

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Juli/August 2014

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



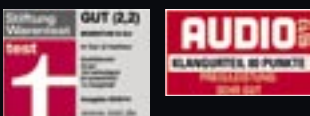
www.pos-mail.de

SENNHEISER

GEH VORAUSS.
ENTDECKE
MOMENTUM.



MOMENTUM KOPFHÖRER.
INSPIRIERT VON MENSCHEN
MIT MOMENTUM.



WHAT'S YOUR
MOMENTUM?
SENNHEISER-MOMENTUM.DE



Die IFA 2014 „Das nächste große Ding“



IFA-Guide ab Seite 13

Wenn die globale High-Tech-Branche sich vom 5. bis 10. September auf der IFA in Berlin präsentiert, wird es um mehr gehen als um die neuesten Produkte in den Bereichen Consumer Electronics und Hausgeräte. Die Vorankündigungen der Organisatoren, Verbände und Aussteller zeigen: Das Internet der Dinge ist keine Zukunftsmusik, sondern in vielen Segmenten unserer Branche bereits Wirklichkeit. Und es ermöglicht nicht nur Smart TV und die drahtlose

Verteilung von Fernseh- und Musikprogrammen im ganzen Haus, sondern es erleichtert auch die Bedienung von Hausgeräten, eröffnet neue Möglichkeiten beim Energiesparen, bringt neue Anwendungen in die Segmente Health und Beauty und sorgt auch im Auto für mehr Information und Sicherheit. Was das bedeutet, wird nicht nur auf den Ständen der Aussteller präsentiert, sondern auch im umfassenden IFA- Rahmenprogramm diskutiert.

Bei richtiger Vermarktung sei 'Smart Home' „das nächste große Ding“, erklärte Hans Wienands, Executive Vice President der Samsung Electronics GmbH auf der Informationsveranstaltung gfu Insights & Trends, die am 9. Juli anlässlich der IFA Innovations Media Briefings stattfand. Dabei gehe es nicht um Zukunftsmusik: „Die neue Welt ist jetzt da“, betonte Wienands. Das gilt nicht nur für Smart TVs, die

über Netzwerke auf Inhalte zugreifen oder diese auf andere Bildschirme verteilen, sondern auch Bilder und Musik werden von immer mehr Menschen ganz selbstverständlich mit vernetzten Geräten genutzt. Smartphones und Tablets dienen dabei ganz selbstverständlich als Kommunikationsgeräte, mit denen die Konsumenten nicht nur jederzeit und überall mit dem Internet verbunden seien, sondern auch in

verstärkter Weise andere Geräte steuern.

Es sei aber notwendig, die neue smarte Welt nicht nur aus der Sicht der Hersteller, sondern auch mit der Brille der Kunden zu betrachten, forderte Wienands. „Smart Home ist für viele noch Terra incognita“, stellte der Samsung Manager fest und fügte hinzu: „Ich kann besser skypen als meine Waschmaschine bedienen. Und

Die Neuheiten von Metz
auf der IFA 2014.



vom 05. - 10. Sept. 14
Halle 21b, Stand 102

Made in Germany

NEUHEITEN

„Sehen wir uns zur
IFA 2014 in Berlin?“



UNOLD UNOLD UNOLD
Care + Style Fan + Heat



EDITORIAL

Wer denkt an die Kunden?

Die gute Nachricht zuerst: Eine neue Studie im Auftrag der gfu zeigt, dass die Internet-Funktionen von Smart-TVs endlich beim größten Teil der Kunden angekommen sind. Es hat ja auch lange genug gedauert. Eine schlechte Nachricht folgt leider auch: Die Innovationen unserer Branche sind nur wenigen Konsumenten bekannt. 13 Prozent der Befragten in Deutschland und sechs anderen europäischen Ländern kennen den Begriff 4K, jeweils 9 Prozent sind auch UHD, Curved und OLED bekannt. Wie viele Konsumenten die Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede von 4K und UHD zu benennen wissen, fragen wir besser erst gar nicht.

