleiter für das Bundesgebiet Süd ist Thomas Brenner verantwortlich, der bereits seit zwei Jahren im Unternehmen tätig ist. Den Bereich Nord leitet der seit 14 Jahren für Panasonic tätige Matthias Meyer.
Zusätzlich wird das Produktportfolio im Bereich Waschen und Kühlen deutlich vergrößert. Im Bereich Kühlen wurde die Einstiegsserie BD-31EX1 mit einer Edelstahlfront deutlich aufgewertet. Die neuen Kühlschränke der hochwertigen E-Serie, die seit Juli auf dem Markt ist, bieten in minimalistischem Design innovative Features wie den VitaminSafe und und die BreathTec-Technologie für dauerhaft frisches Obst und Gemüse. Im Bereich Waschen hat Panasonic mit der Einführung der AutoCare-Modelle bereits gezeigt, wie einfach, zeitsparend und energieeffizient Wäschepflege sein kann. Die Ausstattung der Waschmaschinen der Einstiegsserie VB6 wurde auf der Grundlage von Anregung von Kunden und Händlern angepasst. In beiden Bereichen runden Exklusivmodelle für die einzelnen Kanäle das Sortiment ab.
„Durch den Vertriebsausbau können wir den Fachhandel jetzt noch professioneller und regelmäßiger betreuen und werden damit den Wünschen unserer Handelspartner gerecht", kommentierte Michael List. „Wir haben unseren Außendienst und gleichzeitig unser Produktportfolio deutlich verbessert. Durch die zusätzliche Erweiterung des Portfolios im Bereich Waschen und Kühlen haben wir jetzt auch Möglichkeiten, auf unsere Handelspartner zugeschnittene Modelle anzubieten."

Sky Deutschland und Astra bauen UHD-Kooperation aus

Sky Deutschland und Astra Deutschland bauen ihre Partnerschaft bei der Auslieferung von Ultra HD-Programmen aus: Der führende Pay-TV-Anbieter in Deutschland und Österreich hat sich dazu bei Astra Deutschland zusätzliche Satellitenübertragungskapazität auf der Orbitalposition 19,2 Ost gesichert.
Dr. Holger Enßlin, Chief Officer Legal, Regulatory & Distribution bei Sky Deutschland, kommentierte: „Ultra HD ist für Sky eine wichtige Innovation, denn wir wollen unseren Kunden immer das beste Fernseherlebnis bieten. Die Vereinbarung mit Astra gibt uns in puncto Kapazität und Satellitenübertragung Planungssicherheit, damit wir Ultra HD Schritt für Schritt weiter entwickeln und zur Marktreife führen können."
Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer Astra Deutschland: „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Sky jetzt den nächsten Schritt in Richtung Ultra HD gehen. Besser als über Astra wird man Ultra HD zukünftig wohl kaum vermarkten können: Im Gegensatz zu anderen Übertragungswegen können wir Ultra HD-Programme flächendeckend in bester Qualität in jeden Winkel in Deutschland und Österreich übertragen. Ultra HD über Astra ist einfach für jeden TV-Haushalt mit Satellitenempfang verfügbar – ohne Bandbreitenprobleme, unabhängig vom Wohnort."

Grundig baut Zusammenarbeit mit Google aus

Die bisherige Kooperation zwischen Google und Grundigs Mutterkonzern Arçelik im Bereich Tablets und PCs wird nun auch auf TV-Geräte ausgeweitet: Die Marke Grundig will künftig Googles Betriebssystem Android TV in allen Smart TV-Geräten der neuen Generation einsetzen. Die ersten Produkte sollen 2016 auf den Markt kommen. Grundig hatte in der Vergangenheit bereits YouTube in den TV-Geräten vorinstalliert.
Konsumenten können dann mit ihren Grundig Smart-TVs auf den Google Play Store zugreifen und ein großes Angebot von Inhalten wie Bilder und Spiele nutzen sowie Internet-Recherchen durchführen.
Murat Sahin, Regional Director Nordeuropa der Arçelik Gruppe sowie CEO und Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH, sieht Grundig durch die verstärkte Zusammenarbeit mit Google gut gerüstet: „Das Android-Betriebssystem hat sich zu einer Plattform entwickelt, die hinsichtlich Wachstum, Zugang und Innovation unübertroffen ist und schon heute in mehr als einer Milliarde Geräte weltweit aktiv eingesetzt wird."

Canon: Neuer Leiter Consumer Imaging Group

Guido Jacobs leitet ab sofort als Country Director die Consumer Imaging Group (CIG) bei Canon Deutschland. Jacobs verfügt über ein ausgezeichnetes Knowhow im Consumer Imaging, das er sich während seines erfolgreichen internationalen Werdegangs in verschiedenen Führungspositionen bei Canon erarbeitet hat.

Guido Jacobs

Von 1995 bis 2000 war er in der Krefelder Hauptverwaltung im Produktmarketing tätig und wechselte dann 2001 ins europäische Sales Management von Canon Europa. In Folge wirkte Guido Jacobs in verschiedenen Management Funktionen – zuletzt als Country Director CIG in UK. In gleicher Funktion gehört er nun im Team von Geschäftsführer Rainer Führes zur Führungsspitze von Canon Deutschland. Guido Jacobs löst Jürgen Schmitz ab, der nach langjähriger Tätigkeit bei Canon das Unternehmen verlassen hat.

Rommelsbacher eröffnet Erweiterungsbauten

Nach Baubeginn im März 2014 eröffnete der Elektro-Hausgerätehersteller Rommelsbacher im Juni 2015 offiziell seine neuen Erweiterungsbauten in Dinkelsbühl. Unter dem Motto „Rommelsbacher – Freude am Kochen" wurden eine neue Logistikhalle sowie ein zusätzlicher Verwaltungstrakt eröffnet. Damit hat sich Rommelsbacher am Standort Dinkelsbühl von 6.000 qm auf 11.000 qm vergrößert.
Auf der hinzugebauten Fläche befinden sich eine neue Lagerhalle und ein Produktionsbereich mit etwa 4.000 qm und rund 3.200 Palettenplätzen sowie vier neue Andockstellen für Lastkraftwagen.
Auch die Verwaltung freut sich über acht zusätzliche Büroräume auf insgesamt 600 qm.
Die attraktiven und hochwertigen Küchengeräte von Rommelsbacher finden jetzt im 200 qm großen Showroom ihren Platz. In Dinkelsbühl werden unter anderem der vielfach prämierte Design Tischgrill sowie hochwertige Kochtafeln und Warmhalteplatten entwickelt und produziert.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Die neuen Samsung JU6850 UHD TVs

Bildqualität führt seit Jahren die Liste der wichtigsten Kaufargumente für Fernseher an, stets dicht gefolgt vom Preis. Mit den neuen Modellen der Serie JU6850 befriedigt Samsung beide Bedürfnisse. Die mit den Samsung SUHD TVs eingeführte Nano-Crystal-Color-Technologie sorgt jetzt erstmals auch in der gehobenen Mittelklasse für sichtbar bessere Bilder.

Der JU6850 ist der erste Samsung TV der Serie 6 mit Nano-Crystal-Color-Technologie.

Mehrwert durch Nano Crystal Color

Nano Crystal Color

Die Nano-Crystal-Color-Technologie sorgt für sichtbar hellere Bilder und eine höhere Farbvielfalt.

30 Prozent mehr Helligkeit, feinere Farbabstufungen, höhere Brillanz und Farbintensität – diese Vorteile gegenüber anderen Fernsehern der Serie 6 sind deutlich erkennbar und machen das Verkaufen leicht. Diesen Mehrwert verdanken die JU6850-Modelle ihren großen Vorbildern aus der SUHD TV-Familie, mit denen Samsung die hochwertige Bildtechnologie Nano Crystal Color eingeführt hat. Bei den neuen Geräten basiert sie auf Spektrum-absorbierenden Zusammensetzungen.

Technik, die man sieht

Im direkten Vergleich zu Fernsehern ohne Nano Crystal Color ist der Vorteil dieser leistungsstarken Technologie deutlich erkennbar. Die um 30 Prozent höhere Helligkeit sorgt für einen stärkeren Kontrast und lebensnahe Bilder. Zudem hat die hohe Leuchtkraft den Vorteil, dass die Bildqualität auch in hellen Räumen erhalten bleibt – sowohl im Ladengeschäft als auch im Wohnzimmer bei Tageslicht. Durch die erhöhte Helligkeit erhält das Bild zudem einen stärkeren Kontrast. „Mit SUHD TV reizen wir derzeit die technischen Möglichkeiten in der Bilddarstellung aus und zeigen den Kunden eindrucksvoll, wie gut Fernsehen heute auf Premium-TVs aussehen kann", erklärt Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH. „Durch die Einführung von Nano Crystal Color in der Mittelklasse erweitern wir den Kundenkreis um ein Vielfaches und werten das Preissegment deutlich auf." Die Fernseher der JU6850-Serie sind mit einem flachen Display in 50 (127 cm), 55 (138 cm) oder 60 Zoll (152 cm) zu Preisen zwischen 1.549 und 2.699 Euro (UVP inkl. MwSt.) erhältlich. Sie sind derzeit die einzigen Samsung Fernseher mit Nano-Crystal-Color-Technologie, die nicht zum Premiumsegment der SUHD TVs gehören.

Qualität überzeugt Kunden

Schlagende, für den Kunden sofort verständliche Argumente erleichtern nicht nur die Beratung, sondern erhöhen auch die Kaufbereitschaft. Dehalb bieten die neuen Samsung Smart TVs der JU6850-Serie neben Nano Crystal Color noch mehr: z. B. die Bildschirmbeschichtung Ultra Clear Panel für besonders klare und brillante Bilder und natürlich die UHD-Auflösung mit zukunftssicherer Ausstattung. Hinzu kommt der intuitive Smart Hub mit Tizen Betriebssystem, der unter anderem Zugang zu allen populären Video-Streaming-Diensten wie Amazon Prime Instant Video, maxdome, Netflix und Watchever bietet. Wie fast alle aktuellen UHD-Fernseher von Samsung sind auch die Geräte der JU6850-Serie bereits für das im kommenden Jahr startende HD-Fernsehen via Antenne gerüstet (DVB-T2). All diese Vorzüge bedienen die gestiegenen Ansprüche der Kunden an Bildqualität, Vielseitigkeit und Komfort.

Der Samsung Smart Hub auf Basis von Tizen steht für Unterhaltung pur.

Mit fünf Argumenten zum Verkaufserfolg

- **Nano Crystal Color:** Dieses Ausstattungsmerkmal für sichtbar höhere Bildqualität ist sonst nur im Premiumsegment der SUHD TVs erhältlich. Höhere Helligkeit, besserer Kontrast, natürlichere Farben und erhöhte Farbbrillanz lassen sich am besten im direkten Vergleich zu anderen Geräten demonstrieren.
- **UHD mit UHD-Dimming und UHD-Upscaling:** Mehr Schärfe, mehr Details, mehr Erlebnis – UHD bietet die vierfache Anzahl von Bildpunkten gegenüber Full HD. Durch präzises Upscaling profitieren bereits aktuelle Inhalte von der neuen Auflösung. Für die kommenden UHD-Wiedergabe- und Übertragungsformate ist der Fernseher bereits vorbereitet und somit zukunftssicher.
- **Smart Hub mit Tizen Betriebssystem und Quad-Core-Power:** Schnelle, intuitive Bedienung und eine riesige Auswahl an Apps und Diensten. Der Samsung Smart Hub bietet Zugriff auf alle populären Streaming-Dienste (maxdome, Netflix, Amazon Prime Instant Video, Watchever u. a.) und somit eine große Auswahl an Premium-Unterhaltung.
- **Flexibler und zukunftssicherer TV-Empfang:** Der Fernseher empfängt digitale Fernsehprogramme via Satellit (DVB-S2), Kabel (DVB-C) und Antenne (DVB-T) und ist zusätzlich für die kommenden HD-Ausstrahlungen via DVB-T2 vorbereitet. Der Empfang des Astra UHD Testkanals per Satellit zeigt, dass der JU6850 auch für die UHD-TV-Übertragung gerüstet ist.
- **TV Sound Connect für noch besseren Klang:** Mit Samsung Soundbars (z. B. HW-J651 oder HW-J551) lässt sich der Fernseher ganz einfach und kabellos um beeindruckenden Heimkinoklang erweitern.

expert Umsatz erstmals über zwei Millarden Euro

Besser als der Markt

Die expert AG hat das Geschäftsjahr 2014/2015 (01.04.2014 bis 31.03.2015) mit einem Umsatzplus von 5,5 Prozent erfolgreich abgeschlossen. Der Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen (ohne MwSt.), der aus dem Einkauf der angeschlossenen Gesellschafter resultiert, übertraf mit 2,09 Mrd. Euro erstmals die Marke von zwei Milliarden Euro. Zu dem erfreulichen Ergebnis trugen trotz teilweise herausfordernder Marktbedingungen alle Warenbereiche bei, besonders gut entwickelte sich der Absatz im Segment Hausgeräte.

Das gestiegene Geschäftsvolumen braucht mehr Platz: Insgesamt 10 Mio. Euro hat expert in die Erweiterung der Zentrale investiert. Auf einer Baufläche von 4.760 qm entstand ein modernes Bürogebäude, das Raum für 170 Arbeitsplätze, 15 Besprechungs- und Meetingräume, einen topausgestatteten Schulungs- und Kongressbereich sowie eine Cafeteria bietet.

Trotz des weiterhin schwierigen Umfelds im Bereich Unterhaltungselektronik und Foto verzeichnete die expert AG im vergangenen Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 620,6 Mio. Euro ein Plus von 1,7 Prozent und schnitt damit deutlich besser ab als der rückläufige Gesamtmarkt. Dabei wirkte sich die Fußballweltmeisterschaft im Sommer 2014 positiv auf das TV-Geschäft aus, im Laufe des Gesamtjahres relativierte sich dieser Impuls allerdings. Im Segment Telekommunikation sorgte die ungebrochen starke Nachfrage nach Smartphones für eine Umsatzsteigerung von 17,8 Prozent, der Bereich Informationstechnologie profitierte vor allem von der Windows XP Abschaltung und legte um 3, 5 Prozent zu. Ein deutliches Wachstum von 7,8 Prozent auf 611,3 Mio. Euro unterstrich die wachsende Bedeutung des Bereichs Elektrohausgeräte,

Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG: „Wir haben uns in allen Sortimentsbereichen deutlich besser als der Markt entwickelt."

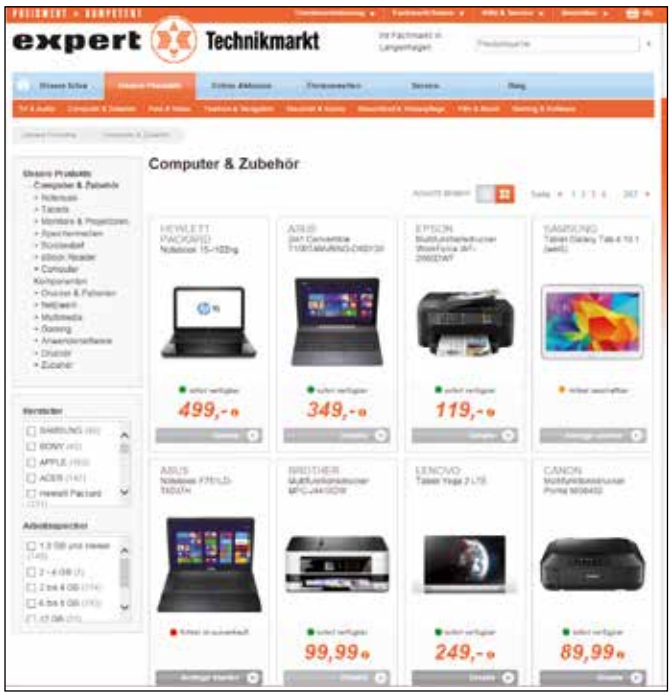
der mit diesem Ergebnis nur noch knapp hinter der umsatzstärksten Expert-Warengruppe Unterhaltungselektronik liegt. Wachstumstreiber waren hier wie bereits in den Jahren zuvor energieeffiziente Geräte. Im Bereich Entertainment hat expert das Produktfeld Merchandise neu erschlossen und ein Plus von 3,1 Prozent erzielt.

„Wir sind sehr zufrieden mit diesem Ergebnis", kommentierte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. „Wir haben die Marktchancen und -potenziale genutzt und uns in allen Sortimentsbereichen deutlich besser als der Markt entwickelt."

Profitiert hat die Verbundgruppe auch von den Konsolidierungseffekten des starken Wachstums im Geschäftsjahr 2013/2014. „Uns ist es gelungen, die Flächenproduktivität kontinuierlich zu steigern", betonte Müller. „Hier liegt auch weiterhin unser Fokus, und wir setzen alles daran, die Leistung auf der Fläche zu perfektionieren."

Höhere Gesamtausschüttung

Die positive Umsatzentwicklung spiegelt sich in der gesteigerten Gesamtausschüttung von 192,8 Mio. Euro (Vorjahr 184,0 Mio. Euro) für die expert Gesellschafter wider. Darüber hinaus wird den Aktionären auf der diesjährigen Hauptversammlung eine unveränderte Dividende von 235,50 Euro pro Aktie vorgeschlagen. Aktuell sind 215 expert Gesellschafter und Mitglieder mit 454 Standorten in Deutschland aktiv. Die Zahl der Fachmärkte mit mehr



Über 18.000 Artikel sind auf der expert Internet-Plattform online abrufbar.

als 800 qm Verkaufsfläche betrug im vergangenen Geschäftsjahr 269. Die Gesamtverkaufsfläche stieg um 6.000 qm auf 451 .000 qm.

Ein deutliches Umsatzplus von 19,7 Prozent verzeichneten die expert-eigenen Einzelhandels-Aktivitäten: Die Regiebetriebe erzielten an den 33 Standorten einen Umsatz in Höhe von 247,2 Mio. Euro.

Multichannel-Strategie funktioniert

Die Multichannel-Strategie der Verzahnung von Online-Plattformen und stationären Geschäften wurde im vergangenen Jahr weiterentwickelt und soll auch in diesem Jahr ausgebaut werden. Dabei liegt das Hauptaugenmerk darauf, die Produktkompetenz, die expert auszeichnet, sowohl im stationären Fachhandel als auch Online deutlich zu machen.

Bereits im letztjährigen Weihnachtsgeschäft wurde das Angebot auf der zentralen Homepage expert.de und den teilnehmenden Händler-Websites deutlich erweitert. Seitdem können die Kunden sich online über das vollständige Sortiment ihres lokalen expert Händlers informieren, Preise und Verfügbarkeiten abfragen und das Wunschgerät reservieren. Aktuell haben 283 expert Fachgeschäfte und Fachmärkte dieses Angebot auf ihren Websites integriert. Über 18.000 Artikel sind online abrufbar. In den letzten sechs Monaten verzeichnete expert über 120.000 Anfragen, und zwar etwa die Hälfte davon außerhalb der Geschäftszeiten. „Wir sind sehr zufrieden mit dieser Entwicklung, da deutlich mehr als die Hälfte der Anfragen zu Umsatz in unseren Fachgeschäften und Fachmärkten führt", erklärte Dr. Stefan Müller, Vorstand der expert AG. „Unser Ziel ist es, die vorhandenen Prozesse schrittweise anzupassen und weiterzuentwickeln."

Im nächsten Schritt können die Online-Kunden auf der Website ihres Fachgeschäfts oder Fachmarkts eine detaillierte Verfügbarkeitsanzeige erwarten, die in Echtzeit darstellt, ob das gewünschte Produkt abholbereit ist. Einen weiteren Schwerpunkt will expert auf den Ausbau der Cross-Selling Möglichkeiten setzen. So soll der Bedarf des Kunden individuell analysiert werden, um ihm bei seiner Suche auch Produkte vorschlagen zu können, die ähnliche Features bieten wie das gerade Gesuchte. In Themenwelten und Markenshops sollen noch mehr Informationen über die Produkte bereitgestellt werden. Diese Inhalte werden durch weitere Kanäle wie den expert Blog, den YouTube Channel und die Facebook Seite ergänzt.

Positiver Ausblick

Für das laufende Jahr sieht sich die expert Spitze gut gerüstet. „Mit unseren schlagkräftigen Sortiments- und Angebotskonzepten haben wir erneut bewiesen, dass wir ein sicheres Gespür für die Trends der Branche haben", erklärte Volker Müller. „Dies ist unerlässlich, denn die Geschwindigkeit und die Herausforderungen unserer Branche nehmen spürbar zu." Oberstes Ziel für das laufende Geschäftsjahr sei es, in Detailaufgaben besser zu werden, fügte Müller hinzu. Der Ausbau der expert Vertriebssysteme, die aus der Analyse des Mystery Shoppings resultierenden Qualifizierungsmaßnahmen und die konsequente Weiterentwicklung der Multichannel Strategie geben hier die Marschrichtung vor. „Wir rechnen damit, dass wir unseren Wachstumskurs fortsetzen werden und blicken optimistisch auf den Abschluss des laufenden Geschäftsjahres", betonte Müller.

Zufrieden mit dem vergangenen, zuversichtlich für das laufende Jahr: die expert Vorstände Dr. Stefan Müller, Volker Müller und Gerd-Christian Hesse.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neu bei Rollei: Mini-Stativ mit Ausleger-Klemme

Das neue Clampod Set von Rollei wurde speziell für DSLR-Kameras, Actioncams und Smartphones entwickelt und kann je nach Einsatzzweck um eine Schnellwechselplatte, einen Smartphone- sowie einen Tablet-Halter erweitert werden. Die Ausleger-Klemme bietet eine Zugkraft von bis zu 40 kg und lässt sich überall sicher befestigen.

Durch eine abnehmbare Basis kann der Clampod auch als Tischstativ genutzt werden. Eine Feststellschraube hilft bei der Feinarretierung der Klemme. Das Rollei Clampod Set ist ab sofort für 79,99 Euro (UVP) erhältlich.

Auch an Waveboards kann das Rollei Clampod Set dank Ausleger-Klemme sicher befestigt werden.

Noch mehr Variabilität bietet das zusätzlich angebotene Zubehör: Die Rollei Clampod Schnellwechselplatte mit 1/4-Zoll-Stativschraube erlaubt ein noch schnelleres und bequemeres Austauschen der Kameras auf dem Clampod Set. Sie ist ab sofort für 12,99 Euro (UVP) erhältlich. Der Rollei Clampod Smartphone Halter ist besonders für sportliche Aktivitäten geeignet, da er auch starken Erschütterungen standhält. Er ist ab sofort für 24,99 Euro (UVP) verfügbar. Der Rollei Clampod Tablet Halter befestigt Tablets mit einer Breite von bis zu 20 Zentimetern in einer stabilen Halterung und ist ab sofort für 29,99 Euro (UVP) verfügbar.

Sony bringt 4K Blu-ray Player

Der neue Blu-ray Player BDP-S6500 von Sony sorgt mit 4K-Upscaling und Super WiFi für die komfortable Übertragung von Inhalten auf 4K-Fernseher. An einen 3D-fähigen Fernseher angeschlossen, ermöglicht er auch die realistische Wiedergabe von 3D-Programmen. Zudem konvertiert er 2D-Videos auf Wunsch automatisch in 3D.

Der neue BDP-S6500 ist mit verschiedenen Technologien zur Bildverbesserung ausgestattet. „IP Content Noise Reduction Pro“ unterdrückt das Bildrauschen, während der „HD Reality Enhancer“ die Signale Pixel für Pixel analysiert und verbessert. „Pure Picture Control“ lässt die Bilder durch höhere Kontraste realistischer wirken, und „Super Bit Mapping“ erzeugt weiche Farbabstufungen.

Modernes Super WiFi ermöglicht schnelles, flüssiges Surfen und Streamen. Der Player verfügt über mehrere intelligent ausgerichtete Antennen und gewährleistet mit „MIMO-Technologie“ (Multiple Input Multiple Output) eine schnellere und vor allem zuverlässigere Signalübertragung für störungsfreies Streaming im ganzen Haus.

Dank des kraftvollen Dual-Core-Prozessors werden Webseiten zügig geladen, Filme und Online-Videos schnell übertragen und dynamisch wiedergegeben. Die Navigation durch das Menü ist ebenfalls schnell und flüssig. Der „Digital Music Enhancer“ verbindet drei Audiotechnologien von Sony für ausdrucksstarke Dialoge, Filme und Musik. DSEE (Digital Sound Enhancement Engine), „Dynamic Range Recovery“ und „Advanced Auto Volume“ stellen verlorengegangene Details komprimierter Audioquellen wieder her, erhöhen die Dynamik und verhindern störende Lautstärkeschwankungen. Der Sony BDP-S6500 ist ab sofort verfügbar; der UVP beträgt 149 Euro.

Yuneec stellt den Typhoon Q500 4K vor

Der neue Fotokopter Typhoon Q500 4K von Yuneec International nimmt unabhängig voneinander Videos in 4K und Fotos mit einer Auflösung von 12 Megapixel auf, ist schnell flugbereit und bietet bis zu 25 Minuten Flugzeit beim Filmen mit der neuen CGO3 4K Kamera. Das System wird mit dem ST10+ Fernsteuerungssystem mit 5.5 Zoll Android Touchscreen Display geliefert.

Das Kamerarsystem ist in einem 3-Achsen CGO3 Gimbal mit Anti-Vibrations-System untergebracht; die Aufnahmen werden auf der internen Speicherkarte gesichert und in Echtzeit auf das Display der ST10+ Fernsteuerung übertragen. Mit dem verbesserten 115 Grad Weitwinkel-Objektiv können auch die Zeitlupensequenzen in HD-Auflösung (1080p) mit 120 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden. Belichtung und Weißabgleich werden wahlweise automatisch oder manuell kontrolliert, ebenso die Lichtempfindlichkeit und die Verschlusszeit. Während des Filmes können Fotos geschossen und als RAW (DNG) oder JPEG abgelegt werden. Die Steuerung der Kamera kann auch über die CGO3 mobile App mit dem Smartphone erfolgen.

Der Typhoon Q500 4K bietet zahlreiche Funktionen, darunter Geo-Fencing, Speed Control, FollowMe, und WatchMe. Dazu kommen weitere Merkmale der Typhoon Produktfamilie wie Coming Home, Low-Battery Return und das Vermeiden von FAA NoFly Flugverbotszonen.

Das Typhoon Q500 4K Multikopter System ist ab sofort zum Preis von 1.419 Euro (UVP Standard Version/Alu-Case Version 1.499 Euro) erhältlich. Der Vertrieb für den Fotohandel erfolgt über die Münchener Consutecc GmbH.

NUR MIT HD+ GIBT'S MEHR ALS 50 HD-SENDER ÜBER SATELLIT.

Jetzt mit Geld-zurück-Garantie.

Scharfes Angebot für Ihre Kunden:
Mit dem HD+ Modul gibt es mehr als 50 Sender in brillantem HD. Und obendrauf die 30 Tage Geld-zurück-Garantie.

Nutzen Sie mit dieser Aktion die Chance auf noch mehr Umsätze. Verkaufen Sie zu jedem TV-Gerät auch gleich ein HD+ Modul.

Alle Infos unter
hd-plus.de/geldzurueck

HD +

Hisense mit IFA Neuheiten in allen Bereichen

Hisense will seinen IFA Auftritt in Halle 6.2 nutzen, um wichtige Neuheiten in allen Produktbereichen vorzustellen und sich gleichzeitig bei Fachhandel und Endkunden weiter als verlässlicher Partner zu etablieren. Auf diesem Weg ist der chinesische Weltkonzern in Deutschland in diesem Jahr bereits gut vorangekommen. Hisense hat sich personell kräftig verstärkt, die Vertriebsbasis erweitert und die Markenbekanntheit gesteigert.

Das neue UHD-TV Flaggschiff 65XT910 von Hisense ist mit der weiterentwickelten ULED 2.0 Technologie ausgestattet.

Volles Programm

Die wichtigste Voraussetzung für die Fortsetzung dieses erfolgreichen Kurses ist natürlich eine hochwertige Produktpalette. Hier wird Hisense nach zahlreichen Neuvorstellungen in diesem Jahr auf der IFA nochmals Akzente setzen.

Im TV-Segment steht auf der IFA mit dem 65 Zoll/165 cm großen UHD-Curved-TV 65XT910 ein neues Flaggschiff im Mittelpunkt. Für beeindruckende Bildqualität sorgt hier ULED 2.0, die Weiterentwicklung der auf der IFA 2014 vorgestellten ULED Display-Technologie für besonders kontrastreiche, flüssige und farbenprächtige Bilder. Durch den Einsatz der Quantum-Dot-Technologie wird bei ULED 2.0 der Farbraum nochmals vergrößert; Local Dimming mit einem speziellen Smart-Peaking-Verfahren sorgt für äußerst kontrastreiche HDR Darstellungen. Mit HDMI 2.0, HDCP 2.2 und HEVC-Unterstützung ist der neue Fernseher zukunftssicher ausgestattet, um 4K UHD Inhalte mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde wiederzugeben.

Das originelle Design des Portable Media Centers ist nicht nur schick, sondern dient auch der Musikwiedergabe.

Pfiffiger Multimedia-Player

Mit dem Portable Media Center wird Hisense auf der IFA ein pfiffiges Gerät vorstellen, das den Trend zum mobilen Entertainment aufnimmt und neben dem Musikgenuss auch das Internet-Surfen über WiFi, Videochats mit Hilfe der integrierten Frontkamera, die Nutzung von Android Apps aus dem Google Play Store und die Foto- und Videowiedergabe ermöglicht – letzteres sowohl über das eingebaute 7 Zoll/17,8 cm große berührungsempfindliche LCD-Display als auch via HDMI über externe Bildschirme ermöglicht. Das Android 4.4.4 Betriebssystem macht das Portable Media Center praktisch zu einem Tablet mit beeindruckender Musikleistung über die 2x5 Watt starken Stereolautsprecher. Über Bluetooth (4.0) können auch Inhalte von Smartphones, Tablets und anderen Geräten abgespielt werden. Auch das Zuspielen über Kabel, Online-Quellen (per WiFi) und aus dem internen 8 GB großen Speicher sowie von microSD-Karten ist möglich. Zur komfortablen Steuerung gibt es eine übersichtliche Fernbedienung. Das Gerät ist bereits jetzt für 249 Euro (UVP) erhältlich.

Neue Smartphones

Zu den IFA Neuheiten von Hisense werden auch vier neue Android-basierte Smartphones gehören. Das Modell G610M ist besonders kratz- und stoßfest sowie gegen Spritzwasser und Staub geschützt. Zur Ausstattung gehören ein 5 Zoll/12,7 cm großes IPS-Display mit 1.280 x 720 Pixeln, ein 1,2 GHz schneller Quad-Core-Prozessor und eine 8 MP Kamera.

Das LTE-fähige Multi-Band Smartphone Hisense H910 bietet mit seinem rasanten 64-bit Octa-Core-Prozessor, einem 5,5 Zoll/14 cm großen Full HD Display, einer 13 MP Rückkamera mit Sony CMOS Sensor sowie einer 8 MP Weitwinkel-Frontkamera echte Premium-Ausstattung. Für brillanten Sound bei allen Anwendungen ist es mit Audio-Technologie von NXP Semiconductors ausgestattet und wird bereits im August auf den Markt kommen.

Die beiden Dual Sim Smartphones L671 und L695 unterscheiden sich durch die Display-Diagonale von 5 bzw. 5,5 Zoll. Beide Modelle sind mit einem Octa-Core-Pro-

Hidden Stars presented by Hisense

Mit intelligenten Marketing-Maßnahmen ist es Hisense sowohl weltweit als auch in Deutschland gelungen, die Bekanntheit und die Sympathiewerte für die Marke deutlich zu steigern. So tritt das Unternehmen international im Sport als Sponsor der Australian Open und des Red Bull Formel 1 Teams auf. In Deutschland ist Hisense seit mehr als einem Jahr Premium-Partner des Bundesliga-Clubs FC Schalke 04 und zeigt starke Präsenz auf Werbeflächen in der Veltins Arena, die zudem mit TV-Geräten des Unternehmens ausgestattet wurde. Auch im Fan-Shop ist die Marke prominent vertreten.

Im Sommer dieses Jahres startete Hisense mit der Talentförderungsinitiative „Hidden Stars" ein besonders interessantes Konzept, das jungen, kreativen Menschen die Chance gibt, im Rampenlicht zu stehen. Gleichzeitig soll die Marke für Verbraucher in einem emotionsgeladenen Umfeld nachhaltig erlebbar werden.

Auf der Hidden Stars Auftaktveranstaltung in Düsseldorf präsentierten sich am 11. Juni vier junge Modelabels und der Fingerstyle-Gitarrist Tobias Rauscher.

Bei der Auftaktveranstaltung in Düsseldorf präsentierten vier junge Modelabels (Jestil, Kindergeld, Kina* und Zitat) ihre Kreationen. Zudem beeindruckte Fingerstyle-Gitarrist Tobias Rauscher mit seinen Kompositionen und seiner Virtuosität. In der Düsseldorfer Szene-Location Boui Boui Bilk führte Andre Lange, Commercial Director von Hisense Germany durch einen gelungenen Abend, der von zahlreichen Gästen besucht wurde, darunter Fachhändler sowie Blogger und Journalisten aus den Bereichen Mode, Lifestyle und Consumer Electronics.

Im Rahmen des Hidden Stars Programms können junge Talente die Chance nutzen, sich für eine Teilnahme an den Folgeveranstaltungen zu bewerben. Dabei sind nicht nur Designer und Musiker, sondern auch andere Künstler, Artisten und Kreative willkommen. Bewerbungen nimmt Hisense unter der Email-Adresse kontakt@hiddenstars.org entgegen. Weitere Informationen gibt es unter www.hiddenstars.org.

Der nächste Hidden Stars Event ist schon geplant: Er findet am 4. September, dem Publikumstag der IFA 2015, in Berlin statt.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Der Premium-Anspruch des neuen H910 Smartphones mit Octa-Core-Prozessor wird auch durch das edle Design deutlich.

zessor und einer 13 MP Kamera ausgestattet, erlauben die Nutzung zweier Sim Karten und unterstützen LTE-Datenverbindungen.

Multi-Door-Kühlgeräte

Mit der neuen MKGNF-440 Serie wird Hisense auf der IFA Kühl-/Gefrierkombinationen der Premium-Klasse vorstellen. Das Modell MKGNF 440 A+ GW setzt mit einer eleganten Oberfläche aus weißem Glas einen besonderen optischen Akzent. Der MKGNF-440 A+ EL bietet den populären Edelstahl-Look. Beide Geräte passen mit einer Breite von 79 cm problemlos durch Standardtüren, die Höhe entspricht der von üblichen Einbauküchen.
Das Twin-Cooling-System der MKGNF-440 Serie steuert Kühl- und Gefrierschrank separat, um die Temperatur und Luftfeuchtigkeit bestmöglich zu regulieren und gleichzeitig die Übertragung von Gerüchen zu verhindern. Im Kühlbereich können die Anwender Temperaturen zwischen 2°C und 8°C wählen, im Gefrierteil zwischen -15°C und -25°C. Dazu kommt mit dem flexiblen My-Fresh-Choice-Fach ein eigener Bereich mit separatem Luftstrom-System und elektronischer Temperatursteuerung, der individuelle Temperaturen zwischen -5°C und -18°C ermöglicht.
Die Kühl-/Gefrierkombinationen sind ab sofort zu Preisen von 1.399 Euro (UVP MKGNF 440 A+ GW) bzw. 1.299 Euro (UVP MKGNF 440 A+ EL) lieferbar.

Die neue Kühl-/Gefrierkombination MKGNF 440 A+ GW wirkt mit ihrer Oberfläche aus weißem Glas besonders elegant.

Smartes Türschloss Danalock Version 125

Schlüssellos smart

Wenn es um die Sicherheit der eigenen vier Wände geht, macht sich vollkommen zu Recht Skepsis breit. Das smarte Türschloss Danalock ist aber tatsächlich sicherer als eine einfach nur zugezogene Haustür. Zudem bietet das clevere Upgrade für die Eingangstür etliche Komfort-Funktionen, die sich hervorragend im Handel präsentieren lassen. Florian Weidhase hat sich das Produkt für PoS-MAIL angesehen.

Danalock sieht von außen wie ein ganz gewöhnliches Schloss aus, ersetzt den vorhandenen Schließzylinder und lässt sich auch klassisch mit einem der fünf mitgelieferten Schlüssel öffnen. Auf der Tür-Innenseite befindet sich ein motorisierter Knauf. Dieser wird mit einem Smartphone via Bluetooth gesteuert und kann die Tür bei Annäherung sogar ganz automatisch entriegeln. Selbstverständlich lässt sich eine mit Danalock ausgestattete Tür auch von innen manuell öffnen.

In weniger als 15 Minuten montiert

Wenn man noch nie einen Schließzylinder gewechselt hat, mag einen die Vorstellung, Danalock selbst einzubauen, zunächst abschrecken. Dabei muss man nur eine Schraube lösen, um den klassischen Zylinder zu entfernen. Der komplette Montageprozess stellt selbst handwerklich Unbegabte vor keine Herausforderung und ist in unter 15 Minuten erledigt – ganz ohne Bohren. Sollte das nicht reichen, die Kunden zu überzeugen, lässt sich der Vorgang anhand einer Mustertür hervorragend demonstrieren.

Smartphones mit Android- oder iOS-Betriebssystem können mit Danalock ausgestattete Türen öffnen. Alternativ lässt sich das Schloss von außen auch mit klassischen Schlüsseln und von innen manuell entriegeln.

Sesam öffne (und schließe) dich!

Mit der kostenlosen Danalock-App hat der Kunde die volle Kontrolle über das Schloss. In der neuen Version 125 justiert sich Danalock automatisch und ist im Handumdrehen einsatzbereit. Fortan lässt sich die Tür per Smartphone auf Knopfdruck oder bei Annäherung öffnen. Danalock lässt sich so einstellen, dass die Türfalle für eine gewisse Zeit offen gehalten wird. So reicht es, die Tür sanft aufzudrücken. Das ist praktisch, wenn man vollbepackt mit Einkaufstüten ins Haus will, ohne nach einem Schlüssel zu kramen. Beim Verlassen des Hauses oder der Wohnung ziehen die meisten Menschen ihre Tür aus Bequemlichkeit nur ins Schloss. Im Falle eines Einbruchs kann die Versicherung dem Geschädigten dann unter Umständen grobe Fahrlässigkeit vorwerfen. Nach jeder Türöffnung verriegelt Danalock deshalb die Tür mit dem Schließbolzen und sorgt so für mehr Sicherheit als eine nur zugezogene Haustür.

Auf Wunsch öffnet sich eine mit Danalock ausgerüstete Tür bei Annäherung automatisch, so dass man auch schwer bepackt einfach ins Haus kommt.

Ebenfalls neu ist in der aktuellen Danalock Version 125 ist die eingebaute Sensorik, die auch manuelle Türöffnungen protokolliert. Per App ist es sogar möglich, jemandem für einen begrenzten Zeitraum Zutritt zu gewähren. So kommt der Nachbar im Notfall ins Haus oder kann sich um Pflanzen und Haustiere kümmern, ohne dass man einen Schlüssel aus der Hand geben muss.

Danalock wird in Deutschland von der Soular GmbH vertrieben.

Demonstrieren und überzeugen

Wie bei allen Smart-Home-Produkten sollte der Fachhandel auch bei Danalock die oft vorhandene Skepsis beim Kunden abbauen und die Vorteile der intelligenten Technik erlebbar machen. Zu diesem Zweck stellt der deutsche Vertrieb Soular für den PoS kleine Tür-Muster zur Verfügung, an denen sich alle Funktionen ganz einfach demonstrieren lassen.
Danalock ist neben der reinen Bluetooth-Variante (UVP 229 Euro) auch zusätzlich mit Z-Wave erhältlich (UVP 249 Euro). Beide Modell-Varianten werden mit vier Schließzylindern in unterschiedlichen Größen sowie fünf klassischen Schlüsseln ausgeliefert. Auf der IFA findet man Danalock in der iZone in Halle 15.1, Stand 182.

Der Loewe Reference ist da

Flaggschiff aus Kronach

Mit dem Loewe Reference hat die deutsche Traditionsmarke ein neues Flaggschiff vorgestellt, das UHD-Diplay-Technologie, beeindruckenden Sound, feine Materialien, handwerkliche Verarbeitung und zeitloses Design zu einem Smart-TV der Extraklasse verbindet. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Das zunächst mit 55" Bildschirmdiagonale erhältliche Gerät wirkt nicht wie ein Stück Technik, sondern wie ein faszinierendes Möbelstück aus einem Guss.

Die neuen Loewe Reference Smart-TVs bieten Zugriff auf zahlreiche Angebote, darunter auch spezielle Apps, die Loewe gemeinsam mit Partnern anbietet.

Das Ultra-HD Display gibt Inhalte aus verschiedenen Quellen einschließlich USB, Heimnetzwerk oder Internet wieder und ist mit den Schnittstellen HDMI 2.0, HDCP 2.2 und HEVC zukunftssicher ausgestattet. Auch UHD-Inhalte von externen Zuspielern wie dem Bluray-Player Loewe BluTechVision 3D werden akzeptiert. Mit der Loewe Super Scaling-Technologie 3D werden auch niedriger aufgelöste Inhalte auf das UHD-Format hochgerechnet.

Die Ausstattung umfasst alles, was man von einem modernen Smart-TV erwarten kann – und einige Extras. So ist es möglich, ein Fernsehprogramm anszuchauen, gleichzeitig ein zweites im Bild-in-Bild-Modus zu verfolgen und ein drittes über den integrierten Festplattenrecorder (1 TB Speicherplatz) aufzunehmen. Das funktioniert mit der Loewe Mobile Recording Funktion der Loewe Smart Assist App (für Android und iOS) auch von unterwegs aus. Besonders komfortabel wird die Programmierung des integrierten Festplattenrecorders über den elektronischen Programmführer von Loewe, der sowohl im TV-Gerät als auch in der Loewe App integriert ist. Der Festplattenrecorder dient auch als Video-Server, auf den andere Loewe Geräte im Heimnetzwerk zugreifen können (DR+ Streaming) oder von dem aus zeitversetzt das aktuelle Programm nach einer Unterbrechung auch in einem anderen Raum weiter verfolgt werden kann (DR+ Follow-Me).

Mit der Funktion Loewe Smart tv2move kann das laufende Fernsehprogramm – oder auch ein anderes – mit nur einem Tastendruck auf das Tablet oder Smartphone übertragen und „mitgenommen" werden. So verpasst man keine Szene, auch wenn man den Raum verlassen muss. Umgekehrt schickt die Funktion Digital Media Renderer („Send to TV") Videos, Fotos oder Musik vom Tablet oder Smartphone auf den großen Bildschirm.

Beeindruckender Sound

Das nach vorne abstrahlende Stereotonkonzept mit 2 x 60 Watt Musikleistung des Loewe Reference basiert auf dem Bass-Reflex-Prinzip. Dabei erzeugt die intelligente Anordnung der Lautsprecher ein Klangerlebnis, das mit dem einer zusätzlichen Soundbar vergleichbar ist. Natürlich können auch zusätzliche Surround-Anlagen eingesetzt werden, denn der integrierte 5.1 AV-Mehrkanal-Decoder unterstützt Dolby Digital und DTS. Er erlaubt über die Digital-Audio-Link-Schnittstelle den direkten Anschluss eines Loewe Home-Cinema-Systems von 2.1 bis 5.1, bei dem das TV-Gerät die Funktion des Centerspeakers übernimmt. Die wechselbare Stoffbespannung der Lautsprecher sieht nicht nur gut aus, sonddern ist akustisch besonders durchlässig und sorgt für ein unverfälschtes Klangbild. Mit dem eingebauten Bluetooth Modul kann der Loewe Refernce auch als Abspieler für Musik dienen, die direkt vom Smartphone oder Tablet gestreamt wird – ganz gleich, ob es sich um MP3 Dateien oder Streaming-Dienste handelt.

Intuitive Bedienung

Da alle diese Funktionen ins Fernsehgerät integriert sind, ist das komplette System mit einer einzigen Fernbedienung zu steuern. Das neue Loewe Bediensystem Assist Media 2015 präsentiert sich dabei noch übersichtlicher. Es arbeitet konsequent mit grafischen Elementen und zeigt auch den Nutzungsverlauf an („Was wurde zuletzt gesehen"). Als echter Smart-TV bietet der neue Loewe Reference Zugriff auf zahlreiche Inhalte und Anwendungen aus dem Internet, den Mediatheken der Sender oder dem Heimnetzwerk. Das Loewe Smart TV Portal MediaNet erschließt zudem Programme von Video- und Audio-On-Demand-Diensten. Zudem sorgt Loewe selbst für Inhalte, mit denen die überragend Bild- und Tonwiedergabe des Reference sicht- und hörbar wird. So hat das Unternehmen zusammen mit den Lumas Galerien eine App entwickelt, die über 100 Kunstwerke in UHD-Qualität auf den Bildschirm – entweder als eindrucksvolles Standbild oder als Slideshow mit wechselnden Motiven. Die exklusiv für Loewe TVs entwickelte App kann ganz einfach über den Home-Screen Fernsehers aufgerufen werden.

Um perfekten Klang geht es bei der Digital Concert Hall App der Berliner Philharmoniker. Damit können die Nutzer sowohl Live-Konzerte erleben als auch Mitschnitte genießen. Für Loewe Kunden sind diese Inhalte für 30 Tage kostenlos.

Art und Connect auch in 48 Zoll

Loewe baut sein Angebot von UHD-TVs „Made in Germany" weiter aus und bietet die Produktlinien Art und Connect jetzt auch mit 48 Zoll Bildschirmdiagonale an. Damit werden die bisher verfügbaren Größen 40 Zoll und 55 Zoll um ein populäres Format ergänzt.

Die Loewe Connect Smart-TVs sind vor allem für Kunden gedacht, die multimediale Angebote aus Netzwerken nutzen wollen.

Das Design

Der Loewe Reference ist ein Home Entertainment System mit hoher Wertigkeit, das sich perfekt in individuelle Wohnlandschaften einfügt. Sein hochwertiger, umlaufender Aluminiumrahmen, die entspiegelte Kontrast-Filterscheibe sowie sorgfältig verarbeitete Oberflächen und Spaltmaße machen aus jedem Blickwinkel deutlich, dass es sich um ein Premiumprodukt „Made in Germany" handelt. Loewe bietet dazu eine verschiedene Aufstell-Lösungen vom eleganten, motorisch drehbaren Bodenstand oder dem edlen Tischfuß bis hin zu Rack-Systemen, in denen auch der Subwoofer oder Bluray-Player sinnvoll Platz finden.

Kick-Off im Fachhandel

Zur Einführung der neuen Loewe Reference TVs hat der Kronacher Hersteller im Juni 76 Veranstaltungen bei Fachhandelspartnern organisiert, zu denen bundesweit über 52.000 Kunden und Interessenten eingeladen waren. Die begleitende Werbe-Kampagne setzt mit Suchmaschinen-Werbung, Online-Banner, Facebook-Auftritten und Newslettern vor allem auf das Internet. Dazu kommen regionale Anzeigen-Kampagnen im Umfeld der teilnehmenden Händler.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

HD Plus mit Geld-zurück-Garantie

„Ein planbares Geschäft"

Für Kunden, die vom 1. August bis 30. September ein HD+ Modul kaufen und wider Erwarten damit unzufrieden sein sollten, bietet das Unternehmen eine Geld-zurück-Garantie. PoS-MAIL sprach mit HD Plus Vertriebsleiter Andreas Müller-Vondey über die Aktion und die daraus resultierenden Konsequenzen für den Fachhandel.