Die trüben Zahlen sind kein Wunder, denn die Einführung des neuen hochauflösenden Fernsehens ist, was die Kommunikation angeht, eine Katastrophe. Nicht einmal auf einen Namen hat sich die Branche einigen können: 4K, UHD, 4K UHD, Ultra HD usw. gehen munter durcheinander. Auch ein verständliches Logo oder Icon gibt es nicht – und was die Beratungskompetenz des Einzelhandels angeht, hat unsere Mitarbeiterin bei einer Mystery Shopping Aktion ernüchternde Erfahrungen gemacht, die Sie in dieser Ausgabe lesen können. Glücklicherweise schnitten dabei zwei Fachhändler wenigstens im Verkaufsgespräch gut ab. In den Beilagen derselben Händler muss man allerdings häufig erst das Kleingedruckte lesen, um erkennen zu können, ob das beworbene Gerät dem Full HD- oder UHD-Standard entspricht. Mal ganz im Ernst: Glaubt eigentlich wirklich jemand, dass die Konsumenten diese Texte lesen und verstehen – und dass man sie so ins Geschäft locken kann?

Hier muss gemeinsam gehandelt werden, und zwar schnell – wie bei Smart TV gehören Verbände, Lieferanten und Händler an einen Tisch. Das gilt übrigens nicht nur für UHD: In dieser PoS-MAIL Ausgabe lesen Sie auch, dass Smart Home und die vernetzten mobilen Geräte zu den Top-Trends der IFA gehören. Das vernetzte Haus und der vernetzte Mensch sind aber von Natur aus schon komplexe Themen. Wenn man den Kunden die Vorteile nicht von Anfang an einfach und klar vermittelt, kann daraus außer Verwirrung nicht viel werden.

Thomas Blömer
Thomas Blömer

ich muss immer noch in den Keller gehen, um zu sehen, ob sie fertig ist.“ Dass es auch anderes gehe, sei bei den Konsumenten noch nicht angekommen. Deshalb müsse die Branche den Kunden die Vorteile in kleinen Schritten näher bringen, aber gleichzeitig vermeiden, Insel-Lösungen zu entwickeln, forderte Wienands. Als Beispiele für konkreten Kundennutzen nannte er das Energiesparen mit smarter Steuerung von Licht, Klima- und Heizungsanlagen, mehr Komfort durch Roboter und intelligente Hausgeräte. Solche Vorteile könnten nicht nur junge Menschen ansprechen, erklärte Wienands, sondern auch Senioren beim täglichen Leben unterstützen. Angesichts der zunehmenden Vernetzung ganz unterschiedlicher Geräte sei es gut, dass die bisherige Trennung von brauner und weißer Ware auf der diesjährigen IFA aufgehoben sei.

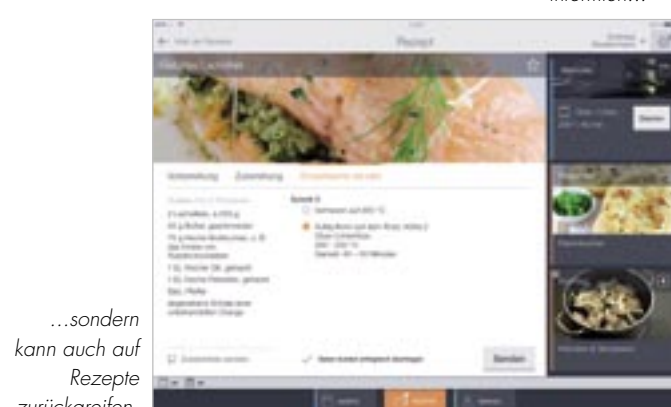
Komfort mit Apps

Unerlässlich für das smarte Leben sind Apps, die es den Konsumenten ermöglichen, über ihr Mobilgerät drahtlos mit großen und kleinen Geräten zu kommunizieren. Die IFA wird zeigen, dass es dabei nicht nur um die Steuerung oder Kontrolle von Funktionen geht. Die von Bosch angekündigte Home Connect App, die für iOS noch in diesem und für Android Anfang nächsten Jahres verfügbar sein soll, wartet zum Beispiel neben Steuerungsfunktionen auch mit Content auf. So bietet die „Welt der Rezepte“ nicht nur Ideen und Anleitungen für die Zubereitung einer Mahlzeit, sondern informiert auch den Backofen, welches Gericht in die Röhre geschoben wird und ruft die passenden Einstellungen ab. Auch beim Service von Hausgeräten kann die App den Technikern helfen, das Problem aus der Ferne zu erkennen und sogar zu lösen.