PoS-MAIL: *Herr Müller-Vondey, was hat es mit der Geld-zurück-Garantie von HD+ auf sich?*

Andreas Müller-Vondey: Wir schaffen ein hochattraktives Angebot – für Konsumenten und den Handel. Dank unterschiedlicher Studien wissen wir, dass zwei von drei Menschen, die HD+ getestet haben, nicht mehr auf diesen Service verzichten möchten. Und: Neun von zehn Kunden sind mit HD+ so zufrieden, dass sie HD+ ihren Freunden und Bekannten empfehlen würden. Wir wollen es dem Kunden aber noch einfacher machen und haben uns daher dazu entschlossen, eine Geld-zurück-Garantie anzubieten: Jeder Kunde, der sich im Handel oder im HD+ Webshop vom 1. August bis 30. September ein HD+ Modul kauft und wider Erwarten nicht zufrieden sein sollte, hat die Möglichkeit, das Modul innerhalb von 30 Tagen an HD+ zurückzuschicken. Kurz: Der Konsument hat kein Risiko. Und der Händler hat keinen Aufwand beim Handling, denn der Kunde sendet das Modul direkt an HD+ zurück.

PoS-MAIL: *Wie funktioniert die Geld-zurück-Garantie genau?*

Andreas Müller-Vondey: Der Prozess ist denkbar einfach: Sollte sich ein Konsument dazu entschließen, das HD+ Modul zurückgeben zu wollen, geht er einfach online unter www.hd-plus.de/geldzurueck und gibt dort seine Daten ein, unter anderem das Kaufdatum und den Retourengrund. So können wir prüfen, ob Modul und Karte wirklich im Aktionszeitraum erworben wurden. Im nächsten Schritt druckt der Kunde dann den Retouren-Schein aus und sendet das Modul auf eigene Kosten an die aufgedruckte Adresse. Nach Eingang des intakten Moduls samt Smart Card bei HD+ erstatten wir den vollen Kaufpreis zurück.

Andreas Müller-Vondey

PoS-MAIL: *Welche Vorteile ergeben sich für den Händler?*

Andreas Müller-Vondey: Nie zuvor war es so leicht, einen Satelliten-Kunden, der sich ohnehin für ein neues TV-Gerät interessiert, von einem HD+ Modul zu überzeugen. Denn selbst wenn der Kunde von der ‚Geld-zurück-Garantie' Gebrauch machen sollte, bleiben der Umsatz und sogar die Marge beim Händler. HD+ trägt die Kosten und übernimmt den Rückabwicklungsprozess. Und wenn der Händler seinen Kunden einmal von HD+ überzeugt hat, ist die Wahrscheinlichkeit, dass besagter Kunde HD+ nach der kostenlosen, sechsmonatigen Testphase verlängert, hoch. Für den Händler ist HD+ also ein planbares, weil regelmäßig wiederkehrendes Geschäft. Mit den EM-Qualifikationsspielen der deutschen Nationalelf, die anders als in den Vorjahren nicht mehr bei ARD und ZDF, sondern bei RTL HD in bester Bild- und Tonqualität zu sehen sind, steht gerade für fußballinteressierte Kunden schon ein erstes Highlight vor der Tür.

PoS-MAIL: *Wie können die Händler die Aktion am PoS bewerben?*

Andreas Müller-Vondey: Gerne stellen wir dem Fachhandel kostenloses PoS-Material, wie etwa Aufkleber für die Modulverpackung, Preisschildeinschübe und Aufsteller, zur Verfügung, damit die Händler ihre Kunden auf die Geld-zurück-Garantie aufmerksam machen. Alle Materialien können auf der Bestellseite https://www.sky-vision.de/geldzurueck geordert werden. Zusätzlich bewirbt RTL diese Aktion mit einem speziellen Spot. Die Besonderheit: Dieser Spot wird nur bei Satelliten-TV-Nutzern ausgestrahlt, so dass wir die Zielgruppe dezidiert ansprechen und auf die Vorteile von HDTV aufmerksam machen können.

PoS-Aktuell — Nachrichten

Garmin startet Handelsoffensive

Daniel Stadtmann

Garmin hat in einer Pressemitteilung bekannt gegeben, die strategische Partnerschaft mit dem Handel auszubauen. Ziel sei es, Wearables im Consumer-Electronics-Markt als Kategorie zu etablieren und insgesamt die Kundenbindung am PoS durch eine emotionale Ansprache zu erhöhen. Um den Handel noch effektiver unterstützen zu können, strukturiert sich Garmin intern sowie sein Außendienst-Team neu. Der neue Leiter des Marketings, Daniel Stadtmann, soll die Neuausrichtung vorantreiben.

Garmin wird künftig seine Verantwortlichkeiten neu ordnen und nicht mehr nach den einzelnen Produktkategorien PND / Mobile, Sport, Outdoor und Marine aufteilen. Die Bereiche Vertrieb und Marketing werden in Consumer Electronics und Fachhandel gegliedert, um künftig noch schneller auf die Bedürfnisse des jeweiligen Handelspartners und dessen Kunden reagieren zu können.

Vorangetrieben wird die Positionierung von Garmin durch Daniel Stadtmann, dem neuen Manager Marketing bei Garmin Deutschland. Seit Ende 2014 verantwortet Stadtmann die Fokussierung auf den Handel. Der Experte für Handelsmarketing ist bereits seit 2010 im Unternehmen, zuletzt in der Funktion als Senior Product Manager der EEMEA-Region bei Garmin International.

Damit sich der Handel besser auf die Wünsche seiner Kunden einstellen kann, bietet Garmin umfangreiches PoS-Material und veranstaltet Verkaufsschulungen. Über den PoS hinaus bietet eine Partnerschaft mit Garmin den Händlern eine gute Möglichkeit, das Segment Consumer Electronics in den Mittelpunkt zu stellen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Neue Gigaset Markenkampagne

Im Rahmen einer neuen Digital-Kampagne stellt Gigaset die Optionsvielfalt seines elements Smart Home-Systems heraus. Im Mittelpunkt der unterhaltsam aufbereiteten Episoden steht der Labrador Oskar, der das smarte Zuhause aus Sicht eines Hundes erlebt. So zeigt er z. B. anhand von Kurzfilmen, wie einfach es ist, die zahlreichen Funktionen auch von unterwegs aus zu nutzen. Das geschieht mit Kurzfilmen, die interaktiv auf www.gigaset-elements.com/de aufgerufen werden können.

Im Zentrum dieser Seite steht das elements Haus, auf das man verschiedene Bestandteile des Smart Home Systems ziehen kann. Dann öffnet sich der zum gewählten Modul passende Film. So weiß der Familienhund mit Hilfe der elements App und der entsprechenden Sensoren im Haus genau, wann Herrchen und Frauchen zuhause sein werden, lässt sich von der Hauskatze keine Streiche mehr gefallen und realisiert schnell die richtige Gelegenheit, um sich beim Nachbarshund für frühere Häme zu revanchieren.

Gigaset elements besteht aus der Basisstation sowie den frei kombinierbaren und beliebig erweiterbaren Elementen bzw. Sensoren elements camera, elements motion, elements door, elements window und elements siren.

Mit der kostenlosen elements App für Android und iOS gibt Gigaset elements auf viele alltägliche Fragen praxisnahe und direkte Antworten, z. B. ob die Kinder sicher zuhause sind, das Auto in der Garage steht oder wo die Hauskatze gerade ihr Nickerchen hält.

WLC wird ab der IFA zu WLC Enterprises

Kunst und Technik

Nach rund zwei Jahren Umstrukturierung schließt die WLC GmbH die Verwandlung von der reinen Technologie-Beratung zum Medienunternehmen jetzt ab. Ab der IFA soll durch den neuen Namen WLC Enterprises die Verlagerung des Tätigkeitsschwerpunkts vom Technologie-Consulting zur digitalen Medien-Produktion und -Vermarktung auch äußerlich deutlich werden. Als Mitglied der Futuretainment Media Group (kurz FMG) setzt WLC vor allem auf die Produktion von multimedialen Inhalten, das Lizenzgeschäft und die Schaffung von physischen sowie digitalen Medienprodukten und neuen Distributionsmodellen.

Das neue Logo soll die Verbindung von Kunst und Technik symbolisieren, auf der das Geschäftsmodell von WLC Enterprises basiert.

„Die Magie des 'story tellings', also des Geschichtenerzählens, gepaart mit der Nutzung modernster und hochqualitativer Technologien zur Erstellung einzigartiger Medien- und Unterhaltungsprodukte, sind der Motor, der WLC Enterprises immer wieder zu Bestleistungen im Bereich der Content- Produktion und des Video-Consultings antreibt", erklärte Marcel Gonska, Geschäftsführer und Gründer der WLC GmbH. „Die Verschmelzung von Kunst und Technik findet sich demnach auch im neuen WLC-Logo wieder. Wir sagen dazu: Technology meets Entertainment."

Starke Partner

Die Futuretainment Media Group (FMG) ist ein Zusammenschluss spezialisierter Medienunternehmen aus den Bereichen Content-Produktion, Post-Produktion, Distribution, Technologie-Consulting und Vermarktung. Mitglieder sind derzeit die Dienstleistungs- und Medienunternehmen arvato Entertainment Europe (Bertelsmann), Music-Delight Productions, TopVision, Future Digital Media, prinzmedia, msm-studios, Flow Works und WLC Enterprises. Sie haben es sich gemeinsam zur Aufgabe gemacht, durch Produkt-Konzeption, Produktion, Lizensierung sowie Vermarktung die Entwicklung der digitalen Medienindustrie international voranzutreiben und zu fördern. Durch ihr einzigartiges Netzwerk bietet die Futuretainment Media Group ihren Klienten eine umfassende Dienstleistungspalette an, z. B. 4K-/Ultra-HD-Programm-Produktionen, Content-Aufbereitung inklusive Filmabtastung und Archivierung, Multichannel-Discrete-High-Resolution-Audio-Recordings (bis 13.1 Surround), Content-Distribution-Lösungen und Lizensierung, DVD-/Blu-ray Disc-Replikation und ganzheitliche Medienkonzeptionierung inklusive Forschung & Entwicklung. Die Referenzliste von WLC und den FMG-Partnern liest sich wie ein Who's Who der CE-Branche und umfasst unter anderem Samsung, LG, Panasonic, TCL, Vestel, Toshiba, Hisense, Changhong, ELAC, KEF, Onkyo, die expert Gruppe, Media Saturn, Swisscom, SES, Astra Deutschland, Stewart Filmscreen, Da-Lite und Coby.

Inhalte in 4K, Ultra HD und Hires-Audio

Die Tätigkeitsschwerpunkte von WLC Enterprises liegen jetzt in den Bereichen Production Management & Coordination, Physical & Digital Media Licensing und Distribution sowie dem früheren Kerngeschäft Video Consulting & Product Optimization, das bereits seit Ende 2007 erfolgreich betrieben wird. Zahlreiche namhafte CE-Hersteller und Handelsunternehmen haben in den vergangenen Jahren die Expertise von WLC genutzt, um TV- und Videoprodukte zu verbessern und am PoS bestmöglich zu präsentieren.

Marcel Gonska, Geschäftsführer und Gründer von WLC.

Mit dem Schritt in das Mediengeschäft will WLC nun eine Brücke zwischen UE- und Entertainment-Branche bauen, um für Technologiehersteller exklusive Inhalte zu erstellen, die z. B. für Bundling-Geschäfte oder Content-Deals genutzt werden können. Zudem will das Unternehmen in enger Zusammenarbeit mit seinen FMG-Partnern hochwertige Unterhaltungsprogramme entwickeln, die über die klassischen, aber auch ganz neue Distributionswege bezogen werden können. Die Durchführung zusätzlicher Auftragsproduktionen in direkter Zusammenarbeit mit der FMG rundet das neue Portfolio von WLC Enterprises ab.

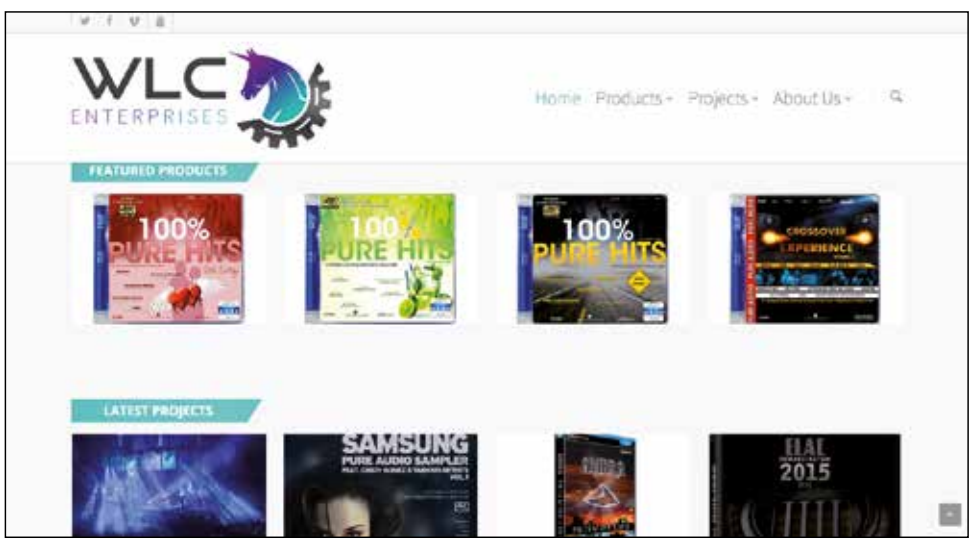
Die Dienstleistungspalette umfasst die Produktion und Produktionskoordination von Ultra-HD-TV- und 4K-Programmen, darunter auch Live-Übertragungen, die Durchführungen von High-Resolution-Audio-Musikaufnahmen inkl. Album- Produktionen sowie die Erstellung von Musikvideos, Demo-Material für Industrie und Handel sowie Unterhaltungsprogramme jeglicher Art in jedem gängigen Format und jedem Genre. Dazu kommt 360°-Marketing-Support im Bereich „Branded Entertainment" inkl. Product-Placement, Event-Planung und Sponsoring.

Zusammen mit seinen FMG-Partnern produziert WLC Enterprises Hi-Res-Audio- und Hi-Res-Video-Content für das B2B- und B2C-Segment (Tonträger inkl. Packaged-Media-Distribution, Digital Media inkl. Distributionsmodelle, etc.). Damit sollen auch dem CE-Handel erstklassige Inhalte zur Verfügung gestellt werden, um den Konsumenten die Vorteile neuer Standards wie 4K/UHD oder High-Res Audio/Dolby Atmos direkt im Geschäft demonstrieren zu können. Für die Umsetzung werden auch neuartige Ausbildungsmodelle für Produkttrainer, Vertriebsmitarbeiter, Händler und Fachverkäufer entwickelt.

Neue Website

Ab der IFA können sich Interessierte auf der neuen Webseite von WLC Enterprises, http://wlc.enterprises, anhand von Beispielvideos, Musik-Clips, Trailern, Fotos, u.v.m. über Produkte, Projekte und Dienstleistungen des Unternehmens sowie der FMG-Gruppe informieren. Darüber hinaus werden durch die Webseite regelmäßig die Gemeinschaftsprojekte vorgestellt, die WLC/FMG mit ihren Industrie-Partnern durchführen und von denen Handel und Hersteller ebenfalls profitieren können.

Auch aktuelle Informationen über die Standardisierungs-Aktivitäten in den Bereichen wie 4K/UHD, High-Res Audio, 3D-Sound, Virtual Reality (VR) etc. werden auf der neuen Online-Plattform veröffentlicht.



Auf der neuen Webseite http://wlc.enterprises gibt es ab der IFA u. a. ausführliche Informationen über die Medienprodukte, die von WLC Enterprises und den FMG-Partnerns erstellt werden.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

- **Wichtige Informationen für Ihre Messeplanung**
- **Hallenplan**
- **Ausstellerübersicht nach Rubrik**
- **Ausstellerübersicht alphabetisch**
- **Ausstellerübersicht nach Hallen**

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015

Wichtige Informationen für Ihre Messeplanung zur diesjährigen IFA in Berlin übersichtlich zusammengestellt:

Das Messegelände ist für die IFA-Besucher vom 4. bis 9. September 2015 täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Der Internationale Fachbesucher-Empfang am Eingang Süd, Halle 1.1/2.1 ist bereits zwei Stunden vor dem offiziellen Messebeginn ab 8.00 Uhr zugänglich. Abseits des täglichen Messetrubels finden Fachbesucher hier in angenehm ruhiger Atmosphäre einen Ort der Kommunikation und des Informationsaustausches. So können Sie Ihren Messetag mit Kaffee, Tee und frischen Croissants beginnen und den kostenfreien Internetzugang im Lounge-Bereich nutzen, um sich über die aktuellen Messe-Neuheiten und -Nachrichten zu informieren. Besuchen Sie dabei auch **www.pos-mail.de**, den täglichen Informationsdienst unserer Zeitschrift. Dort werden vor, während und nach der IFA laufend aktuelle Nachrichten zur Messe veröffentlicht.

Am Informationscounter des Fachbesucher-Empfangs helfen Ihnen Hostessen gerne mit ausführlichen Informationen und begleitenden Unterlagen für einen gut geplanten Messebesuch weiter. Kostenlose internationale und nationale Fachmagazine der Consumer Electronics Branche finden Sie am internationalen Fachpressestand.

Zweimal täglich bietet die IFA für Fachbesucher Führungen zu aktuellen Themen der Branche an. Dabei werden jeweils drei bis vier namhafte Markenhersteller besucht. Die Führungen dauern anderthalb Stunden und sind für Fachbesucher kostenlos. Treffpunkt für die Touren ist der Internationale Fachbesucher-Empfang.

Weitere Informationen zu Ihrem IFA-Besuch finden Sie auf **www.ifa-berlin.de.** Dort können Sie im Ticket-Shop auch Ihre Fachbesucher-Ausweise bestellen.

Ticketpreise für Fachbesucher:

Im Vorverkauf bis zum 4. September: Tageskarte **37 Euro,** 2-Tages-Ticket **53 Euro**

An der Tageskasse: Tageskarte **47 Euro**, 2-TagesTicket ermäßigt **69 Euro**

Achtung: IFA Tickets berechtigen nicht zur kostenlosen Nutzung der Berliner Nahverkehrsmittel wie Bus, U-Bahn oder S-Bahn.

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

Herzlich Willkommen zur IFA 2015!

Berlin ist vom 4. bis 9. September wieder im Blickpunkt der Branchen Consumer Electronics und Hausgeräte. Der Blick des nationalen und internationalen Handels und der Medien ist auf die IFA und die Innovationen der Aussteller gerichtet, denn von hier aus gehen wesentliche Impulse für die Märkte aus. Nicht zuletzt deswegen ist die IFA auch die bedeutendste Ordermesse mit einem Ordervolumen von zuletzt mehr als 4,25 Milliarden Euro.

Ultra-HD-Bildschirme mit noch eindrucksvolleren Farben und spektakulärem Kontrast, Heimkino-Sound in drei Dimensionen, innovative Software-Plattformen für smarte Vernetzung, Sensoren für Fitness und Gesundheit, 3D-Druck, Musik aus drahtlosen Netzwerken – sind 2015 die Trends der CE-Branche. Connectivity und Smart Home, Nachhaltigkeit, Energie-Effizienz und Ressourcenschonung, gesunde Speisenzubereitung, einfache Bedienbarkeit, Zeitersparnis und selbstverständlich exzellentes Design definieren die Trends bei den Haus- und Kleingeräten.

2014 setzte die IFA erstmals mit einem eigenen Kongressformat erfolgreich neue Zeichen. Unter dem Titel „IFA+ Summit – Next Level Of Thinking“ werden auch 2015 internationale Vordenker, Top-Executives und Entrepreneure für zwei Tage parallel zur IFA zusammenkommen.

Aber IFA heißt auch Unterhaltung: Ob im Sommergarten oder auf den Ständen der Aussteller – Sterneköche, Schauspieler, Sportler, Musiker und Prominente aus Medien und Politik können hautnah und live erlebt werden.

Nutzen Sie die vielseitigen Angebote, informieren Sie sich über neue Trends, lassen Sie sich von den Innovationen mitreißen und genießen Sie die einzigartige Vielfalt der IFA. Sehen, hören und fühlen Sie das weltweit einmalige Branchenerlebnis in Berlin.

Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu – Consumer & Home Elecronics GmbH, Veranstalter der IFA

Liebe Leserinnen und Leser,

Die IFA zeigt vom 4. bis 9. September, welche neuen Produkte und Innovationen im Handel über den Erfolg im künftigen Jahresendgeschäft entscheiden werden. Die ungebremste Innovationsdynamik wirkt sich auch weiterhin positiv auf die IFA aus, die für die digitale, vernetzte Welt die wichtigste und erfolgreichste Messe weltweit ist. Vernetzte Produktwelten von Consumer Electronics, Telekommunikation, IT, Home Appliances und Automotive werden marken- und herstellerübergreifend eindrucksvoll und nachhaltig präsentiert.

Hunderte von Produktpremieren im Umfeld von Smart Home und IT bieten einen aktuellen und umfassenden Überblick der Innovationsfähigkeit der Elektronikindustrie in nur sechs Tagen, an einem Ort. Damit hilft die IFA sowohl dem Experten als auch dem Konsumenten, sich in dieser immer komplexer werdenden, digitalen Welt zu orientieren. Spezielle Ausstellungsbereiche, wie die IFA iZone, das IFA TecWatch – als Launchpad internationaler Start-Up-Unternehmen, der Reseller Park – erstmals in Halle 25 als Treffpunkt für Distributoren und Einkäufer oder die Fitness & Activity Halle 7.2c zeigen dem IFA-Besucher zudem überraschend neuartige Einblicke.

Für diejenigen, die heute wissen möchten, was morgen in den Wohnzimmern steht, ist und bleibt der Besuch der IFA in Berlin ein Muss. Machen auch Sie sich auf den Weg nach Berlin, in die Hauptstadt der digitalen Welt vom 4. - 9. September.

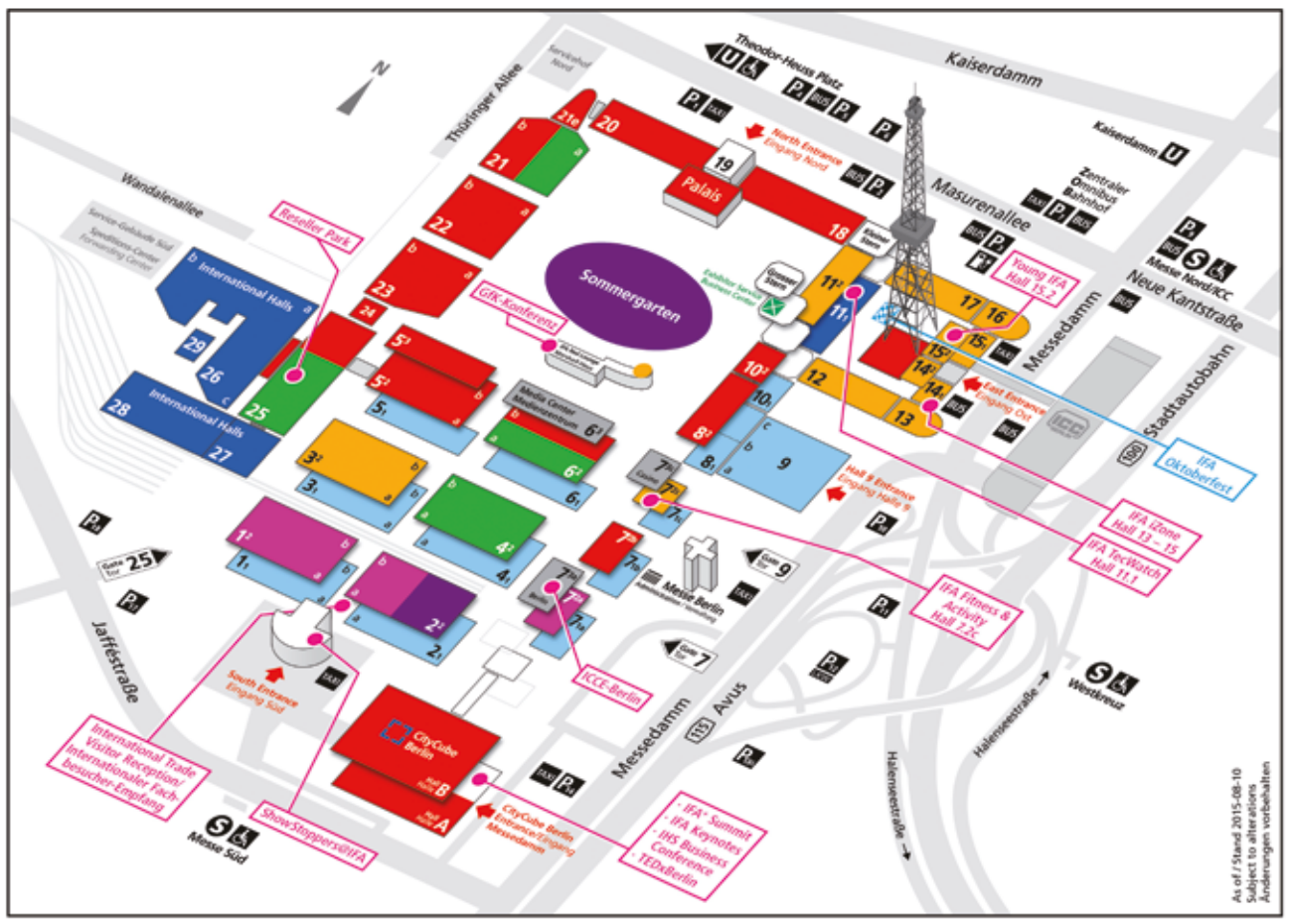
Ich freue mich auf Sie!