Spezialisten wie Beurer und Medisana nutzen das Internet der Dinge zur Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden. Mit Hilfe entsprechender Apps können Wearables und Kleingeräte wie zum Beispiel netzwerkfähige Waagen die Werte für Blutzucker, Puls oder Körperfett ermitteln und speichern, so dass der Arzt auf diese Daten zugreifen kann. Zertifizierte Datenschutz-Technologien sollen in diesem Bereich für Sicherheit sorgen und den Missbrauch von Daten verhindern.



Smarte Küche: Mit der Home Connect App von Bosch und dem neuen netzwerkfähigen Backofen der Serie 8 ist der Nutzer nicht nur überall über den Stand der Dinge im Garraum informiert...



...sondern kann auch auf Rezepte zurückgreifen.



Fast schon selbstverständlich: Inhalte können drahtlos zwischen Mobilgeräten und Fernsehern ausgetauscht werden.

Dass auch die klassische Unterhaltungselektronik im smarten Home eine große Rolle spielt, ist inzwischen fast schon Standard. Fernsehprogramme können einfach auf praktisch jeden netzwerkfähigen Bildschirm im Haus verteilt werden genauso wie Musik auf entsprechende Lautsprecher. Die dafür notwendigen drahtlosen Komponenten werden in Berlin von zahlreichen Ausstellern präsentiert und können mit



Mit Apps wie dem Health Manager von Beurer und kompatiblen Geräten wie dem Sensorarmband oder der Diagnosewaage können wichtige Gesundheitsdaten und Messwerte ermittelt und dem Arzt zugänglich gemacht werden. Zertifizierte Schutzsysteme sollen Datenmissbrauch verhindern.

Sicherheit zu einem guten Weihnachtsgeschäft für den Fachhandel beitragen.

IFA TecWatch

Die neuen Produkte und Lösungen für die digitale Netzwerk-Welt werden nicht nur an den Ständen der Aussteller vorgestellt, sondern auch bei Gemeinschaftspräsentationen. So zeigt das IFA TecWatch Forum in Halle 11.2 neue Standards und Lösungen für die digitale Medienwelt, Konzepte für zukunftssichere Energieeffizienz, Produkte aus dem 3D-Drucker, Komfort im vernetzten Haus, Sicherheit von Daten und Eigentum, Apps für Fitness und Gesundheit oder Ideen für Mobilität ohne Verkehrsinfarkt. Dafür haben sich unter anderem die drei Verbände ZVEI, ZVEH und VDE zusammengetan. Auch Startups werden in diesem Bereich ihre Konzepte und Produkte vorstellen. Dazu gibt es Vorträge und Podiumsdiskussionen mit kompetenten Experten zu verschiedenen Themen von Ultra HD bis zur regenerativen Energie.

GfK Konferenz zu aktuellen Trends

Auch die GfK wird die neuen Technologien zum Thema einer Konferenz machen, die unter dem Titel

„Be smart – consumer products of tomorrow“ am 4. September von 13.00 Uhr bis 16.00 Uhr im IFA Marshall Haus auf dem Berliner Messegelände stattfindet. Hier gibt es nicht nur Einblicke in die Trends aus den Bereichen TV, Audio und Haushaltsgeräte, sondern es werden auch die Konsequenzen dieser Trends für den Einzelhandel diskutiert.

Neues Format: IFA+ Summit

Unter dem Titel „IFA+ Summit – Next Level Of Thinking“ startet die IFA in diesem Jahr ein neues, eigenes Kongress-Format, auf dem internationale Vordenker, Top-Executives und Unternehmer aus den Bereichen Mobilität, Gesundheit, Big Data, Home, Design und New Entertainment ihre Visionen und Ideen präsentieren und diskutieren werden. „Mit diesem Kongress wollen wir die Positionierung der IFA als Leitmesse

stärken“, betonte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. „Indem wir auch angrenzende Branchen aufnehmen, wollen wir den IFA+ Summit in den nächsten Jahren zu einem weltweit führenden Forum aufbauen, in dem über die aktuellen Themen hinaus auch Trends und Ideen für die digitale Zukunft diskutiert werden.“