Dr. Christian Göke
Vorsitzender der Geschäftsführung, CEO, Messe Berlin GmbH

Berlin ExpoCenter City

Messe Berlin

IFA 2015



IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

IFA Home & Entertainment Electronics
Home Entertainment · Smart Home · Home Networks

IFA Audio Entertainment
HiFi · Loudspeakers · High Performance Audio

IFA Home Appliances
Large Household Appliances · Small Electric Domestic Appliances · Built-In Kitchen Units · Electric Domestic Heating Systems

IFA My Media
Imaging · Photo · Video · Music · Computing · Games · Storage · IFA iZone · IFA Fitness & Activity

IFA Public Media
TV-Stations · Radio · VoD · Music Portals · Professional Media

IFA Communication
Telecommunication · Cable · Mobiles · Navigation · Internet

IFA Technology & Components
Suppliers · International Halls · IFA TecWatch

IFA Retail Partners

Hall 3.1 – EK/servicegroup
Palais – ElectronicPartner
Hall 23 – EURONICS
Hall 1.2 – expert
Hall 3.2 – telering

Berlin, 04 – 09 September 2015

gfu Consumer & Home Electronics

Die Zukunftskonferenz

IFA+ Summit
NEXT LEVEL OF THINKING

Das 2014 erfolgreich gestartete internationale Kongressformat „IFA+Summit – Next Level Of Thinking" geht in diesem Jahr in seine zweite Ausgabe. Nachdem im letzten Jahr mehr als 30 internationale Vordenker, Top-Manager und Unternehmer Trends und Ideen der digitalen Zukunft diskutierten, stehen 2015 ebenfalls herausragende internationale Experten auf dem Programm.

Der „IFA+Summit" findet am 7. und 8. September 2015 parallel zur IFA im CityCube auf dem Messegelände in Berlin statt. Dann werden entlang der Themenbereiche Mobilität, Gesundheit, Big Data, Home, Design und New Entertainment innovative Ideen, Planungen und Visionen vorgestellt, analysiert und diskutiert.

Eine Auswahl der Themen und Referenten zeigt das breite Spektrum der hochkarätigen Veranstaltung:

Design: Fernseher, HiFi-Anlage, Smartphone, Kühlschrank und Kaffeevollautomat sind Lifestyle-Produkte. Design ist deshalb mehr als Produkt- und Technologieentwicklung – es ist eine Lebenseinstellung und nicht zuletzt oft kaufentscheidend. Referenten: Prof. Frans Vogelaar, Gründer des Hybrid Space Lab Amsterdam/Berlin; Prof. Natasha Vita-More, Professorin an der University of Advancing Technology.

Entertainment: Jeder kann heute Filme drehen, Musik komponieren und Nachrichten schreiben. Wer wird künftig welche Inhalte für wen produzieren? Und wer wird das beahlen? Referenten: Prof. Jonathan Taplin, amerikanischer Schriftsteller, Filmproduzent, Professor für Neue Medien und Direktor des Annenberg Innovation Lab, Los Angeles; Michael Kraus, Managing Director beim Musikstreaming-Dienst Deezer.

Home: Digital vernetzte Geräte werden komfortabler und effizienter. Waschmaschinen wissen, wann der Strom günstig ist, Heiz- und Lüftungssysteme kenne die Vorlieben ihrer Nutzer. Welchen Beitrag leisten sie zu Energieeffiziens und Ressourcenschonung? Referenten: Prof. Barlow, Professor für Technologie- und Innovationsmanagement (Healthcare) und Associate Director der Forschung und Bewertung für das „Imperial College Health Partners"; Prof. Fred Potter, CEO von Netatmo; Ratna Sita, Research Analyst bei Euromonitor International.

Big Data: Die Sammlung und Nutzung großer Datenmengen stehen weit oben auf der Agenda von Wissenschaft, Politik und Industrie. Was heißt „Big Data" wirklich? Wie wird Big Data die Gesellschaft und Wirtschaftsleben beeinflussen? Referenten: Ramon Reichert, österreichischer Kultur- und Medientheoretiker; Dr. Amy Gershkoff, Chief Data Officer für Zynga.

Gesundheit: Wie werden technische Innovationen Gesundheitsvorsorge und Krankenversorgung verändern? Lassen sich Prothesen an Gehirnsignale koppeln? Können Roboter die individuelle Krankenpflege übernehmen? Referenten: Max Little, Mathematiker; Dr. Müschenich, Medizinischer Vorstand in der Management-Holding des Vereins zur Errichtung evangelischer Krankenhäuser e. V. (VzE), Berlin; Dr. Thomas Huebner, Gründer von Preventicus, Jena; David Schärf, Gründer und Geschäftsführer von OneLife.me.

Mobility: Bevölkerungswachstum, Klimawandel, knapper Wohnraum und drohende Verkehrsinfarkte sind Herausforderungen für Konzepte wie „Smart Cities" und „City 2.0.". Referenten: Martin Börner, Deputy President, Samsung Electronics; Bandar Antabi, Vice President Special Projects, Jawbone.

Tickets für den IFA+Summit sind im Online-Ticket-Shop der IFA (www.ifa-berlin.de) für 599 Euro erhältlich.

Dirt Devil Rebel

Saugstark und energiesparend

Bereits die erste Dirt Devil Gerätegeneration seit Einführung des EU Energielabels hat mit hoher Leistungsstärke bei geringem Energieverbrauch Konsumenten und Testinstitute überzeugt. Die Dirt Devil Ingenieure haben die Technologie jetzt nochmals weiterentwickelt. Die Rebel Modelle der neuen Generation sind jetzt noch saugstärker und energiesparender. Ausgestattet mit den neuen Dirt Devil „Efficient Floorcare Technologies" (EFCT), erzielen alle Rebel Modelle ein „Triple A": Klasse A in der Energieeffizienz; Klasse A bei der Staubaufnahme auf Hartböden und Klasse A in der Filtration. Auch auf Teppichboden überzeugen die Dirt Devil Rebel Modelle mit einer starken Reinigungsleistung.

Dirt Devil

Halle 3.1
Stand 102

CityCube Berlin

IFA INTERNATIONAL KEYNOTES

Welche Technologie steht vor dem Durchbruch? Woran arbeiten die Großen der Branche? Welche Veränderungen bringt die allgemeine Digitalisierung mit sich? Das Programm gibt Einblicke in aktuelle und zukünftige Entwicklungen in allen relevanten Bereichen der IFA: Lifestyle, Telekommunikation & Infrastruktur, TV & Entertainment sowie Elektro-Hausgeräte.
LG Display-Chef Sang-Beom Han thematisiert, welche Display-Technologien nach 4K und gekrümmten Bildschirmen das digitale Leben weiter verändern werden. Nick Parker, Vize-Präsident von Microsoft Corporate und verantwortlich für Gerätepartnerschaften, wird unter dem Titel „Windows 10 Lights up New Devices" die Bandbreite von neuen Windows 10 Geräten einschließlich Tablets, 2-in-1, Premium Notebooks, Spielkonsolen und All-in-One-PCs aufzeigen.
Unter dem Motto „Smart Audio: Das Tor zu neuen Geschäftsbeziehungen steht offen" zeigt Dinesh Paliwal, President, Chairman und CEO von Harman, wie das neue Zeitalter der Vernetzung für die Audioindustrie neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnet und was Unternehmen tun müssen, um von diesem Trend profitieren zu können.

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

Neues Nespresso-System Pixie Clips von De'Longhi

Mit der Pixie Clips EN 126 bringt De'Longhi eine neue Nespresso-Kapselmaschine auf den Markt, die nicht nur wohlschmeckende Kaffee-Spezialitäten produziert, sondern auch mit ihrem individualisierbaren Design Akzente setzt. Denn zum Lieferumfang gehören austauschbare Seitenpaneele in 14 unterschiedlichen Farben und Strukturen.

Beim Kauf des Geräts gibt es 16 unterschiedliche Nespresso-Kapseln und zwei Sets verschiedenfarbiger Seitenpaneele in den Farben Weiß und Coral Neon mit dazu. Weitere zwölf Sets, darunter die Farben White, Carmine Red und Carbon, sind im Nespresso Club erhältlich. Ein einfaches Klicksystem macht den Austausch der Paneele leicht.
Mit dem System können sowohl kleine Tassen als auch große Latte Macchiato-Gläser gefüllt werden, denn die Tassenabstellfläche ist aufklappbar.

DeLonghi Better Everyday

Halle 1.1
Stand 202

TÄGLICH AKTUELLE IFA-NEWS:

www.pos-mail.de

Beurer präsentiert App-gesteuertes Tageslicht

Beurer wird auf der IFA eine weitere Innovation im Bereich der Licht-Therapie vorstellen. Die Tageslichtlampe TL 100 2-in-1 kann mit der neuen Beurer LightUp App auch vom Sofa aus bedient werden.
Die eingebaute LED-Technologie ermöglicht durch die platzsparenden Lichtdioden ein formschönes Design. Dunkle Bereiche werden von der Beleuchtungsfläche mit 33 cm Durchmesser besonders gleichmäßig ausgeleuchtet. Die Lichtstärke beträgt ca. 10.000 Lux – völlig flimmerfrei und frei von schädlicher UV-Strahlung. Mit dem eingebauten Dimmer kann zwischen zehn Helligkeitsstufen gewählt werden. Die praktische Dimmer-Memory-Funktion speichert hierbei die zuletzt eingestellte Stufe. Ebenfalls wählbar ist die Behandlungszeit, die in fünf Stufen von 15 bis 120 Minuten eingestellt werden kann.
Wird die TL 100 als Stimmungslicht verwendet, kann man auf die Farbwechselfunktion mit zehn vordefinierten Szenen zurückgreifen oder eine der 256 Farbnuancen fixieren.
Die Beurer TL 100 ist ab Dezember 2015 für 199,99 Euro (UVP) erhältlich.

beurer GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN

Halle 4.1
Stand 212

DIE AUSSTELLER

Home Appliances

Wäschepflegegeräte und Geschirrspüler

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bauknecht	9/101
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Indesit	9/101
LG Electronics Inc.	18
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sharp Home Appliance	9/108
Zanussi Hausgeräte	4.1/101

Kühl- und Gefriergeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bauknecht	9/101
Beko	5.1/101
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Indesit	9/101
LG Electronics Inc.	18
Liebherr-Hausgeräte GmbH	2.1/201
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sharp Home Appliance	9/108
Skyworth	6.2/201
Zanussi Hausgeräte	4.1/101

Koch- und Backgeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Bauknecht	9/101
Beko	5.1/101
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Braun	1.1/202
Caso Germany	4.1/206
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
De'Longhi	1.1/202
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Indesit	9/101
Kenwood	2.2/108
LG Electronics Inc.	18
Miele & Cie. KG	2.1/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sharp Home Appliance	9/108
Zanussi Hausgeräte	4.1/101

Küchengeräte/Mikrowellen/ Kaffeemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bauknecht	9/101
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	3.1/103
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
De'Longhi	1.1/202
DGH Großhandel	**6.2/104**
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Gastroback GmbH	6.1/107
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	6.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	2.1/202
Kenwood	2.2/108
Leifheit AG	6.1/105
Melitta Europa GmbH & Co. KG Geschäftsbereich Haushaltsprodukte	4.1/208
Miele & Cie. KG	2.1/101
Nivona Apparate GmbH	6.1/104
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sharp Home Appliance	9/108
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207
Unold AG	6.1/110
WMF consumer Electric GmbH	6.1/102
Zanussi Hausgeräte	4.1/101

Bodenpflegemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	4.1/213
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	3.1/103
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
De'Longhi	1.1/202
DGH Großhandel	**6.2/104**
Dyson GmbH	4.1/204
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
Royal Appliance International GmbH	3.1/102
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Robert Thomas, Metall- und Elektrow. GmbH & Co. KG	4.1/202/210

Bügelgeräte und -systeme

Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Braun	1.1/202
De'Longhi	1.1/202
DGH Großhandel	**6.2/104**
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Laurastar Deutschland GmbH	4.1/209
Leifheit AG	6.1/105
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/205
Unold AG	6.1/110

Geräte für Wellness und Personal Care

BaByliss Deutschland GmbH & Co. KG	7.1c/101
Beurer GmbH	4.1/204/212
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Medisana AG	6.1/116
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Petra Deutschland GmbH	9/106
Philips GmbH	22/101
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/205
Unold AG	6.1/110

Klimageräte/Lüftung

Beurer GmbH	4.1/204/212
Caso Germany	4.1/206
De'Longhi	1.1/202
DGH Großhandel	**6.2/104**
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Medisana AG	6.1/116
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Sharp Home Appliance	9/108
Skyworth	6.2/201
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207

Zubehör

Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/107
Sebo Stein & Co. GmbH	6.1/109

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

Home Entertainment

Smart Home

Deutsche Telekom AG	21/101
devolo AG	3.2/225
DGH Großhandel	**6.2/104**
Gigaset Communications GmbH	4.2/213
Microsoft Deutschland GmbH	25/110-18
netatmo	23/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
RWE Effizienz GmbH	6.2/108
Sengled GmbH	4.2/205
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Soular GmbH	15.1/182
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH	6.2/115
TechniSat Digital GmbH	2.2/102

TVs

Acer Europe SA	12/101
Axdia International GmbH	25/107
Changhong Electric Co., Ltd.	25/303
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
LG Electronics Inc.	18
Metz Consumer Electronics GmbH	6.2b/201
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sharp	6.2/203
Skyworth	6.2/201
TCL	21/102
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Telefunken SE	2.2/101
TP Vision	22/101
Toshiba Europe GmbH	12/106
Sony	20/101
soundmaster Woerlein GmbH	25/101
Vestel	8.2/101

Projektoren

Acer Europe SA	12/101
DGH Großhandel	**6.2/104**
Epson Deutschland GmbH	21/103
JVC	2.2/108
LG Electronics Inc.	18
Optoma Deutschland GmH	25/110-8
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sony	20/101
Toshiba Europe GmbH	12/106
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

DVD-/HDD-Blu-ray-Player/-Recorder

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Audiovox	1.2/205
Axdia International GmbH	25/107
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Kenwood	2.2/108
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
LG Electronics Inc.	18
Metz Consumer Electronics GmbH	6.2b/201
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sony	20/101
Toshiba Europe GmbH	12/106
soundmaster Woerlein GmbH	25/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

Mediacenter

DGH Großhandel	**6.2/104**
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
sonoro Audio GmbH	1.2/104
Sony	20/101

Receiver

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Axdia International GmbH	25/107
DGH Großhandel	**6.2/104**
G&BL	25/103
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

WLAN

Medion AG	11.2/105
Philips GmbH	22/101
Pure	1.2/120
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	1.2/202
sonoro Audio GmbH	1.2/104

Games

Artwizz GmbH	15.1/184
DGH Großhandel	**6.2/104**
Sony	20/101

Zubehör

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/205
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
pearl.tv/EnStyle GmbH	2.2/100
Philips GmbH	22/101
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
sonoro Audio GmbH	1.2/104
Sony	20/101
TechniSat Digital GmbH	2.2/102

Audio Entertainment

Audio

AKG	Funkturminnenhof/100
Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Audioblock GmbH	1.2/210
Audiovox	1.2/205
Consutecc GmbH	3.2/216
DGH Großhandel	**6.2/104**
Gibson Innovations	22/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
Intenso GmbH	17/105
JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Kenwood	2.2/108
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
LG Electronics Inc.	18
Logitech GmbH	3.2/206
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Medion AG	11.2/105
Microsoft Deutschland GmbH	25/110-18
Monster Europe Ltd.	1.2/108
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sonos Europe B.V.	1.2/214
Sony	20/101
soundmaster Woerlein GmbH	25/101
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

Lautsprecher

Audioblock GmbH	1.2/210
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	1.2/213
Consutecc GmbH	3.2/216
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
in-akustik GmbH & Co. KG	17/104
Infinity	Funkturminnenhof/100
JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Kenwood	2.2/108
LG Electronics Inc.	18
Logitech GmbH	3.2/206
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sonos Europe B.V.	1.2/214
Sony	20/101
Toshiba Europe GmbH	12/106
soundmaster Woerlein GmbH	25/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

CD/DVD

Audioblock GmbH	1.2/210
Gibson Innovations	22/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Kenwood	2.2/108
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
LG Electronics Inc.	18
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sony	20/101
soundmaster Woerlein GmbH	25/101

Car Entertainment

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Brother International GmbH	4.2/217
CTC Clatronic International GmbH	25/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Infinity	Funkturminnenhof/100
JBL	Funkturminnenhof/100
JVC	2.2/108
Kenwood	2.2/108
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
Sony	20/101

Zubehör

Ansmann AG	17/104
Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Audioblock GmbH	1.2/210
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/204
Camelion Batterien GmbH	17/114
DGH Großhandel	**6.2/104**
Gibson Innovations	22/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Heco Audio Produkte GmbH	1.2/205
in-akustik GmbH & Co. KG	17/104
JVC	2.2/108
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/205
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/120
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	1.2/202
Sony	20/101

PoS-MAIL
INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL
TÄGLICH FRISCHE NEWS:
www.pos-mail.de

Communication

Mobiltelefone/ Smartphones

Deutsche Telekom AG	21/101
DGH Großhandel	**6.2/104**
Doro	4.2/215
Gigaset Communications GmbH	4.2/213
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Hisense Germany GmbH	6.2/202
Huawei Technologies Deutschland GmbH	25/204
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice	4.2/215
LG Electronics Inc.	18
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Skyworth	6.2/201
Sony	20/101
Swissvoice	4.2/215
TechniSat Digital GmbH	2.2/102

Tablet Computer

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
DGH Großhandel	**6.2/104**
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Intenso GmbH	17/105
Lenovo (Deutschland) GmbH	11.2/105
Skyworth	6.2/201
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Toshiba Europe GmbH	12/106

Navigation

Becker	6.2/122
Deutsche Telekom AG	21/101
DGH Großhandel	**6.2/104**
Falk	6.2/122
Garmin Deutschland GmbH	6.2/103
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Kenwood	2.2/108
TomTom	6.2/EG/112
United Navigation GmbH	6.2/122

VoIP

Deutsche Telekom AG	21/101
DGH Großhandel	**6.2/104**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101

DECT

DeTeWe	4.2/215
Doro	4.2/215
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice	4.2/215
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
Sagemcom Germany GmbH	4.2/206
Swissvoice	4.2/215

Freisprechanlagen

DGH Großhandel	**6.2/104**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101

Distributor

Brodos AG	4.2/125
DGH Großhandel	**6.2/104**
ENO telecom GmbH	4.2/207
Herweck AG	4.2/204

Webcams

Axdia International GmbH	25/107
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Philips GmbH	22/101

Zubehör

Ansmann AG	17/104
AVM GmbH	17/107
Axdia International GmbH	25/107
Camelion Batterien GmbH	17/114
DeTeWe	4.2/215
DGH Großhandel	**6.2/104**
Doro	4.2/215
easypix GmbH	17/116
Gigaset Communications GmbH	4.2/213
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/105
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice	4.2/215
Logitech GmbH	3.2/206
Motorola	4.2/215
Philips GmbH	22/101
Pure	1.2/120
Telefunken SE	2.2/101
Thule	4.2/122

Kooperationen · Institutionen · Verbände

ElectronicPartner Handel SE	Palais
EURONICS Deutschland eG	23/102
EK/servicegroup eG	3.1/105
expert AG	1.2/113
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2b/206
InfoTip Service GmbH – PluralMedia	11.1/1

My Media

Kameras/Fotokopter Camcorder/Actioncams

Axdia International GmbH	25/107
Consutecc GmbH	3.2/216
DGH Großhandel	**6.2/104**
DJI	3.2/230
easypix GmbH	17/116
G&BL	25/103
GoPro GmbH	3.2/201
JVC	22/108
Nikon GmbH	3.2/202
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Polaroid	25/305
Rollei GmbH & Co. KG	17/117
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sigma (Deutschland) GmbH	3.2/215
Sony	20/101
Telefunken SE	2.2/101
Toshiba Europe GmbH	12/106
Yuneec	3.2/216

Speichermedien

DGH Großhandel	**6.2/104**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/105
LG Electronics Inc.	18
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
SanDisk GmbH	25/110-6
Sony	20/101
Toshiba Europe GmbH	12/106

MP3-Player

Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Axdia International GmbH	25/107
DGH Großhandel	**6.2/104**
Gibson Innovations	22/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/105
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
LG Electronics Inc.	18
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Medion AG	11.2/105
Pure	1.2/120
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sony	20/101

E-Bilderrahmen

Axdia International GmbH	25/107
DGH Großhandel	**6.2/104**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/105
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Polaroid	25/305
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101

Notebooks

DGH Großhandel	**6.2/104**
Haier Deutschland GmbH	**3.1/109**
Lenovo (Deutschland) GmbH	11.2/105
LG Electronics Inc.	18
Medion AG	11.2/105
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
Sony	20/101
Toshiba Europe GmbH	12/106

Monitore

Audiovox	1.2/205
DGH Großhandel	**6.2/104**
LG Electronics Inc.	18
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101

Drucker

DGH Großhandel	**6.2/104**
Epson Deutschland GmbH	21/103
Polaroid	25/305
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101

Digitale Diktiergeräte

Philips GmbH	22/101
Sony	20/101

Bilddienstleistung

Cewe Stiftung und Co. KGaA	3.2/217
DGH Großhandel	**6.2/104**

Zubehör

Ansmann AG	17/104
Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/204
Camelion Batterien GmbH	17/114
Cewe Stiftung und Co. KGaA	3.2/217
devolo AG	3.2/225
DGH Großhandel	**6.2/104**
Dicota GmbH	17/102
easypix GmbH	17/116
G&BL	25/103
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Logitech GmbH	3.2/206
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/205
Panasonic Marketing Europe GmbH	**5.2/101**
Philips GmbH	22/101
Rollei GmbH & Co. KG	17/117
Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/107
Sigma (Deutschland) GmbH	3.2/215
S+M Rehberg GmbH	25/110-15a
Sony	20/101
Thule	4.2/122

PoS-MAIL
INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL
TÄGLICH FRISCHE NEWS:
www.pos-mail.de

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

Die wichtigsten Aussteller von A–Z

A/B

Acer Europe SA	12/101
AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Ansmann AG	17/104
Archos Deutschland GmbH	4.2/121 17/102
Artwizz GmbH	15.1/184
Audioblock GmbH	1.2/210
Audiovox	1.2/205
AVM GmbH	17/107
Axdia International GmbH	25/107
BaByliss Deutschland GmbH & Co. KG	7.1c/101
Bauknecht	9/101
Becker	6.2/122
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	3.1/103
Beko	5.1/101
Beurer GmbH	4.1/204/212
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/204
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Braun	**1.1/202**
Brodos AG	4.2/125
Brother International GmbH	4.2/217

C/D

Camelion Batterien GmbH	17/114
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	1.2/213
Caso Germany	4.1/206
Cewe Stiftung und Co. KGaA	3.2/217
Changhong Electric Co., Ltd.	25/303
Consutecc GmbH	3.2/216
CTC Clatronic International GmbH	25/102
De'Longhi	**1.1/202**
Braun	**1.1/202**
Kennwood	**1.1/202**
DeTeWe	4.2/215
Deutsche Telekom AG	21/101
devolo AG	3.2/225
DGH Großhandel	**6.2/104**
Dicota GmbH	17/102
Dirt Devil	3.1/102
DJI	3.2/230
Doro	4.2/215
Dyson GmbH	4.1/204

E/F

easypix GmbH	17/116
EK/servicegroup eG	3.1/105
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
ElectronicPartner Handel SE Mündelheimer Weg 40 40472 Düsseldorf Tel: 0211/4156-0 www.electronicpartner.com	Palais 100
ENO telecom GmbH	4.2/207
Epson Deutschland GmbH Otto-Hahn-Str. 4 • 40670 Meerbusch Tel: 02159/538-0 Fax: 02159/538-3000 www.epson.de	21/103
EURONICS Deutschland eG	23/102
expert AG	1.2/113
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Falk	6.2/122

G/H

Garmin Deutschland GmbH	6.2/103
Gastroback GmbH	6.1/107
G&BL	25/103
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	6.1/101
Gigaset Communications GmbH	4.2/213
GoPro GmbH	3.2/201
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23/101
Haier Deutschland GmbH Hewlett-Packard-Str. 4 61352 Bad Homburg Tel: 06172/9454-0 Fax: 06172/9454-499 www.haier.de	**3.1/109**
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	Funkturminnenhof/100
Heco Audio Produkte GmbH	1.2/205
Herweck AG	4.2/204
Hisense Germany GmbH	6.2/202
Huawei Technologies Deutschland GmbH	25/204

I/J/K/L

in-akustik GmbH & Co. KG	17/104
Indesit	9/101
InfoTip Service GmbH – PluralMedia	11.1/1
Intenso GmbH	17/105
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice	4.2/215
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	2.1/202
JVC	2.2/108
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	4.1/213
Kenwood	2.2/108
Kenwood	**1.1/202**
Laurastar Deutschland GmbH	4.1/209
Leifheit AG	6.1/105
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/203
Lenovo (Deutschland) GmbH	11.2/105
LG Electronics Inc.	18
Liebherr-Hausgeräte GmbH	2.1/201
Logitech GmbH	3.2/206

M/N

Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/205
Medion AG	11.2/105
Medisana AG	6.1/116
Melitta Europa GmbH & Co. KG Geschäftsbereich Haushaltspr.	4.1/208
Metz Consumer Electronics GmbH	6.2b/201
Microsoft Deutschland GmbH	25/110-18
Miele & Cie. KG	2.1/101
Monster Europe Ltd.	1.2/108
Motorola	4.2/215
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
netatmo	23/102
Nikon GmbH	3.2/202
Nivona Apparate GmbH	6.1/104

O/P

Oehlbach Kabel GmbH	1.2/205
Onkyo Europe GmbH	1.2/203
Optoma Deutschland GmH	25/110-8
Panasonic Marketing Europe GmbH Winsbergring 15 • 22525 Hamburg Tel: 040/8549-0 Fax: 040/8549-500 www.panasonic.de	**5.2/101**
Petra Deutschland GmbH	9/106
pearl.tv/EnStyle GmbH	2.2/100
Philips GmbH Lübeckertordamm 5 • 20099 Hamburg Tel: 040/2899-2118 www.philips.de	**22/101**
Gibson Innovations Germany GmbH Banksstr. 4 • 20097 Hamburg http://www.gibsoninnovations.com	**22/101**
TP Vision Steindamm 96 • 20099 Hamburg Tel: 040-751198-0 • www.tpvision.de	**22/101**
Pioneer Electronic Deutschland GmbH	1.2/201
Polaroid	25/305
Pure	1.2/120

R/S

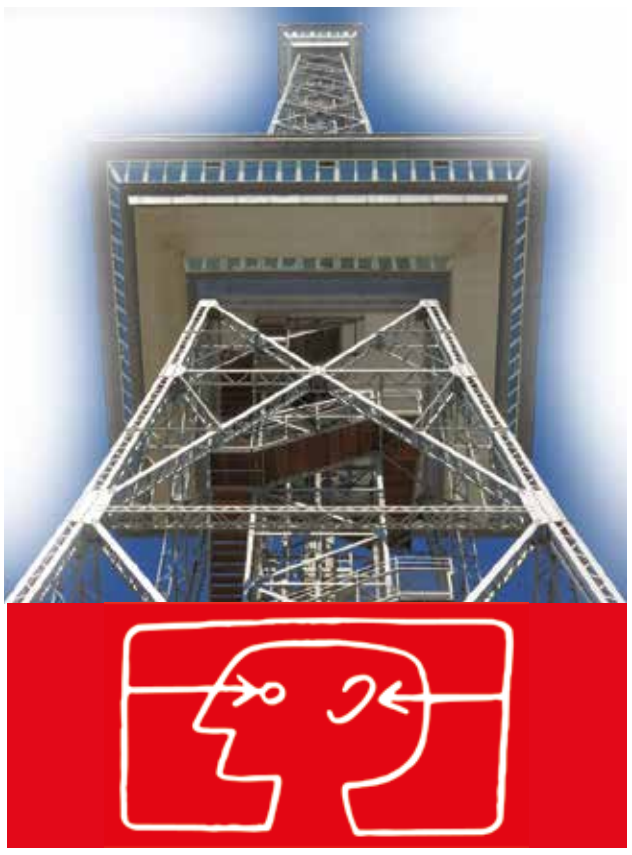
Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/107
Rollei GmbH & Co. KG	17/117
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
Royal Appliance International GmbH	3.1/102
RWE Effizienz GmbH	6.2/108
Sagemcom Germany GmbH	4.2/206
Samsung Electronics GmbH	CityCube Halle A/101
SanDisk GmbH	25/110-6
Sebo Stein & Co. GmbH	6.1/109
Sengled	4.2/205
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	1.2/202
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/205
Sharp	6.2/203
Sharp Home Appliance	9/108
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Sigma (Deutschland) GmbH	3.2/215
Skyworth	6.2/201
S+M Rehberg GmbH	25/110-15a
sonoro audio GmbH	1.2/104
Sonos Europe B.V.	1.2/214
Sony	20/101
Soular GmbH	15.1/182
soundmaster Woerlein GmbH	25/101
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH	6.2/115
Swissvoice	4.2/215

T

TCL	21/102
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Telefunken SE	2.2/101
telering Marketing GmbH & Co. KG Erthalstr. 1 • 55118 Mainz Tel: 06131/2888-112 FaxL 06131/2888-185 www.telering.de	3.2b/206
Robert Thomas, Metall- und Elektrow. GmbH & Co. KG	4.1/202/210
Thule	4.2/122
TomTom Adalperostr. 82 85737 Ismaning www.tomtom.com	6.2/EG/112
Toshiba Europe GmbH	12/106

U/V/W/Z

United Navigation GmbH	6.2/122
Unold AG	6.1/110
Vax	3.1/102
Vestel	8.2/101
WMF consumer Electric GmbH Messerschmittstr. 4 89343 Jettingen-Scheppach Tel: 08225/3080-0 Fax: 08225/3080-110 www.wmf-ce.de	6.1/102
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101
Yuneec	3.2/216
Zanussi Hausgeräte	4.1/101



QR-Codes

DGH Großhandel

Haier Deutschland GmbH

PoS-MAIL

PoS-MAIL
INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL
TÄGLICH FRISCHE NEWS:
www.pos-mail.de

PoS-MAIL IFA GUIDE 2015

Die wichtigsten Aussteller nach Hallen

Halle 1

Audioblock GmbH	2/210
Audiovox	2/205
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	2/204
Braun	1/202
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	2/213
De'Longhi	1/202
expert AG	2/113
Gorenje Vertriebs GmbH	1/201
Heco Audio Produkte GmbH	2/205
Magnat Audio Produkte GmbH	2/205
Monster Europe Ltd.	2/108
Oehlbach Kabel GmbH	2/205
Onkyo Europe GmbH	2/203
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	2/201
Pure	2/120
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1/101
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	2/202
Sonos Europe B.V.	2/214
sonoro audio GmbH	2/104
Yamaha Music Europe GmbH	2/101

Halle 2

JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	1/202
JVC	2/108
Kenwood	2/108
Liebherr-Hausgeräte GmbH	1/201
Miele & Cie. KG	
Muse Deutschland GmbH	2/110
pearl.tv/EnStyle GmbH	2/100
TechniSat Digital GmbH	2/102
Telefunken SE	2/101

Halle 3

Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	1/103
Robert Bosch Hausgeräte GmbH	1/101
Cewe Stiftung und Co. KGaA	2/217
Consutecc GmbH	2/216
devolo AG	2/225
DJI	2/230
EK/servicegroup eG	1/105
GoPro GmbH	2/201
Haier Deutschland GmbH	**1/109**
Logitech GmbH	2/206
Nikon GmbH	2/202
Royal Appliance International GmbH (Dirt Devil, Vax)	1/102
Sigma (Deutschland) GmbH	2/215
telering Marketing GmbH & Co. KG	2b/206
Yuneec	2/216
Zanussi	1/101

Halle 4

AEG Hausgeräte	1/101
Archos Deutschland GmbH	2b/121
Beurer GmbH	1/204/212
Brodos AG	2/125
Brother International GmbH	2/217
Caso Germany	1/206
Dyson GmbH	1/204
Electrolux Hausgeräte GmbH	1/101
ENO telecom GmbH	2/207
Gigaset Communications GmbH	2/213
Herweck AG	2/204
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice	2/215
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	1/213
Laurastar Deutschland GmbH	1/209
Melitta Europa GmbH & Co. KG Geschäftsbereich Haushaltsprodukte	1/208
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	1/203
Sagemcom Germany GmbH	2/206
Sengled	2/205
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	1/205
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	1/207
Robert Thomas, Metall- und Elektrow. GmbH & Co. KG	1/202/210
Thule	2/122
Zanussi Hausgeräte	1/101

Halle 5

Panasonic Marketing Europe GmbH	**2/101**
Beko	1/101

Halle 6

Becker	2/122
DGH Großhandel	**2/104**
Fakir-Hausgeräte GmbH	1/103
Falk	2/122
Garmin Deutschland GmbH	2/103
Gastroback GmbH	1/107
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	1/101
Hisense Germany GmbH	2/202
Leifheit AG	1/105
Medisana AG	1/116
Metz Consumer Electronics GmbH	2b/201
Nivona Apparate GmbH	1/104
RWE Effizienz GmbH	2/108
Sebo Stein & Co. GmbH	1/109
Sharp	2/203
Skyworth	2/201
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH	2/115
TomTom	2/EG/112
United Navigation GmbH	2/122
Unold AG	1/110
WMF consumer Electric GmbH	1/102

Halle 7

Amica International GmbH	1b/101
BaByliss Deutschland GmbH & Co. KG	1c/101

Halle 8

Vestel	2/101

Halle 9

Bauknecht	101
Indesit	101
Petra Deutschland GmbH	106
Sharp Home Appliance	108

Halle 10

Hama GmbH & Co KG	2/101
Riensch & Held GmbH & Co. KG	1/107

Halle 11

InfoTip Service GmbH – PluralMedia	1/1
Lenovo (Deutschland) GmbH	2/105
Medion AG	2/105

Halle 12

Acer Europe SA	101
Toshiba Europe GmbH	106

Halle 15

Artwizz GmbH	1/184
Soular GmbH	1/182
Zanussi Hausgeräte	1/198

Halle 17

Archos Deutschland GmbH	102
Ansmann AG	
AVM GmbH	107
Camelion Batterien GmbH	114
easypix GmbH	116
Dicota GmbH	102
Intenso GmbH	105
in-akustik GmbH & Co. KG	104
Rollei GmbH & Co. KG	117

Halle 18

LG Electronics Inc.	

Halle 20

Sony	101

Halle 21

Deutsche Telekom AG	101
Epson Deutschland GmbH	103
TCL	102

Halle 22

Philips GmbH	101
TP Vision	101
Gibson Innovations	101

Halle 23

EURONICS Deutschland eG	102
Grundig Intermedia GmbH	101

Halle 25

Axdia International GmbH	107
Changhong Electric Co., Ltd.	303
CTC Clatronic International GmbH	102
G&BL	103
Huawei Technologies Deutschland GmbH	204
Lenco-STL Deutschland GmbH	203
Microsoft Deutschland GmbH	110-18
Optoma Deutschland GmH	110-8
Polaroid	25/305
SanDisk GmbH	110-6
S+M Rehberg GmbH	110-15a
soundmaster Woerlein GmbH	101

CityCube

Samsung Electronics GmbH	A/101

Funkturminnenhof

Harman: AKG, Harman Kardon,Infinity, JBL	100

Palais

ElectronicPartner Handel SE	100

LG Life's Good

IFA Opening Keynote

"How display technologies will change oure lives"

Sang-Beom Han, LG Display CEO

4. September 2015 • 10.30 – 11 Uhr CityCube

TÄGLICH FRISCHE NEWS:

www.pos-mail.de

Kooperation zwischen TechniSat und HD+

Von HD zu UHD

TechniSat und HD+ haben im Rahmen des IFA Innovation Media Briefings in Berlin eine Zusammenarbeit bei der Entwicklung von TV-Geräten bekannt gegeben: Die beiden Unternehmen wollen den Zugang von Satelliten-TV-Haushalten zu hochaufgelösten und ultra-hochaufgelösten, linearen TV-Angeboten so einfach wie möglich gestalten und arbeiten deshalb daran, HD+ direkt in die TV-Geräte zu integrieren.

Auf der IFA wird TechniSat mit dem TechniMedia UHD+ einen Smart-TV vorstellen, der das komplette HD+ Angebot bietet.

Bereits auf der IFA soll das erste Produkt der Zusammenarbeit der Öffentlichkeit präsentiert werden. Der UHD Smart-TV TechniMedia UHD+ bietet das komplette HD+ Erlebnis in einem hochmodernen UHD TV-Gerät. Der TechniMedia UHD+ wird in den drei Größen 43 Zoll (109 cm), 49 Zoll (123 cm) und 55 Zoll (140 cm) sowie in zwei Farbvarianten (Silber und Schwarz) erhältlich sein. Neben ultrascharfer UHD-Bildqualität sowie dem integrierten HD+ Entschlüsselungssystem hat das Gerät eine umfangreiche Premium-Ausstattung. Die multimediale Einbindung ins Heimnetzwerk und die Steuerung per App sind ebenfalls gegeben.

Planmäßig im September wird HD+ einen eigenen UHD Demo Kanal anbieten, damit wird UHD im linearen TV erlebbar. „Unterhaltungselektronik muss einfach und intuitiv zu bedienen sein und höchsten Ansprüchen genügen. Genau dafür steht der Grundgedanke unserer Kooperation mit TechniSat. Ein Angebot, in dem HD+ bereits im eigenen Fernsehgerät eingebaut ist, erleichtert den Zugang zu über 50 Sendern in HD wesentlich. Insbesondere bei UHD-TV Geräten ist es wichtig, mindestens HD-Qualität zu nutzen, herkömmliche Standard-Qualität führt bei UHD TV-Geräten zu schneller Frustration. Mit dem TechniMedia UHD+ wurde der Zugang zu brillanter Bildqualität so einfach und unkompliziert wie möglich gestaltet. Wir hoffen, dass viele weitere Hersteller dem Vorbild von TechniSat folgen werden", erklärte Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der HD Plus GmbH.

Superpraktikum in Ultra HD

HD+ geht traditionellerweise unkonventionelle Wege, um neuen TV-Technologien zur Marktreife zu verhelfen. So auch im Fall von UHD: Das Unternehmen will ambitionierten Studenten und Nachwuchsfilmemachern ein besonderes Praktikum bieten. Beim „Superpraktikum in Ultra HD" hat ein kreatives und motiviertes Talent die Aufgabe und Chance, tagtäglich tolle Bilder und Geschichten in Ultra HD zu drehen und zu erzählen. Der Content wird für den UHD-Demo-Kanal sowie für YouTube, Facebook und andere digitale Kanäle des Unternehmens produziert. HD+ bietet im Rahmen des Praktikums in vielfacher Hinsicht sehr viele Freiheiten: Ob der oder die Gewinnerin sich für Drehs beim Klettern in den Bergen, beim Selfie-Film während des Fallschirmsprungs oder für spektakuläre Tieraufnahmen entscheidet – die Bandbreite des Möglichen ist enorm. „Für uns ist die Aktion ein Experiment", so HD Plus Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Timo Schneckenburger. „Etwas Vergleichbares hat es noch nicht gegeben. Wir sind daher gespannt, ob wir es gemeinsam schaffen, attraktiven User Generated Content TV-reif zu gestalten." Alle Informationen zum „Superpraktikum in Ultra HD" samt dem Bewerbungsvideo von HD+ gibt es im Internet unter www.hd-plus.de/superpraktikant.

PoS-Aktuell — Nachrichten

Toshiba: Kostenloses Upgrades auf Windows 10

Die Toshiba Europe GmbH wird es im Rahmen der Markteinführung von Windows 10 ermöglichen, alle 2015 auf den Markt gebrachten Toshiba-Notebooks ab sofort auf das neue Betriebssystem zu aktualisieren. Das Upgrade kann bis zu 12 Monate nach der Produkteinführung von Windows 10 kostenlos vorgenommen werden. Auch für die meisten Toshiba-Modelle aus dem Jahr 2014 steht das neue Microsoft Betriebssystem zur Verfügung.

Für Geräte aus dem Jahr 2013 will Toshiba aktualisierte Treiber und weitere Software innerhalb von sechs Monaten nach dem Start von Windows 10 bereitstellen.

Neuer Sales Director Braun bei De'Longhi

Bernd Leidenbach ist ab sofort neuer Sales Director für den Bereich Braun Haushaltsgeräte der De'Longhi Deutschland GmbH. Im Rahmen der Drei-Marken-Strategie des Unternehmens soll er die traditionsreiche Marke Braun im Haushaltsbereich weiter stärken. Der 43jährige Manager bringt für seine neue Position profunde Branchenerfahrung und gute Kontakte zum Einzelhandel mit. Er berichtet an Christian Strebl, der als Commercial Director der deutschen Niederlassung für den Vertrieb von De'Longhi, Kenwood und Braun verantwortlich ist.

Bernd Leidenbach

Vor seinem Wechsel zu De'Longhi war Leidenbach Director Sales Central Europe bei dem Grillhersteller Weber-Stephen. Davor war er seit 1995 für Sony Deutschland in den Bereichen Consumer Electronics und Telekommunikation tätig und von 2002 bis 2013 für Toshiba. In beiden Unternehmen war er verantwortlich für den Vertrieb in Mitteleuropa, insbesondere in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Karl Trautmann 25 Jahre bei ElectronicPartner

Karl Trautmann, Vorstand ElectronicPartner, hat am 1 . Juli sein 25-jähriges Jubiläum bei der Düsseldorfer Verbundgruppe gefeiert. Nach seinem Diplom in Wirtschaftswissenschaften startete er zunächst im Finanzbereich und kam 1990 zu ElectronicPartner. Hier war er unter anderem im Einzelhandel als Filialgeschäftsführer bei Schossau und später als Leiter der damaligen Hamburger Niederlassung tätig. Anschließend übernahm er den nationalen und internationalen Einkauf. Seit 2000 gehört Karl Trautmann zum Vorstand der Verbundgruppe und trägt die Verantwortung für die Bereiche Einkauf, Vertrieb und Logistik.

In der jüngeren Vergangenheit zählten die Ausrichtung des Unternehmens als Spartenorganisation und das Vorantreiben des Europageschäfts über die Gründung der wirtschaftlichen Interessenvereinigung E-Square zu seinen wichtigsten Projekten.

Candy ernennt neuen Geschäftsführer

Wiliam Cantara

Neuer Geschäftsführer der Candy Hoover GmbH ist Wiliam Cantara. Der 52jährige folgt auf Olaf Thuleweit, der zum 30. Juni 2015 das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat. Cantara wird für beide Marken in Deutschland und Österreich verantwortlich zeichnen: „Die Märkte in beiden Ländern sind wichtige Eckpfeiler der international agierenden Candy Group. Gemeinsam mit dem hoch qualifizierten und motivierten Team, das ich hier in Ratingen antreffe, sehe ich meine Aufgabe darin, die Position der beiden Marken zu stärken und auszubauen. Marketing und Vertrieb bilden hierbei entscheidende Schwerpunkte. Dies vor dem Hintergrund neuer Technologien wie die Vernetzung der Geräte und Smart Home sowie intensive, den Handel stärkende Aktivitäten."

Insidern ist Cantara schon aus seiner Zeit bei GGV bekannt. Anschließend wechselte er zu Haier. Dort war er von 2006 bis 2012 zunächst als Sales und Marketing Director, zuletzt als Market Director DACH und Skandinavien tätig.

Nach einer weiteren verantwortlichen Position als Geschäftsführer bei Indesit folgt mit Candy Hoover nun erneut ein international tätiges Unternehmen.

Panasonic baut Ökosystem weiter aus

Noch mehr 4K

Die neue Lumix GX8 bietet integrierte 4K-Video- und Foto-Funktionen.

Panasonic hat im Sommer weitere Produkte angekündigt, die den 4K Standard für neue Funktionen nutzen und so den Anwendern und dem Fachhandel sichtbaren Mehrwert bieten. Damit spielt das Untrenehmen seine Kompetenz aus, die 4K-Technologien in der gesamten Wertschöpfungskette anzubieten – von der Aufnahme über die Verarbeitung der Bilddaten bis zur erstklassigen Wiedergabe auf den Referenzgeräten der 4K Pro Studio Master UHD-TVs (siehe PoS-MAIL 6/2015 S. 1-4). Auf der IFA wird Panasonic weitere Akzente im Wachstumsmarkt 4K setzen.

Das gilt weit über das Thema 4K Viera TVs und Zuspielgeräte wie Blu-ray Player hinaus. Vor allem bei 4K-Aufnahmesystemen hat Panasonic von Anfang an Pionierarbeit geleistet, und zwar mit professionellen Lösungen für die Produktion nativer 4K-Inhalte ebenso wie mit Kameras, die es Fotografen und Videofilmern möglich machen, nicht nur ihre Aufnahmen in bestmöglicher Qualität auf 4K Fernsehern zu genießen, sondern auch neue Funktionen zu nutzen, die durch die hochaufgelösten Bewegtbilder erst möglich werden.
Nachdem Panasonic im Juni mit der DSLM Lumix G70 4K-Foto- und Videofunktionen und die Vorteile einer spiegellosen Systemkamera mit Wechselobjektiven in einer bis dahin unbesetzten populären Preisklasse (UVP Gehäuse 699 Euro) einem größeren Publikum zugänglich machte, legte das Unternehmen jetzt mit der Ankündigung des neuen Topmodells Lumix GX8 in der Premium-Klasse nach und stellte zudem die 4K Bridgekamera Lumix FZ300 als Superzoom-Kompaktmodell vor.

In der Post-Focus Anwendung, die Ende dieses Jahres zu erwarten ist, nimmt die Kamera im 4K-Foto-Modus mit unterschiedlichen Schärfe-Ebenen rund 50 Bilder auf, aus denen anschließend die besten ausgewählt werden können.

Neuer 20MP Bildsensor

Als erste Micro-FourThirds-Kamera ist die Lumix GX8 mit einem 20-Megapixel-Sensor ausgestattet, der mit einem schnellen 4-Kern-Bildprozessor und dem neuen Dual-Bildstabilisator kombiniert wird. Damit wird nicht nur eine höhere Auflösung erreicht, sondern auch ein Dynamikumfang, der um rund 26 Prozent größer ausfällt als bei der GX7. Nochmals verbesserte Rauschunterdrückung und ein neu hinzugefügter Zufalls-Filter sorgen für einen analogen Charakter des Farbrauschens, um einen natürlichen Bildeindruck zu erzielen. Dabei sind Empfindlichkeiten von bis zu ISO 25.600 möglich.
Das Autofokus-System der GX8 arbeitet mit 49 Messfeldern und (nur bei Verwendung von Panasonic MFT-Objektiven) der DFD (Depth From Defocus)-Technologie. Diese reduziert die Fokussierzeit, indem sie den Abstand zum Motiv durch Auswertung der unterschiedlichen Schärfe-Ebenen von zwei defokussierten Bildern ermittelt und dabei auch die optischen Eigenschaften des Objektivs berücksichtigt. So ist eine kürzeste AF-Zeit von 0,07 Sekunden möglich. Serienfotos nimmt die GX8 in voller Auflösung mit bis zu 8B/s bei Vorfokussierung bzw. bis zu 6B/s bei kontinuierlichem Autofokus auf.
Zu den Innovationen, die Panasonic in die GX8 eingebaut hat, gehört der neue Dual-I.S. Bildstabilisator. Er kombiniert erstmals die Funktionen der Bildstabilisierung im Objektiv mit dem Sensor-Shift. Dadurch wird der Verwacklungsspielraum im Vergleich zu Lumix G Kameras mit OIS um den Faktor 3,5 im Weitwinkel- bzw. 1,5 im Telebereich erweitert. Der Dual-IS funktioniert mit den meisten Lumix G OIS-Objektiven; einige benötigen dafür ein Firmware-Update. Beim Fotografieren mit Objektiven ohne OIS (einschließlich Fremdfabrikate mit Adapter) kompensiert der Sensor-Shift-Bildstabilisator die Kamerabewegungen.