Auf der hochkarätig besetzten Veranstaltung am 8. und 9. September im neuen Berliner CityCube auf dem Messegelände werden die zukünftige Lebenswelt von Konsumenten, das veränderte Umfeld von Unternehmen und die digitale Vernetzung und ihre Herausforderungen im Mittelpunkt stehen. Neben Keynotes und Kurzvorträgen sollen auch Podiumsdiskussionen mit internationalen Gästen aus Big Business, Startups, Wissenschaft und Politik die Themen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten.

gfu mit neuem Logo

Der Veranstalter der IFA, die gfu Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, hat rechtzeitig vor der Messe ihr Logo den aktuellen Markt- und Technologie-Entwicklungen angepasst. Mit dem neuen Claim „Consumer & Home Electronics“ spiegelt der Verband die Erweiterung seines Tätigkeitsbereiches um Elektro-Haus- und Kleingeräte wider.

gfu Consumer & Home Electronics

In „Deep Dive-Sessions“ können Interessierte dann noch tiefer in die Materie eintauchen.

Der Themenkatalog umfasst neueste Trends aus der High-Tech-Szene, Einblicke in die aktuelle Produktentwicklung und State-of-the-art-Design. Dazu gehören die Fragestellungen: Wie werden wir in Zukunft leben? Was sind die Trends im Bereich Mobilität und Smart Cities? Oder: Warum wird Design immer wichtiger? Auch die Frage, wie man verantwortungsbewusst mit den gigantischen Datenmengen umgehen kann bzw. sollte, wird eine Rolle spielen. Und nicht zuletzt geht es auch darum, welche Geschäftsmodelle, hybriden Architekturen und Inhalte im Bereich der Unterhaltung eine Zukunft haben.

Zu den Referenten für den Bereich Connected Home gehören unter anderem Paul Brody (IBM), Joe Decuir (MCCI) und Rob Chandhok (Qualcomm). Für den Bereich Big Data haben sich der Journalist Jeff Jarvis, Ben Scott (Open Technology Institute), Jamie Co (Euromonitor International) und Dr. Karlheinz Brandenburg (Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie) angekündigt. Bettina Bernhardt von Audi wird die Perspektiven der digitalen Vernetzung im Bereich Mobilität beleuchten. Für den Bereich Gesundheit soll der Vordenker Dr. Daniel Kraft von der Singularity University mit einer Keynote Impulse setzen.

Tickets für den IFA+ Summit können zum Preis von 599 Euro online im Bereich „IFA Summits“ auf www.ifa-berlin.de bestellt werden.

Top-Manager präsentieren Keynotes

Auch auf der IFA 2014 werden internationale Top-Manager während der IFA International Keynotes zukunftsweisende Strategien präsentieren und Ideen für praktisch alle relevanten Bereiche der Messe vorstellen. Dabei kommen einflussreiche Schwergewichte aus der Industrie zu Wort.

Am Freitag, den 5. September um 10.30 Uhr, wird Samsung Präsident & CEO Boo-Keun Yoon den Eröffnungsvortrag zur IFA halten und dabei die Visionen des Unternehmens für das Haus der Zukunft vorstellen. Um 14.00 Uhr am selben Tag tritt Levent Çakiroglu, Präsident der Koç Holding Durable Goods und CEO der Arçelik Group, auf. Dieses Technologie-Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren unter anderem mit Marken wie Grundig und Beko erfolgreich internationalisiert und gehört zu den führenden Herstellern von Haushaltsgeräten und Consumer Electronics Produkten. Arçelik betreibt insgesamt 14 Produktionsstätten in der Türkei, in Russland, Rumänien, China und Südafrika, unterhält Vertriebsorganisationen in 25 Ländern und beschäftigt rund 25.000 Mitarbeiter. Um 17.00 Uhr wird am 5. September Kirk Skaugen, Senior Vice President und General Manager der Personal Computing Group der Intel Corporation, erläutern, welche innovativen Geräte-Designs durch die neuesten Technologien des Unternehmens möglich werden. Dabei soll es um nichts geringeres als eine neue Ära des Computings gehen.

Mit Tony Fadell, dem CEO von Nest Labs, hält am Samstag, den 6. September um 10.30 Uhr, ein erfolgreicher Unternehmer der New Economy eine Keynote. Fadell gründete 2010, gemeinsam mit Matt Rogers, die Firma Nest Labs, die im Januar 2014 von Google für 3,2 Mrd. US-\$ übernommen wurde. Der Manager, der in diesem Jahr vom Time Magazine in die Liste der 100 einflussreichsten Personen der Welt aufgenommen wurde, hält mehr als 300 Patente und gilt als Visionär, der auch in Zukunft spannende Projekte entwickeln wird.

Um 14.00 Uhr werden Daniel und Dr. Andreas Sennheiser, die CEOs von Sennheiser electronic, Einblicke in die 70jährige Geschichte des Familienunternehmens geben. Dabei wird es um die besondere Innovationskultur des Unternehmens ebenso gehen wie um die Zukunft der drahtlosen Audio-Übertragung und die Perspektiven für den High-End-Sektor.

Alle IFA International Keynotes finden im neuen CityCube statt, der direkt neben dem Eingang Süd des Berliner Messegeländes liegt.

INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten ... 4, 29, 30

Loewe mit komplett neuem TV-Sortiment auf der IFA – Premium in Ultra HD ... 5

Samsung fördert den UHD TV Abverkauf – Cashback-Aktion und Gratis-Zugabe ... 6

Zwei weitere neue TV-Linien von Metz ... 7

Hisense plant fulminanten IFA Auftritt – Der Vollsortimenter ... 8



Das neue Philips Flaggschiff von TP Vision – Ultra HD powered by Android ... 9

Grundig nimmt das Smart Home ins Visier – Vollsortiment auf der IFA ... 10

Panasonic profitiert von 4K-UHD – Neue Blu-ray Recorder zur IFA ... 11

Telepoint präsentiert Ware auf neue Art – Wohnwelten mit Hightech ... 12



IFA-GUIDE

13-20

Wer berät wie in Sachen 4K UHD? – Kompetenz von der Palette? ... 21

Neue Trends auf der Euronics Convention 2014 – Smart sorgt für Impulse ... 22

Isio-Geräte von TechniSat mit persönlichem Wunschprogramm – watchmi schafft das Suchen ab ... 23

Flächenwachstum sorgt für Umsatzplus – expert ohne Krise ... 24

PoS-Aktuell – Neuheiten ... 25, 27

Bügeleisen, Dampfstationen und Zubehör – Rund ums heiße Eisen ... 26



De'Longhi IFA-Highlights – Premiere im Premium-Segment ... 28

Varta setzt auf Markenqualität „Made in Germany“ – Blister zeigen Flagge ... 30

Wagners Welt ... 31

PoS-MAIL @ ... 31

Impressum ... 31

Telefunken Licences GmbH mit neuem Geschäftsführer



Christian Mayer

Die Telefunken Licences GmbH in Frankfurt hat Christian Mayer in die Geschäftsführung berufen. Der 36-jährige verantwortet dort insbesondere die Bereiche Vertrieb und Vertragsmanagement der Gesellschaft. Damit übernimmt er unter anderem die Verantwortungsbereiche von Hans Walter Jakobi, der aus Altersgründen aus dem Management der Telefunken Licences

GmbH ausscheidet, dem Unternehmen aber weiterhin beratend verbunden bleiben wird. Der Geschäftsführung der Gesellschaft gehört darüber hinaus weiterhin Philippe Maugeais an, der die Bereiche Finanzen und Kommunikation verantwortet und für die Telefunken Gruppe in verschiedenen Funktionen seit 2010 tätig ist.

Mayer hat vor seiner Berufung zum Geschäftsführer von 2011 bis 2013 erfolgreich das weltweite Ferrari-Lizenzgeschäft für Kreditkarten als Managing Director der hierfür verantwortlichen Business Division der Live Holding AG aufgebaut. Von 2005 bis 2010 hat Mayer dem Vorstand des Beteiligungsunternehmens Live Holding AG angehört und in dieser Funktion unter anderem den Erwerb der Telefunken Licences GmbH im Jahre 2007 mitverantwortet. Mayer hat einen Abschluss der Betriebswirtschaftslehre von der Wharton School der University of Pennsylvania (USA).

Neuer Head of Retail bei Phone House

Torsten Duda ist neuer Head of Retail bei Phone House und damit für den Betrieb der Phone House-Shops verantwortlich. Als zusätzliches Projekt leitet er parallel dazu die strategische Weiterentwicklung des Betreibermodells, mit dem das Unternehmen mittel- und langfristig seine Position im Markt stärken will. Im Frühjahr 2014 hatte Phone House mit dem Gesamtvertrieb Sales & Distribution unter der Leitung von Director Uwe Fries eine neue Organisation geschaffen, um die strategische Ausrichtung vom Retailer zum Multi-Channel-Handelshaus und Dienstleistungsanbieter im Telekommunikationsbereich zu verstärken.