4K Funktionen für Foto-und Video

Zusätzlich zur 4K-Videoaufzeichnung (3.840 x 2.160 Pixel bei 25p oder 24p) mit kontinuierlichem Autofokus bietet die GX8 die erstmals in die G70 integrierten 4K-Foto-Optionen. Dabei wird die Szene mit einer Geschwindigkeit von 30B/s in 4K aufgenommen, um daraus später Einzelfotos von den entscheidenden Augenblicken in einer Auflösung von 8 Megapixeln als JPG zu speichern. Dabei helfen die drei Modi 4K-Pre-burst, 4K-Serie und 4K-Serie (Start/Stopp). Der 4K-Pre-burst Modus nimmt automatisch 60 Bilder auf – 30 Bilder vor und 30 Bilder nach dem Auslösen. Die 4K-Serie erfasst die Szene mit 30B/s, solange der Auslöser gedrückt wird. Und der 4K-Serien-Modus (Start/Stopp) startet die Aufnahme beim Druck auf den Auslöser und stoppt bei erneutem Drücken.
Zudem hat Pansonic eine ganz neue 4K Funktion angekündigt: Die Anwendung „Post Focus" soll in Zukunft die Festlegung des Schärfepunkts nach der Aufnahme ermöglichen. Dabei wird die 4K-Technologie nicht nur dazu genutzt, Fehlfokussierungen zu vermeiden werden, son-

4K Bridge-Kamera mit Super-Zoom

Mit der Lumix FZ300 schließt Panasonic im Kompaktsegment die Lücke zwischen der FZ200 und dem Flaggschiff-Modell FZ1000. Im staub- und spritzwassergeschützten Gehäuse der neuen Kamera stecken ein Hochempfindlichkeits-MOS-Sensor mit 12,1 Megapixeln, 4K-Foto- und Videofunktionen sowie komfortables WiFi. Von der FZ200, die im Programm bleibt, übernimmt die FZ300 das Leica DC Vario-Elmarit 25-600mm-Zoom mit der durchgehend hohen Lichtstärke F2,8.
Neben den 4K-Video- und Fotofunktionen wurden auch die Fähigkeiten für geringer aufgelöste Videos verbessert. So sind Zeitlupenaufnahmen mit 100B/s (PAL/HD) oder gar 240B/s (VGA) möglich. Auch Zeitraffer-Funktion und Stop-Motion-Animation stehen zur Verfügung.

Die neue Lumix FZ300 kombiniert aktuelle 4K-Foto- und Video-Funktionen mit dem bewährten Leica DC Vario-Elmarit F2,8/25-600mm-Zoom-Objektiv.

Auch für die Lumix FZ300 soll Ende des Jahres die neue Anwendung „Post Focus" per Firmware-Update zur Verfügung stehen. Die Kamera kommt im September in den Handel. Der Preis steht noch nicht fest.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

dern auch weitere fotografische Freiheiten zu schaffen. So wird es z. B. bei Makroaufnahmen oder schwierig zu fokussierenden Motiven im Nachhinein möglich sein, eine oder mehrere Fokusebenen zu bestimmen. Möglich wird dieses neue Feature durch die Kombination der DFD (Depth from Defocus)-Autofokustechnologie mit dem Venus Engine Prozessor und der 4K-Foto-Funktion. Bei der Aufnahme von 4K-Serien mit 30 Bildern/s wird die Schärfe-Ebene in jedem Bild verändert, bis etwa 50 Bereiche durchfahren sind. Anschließend können die besten Fotos mit der gewünschten Schärfeebene ausgewählt werden.
Post-Focus soll per Update voraussichtlich ab Ende 2015 für die GX8 zur Verfügung stehen.
Die Lumix GX8 kommt ab August in den Farben Schwarz oder Schwarz-Silber in den Handel. Der Preis steht noch nicht fest.

Android 5.0 für Lumix CM1

Für die Lumix CM1, die einzigartige Kamera mit 4K und Smartphone-Funktionen, bietet Panasonic ein Update auf die Android-Version 5.0 Lollipop an. Damit stehen den Nutzern die neuesten Features des Betriebssystems zur Verfügung, darunter Energiesparfunktionen, die Einrichtung von Zugriffsbeschränkungen für Gastzugänge oder extra angelegte Nutzer und ein schnellerer Zugriff auf die Connectivity-Einstellungen.
Zahlreiche Tests haben der CM1 beste Bildqualität bestätigt. Zur einzigartigen Ausstattung gehören der 1 Zoll große Bildsensor, ein leistungsfähigerr 2,3 GHz Quad-Core-Prozessor, ein 4,7-Zoll-Full HD-Display und 4K-Funktionen.

Jetzt mit Android 5.0 Lollipop: die Lumix CM1.

4K für B2B Anwendungen

Mit dem optionalen Panasonic Desktop-Standfuß kann das Toughpad wahlweise als Desktop-PC oder als Tablet verwendet werden.

Mit neuen Produkten treibt Panasonic auch die Weiterentwicklung des 4K-Standards in professionellen und gewerblichen Umgebungen voran. Ein Beispiel dafür ist das neue 20-Zoll Toughpad 4K FZ-Y1 mit 4K-Auflösung. Mit einem Intel Prozessor der fünften Generation und dem Betriebssystem Windows 8.1 Pro Update bietet es verschiedene Konnektivitätsoptionen für professionelle Arbeitsumgebungen sowie einen HDMI 2.0 Eingang, der das Abspielen von Inhalten aus externen Quellen auf dem 4K-Display ermöglicht. Neben dem Standard-Modell wird es auch eine Einsteiger-Version mit der Bezeichnung „Value" geben. Ein leistungsstärkeres „Performance" Modell kommt im Laufe des Jahres auf den Markt.
Für professionelle Nutzer bietet das FZ-Y1 ein brillantes IPS, LCD Touchscreen-Display mit Ultra-HD Auflösung, 230 ppi (Pixel per Inch), 15:10 Seitenverhältnis und einen weiten Betrachtungswinkel, der auch Kolleginnen und Kollegen uneingeschränkten Einblick auf die Inhalte gewährt. Zudem unterstützt das neue Modell auch das Abspielen von Full-HD Inhalten.
Mit diesen Features eignet sich das Panasonic Toughpad FZ-Y1 für verschiedene Einsatzfelder: Anwender aus den Medien und Fotografie werden die Monitorfunktion zu schätzen wissen, wenn sie Fotos und Videos detailliert überprüfen müssen. Im Gesundheitswesen stellt das FZ-Y1 Röntgenbilder und andere Scans mit besonderer Brillianz und Präzision dar. Im Einzelhandel ermöglicht es Präsentationen im Geschäft mit höchster Bildqualität, die auch Kreativagenturen oder Ingenieur- und Architekturbüros die Beurteilung von Designs und Entwürfen leicht machen.
Das 4K Display Panel mit eleganter schwarzer Einfassung ist auf einem Magnesiumrahmen montiert, der in verstärktes Fiberglas eingebettet ist. Mit dieser robusten und leichten Konstruktion entspricht es der Schutzklasse „Business Ruggedized" und übersteht Stürze aus bis zu 76 cm Höhe. Zum Schutz vor Diebstahl ist das neue Toughpad mit eine Sicherungsöse ausgestattet. Mit dem optionalen Panasonic Desktop-Standfuß und der Tragetasche kann das Gerät sowohl als Desktop-PC als auch als Tablet verwendet werden. Der Standfuß lässt sich verschieben, so dass das Tablet wie eine schräge Fläche vor dem Anwender liegt und wie ein Zeichentisch verwendet werden kann. Zudem bietet der Desktop-Standfuß zusätzliche Konnektivitätsoptionen. Eine VESA-kompatible Adapterplatte ist ebenfalls erhältlich.
Die beiden neuen Panasonic Toughpad FZ-Y1 Modelle sind ab Ende August zu einem Preis ab 2.499 Euro (zzgl. Mwst.) für die Value- und ab 2.999 Euro (zzgl. Mwst.) für die Standard-Version verfügbar. Das leistungsstärkere Performance Modell wird im Laufe des Jahres folgen.

Die neue BLive App von Bauknecht

Intuitiv vernetzt

Mit der neuen BLive App und einer neuen Generation von intelligenten Hausgeräten wird Bauknecht auf der IFA demonstrieren, wie man die alltäglichen Dinge nicht nur unkomplizierter machen, sondern gleichzeitig auch noch Zeit und Geld sparen kann. Die BLive App, die kostenlos für iOS und Android erhältlich ist, macht Smartphones und Tablets zur Schaltzentrale für Hausgeräte: Waschmaschine, Trockner, Kühl-/Gefrierkombination und Geschirrspüler können von jedem Ort aus gesteuert werden – sie geben zudem Rückmeldung über ihren Status, merken sich die Vorlieben des Nutzers und kommunizieren untereinander.

Premiere für die neue Connectivity-Range von Bauknecht: Kühl-/Gefrierkombination, Waschmaschine, Trockner und Geschirrspülmaschine

Die BLive App macht Smartphones und Tablets zur Schaltzentrale für Hausgeräte von Bauknecht mit Connectivity-Funktionen.

Die kostenlose App basiert auf dem sogenannten „Mental Model". So erfolgt z. B. die Wahl des Waschprogramms über verschiedene Einstiegspunkte, die besonders leicht nachzuvollziehen sind. Gibt man Material, Farbe oder das entsprechende Kleidungsstück an, schlägt die App das Programm vor, das nicht nur am besten für die Wäschepflege geeignet ist, sondern auch den niedrigsten Wasser- und Energieverbrauch hat. Waschmaschine und Trockner stehen dabei im Dialog: Der Trockner bietet automatisch das auf den aktuellen Zyklus der Waschmaschine abgestimmte Pflegeprogramm an – das manuelle Einstellen entfällt.
Bauknechts neue Generation von intelligenten Hausgeräten mit BLive wird zum Markstart vier Geräte für das obere Marktsegment umfassen: Waschmaschine und Trockner bringen alle Features der erst im Frühjahr vorgestellten PremiumCare Reihe mit. Die netzwerkfähige Kühl-/Gefrierkombination bietet mit zwei unabhängigen NoFrost-Systemen und separaten Kühlkreisläufen den gleichen Funktionsumfang wie die 2015er Ultimate NoFrost Geräte. Und der Geschirrspüler hat mit dem PowerDry Ventilationssystem eine Bauknecht Technologie an Bord, die das Geschirr und sogar Kunststoffteile in nur einer Stunde reinigt und trocknet. BLive ist intuitiv zu bedienen, schafft ein ganz neues Nutzererlebnis und schont durch aktives Energiemanagement nicht zuletzt wertvolle Ressourcen. Weitere Einzelheiten lesen Sie in der IFA-Ausgabe von PoS-MAIL.

Smarte Netatmo Welcome in der Praxis

Mit dem ersten Produkt Urban Weather Station hat das französische Unternehmen Netatmo bereits eindrucksvoll bewiesen, dass die vergleichsweise langweilige Wetterbeobachtung richtig Spaß machen kann. Das neue Smart-Home-Gerät Welcome (siehe PoS-MAIL 4/2015, S. 7) ist jetzt zum Preis von 199 Euro (UVP) lieferbar. Es folgt demselben Prinzip wie die Wetterstation und will der Videoüberwachung der eigenen vier Wände einen charmant-freundlichen Anstrich geben. Florian Weidhase hat das System für PoS-MAIL ausprobiert.

Netatmo Welcome sieht gut aus, funktioniert ausgezeichnet – braucht aber in der Nähe eine Steckdose.

Charmanter Beobachter

Netatmo Welcome ist eine kleine Säule mit weitwinkliger HD-Kamera, die einen Wohnraum im digitalen Auge behält und Bewegungen meldet. So weit, so unspektakulär. Im Gegensatz zu anderen smarten Kameras kann Welcome jedoch Menschen anhand ihrer Gesichter erkennen und meldet folgerichtig nicht nur, dass Bewegung im Eigenheim erkannt wurde, sondern auch, wer da durchs Bild gelaufen ist. Das erzeugt durchaus gemischte Gefühle: Die beruhigende Gewissheit, dass zu Hause alles in Ordnung ist, schätzen wir alle, aber der Grat zwischen Sicherheit und voyeuristischer Überwachung ist ziemlich schmal.

Technik mit Lernpotenzial

Gesichtserkennung in statischen Bildern ist schon lange kein Hexenwerk mehr, für Videos kannte man diese Technik aber bisher nur aus Spionage-Filmen. Mit erstaunlich hoher Zuverlässigkeit meldet die bronzene Säule über das WLAN an Smartphones, Tablets oder PCs, wenn ein Gesicht im 130 Grad breiten Sichtfeld der digitalen Linse erkannt wurde. Damit das funktioniert, sollte der Nutzer in der zugehörigen App anfänglich sehr häufig die aufgenommenen Gesichter einem Namen zuordnen. Nach einer Woche im Dauereinsatz erkannte unsere Netatmo Welcome Vater, Mutter und Kind mit verblüffender Präzision – bei Tag und auch bei Nacht. Auf der mitgelieferten 8-Gigabyte-Micro-SD-Karte werden bei jeder Bewegung kurze Videomitschnitte nebst Ton abgelegt und lassen sich per App abspielen. So kann man auch am nächsten Morgen nacherleben, wie man mitten in der Nacht auf Zehenspitzen ins Haus getippelt ist und – wie im Eigenversuch geschehen – in der Dunkelheit auf ein achtlos zurückgelassenes Spielzeug tritt, laut flucht und dann das Licht einschaltet. Ein Live-Blick in die eigenen vier Wände ist ebenfalls möglich, wobei „live" in der Praxis mit einer fünf- bis zehnsekündigen Verzögerung behaftet ist.

Beratung nötig

Wie gut Netatmo Welcome funktioniert, hängt maßgeblich von der Aufstellung ab. Im Idealfall „sieht" das digitale Auge die Haustür von innen. Dafür sollte sie in circa einem Meter Höhe und mit freier Sicht aufgestellt werden. Aufgrund der energieintensiven Technik ist ein Stromanschluss unerlässlich, was die Flexibilität bei der Positionierung deutlich einschränkt. In unserem Test wäre der Hausflur optimal gewesen, an der passenden Stelle fehlte aber eine Steckdose. Somit haben wir uns für eine Aufstellung in der Wohnküche mit Blick auf die Flurtür entschieden. Dies wiederum führt dazu, dass praktisch dauernd jemand – Familienmitglieder und Gäste gleichermaßen – erkannt wird und das Handy alle paar Minuten vibriert. Glücklicherweise bietet die App sinnvolle Einstellungen, um die Anzahl der Benachrichtigungen auf ein erträgliches Maß zu reduzieren. So lässt sich zum Beispiel festlegen, dass unbekannte Gesichter nur gemeldet werden, wenn (laut Welcome-Logik, dazu gleich mehr) niemand zu Hause ist.

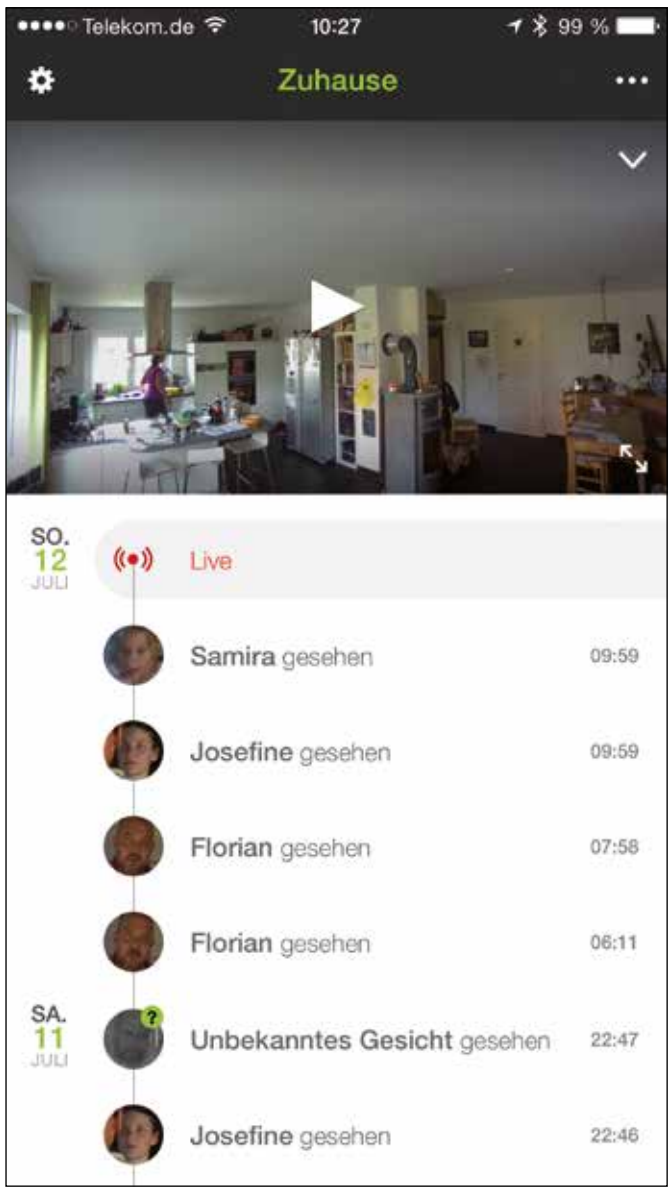
Eigentlich ist es ein wenig albern, aber es fühlt sich gut an, wenn einen die Technik im eigenen Zuhause willkommen heißt.

Wer ist zuhause?

Wird eine Person erkannt, gilt sie für die nächsten Stunden als anwesend. Smartphone-Nutzer in der Familie können zusätzlich automatisch ihren Standort an Welcome melden und werden so bei einer Entfernung von zu Hause automatisch als abwesend markiert. Seine charmanteste Seite zeigte Netatmo Welcome z. B. während einer Dienstreise des Hausherrn. Eine leichte Vibration am Handgelenk signalisierte am frühen Morgen auf der Apple Watch, dass Ehefrau und Kind anwesend waren. Das sollte bei der üblichen Familienroutine eigentlich nicht überraschen, erzeugte aber sofort ein warmes Bauchgefühl. Dabei verflog auch das schlechte Gewissen, die Familie aus der Ferne zu beobachten. Insofern hat Netatmo das Ziel erreicht, der Videoüberwachung mit französischem Charme einen wohligen Anstrich zu geben. In Kürze wird es als Erweiterung des Systems auch sogenannte Tags geben; das sind wetterfeste Tür- und Fensterkontakte, die nicht nur den Status offen/geschlossen erkennen, sondern dank Vibrationssensor auch Einbruchsversuche melden können.

Unser Fazit

Netatmo Welcome ist eine spannende und – bei optimaler Einrichtung von Hard- und Software – ausgesprochen zuverlässige Videoüberwachung, die den „Big Brother"-Faktor so gering wie möglich hält. Damit eignet sie sich hervorragend für Kunden, die ihr Sicherheitsbedürfnis auf möglichst unaufdringliche und charmante Art und Weise befriedigen wollen.



Alle Ereignisse werden übersichtlich dokumentiert. Die Trefferquote am Ende der zweiten Testwoche war sehr hoch – nur in einem Fall wurde der Hausherr als „unbekannt" eingestuft.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Philips startet Zwei-Markenstrategie

Kaffeegenuss für jede Zielgruppe

Der weltweite Markt für Kaffeevollautomaten wächst stetig, und dieser positive Trend zeichnet sich nach Angaben auch für den weiteren Verlauf 2015 ab. Gleichzeitig steigt das Espresso-Knowhow der Konsumenten und damit der Anspruch in Bezug auf Vielfalt und Komfort. Dieser Entwicklung trägt Philips seit Frühjahr 2015 mit der neuen Zwei-Marken-Strategie im Bereich Kaffeevollautomaten Rechnung.

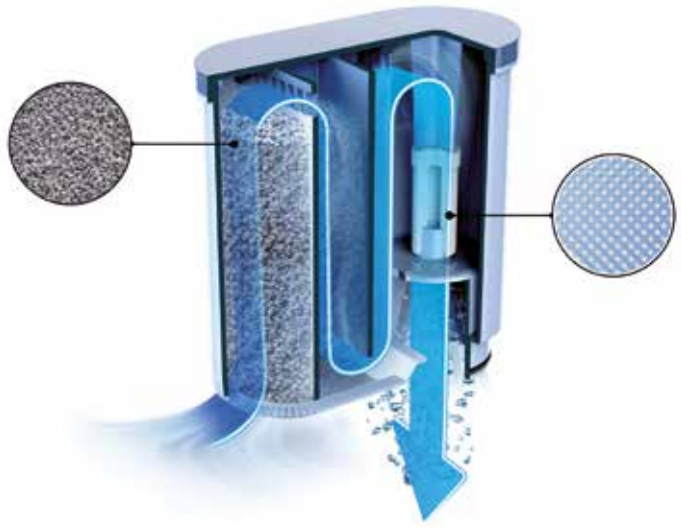
Gibt es den typischen Nutzer von Kaffeevollautomaten? Welche geschmackliche Richtung in Sachen Kaffeegenuss und Maschinendesign bevorzugt er? Nach Angaben von Philips lässt sich der typische Anwender von Kaffeevollautomaten in zwei Gruppen aufteilen: Die High-End Kunden sind involviert, bevorzugen technisch innovative Modelle, die mit einer großen Auswahl an Kaffeespezialitäten überzeugen, exzellenten Geschmack bieten und das Thema Design in den Vordergrund stellen. Die eher funktionale Zielgruppe legt dagegen besonderen Wert auf einfache Bedienbarkeit, Reinigung, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und darüber hinaus auf ein aromatisches Geschmackserlebnis.

Im Zuge der Zwei-Marken-Strategie hat Philips sein Produktesegment punktgenau auf die unterschiedlichen Zielgruppen ausgerichtet. Das Unternehmen stärkt damit zum einen den Premium Bereich, in dem alle Saeco Modelle zusammengefasst werden: Saeco verfügt bereits heute über eine hohe Markenbekanntheit und plant, mittelfristig weitere Modelle im High-End Premium-Bereich einzuführen. Geräte im Einsteiger- und Mid-End-Bereich werden zukünftig unter dem Markennamen Philips vertrieben. Mit der Neuausrichtung dieser Markenstrategie möchte Philips auch dem Handel einen echten Mehrwert bieten. Denn durch die Erweiterung der Modellpalette können neue Zielgruppen erschlossen und somit zusätzliche Umsätze generiert werden. Den Fachhandel sieht das Unternehmen dabei ganz klar als Premium-Kanal, in dem die Kunden die kompetenteste Beratung und den besten Service finden Die Handelspartner werden durch ein neues Fachberatungs-Konzept, Schulungen, umfangreiche PoS-Materialien sowie einen After-Sales-Service unterstützt.

Saeco Incanto

Mit der Saeco Incanto liefert Philips einen Kaffeevollautomaten, der edles Design mit bestem Kaffeegenuss verbindet. Durch das 5-stufig verstellbare, geschmacksneutrale Keramikmahlwerk, eine Memo- und die praktische One Touch-Funktion können Anwender Kaffee, Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato ganz nach ihrem persönlichen Geschmack zubereiten. Einer besondere Neuheit von Saeco ist der patentierte AquaClean Filter, durch den eine Entkalkung der Maschine erst nach ca. 5.000 Tassen fällig wird.