Duda war zuletzt bei der T-Punkt Vertriebsgesellschaft für Expansionen und Partnermanagement verantwortlich. Zu seinen Aufgaben gehörte u. a. die Realisierung zahlreicher Standorte mit Phone House, die heute von der TPH Shop Management GmbH betrieben werden. Seine Laufbahn im Telekommunikationsumfeld begann der 53-jährige Manager bereits 1990. Zunächst arbeitete er zwölf Jahre als Regional- und Vertriebsleiter bei der Talkline GmbH, bevor er 2002 zur Deutschen Telekom wechselte. Dort bekleidete er in den vergangenen Jahren unterschiedliche regionale und zentrale Positionen im indirekten Vertrieb in den Bereichen Mobilfunk und Festnetz.



Torsten Duda

Samsung Printing Finance Programm

Mit dem neuen Samsung Printing Finance-Programm stellt Samsung gemeinsam mit BNP Paribas Leasing Solutions ein auf Fachhändler zugeschnittenes Leasingangebot vor. Die flexiblen Finanzierungsoptionen eröffnen Handelspartnern die Möglichkeit, Samsung Drucker zu besonders attraktiven Konditionen anzubieten. Im Rahmen des dreistufigen „Samsung Printing Finance“-Programms bietet Samsung Fachhändlern je nach Partnerstatus attraktive Konditionen für die Finanzierung von A3- und A4-Druckern an. Für Gold- und Silber-Partner kann das Finanzierungsangebot zusätzlich zu der eigentlichen Hardware auch Zubehör- und Soft-

warelösungen mit einschließen. Außerdem erhalten Handelspartner mit Silber- und Goldstatus im Rahmen von Projektfinanzierungen die Möglichkeit, individuelle, wettbewerbsfähige Lösungen für A3-Systeme anzubieten. Damit trägt Samsung zum einen dazu bei, dass der Fachhandel im Rahmen des angeschlossenen „Modernisierungs-Prozesses“ einen Bestand an gebrauchten Geräten aufbauen kann, die vor allem von Kunden aus dem öffentlichen Sektor zunehmend nachgefragt werden. Zum anderen stärkt Samsung die Wettbewerbsposition der Fachhändler und verbessert die Voraussetzungen dafür, dass sie ihre Kundenbasis erweitern und Neukunden gewinnen können, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Finanzierungskonzept ist neben einem umfangreichen Schulungsprogramm und intensivem Vertriebssupport eine weitere Säule der tatkräftigen Unterstützung, die Samsung Partner erhalten. Im Sinne der Vernetzung konvergenter IT-Lösungen soll das „Samsung Printing Finance“-Konzept zudem auf weitere Produktbereiche ausgeweitet werden.

In einer weiteren Pressemitteilung hat Samsung den neuen digitalen Produktberater für Drucker vorgestellt, mit dem Fachhändler und Endkunden mit wenigen Mausklicks ihr passendes Ausgabegerät finden können. Der Produktberater gibt Antworten auf die drei Fragen: 1. Wird ein reiner Drucker oder ein Multifunktionsgerät gewünscht? 2. Soll das Gerät nur in Schwarz/Weiß oder auch in Farbe drucken können? 3. Wie viele Seiten werden voraussichtlich durchschnittlich pro Monat gedruckt?

Nach Beantwortung der Fragen wird direkt das wirtschaftlichste Gerät angezeigt, und zwar nicht allein basierend auf dem Anschaffungspreis, sondern auf den Gesamtkosten – also dem Gerätepreis sowie den Folgekosten für Verbrauchsmaterial. Bei Bedarf kann der Kunde seine Auswahl verfeinern, etwa auf Basis der Schnittstellen, des Papiermanagements oder des Preises. Auf einer übersichtlichen Produktseite bietet das Tool für jedes Modell umfangreiche Informationen, technische Spezifikationen, eine Händlersuche sowie eine grafische Darstellung der Gesamtbetriebskosten – sogar im Vergleich zu aktuellen Modellen verschiedener Wettbewerber.