Die Saeco Incanto zeichnet sich durch ein ansprechendes Design und viele praktische Funktionen für vollendeten Kaffeegenuss aus. Eine Besonderheit ist auch die neue AquaCleanFilter-Technologie.



Dank neuer AquaClean Filter-Technologie muss der Saeco Incanto Vollautomat erst nach ca. 5.000 gebrühten Tassen Kaffee entkalkt werden.

Ein integrierter Milchaufschäumer mit abnehmbarer Karaffe komplettiert den seit Sommer dieses Jahres im Handel erhältlichen Kaffee-Profi. „Seit über 30 Jahren verbindet Saeco Innovation mit italienischen Werten und hat es sich zur langfristigen Aufgabe gemacht, den Konsumenten ein außergewöhnliches Genusserlebnis zu ermöglichen", so Florian Schumann, Senior Marketing Manager Espresso Philips Consumer Lifestyle DACH. „Die vom Meisterstück Incanto Executive inspirierte Saeco Incanto gibt Kaffee-Connoisseuren dank zahlreicher Einstellungsvarianten die Möglichkeit, ihren ganz eigenen, persönlichen Kaffeemoment zu kreieren.

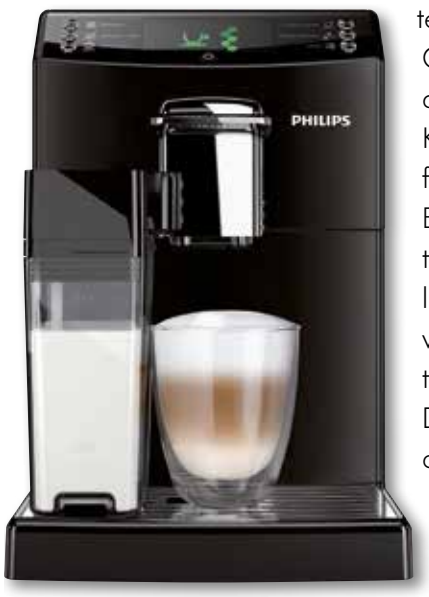
Für den extra Komfort in puncto Entkalkung haben wir den neuen AquaClean Filter entwickelt, der sich besonders ausdauernd um die Reinigung des Wassers kümmert."

Patentierter AquaClean Filter

Der neue patentierte AquaClean Filter reduziert Kalk maßgeblich und reinigt zusätzlich das vom Gerät genutzte Wasser. Durch das Klick & Go System lässt sich der Filter ganz einfach im Wassertank platzieren. So wird der Filterungsprozess durch zwei Elemente maßgeblich verbessert – zum einen durch die Ionenaustausch-Technologie, die bewirkt, dass die Kalzium-Ionen, die maßgeblich zur Kalkbildung in der Maschine beitragen, herausgefiltert werden. Zum anderen fängt ein durchlässiger Mikrofilter auch Staubpartikel ab. Der patentierte Durchfluss sorgt so für eine tiefere Wasserreinigung und für einen noch authentischeren Kaffeegeschmack. Wird der AquaClean Filter regelmäßig ersetzt – das Intervall beträgt durchschnittlich drei Monate – muss eine Entkalkung des Geräts erst nach ca. 5.000 gebrühten Tassen erfolgen. Ein durchschnittlicher Haushalt mit einem Verbrauch von sieben Tassen am Tag kann sich also zwei Jahre damit Zeit lassen.

Die neue Philips 4000er Serie

Mit der 4000er Serie hat Philips im April Kaffeevollautomaten auf den Markt gebracht, die sich besonders flexibel zeigen. Sie bereiten sowohl Espresso, Cappuccino und Co. als auch klassischen Kaffee zu – alles aus frisch gemahlenen Bohnen. Der absolute Clou: Die Modelle verfügen über den von Philips patentierten CoffeeSwitch. Dieser Hebel befindet sich an der Frontseite der kompakten Maschinen: Wer klassischen Kaffee mag, stellt ihn nach oben, wer einen Espresso präferiert, nach unten. Die Serie umfasst drei Modelle, die je nach Geschmack des Anwenders über unterschiedliche Milchschaum-Zubereitungsarten verfügen: Panarello, Cappuccinatore oder Karaffe.



Flexibel bereiten die Geräte der Philips 4000er Serie Espresso, Cappuccino und klassischen Kaffee zu.

Neben der 4000er Serie gehören auch die 2000er Modelle, die sich vor allem an Einsteiger wenden, und die 3000er Serie im mittleren Preissegment zu dem Philips Vollautomaten-Portfolio. Die beiden letztgenannten verfügen nicht über die CoffeeSwitch Funktionalität.

Persönlicher Wegbegleiter und Coach

Die neue BodyShape App von Beurer stellt alle wichtigen Daten aus den Bereichen Aktivität, Ernährung und Gewicht übersichtlich zusammen.

Die Beurer BodyShape App

In der neuen BodyShape App bringt Beurer Bewegung, Workout, gesunde Ernährung und Lifestyle-Tipps für Frauen zusammen. Mit der virtuellen Freundin Emma werden die Nutzerinnen auf ihrem Weg zum Wunschgewicht begleitet, indem sie über alle wichtigen Daten aus den Bereichen Aktivität, Ernährung und Gewicht informiert werden. Passend zur App gibt es den neuen Aktivitätssensor AS 81 BodyShape und die neue Diagnosewaage BF 710 BodyShape.

Gemeinsam mit Emma erarbeitet die App ein individuelles Work-out Programm, das Spaß macht. Es umfasst ein Ganzkörpertraining sowie den gezielten Aufbau des Oberkörpers (Arme, Schultern, Brust, oberer Rücken) und weiterer Problemzonen wie Bauch, Beine, Po, Beckenboden und unterer Rücken – und zwar in zwei Schwierigkeitsstufen für Anfänger und Fortgeschrittene. Das Erfassen der Werte und die Erfolgskontrolle erfolgen mit Hilfe des neuen Aktivitätssensors und der neuen Diagnosewaage.

Aktivitätssensor AS 81 BodyShape

Der neue Aktivitäts- und Schlaftracker AS 81 BodyShape ist der weiblichen Zielgruppe entsprechend in drei Trendfarben erhältlich und erfasst neben den Aktivitäten auch den Schlafverlauf. Die Übertragung der Daten in die App erfolgt per Bluetooth. Beim Aktivitätstracking erfasst das Gerät die Anzahl der Schritte, die zurückgelegte Strecke und den Kalorienverbrauch. Hierbei wird die gesamte Aktivitätsdauer erfasst, und es wird angezeigt, zu wie viel Prozent das festgelegte Bewegungsziel erreicht wurde. Zusätzlich werden der aktuelle Akkustand und die Uhrzeit angezeigt. Durch einen längeren Knopfdruck wird das Schlaftracking aktiviert, um die Schlafbewegungsaktivität und die Schlafdauer zu messen. Zudem gibt es eine Weckfunktion mit sanftem Vibrationsalarm, der so diskret ist, dass der Partner nicht gestört wird. Dank der extra langen Akku-Laufzeit speichert der Tracker die Werte 30 Tage und 7 Nächte. Auf dem OLED XL-Display können die Daten bequem abgelesen werden.

Der AS 81 BodyShape Tracker erfasst neben den körperlichen Aktivitäten auch den Schlafverlauf.

Diagnosewaage BF 710 BodyShape

Die Personenwaage hat ein modernes Design mit halbrunden Elektroden aus gebürstetem Edelstahl mit pinken Farbakzenten. Sobald das Mobilgerät mit der App in Bluetooth-Reichweite ist, werden die gemessenen Messwerte automatisch in die App übertragen. Zusätzlich zum Gewicht werden auch die Anteile von Körperfett, Körperwasser und den Muskeln berechnet. Zudem werden die Knochenmasse, der Kalorienbedarf und der BMI ermittelt. Bis zu acht Benutzer haben die Möglichkeit, ihre Werte zu speichern und diese durch drei individuell angelegte Initialen anzeigen zu lassen. Besonders komfortabel ist die Benutzererkennung, die sich bereits bei der Messung automatisch aktiviert. Mit weiteren Eigenschaften wie Quick-Start-Einschalttechnik, Abschaltautomatik, Überlastungsanzeige und 180 kg Tragkraft wird die BF 710 BodyShape allen Ansprüchen an eine komfortable Diagnosewaage gerecht.

Die Diagnosewaage BF 710 BodyShape zeigt neben dem Gewicht auch die Anteile von Körperfett, Körperwasser und den Muskeln an.

Der Aktivitätssensor AS 81 BodyShape und die Diagnosewaage BF 710 BodyShape sind ab Oktober 2015 und für jeweils 79,99 Euro (UVP) erhältlich. Die passende Beurer BodyShape App kann kostenlos im AppStore und Google Play Store heruntergeladen werden. Beurer gewährt auf den Aktivitätssensor drei Jahre und auf die Diagnosewaage fünf Jahre Garantie.

Philips: Beauty-Partnerschaft mit Hearst Verlagsgruppe

Eine Partnerschaft mit der Verlagsgruppe Hearst in London soll die Position von Philips als eine der weltweit führenden Marken für Gesundheit und Wohlbefinden unterstreichen. Die Zusammenarbeit ist international konzipiert und für die Dauer von sechs Monaten bis zum Jahresende anlegt. Ziel ist es, die Bedeutung der Marke Philips im Beauty- und Healthcare-Bereich weltweit in in einem glaubwürdigen und zielgruppengerechten Umfeld markant darzustellen. Die Hearst Corporation mit Hauptsitz in New York gibt unter anderen die renommierten Zeitschriften Elle und Cosmopolitan heraus.

Zentrales Element der Content-Partnerschaft ist die Kommunikation mit sechs der weltweit einflussreichsten Beauty-Bloggerinnen. Sie übernehmen in den wichtigen Absatzmärkten England, Korea, China, Frankreich, Russland und Deutschland die Rolle von Philips-Markenbotschaftern. In Deutschland wird diese Rolle von Jessica Weiss übernommen, der Gründerin des Fashion-Blogs LesMads. Sie gibt inzwischen erfolgreich ein eigenes E-Magazin heraus. Die Kampagne, die weltweit unter dem Titel „Beauty Heroes" läuft, bindet glaubwürdige Influencer aus dem Beauty-Segment ein, um auf jüngere Generationen eine besondere Anziehungskraft auszuüben. Zentrale Plattform der Beauty Heroes ist die Website beautyheroes.com, auf der sich die Markenbotschafterinnen untereinander austauschen und so den Mittelpunkt einer Community bilden, in der sie mit den Leserinnen der Hearst-Zeitschriften aus der ganzen Welt kommunizieren. Die Plattform soll für Philips auch ein wichtiges Forum darstellen, um Produkte von der Community testen zu lassen und wertvolle Einsichten in die Gewohnheiten und Wünsche junger Frauen rund um den Globus zu erhalten.

„Wir sind damit in eine äußerst anregende Partnerschaft eingebunden", sagt Astrid Meisner, Senior Marketing Manager Beauty & Skincare bei Philips Consumer Lifestyle DACH. „Über die Beauty Heroes erhalten wir wertvolle Einblicke in globale Beauty-Trends. Diese Insights werden Philips maßgeblich dabei unterstützen, auch künftig Trendsetter im Beauty- und Healthcare-Segment zu sein."

Philips Pastamaker für Pasta in allen Variationen

Spaghetti, Penne, Fettuccine oder gefüllte Variationen kann man nun mit dem neuen Philips Pastamaker ganz einfach und komfortabel in der eigenen Küche herstellen. Vollautomatisches Kneten und Formen der Teigwaren machen die Arbeit leicht, vier verschiedene Formaufsätze geben verschiedenen Nudelspezialitäten ein authentisches Aussehen. Passend zum Pastamaker, der ab Oktober erhältlich ist, gibt es praktisches Zubehör wie Keks-Formscheiben für selbstgemachte Kekse und den Baby Pastaroller für eine gesunde Kinderernährung. Er erzeugt durch einfaches Rollen Pasta in niedlichen Motiven und eignet sich auch zum Ausstechen von Keksen. Ein integriertes Aufbewahrungsfach bietet ausreichend Platz für Formscheiben und Reinigungswerkzeug; alle abnehmbaren Teile sind spülmaschinengeeignet. Zum Lieferumfang gehört ein Rezeptheft mit 25 schmackhaften Ideen zum Ausprobieren.

„Immer mehr Menschen leiden an verschiedensten Unverträglichkeiten, die zu Verdauungsbeschwerden und Übelkeit führen können", weiß Sandra Hein, Marketing Managerin Kitchen Appliances Philips Consumer Lifestyle DACH. „Bei Pasta ist dies in der Regel auf das Protein Gluten im Weizenmehl zurückzuführen. Mit dem Pastamaker können unsere Konsumenten nun selbst entscheiden, welche Lebensmittel und Inhaltsstoffe sie verarbeiten. Dank kräftiger Knethaken und einer nutzerfreundlichen Bedienung steht die eigene Pasta innerhalb von zehn Minuten auf dem Tisch."

Mit dem neuen Philips Pastamaker lassen sich Nudelspezialitäten frisch in der eigenen Küche herstellen.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Miele zeigt IFA-Innovationen auf 3.000 Quadratmetern

„Inspired by life"

Auf 3.000 Quadratmetern in Halle 2.1 wird Miele auf der IFA unter dem Motto „Inspired by life" zahlreiche Innovationen rund um die Themen Komfort, Genuss und Vernetzung präsentieren. Zu den bereits im Vorfeld der Messe bekannt gegebenen Neuheiten gehören das erste vernetzte Waschmittel-Dosiersystem sowie ein Kaffeevollautomat, der auch Teefreunden gefällt. In Berlin werden zahlreiche weitere neue Produkte aus den Bereichen Kochen, Geschirrspülen, Waschen und Staubsaugen zu sehen sein.

Die neue Waschmaschine WMH 721 WPS EditionConn@ct informiert den Nutzer automatisch, wenn das Flüssigwaschmittel zur Neige geht.

In diesem Jahr begrüßt Miele seine Besucher auf dem IFA-Stand mit einem fast fünf Meter hohen und acht Meter breiten „Brandenburger Tor", das aus 39 Miele-Waschmaschinen geformt wird. So kombiniert das Unternehmen das Wahrzeichen Berlins mit der traditionsreichsten Produktgruppe des Unternehmens. Die dominierende Farbe Weiß sowie ein spielerischer Umgang mit schrägen Linien und geometrischen Formen werden dem Gesamtauftritt eine moderne und dynamische Note verleihen. Um den Besuchern die neue Funktions- und Genussvielfalt in einer mit Miele-Geräte ausgestatten Küche zu vermitteln, wird während der gesamten Messedauer live gekocht, und es kann natürlich auch probiert werden. Darüber hinaus verknüpfen Showeinlagen im Eventbereich die Vorzüge der neuen Miele-Geräte mit kurzweiliger Unterhaltung.

Wie in den Vorjahren ist der Messestand in einen Publikums- und einen Fachbesucher-Bereich geteilt. Im Areal für die Fachbesucher findet sich auch das Miele-Café mit Sitzplätzen für etwa 250 Gäste. Es bietet Raum für ausführliche Gespräche in entspannter Atmosphäre und den gemütlichen Chill-out nach einem langen Messetag. „Auch dieses Jahr laden wir unsere Fachhändler herzlich ein, den Tag bei gutem Essen und Live-Musik hier bei uns ausklingen zu lassen" erklärte Frank Jüttner, Chef der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland. „Unsere aktuellen IFA-Highlights zeigen einmal mehr, wie die Produktentwickler und Designer bei Miele dazu beitragen, das Leben der Menschen noch ein wenig schöner und bequemer zu gestalten. Dabei liefern die Bedürfnisse und Anregungen der Kunden entscheidende Inspirationen."

So erwartet Miele besonders gute Resonanz auf den neuen Stand-Kaffeevollautomaten CM7, der nicht nur erstklassige Kaffee-Spezialitäten zubereitet, sondern auch heißes Wasser in unterschiedlichen Temperaturen für verschiedene Teesorten bereit stellt und den Nutzer mit selbsttätiger Entkalkung entlastet.

Wäschepflege mit „EditionConn@ct"

Ein besonderes Highlight wird Miele im Bereich Waschen vorstellen: Die Waschmaschine EditionConn@ct ist mit dem ersten vernetzten Dosiersystem der Welt ausgestattet. Damit bringt sie die nur bei Miele erhältliche integrierte Zwei-Phasen-Dosierautomatik inklusive der darauf abgestimmten Waschmittel UltraPhase 1 und 2 ins Zeitalter der mobilen Vernetzung. Geht das Waschmittel zur Neige, sendet die Maschine automatisch eine Nachricht an das mobile Endgerät des Benutzers. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit zur sofortigen Nachbestellung. Diese ist mit drei Klicks erledigt, so dass der gesamte Vorgang vom Lesen der Nachricht bis zum Absenden der Bestellung nicht mehr als eine Minute in Anspruch nimmt. Geliefert wird innerhalb weniger Tage. "Waschmittel zu kaufen war für die Kunden noch nie so einfach und bequem", erklärte Gernot Trettenbrein, Leiter des Geschäftsbereiches Hausgeräte International bei Miele. Die Verbindung der Waschmaschine WMH 721 WPS EditionConn@ct mit dem hauseigenen Router erfolgt ohne zusätzliche Hardware über ein serienmäßiges WLAN-Modul. Benötigt wird zudem die neue Miele App EditionConn@ct, die kostenfrei für iOS und Android verfügbar ist. Die Elektronik der Waschmaschine ermittelt den Füllstand der Kartuschen und versendet bei Bedarf automatisch die Nachricht. Nach dem Öffnen der Benachrichtigung („Push-Notification") gelangt man direkt in den Shop, in dem das aufgebrauchte Waschmittel direkt angezeigt wird.

Natürlich bietet die EditionConn@ct Maschine auch ohne App und Smartphone großenWaschkomfort: Wird die Vernetzungsfunktion nicht aktiviert, macht eine Anzeige auf dem Display der Waschmaschine den Kunden auf den niedrigen Füllstand aufmerksam. Nachschub kann dann direkt im Miele Shop bestellt oder bei ausgewählten Elektrofachhändlern eingekauft werden.

Miele hatte das TwinDos-System zur automatischen Dosierung von Flüssigwaschmitteln bereits vor zwei Jahren mit seiner neuen Waschmaschinen-Generation W1 auf der IFA eingeführt. Das speziell abgestimmte Waschmittel UltraPhase 1 löst Fett- und Eiweiß, UltraPhase 2 löst, anders als herkömmliche Flüssigwaschmittel, selbst hartnäckige Flecken und sorgt dafür, dass auch weiße Wäsche wieder strahlend sauber wird. Zudem spart die automatische Dosierung bis zu 30 Prozent Waschmittel, bestätigt durch ein unabhängiges Gutachten des renommierten Öko-Instituts in Freiburg.

„Mit unserer mobilen Bestellfunktion tragen wir den veränderten Bedürfnissen der Kunden Rechnung, die auch bei den Gütern des täglichen Bedarfs einen immer größeren Teil ihrer Einkäufe online erledigen", betonte Trettenbrein. Und deshalb ist zu erwarten, dass Miele dieses „smarte" Modell nicht nur auf den Bereich Waschen beschränkt.

Die Waschmaschine EditionConn@ct ist zum Jahresende 2015 im Rahmen eines Pilotprojektes erhältlich. Weitere Produktgruppen, z. B. Geschirrspüler, sollen zu einem späteren Zeitpunkt folgen.

Die Nachbestellung kann mit wenigen Klicks direkt vom Mobilgerät aus erfolgen.

PoS-Aktuell

Neuheiten

Neue Kopfhörer von Gibson Innovations

Gibson Innovations hat neue Philips Kopfhörer vorgestellt. Das neue Philips Over-Ear-Headset SHB9850NC ermöglicht rauschfreien Musikgenuss ohne störende Außengeräusche. Über die Smart Touch-Bedienelemente an der rechten Ohrmuschel lassen sich Musik und Anrufe mit einer Berührung oder Wischbewegung intuitiv kontrollieren.
Durch Antippen der Smart Touch-Bedienelemente lassen sich Musikstücke wiedergeben, pausieren oder Anrufe entgegennehmen. Horizontales und vertikales Wischen ändert den Titel und reguliert die Lautstärke. Die 40 Millimeter Neodym-Treiber in Verbindung mit einem geschlossenen Akustik-Design, Über-Ohr-Versiegelung und Bluetooth 4.0 liefern sehr guten Sound.
Durch die Multipairing-Funktion können die Over-Ear-Kopfhörer mit zwei Bluetooth-fähigen Geräten gleichzeitig verbunden werden – und das mit nur einer Berührung. Zudem ist er Siri und Google Now kompatibel.
Die kompakte Bauform ist das Merkmal des SHB8850NC On-Ear Bluetooth-Kopfhörers (Bild) mit NFC und Noise Cancelling. Problemlos faltbar, lässt er sich in kleinen Rucksäcken und Taschen verstauen und kann bequem transportiert werden.

Beide Kopfhörer sind ab September erhältlich. Der SHB9850NC in Karbon-Optik Schwarz kommt zum UVP von 169,99 Euro und der SHB8850NC in Metalleffekt Schwarz zum UVP von 119,99 Euro.
Die neuen Philips InEar-Kopfhörer SHB5900 sind federleicht und bieten einen ausgezeichneten Sitz. Das wird durch die Verlagerung der Technik von den Ear-Plugs in das Neckband, angewinkelte Treiber und eine ovale Bauform des Kopfhörers erreicht. Der SHB5900 mit Headset-Funktion unterdrückt Umgebungsgeräusche und bietet mit seinen Neun-Millimeter-Treibern dank seiner halb-offenen Struktur eine verbesserte Bassleistung.
Der LI-Polymer Akku liefert Strom für fünfeinhalb Stunden Musikgenuss sowie eine Sprechzeit von sechs Stunden. Die Kopfhörer sind in den Farben Schwarz, Blau, Grün, Lila und Weiß erhältlich. Die kabellosen Kopfhörer lassen sich durch die NFC-Verbindung mit anderen Bluetooth-Geräten koppeln. Anrufe werden über die Fernbedienung am Kabel entgegengenommen. Die innovative MusicChain-Funktion erlaubt es, mit einem einfachen Klick Musiktitel von einem Gerät abzuspielen und via Bluetooth auf einem weiteren MusicChain-fähigen Kopfhörer zu hören.
Der SHB5900 ist ab September zum UVP von 99,99 Euro erhältlich.

Hisense: Gratis Tablet beim Kauf eines Premium TVs

Unter dem Motto „Elegantes Doppel" erhalten Käufer im Aktionszeitraum 20. Juli bis 31 . August 2015 beim Kauf eines von drei ausgewählten Hisense UHD TVs gegen Einsendung von Kassenbeleg, Seriennummer und Adresse ein Sero 8 Pro Tablet gratis. Zu den ausgewählten Modellen gehören die TV-Modelle 55K681, der 55XT810 und der 55EC870.
Der 55K681 sowie die Curved-Modelle 55XT810 und 55EC870 verfügen über ein besonders scharfes 4K-UHD-Display mit einer Auflösung von 3840 x 2160 Pixeln und eine Bilddiagonale von 139,7 cm (55"). Um 4K-Videosequenzen und andere Inhalte flüssig wiederzugeben, arbeiten die Fernseher außerdem mit einem schnellen Quad-Core-Prozessor sowie einem zusätzlichen FRCX-Prozessor für die Bildoptimierung. So werden nach Angaben von Hisense leistungsstarkes Upscaling von HD-Inhalten und eine Reduktion von Bewegungsunschärfe per MEMC (Motion Estimation/Motion Compensation) möglich. Durch die Unterstützung des Videokompressionsstandards H.265/HEVC (High Efficiency Video Coding) sind die TVs außerdem bereit für das UHD-Bildmaterial der Zukunft. Das gleiche gilt für die eingebaute

Zu den Aktionsmodellen gehört auch das Curved-Modell 55XT810.

HDMI-2.0-Schnittstelle, welche die Wiedergabe von UHD-Videos mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde ermöglicht.
Das Sero 8 Pro im nur 6,35 mm tiefen Aluminiumgehäuse bietet ein 20,3 cm (8") großes, mit 2048 x 1536 Pixeln besonders hochauflösendes IPS-Display und eignet sich zum Betrachten von Full-HD-Videos, Fotos, Websites sowie für grafisch aufwendige Spiele-Apps. Der 2 GB große Arbeitsspeicher und ein leistungsstarker Rockchip-Quad-Core-Prozessor mit 1,8 GHz sorgen dafür, dass all das flüssig und ohne Ruckeln abläuft.

Samsung: Saugen von unterwegs aus

Der neue Samsung Saugroboter Powerbot VR9200J reinigt nicht nur selbständig, sondern lässt sich dank WiFi auch von unterwegs aus steuern. Mit einer Saugleistung von 70W meistert der Powerbot sogar Hürden wie hohe Teppiche oder Stuhlbeine.
Von unterwegs lässt sich das Modell nun per Smartphone oder Tablet navigieren. „Der Samsung Saugroboter ist dazu konzipiert, unseren Nutzern den Alltag zu erleichtern. Der neue Powerbot schafft es jetzt sogar, eine emotionale Komponente einfließen zu lassen: den freundlichen Empfang im sauberen Zuhause. Das ist für uns Technologie der Zukunft!", erklärte Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH.

Per Smartphone oder Tablet können die Einstellungen des Saugroboters kontrolliert und bei Bedarf angepasst werden. Sogar verschiedene Reinigungsmodi können von unterwegs aktiviert werden.
Zahlreiche rechenstarke FullView Sensoren scannen die Umgebung und meistern so spielend Hindernisse wie Tisch- oder Stuhlbeine. Auch Barrieren auf dem Raumboden können den neuen Samsung-Saugroboter nicht aufhalten. Diese meistert er mit seinen EasyPass Rädern, einem großen Rad-Durchmesser von 105 Millimetern und einem Gehäuse, das von den herkömmlichen 10 Millimetern Bodennähe auf 15 Millimeter höhergelegt wurde. Damit wird der neue Powerbot VR9200J zur Outdoor-Version unter den Saugrobotern, heißt es in einer Pressemitteilung.

Bose QC 20 Headphones jetzt in neuen Farben

Die Bose QC 20 Acoustic Noise Cancelling Headphones sind ab sofort in den neuen Farben Schwarz und Weiß sowie in zwei Ausführungen, eine für ausgewählte iPod-, iPad- und iPhone-Modelle und eine für die meisten Samsung Galaxy-Smartphones/Tablets und Android-Geräte, erhältlich.

Beide Versionen umfassen ein Inline-Mikrofon sowie eine Inline-Fernbedienung für noch mehr Bedienfreundlichkeit bei Anrufen und Musikwiedergabe. Die QC 20 sind zu einem UVP von 299,95 Euro erhältlich.

Innovative iOS-Kamera von DxO

DxO, bekannt als Spezialist für Bildverarbeitung, hat mit der DxO One eine innovative Kamera entwickelt, die in Verbindung mit einem iOS-Gerät ausgezeichnete Bildqualität bei extrem kompakten Maßen ermöglicht. Die DxO One ist mit 69 mm Breite und einem Gewicht von 108 g klein genug, um in der Jacken- oder Hosentasche Platz zu finden. Zur Ausstattung gehört ein lichtstarkes asphärisches Objektiv f/1,8, 32 mm (KB) mit sechs Blendenlamellen und einem 1-Zoll-20,2MP CMOS BSI Sensor.
Die DxO One, deren Gehäuse aus Aluminium besteht, wurde speziell für das iPhone und iPad konzipiert: Sie wird an die Lightning-Schnittsttelle des Mobilgeräts angeschlossen, dessen Display als Sucher dient. Der Sockel der Kamera ist um ±60° schwenkbar, so dass auch ungewöhnliche Perspektiven möglich sind.
Die DxO One erzielt nach Angaben des Herstellers einen DxOMark Sensor Score von 70 bzw. 85 (bei Verwendung der SuperRAW Technologie). Damit liege die Leistung auf dem Niveau von Vollformat-Spiegelreflexkameras, betont DxO in einer Pressemitteilung. DxOMark gilt als Industrie-Standard Protokoll zur Bewertung von Objektiv- und Bildqualität.

„Die Bildqualität der DxO One ist atemberaubend", sagte Jérôme Ménière, CEO und Gründer von DxO. „Es ist möglich, im Mondschein kristallklare Bilder zu schießen, was für eine so kleine Kamera schier unglaublich ist. Die geringe Tiefenschärfe und das Bokeh des Objektivs bei f / 1 .8 sind absolut perfekt für die Porträtfotografie."
Eine kostenlose iOS App ermöglicht die Kontrolle über individuelle Kamera-Einstellungen wie Blende (f/1 .8 bis f/11), Verschlusszeit (15 s bis 1/8000 s), und Empfindlichkeit (ISO 100 bis 51 .200). Neben dem Automatikmodus bietet die DxO One-App verschiedene Aufnahmemodi wie Motivprogramme, Blenden- oder Zeitpriorität sowie einen vollkommen automatischen Modus.
Videos zeichnet die DxO One in Full HD-(1080 p bei 30 Bildern/s) oder HD-Qualität (720 p bei 120 Bildern/s) auf.
Fotos und Videos werden auf der integrierten microSDTM-Speicherkarte oder der iOS Camera Roll gespeichert und können sofort via Instagram, Facebook, Twitter etc. geteilt werden.
Die DxO One speichert die Bilder in Form von RAW-Daten als „digitale Negative", so dass sie mit RAW-Konvertern wie DxO OpticsPro oder Adobe Lightroom bearbeitet werden können. Bei schlechten Lichtverhältnissen können die Fotos auch im neuen DxO-SuperRAW-Format abgespeichert werden. Dieses Format entsteht durch die Kombination von vier schnell hintereinander aufgenommenen RAW-Fotos, die zu einer Datei verschmolzen werden, sobald die Kamera an einen Mac oder PC angeschlossen wird.
„Die DxO One profitiert von den Bildbearbeitungs-Technologien, die wir seit über zehn Jahren im Dienst der Foto-Industrie perfektionieren" erklärte Frédéric Guichard, DxO's Chief Image Scientist. „Sie verbindet Technologien zur Miniaturisierung im Mobile Imaging mit einem großen 1-Zoll-Sensor und State-Of-The-Art Bildverarbeitungs-Software."
Die DxO ONE kann in Deutschland auf der Website www.dxo.com zum Preis von 649 Euro (incl. MwSt.) vorbestellt werden. Die Auslieferung ist für das 4. Quartal dieses Jahres geplant. Für kurze Zeit gibt es zur DxO One kostenlose Lizenzen für zwei Software-Produkte, den RAW-Konverter DxO OpticsPro (Elite Edition, Einzelpreis 199 Euro) und das DxO FilmPack (Elite Edition, Einzelpreis 129 Euro).

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Siemens setzt auf vernetzte Hausgeräte

Smartes Vollsortiment

Siemens wird zur IFA 2015 ein Vollsortiment von vernetzbaren Hausgeräten anbieten. Das kündigte das Unternehmen während der IFA Innovations Media Briefings an, die am 8. und 9. Juli 2015 in Berlin stattfanden. Nach den bereits im Vorjahr eingeführten Backöfen und Geschirrspülern mit Netzwerkfunktionen werden sich nun auch Neuheiten in den Bereichen Wäschepflege und Kühlen in das heimische Netzwerk integrieren lassen. Alle vernetzten Hausgeräte von Siemens können über die Home Connect App mit iOS- und Android-Geräten gesteuert werden.

Roland Hagenbucher, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte: „Kein anderer Anbieter verfügt über ein derartiges Komplettangebot an vernetzten Hausgeräten."

„Kein anderer Anbieter verfügt über ein derartiges Komplettangebot an vernetzten Hausgeräten oder diesen Umfang an Funktionalitäten", erklärte Roland Hagenbucher, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte. Das ist kein Zufall: Siemens sieht vernetzte Technologien im Zentrum des Haushalts auf dem besten Weg zum Massenphänomen. Bereits in zwei Jahren soll intelligente Haustechnik in Europa für einen Umsatz von 4 Mrd. Euro stehen, in zehn Jahren erwarten Experten allein für Deutschland ein Marktvolumen von 19 Mrd. Euro. Der Wunsch nach Smart-Home-Lösungen zieht sich dabei durch alle Altersgruppen. Auch ältere Menschen können sich vorstellen, dass vernetzte Hausgeräte mit automatischen Funktionen ihnen den Alltag erleichtern. Zwei Drittel der Konsumenten sind darum der Ansicht, dass sich intelligente Haustechnik bis 2025 zum einem Massenmarkt entwickelt. „Intelligente und vernetzte Hausgeräte geben den Menschen des digitalen Zeitalters die Sicherheit, ihr Leben ganz nach persönlichem Wunsch zu gestalten und dem Alltag das Alltägliche zu nehmen", erklärte Hagenbucher.

Die neue iQ500 Kühl-/ Gefrier-Kombi ist mit zwei 5 Megapixel-Kameras ausgestattet.

Mit dem ersten vernetzten Kühlgerät will Siemens Hausgeräte nun die Vorratshaltung „on demand" ermöglichen und einen neuen Haushaltsmanager in der Küche platzieren. Die Kühl-/Gefrier-Kombi iQ500 KG36NHI32 ist mit zwei 5 Megapixel-Kameras ausgestattet – eine ist im Innenraum und eine in der Tür des Kühlteils angebracht. So wird der gesamte Innenraum des Kühlschranks erfasst und der Nutzer per App darüber informiert, ob noch genug Vorräte vorhanden sind oder ob diese, z. B. durch ein anderes Mitglied des Haushalts, seit der letzten Inspektion reduziert oder wieder aufgestockt wurden. Bei jedem Öffnen und Schließen der Kühlschranktür wird ein Bild des Innenraums geschossen, das über die Home Connect App von unterwegs abgerufen werden kann. In Kombination mit einem in der Home Connect App verfügbaren Kochbuch – beispielsweise für die iQ700 Backöfen von Siemens – lässt sich leicht entscheiden, was mit den vorhandenen Lebensmitteln gekocht werden kann. So sollen eine digitale Menüplanung und mobiles Einkaufsmanagement nahtlos ineinander greifen. Dabei werden strikte Sicherheitsregeln beachtet: Nur der Nutzer selbst kann die Aufnahmen sehen, sie zeigen keine Personen und sind nach TÜV-Standards verschlüsselt. Möchte der Anwender seine Bilder teilen – etwa für Einkaufsabsprachen mit Familienmitgliedern oder Freunden – kann er diese per E-Mail, MMS oder über Kurznachrichtendienste verschicken.

Auch im Hinblick auf die Frischhaltung von Lebensmitteln bieten die Netzwerkfunktionen des iQ500 konkrete Vorteile. Das Gerät bietet neben dem normalen Kühlraum zwei Spezial-Bereiche: In der hyperFresh Schublade kann die Luftfeuchtigkeit per Schieberegler erhöht werden. So bleiben Salate, Rohkost und ausgewählte Obstsorten länger knackig. In der zweiten Schublade, der hyperFresh „<>"0°C Zone, liegt die Temperatur niedriger als im restlichen Kühlraum, um Fisch und Fleisch doppelt so lange frisch zu halten wie unter herkömmlichen Kühlschrank-Bedingungen. Was wohin gehört, erklärt der Home Connect Storage-Guide. Zudem ermöglicht die App z. B. die Bedienung von unterwegs, gibt Tipps für die Temperatureinstellung und schickt automatisch eine Benachrichtigung, falls die Kühlschranktür nicht richtig geschlossen wurde. Auch verschiedene Optionen wie Urlaubs- oder Sabbatmodus lassen sich von unterwegs aus steuern.

Waschmaschinen und Trockner mit Energiemanager

Mit den ersten netzwerkfähigen Waschmaschinen und Trocknern der iQ800 Generation bindet Siemens Hausgeräte auch den Hauswirtschaftsraum in das intelligente Zuhause ein. Das ist besonders für Haushalte interessant, die einen großen Teil ihres Stroms selbst erzeugen, z. B. mit Photovoltaik. Anhand von Daten, die ein vom Stromanbieter zur Verfügung gestellter Energiemanager liefert, berechnet die Flex Start Funktion der Geräte den bestmöglichen Zeitpunkt, um das Wasch- oder Trockenprogramm zu starten. Dabei werden innerhalb des vom Nutzer festgelegten Zeitfensters sogar die Wettervorhersagen berücksichtigt. Ohnehin arbeitet die iQ800 Waschmaschine WM6YH840 sehr sparsam: Mit nur 137 kWh pro Jahr unterschreitet sie den Grenzwert der Top-Energieeffizienzklasse A+++ um 30 Prozent.

Besonders um die Unterstützung unerfahrener Anwender geht es bei der neuen Funktion Easy Start. Wenn man die Art der Textilien, die gewaschen oder getrocknet werden sollen, in die App eingibt, empfiehlt sie das passende Programmn und startet es auf Wunsch. Dabei dosiert die iQ800 Waschmaschine WM6YH840 das Waschmittel abhängig von Textilart, Beladungsmenge, Wasserhärte und Verschmutzungsgrad automatisch. Das soll Mensch und Umwelt gleichermaßen entlasten: Die präzise berechnete Dosierung spart nach Angaben von Siemens im Vergleich zur manuellen mehrere Tausend Liter Wasser pro Jahr. Dabei reicht eine „Tankfüllung" für etwa 20 Waschvorgänge.

Netzwerkfähiges Team für die Wäschpflege: die iQ800 Waschmaschine WM6YH840 (links)...

...und der Wärmepumpen-Trockner WT7YH7W0.

Wie die Waschmaschine bietet auch der netzwerkfähige iQ800 Wärmepumpen-Trockner WT7YH7W0 (Energie-Effizienzklasse A+++) die Flex Start-Funktion und lässt sich mit der Home Connect App bedienen. Das ist z. B. hilfreich, wenn man die Wäsche warm zusammenlegen möchte, um sich das Bügeln zu ersparen.

Auch digitale Gebrauchsanweisungen sowie zahlreiche Tipps und Tricks rund um das Thema Wäschepflege gehören zu den Inhalten der App.

Probewohnen auf der IFA

Alle Neuheiten sind auf der IFA auf dem Siemens Stand in Halle 1.1 zu sehen und zu erleben. Im neuen Home Connect Appartement wird man dabei nicht nur die neuen Hausgeräte, sondern auch die Vorteile der voll vernetzten Küche erleben und mit Hilfe von Tablets die digitalen Möglichkeiten und Mehrwerte direkt vor Ort kennenlernen und testen können.

Ein Fingertippen auf ihrem extra-großen Sensor-Touch-Bedienfeld der De´Longhi PrimaDonna Elite Ambiente genügt, und schon fließt eines von insgesamt 21 Heißgetränken in die Tasse: Sei es ein Espresso, ein Cappuccino oder Latte Macchiato.

De'Longhi IFA Preview

Bereits Anfang Juli hat die De'Longhi Deutschland in Frankfurt ihre Neuheiten für die IFA 2015 vorgestellt. Unter dem Dach der Tochter des italienischen Elektronikkonzerns wurde einem ausgewählten Fachpublikum auch ein erster Blick auf die neuen Küchenmaschinen und Küchenkleingeräte der Marken Kennwood und Braun Household gewährt.

Drei Marken-Highlights

Als neuestes Flaggschiff im Bereich der Kaffeevollautomaten kommt die De'Longhi PrimaDonna Elite im Herbst gleich in zwei Ausführungen in den Handel. Als Vertreterin der ersten interaktiven Generation von De'Longhi-Kaffeevollautomaten erfüllt das Gerät jeden Wunsch hinsichtlich Stil und Geschmack. Ein Fingertippen auf ihrem extra-großen Sensor-Touch-Bedienfeld genügt, und schon fließt eines von insgesamt 21 Heißgetränken in die Tasse: Sei es ein Espresso, ein Cappuccino oder Latte Macchiato. Über das 4,3 Zoll große TFT Touch-Farbdisplay oder gar via Smartphone – mit Hilfe der speziellen Smart Coffee App – lässt sich der Kaffeevollautomat intuitiv und einfach bedienen.

Die Dolce Gusto Stelia fällt nicht nur durch ihre technischen Fähigkeiten auf. Aufgrund ihres futuristischen Designs ist sie auch ein wahrer Hingucker.

Auch für Nespresso Freunde hat De´Longhi gleich mehrere Neuheiten in der kommenden Saison. Das Nespresso-System Lattissima Touch von De'Longhi macht praktisch jeden zum Künstler, wenn es um italienische Kaffeevielfalt geht. Denn mit ihm kann jeder einen perfekten Ristretto, Espresso, Lungo, Cappuccino oder Latte Macchiato zubereiten. Die Lattissima Touch, die es bereits in den Farben Glam White, Glam Black und Glam Red gibt, bekommt nun Verstärkung: Ab September ist das Modell auch in den Farben Palladium Silver und Black Titanium erhältlich. Fast als kleines Kunstwerk kann die Nescafé Dolce Gusto Stelia von De'Longhi bezeichnet werden. Denn sie glänzt nicht nur mit der Vielzahl an Kaffeespezialitäten sowie Heiß- und Kaltgetränken, die sie im Nu in die Tasse zaubert. Sie fällt vor allem mit ihrer futuristischen Form auf, zu der die Designer von De'Longhi sich von modernen Skulpturen haben inspirieren lassen. Die Nescafé Dolce Gusto Stelia wird ab September 2015 in drei verschiedenen Modellen erhältlich sein, in Piano Black, Glossy White und Dark Silver.

Die Heißluftfritteuse De´Longhi Multifry dürfte aufgrund ihrer vielseitigen Funktionen auch in jungen Haushalten gut ankommen.

Küchenprofis

Als Multitalent in Sachen Küchenhelfer hat De´Longhi die neue Heißluftfritteuse MultiFry vorgestellt. Die MultiFry erfüllt je nach Bedarf die Funktion einer Heißluftfritteuse, die eines Ofens oder eines Grills und dürfte daher auch in jungen Haushalten bestens ankommen, ebenso bei Menschen, die sich bewusst ernähren und ohne großen Aufwand – also auf Knopfdruck – eine Vielzahl einfacher Gerichte auf den Tisch bringen möchten. Wer selbst zeitsparend Gesundes kochen möchte, hat mit dem neuen kCook CCC200WH von Kenwood eine clevere Küchenhilfe an seiner Seite: Ein Knopfdruck genügt, und die Kompakt-Küchenmaschine mit Kochfunktion zerkleinert, kocht und dämpft. Drei programmierte Kochfunktionen, drei Temperatureinstellungen und drei Rührgeschwindigkeiten ermöglichen eine große Auswahl an Rezepten für jeden Tag. Lieblingsgerichte wie Risotto, Bolognese oder Chili con Carne gelingen mit dem kCook fast von selbst. Dabei fasst die Kochschüssel aus robustem Edelstahl mit 1,5 Liter genug für eine hungrige Familie.

Clevere und zeitsparende Küchenhilfe: kCook CCC200WH von Kenwood

Gesund genießen

Mit dem neuen Smoothie-Mixer SMP060SI von Kenwood lässt sich aktives Leben ganz leicht unterwegs genießen. Zutaten einfüllen, Behälter einsetzen, mixen – und fertig ist die Vitaminbombe zum Mitnehmen. Vitalstoffspender wie Blattsalate und Spinat verwandeln sich damit ruckzuck in supergesunde, cremige Smoothies. Die jeweils perfekte Konsistenz ermöglichen zwei Geschwindigkeitsstufen. Und alle, die Smoothies „mit Biss" lieben, können mit der Impulsfunktion eine Punktlandung hinlegen. Stark: Speziell geformte Messer zerkleinern auch größere Früchte und sogar Eisstücke. So spart man Vorbereitungs- und Crush-Zeit.

Haushaltshilfen

Mit einem Kraftpaket erweitert Braun im Herbst sein Dampfbügelstationen-Sortiment CareStyle 5 um das extra starke CareStyle 5 Pro-Modell. Kraftvolle 7,5 bar Dampfdruck und die neue Turbo-Taste gewährleisten kompromisslose Glätte für höchste Ansprüche. Das Ergebnis: glatte, faltenfreie Wäsche, die selbst dem kritischsten Blick standhält. Das neue Pro-Modell gibt es in der eleganten Variante CareStyle 5 Pro IS 5055 in Weiß/Grau.

Die Braun CareStyle 5-Dampfbügelstationen denken mit, denn dank ihrer iCare-Technologie erzeugen sie die optimale Temperatur für jede Textilie und jedes Kleidungsstück.

Die CareStyle 5-Dampfbügelstationen denken mit, denn dank ihrer iCare-Technologie erzeugen sie die optimale Temperatur für jede Textilie und jedes Kleidungsstück. Wer nach dem Baumwollkleid ein Seidenhemd bügelt, muss nicht mehr abwarten, bis die Bügelsohle heruntergekühlt oder im umgekehrten Fall aufgeheizt ist. Die Wäsche vor dem Bügeln zu sortieren, ist ebenso unnötig wie ein Bügelschutz, etwa bei Kunstfasertextilien. Nach dem Einschalten ist das Gerät schon in 2 Minuten betriebsbereit. Außerdem gilt für die CareStyle 5: Bügeln lernen, heißt von den Snowboardern lernen! Denn die Form der Snowboards hat die Designer von Braun zur weltweit ersten Eloxal 3D BackGlide Bügelsohle mit abgerundeten Kanten inspiriert. So wie ein Snowboard über jede Bodenwelle gleitet, so gleitet auch die innovative Bügelsohle 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, heißt es seitens des Herstellers.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

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

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Trittbrettfahrer mit zwei Buchstaben

Wenn Rentner nichts zu tun haben, dann reden sie davon, dass früher alles besser war und fangen an, den Jüngeren Moralpredigten zu halten. Ich habe gerade nichts zu tun.

Und ich habe gehört, dass PoS-MAIL eine Einladung zum „IFA Lunch Break" von HP bekommen hat. Der findet am 3. September in Berlin statt, aber nicht etwa, wie die zahllosen anderen Pressekonferenzen an diesem Tag, auf dem Messegelände, sondern weit weg in einem Hotel am Potsdamer Platz. Allerdings soll der Weg sich lohnen: Denn laut F&H Public Relations, der PR-Agentur von HP, wird man auf dieser Veranstaltung „alles über die aktuellen Trends für Consumer Produkte bereits vor dem IFA Start" erfahren. Mein Verleger ist neugierig, aber so neugierig, dass er sich am Pressetag der IFA für zwei Stunden vom Messegelände entfernt, ist er nun auch wieder nicht. Deshalb antwortete er auf die Einladung mit der unschuldigen Frage: „Können wir dazu nicht einen Termin am HP Stand auf der IFA vereinbaren?"

Der Schlingel hatte natürlich geahnt, was passieren würde: F&H Public Relations informierte PoS-MAIL, es werde „keinen weiteren Auftritt von HP auf der IFA geben."

Jetzt kommt die Moralpredigt: Ein weltweit agierender Technologie-Konzern lädt Journalisten zu einer IFA Pressekonferenz ein, obwohl er kein Geld für den Messestand hat oder zumindest keins dafür ausgeben will. Ich nenne das Trittbrettfahrerei, weil ich nicht genau weiß, wie man Schmarotzen schreibt. Und mit der ganzen Empörung eines Rentners, der in seiner aktiven Zeit ja nicht nur für ein führendes Fachhandelsmedium, sondern jahrzehntelang in der Industrie gearbeitet hat, stelle ich fest: So etwas wäre einem renommierten Unternehmen zu meiner Zeit nicht eingefallen. Im Gegenteil: Wir hätten uns geschämt.

Nun werde ich nicht so großväterlich werden, die Herrschaften von HP und F&H Public Relations aufzufordern, sich zu schämen. Die wissen nämlich sowieso nicht, wie man das macht. Das nennt man schamlos.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31
Fax: (0 21 02) 20 27 - 49
Online: http://www.pos-mail.de

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

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

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

Anzeigen:
Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

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

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

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
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

www.bfi-photokina.de

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"

Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News
Partner: Photoindustrie-Verband e.V. · GfK Retail and Technology
Informationen: www.bfi-photokina.de · E-Mail: bfi@photokina.de · Fax: +49 221 821-3995

koelnmesse