Hartmut Haubrich wurde 75

Hartmut Haubrich, Mitgründer von ElectronicPartner und Vorsitzender des Verwaltungsrates, feierte am 16. Juli seinen 75. Geburtstag. Dabei kann der Jubilar auf ein beeindruckendes Lebenswerk zurückblicken: Zählte das Unternehmen bei seinem Einstieg knapp 50 Beschäftigte, sind heute rund 3.200 Menschen für ElectronicPartner im Einsatz. Aus den ursprünglich 35 Gründungsmitglie-

dern der Verbundgruppe sind mehr als 5.000 Fachhändler in Europa geworden.

Nach seinem Studium der Wirtschafts- und Politikwissenschaften in Köln war Hartmut Haubrich zunächst in Unternehmensberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften tätig. Am 1. Januar 1970 trat er als geschäftsführender Gesellschafter in die Familiengesellschaft Karl Fr. Haubrich ein, Anfang der 70er-Jahre gründete er gemeinsam mit seinem Bruder Edgar aus diesem Unternehmen heraus die heutige Verbundgruppe ElectronicPartner. Bis 2005 stand Hartmut Haubrich ElectronicPartner als Geschäftsführer bzw. Vorsitzender der Geschäftsführung vor und wechselte anschließend in den Verwaltungsrat.

„Hartmut Haubrich hat Beeindruckendes geleistet – und das nicht nur für ElectronicPartner. Er hat durch sein Engagement für andere, aber auch seine konsequente Leistungsbereitschaft Vorbildcharakter“, würdigten die Gesellschafter, der Verwaltungsrat und der Vorstand von ElectronicPartner in einer Pressemitteilung Haubrichs Leistungen. „Wir wünschen Hartmut Haubrich auch in Zukunft Kraft und Freude für seine vielseitigen Interessen und Engagements.“ Neben seiner Tätigkeit für ElectronicPartner war und ist Hartmut Haubrich in zahlreichen Ehrenämtern aktiv. So engagiert er sich für die Kulturreihe „düsseldorf festival!“ und ist Mitglied der Stifterversammlung Bürger Stiftung Düsseldorf. Darüber hinaus war Haubrich langjährig als Mitglied und Vorsitzender des Kuratoriums der Kaiserswerther Diakonie sowie als ehrenamtlicher Richter in Düsseldorf tätig.

Seinen Ehrgeiz hat er auch im Leistungssport bewiesen. Mit über 40 Länderspielen für die Nationalmannschaft ist er Düsseldorfs erfolgreichster Wasserballer. Zusätzlich berät er die Sportstiftung NRW. Als Anerkennung seiner Leistungen für Gesellschaft und Wirtschaft verlieh ihm der Bundespräsident 2003 das Verdienstkreuz 1. Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland; die IHK Düsseldorf würdigte seine Verdienste 2008 mit der „Goldene Ehrenplakette“.

Hartmut Haubrich
(Foto: IHK/Werner Gabriel)

Justine Figura übernimmt Leitung Public Relations bei LG



Justine Figura

Ab sofort ist Justine Figura als Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Sie tritt damit die Nachfolge von Michael Wilmes an. Die 31-Jährige arbeitet seit 2009 bei LG; zuvor war sie als Leiterin für den Bereich Marketing und Public Relations bei der Services-Tochter des Chemiekonzerns Harke tätig. Bei LG wird

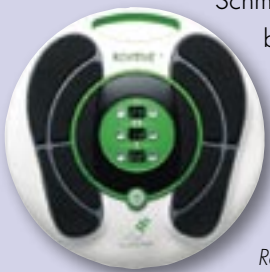
Figura neben der produktbezogenen und strategischen Kommunikation der sieben Business Units Home Entertainment, Home Appliances, Mobile Communications, Information Services Products, Air Conditioning, LG Solar und LG Lighting auch übergeordnete Themen auf Unternehmensebene verantworten. „Wir sind sehr glücklich, dass Justine Figura jetzt unsere Public Relations leitet“, kommentierte Kai Thielen, Head Of Marketing bei LG Electronics Deutschland GmbH. „Durch ihre bisherigen Kampagnen und Erfolge in unserem Unternehmen sowie ihre langjährige Erfahrung im Kommunikationsbereich ist sie die ideale Nachfolgerin für Michael Wilmes. Sie verfügt über ein umfangreiches Know-how in diesem Bereich und richtet ihr Augenmerk – wie LG als Unternehmen – auf Top-Ergebnisse.“

„Ich freue mich über das in mich gesetzte Vertrauen und die Möglichkeit, mein Können in meiner neuen Position weiterhin gewinnbringend für LG einzusetzen“, sagte Justine Figura. „Die letzten Jahre haben mich tief mit dem Unternehmen verbunden. ‚It's all possible‘ wurde auch zu meinem persönlichen Leitspruch, und ich werde mit vollem Einsatz daran arbeiten, mit unserem Team dazu beizutragen, den Erfolg von LG langfristig sicherzustellen.“

Actegy: TV- und Printkampagne für Revitive gestartet

Die Actegy GmbH unterstützt den Abverkauf ihrer Revitive Durchblutungsstimulatoren im Fachhandel mit einer massiven Werbekampagne. Neben ganzseitigen Anzeigen in auflagenstarken Titeln wie TV Hören und Sehen, Auf einen Blick, Freizeitwoche oder Neue Post wird auch TV-Werbung eingesetzt. Bis Mitte August laufen rund 200 Spots auf verschiedenen Sendern in zielgruppen-affinen Umfeldern.

Auf diese Weise soll die Kampagne rund 24 Millionen Konsumentenkontakte erzeugen und den Bekanntheitsgrad der Revitive Circulation Booster deutlich steigern. Nach Angaben von Actegy werden dabei mehr als 43 Prozent der Zielgruppe erreicht. Die Revitive Geräte fördern mit elektronischer Muskelstimulation die Durchblutung der Unterschenkel und Füße und können so Schwellungen und Schmerzen reduzieren, die von Durchblutungsstörungen verursacht werden. Die Wirkungsweise der Geräte und ihrer Technologie ist klinisch getestet.



Eine massive Werbekampagne soll bis Mitte August die Bekanntheit des Revitive Circulation Boosters steigern.

Loewe mit komplett neuem TV-Sortiment auf der IFA

Premium in Ultra HD

Loewe wird auf der IFA ein komplett neues TV-Sortiment vorstellen. Dabei setzt die deutsche Premium-Marke in allen Produktlinien (mit Ausnahme eines 32-Zoll Gerätes) ausschließlich auf UHD, denn der Premium-Anspruch soll mit der bestmöglichen Bildqualität ausgedrückt werden. Die Serien Loewe Art und Loewe Connect sollen noch im vierten Quartal auf den Markt kommen.

Die beiden Modellreihen Loewe Art und Loewe Connect bieten Ultra HD Technik auf dem neuesten Stand: Dazu gehören HDMI 2.0, HDCP 2.2 und HEVC Schnittstellen und die Loewe Scaling Technologie für das Hochrechnen niedriger aufgelöster Inhalte. Auch 3D ist dabei; die passenden Brillen gibt es als Zubehör.

Beim Sound bieten Art und Connect nach vorne abstrahlende Bassreflex-Technik mit bis zu 2 x 40 Watt Stereoleistung. Der Connect ist mit einem 5.1 AV Mehrkanaldecoder ausgestattet, der auch Dolby TrueHD und dts HD unterstützt und über die Digital Audio Link Schnittstelle den direkten Anschluss eines Loewe Home Cinema Systems von 2.1 bis 5.1 erlaubt.

Bereits der Loewe Art bietet mit der neuen Loewe Benut-



Übersichtliche Bedieneroberfläche und typisches Design: Bereits die Einstiegs-Modelle der Art Serie unterstreichen den Anspruch der Marke Loewe.

zeroberfläche Loewe Assist Media 2015 echte Smart TV Funktionen. Die Basis dafür sind ein Triple Tuner, ein Zweikanal-System sowie eine integrierte Netzwerk-Schnittstelle mit Hochleistungs-WLAN-Modul. Beim Connect kommen noch Streaming-Funktionen dazu: Mit Loewe My TV2Move kann das laufende oder ein anderes Programm mit nur einem Tastendruck auf das Tablet oder Smartphone übertragen und mitgenommen werden. Umgekehrt schickt die Funktion Digital Media Renderer (Send to TV) Videos, Fotos oder Musik vom mobilen Gerät auf den großen Bildschirm.

Das Design der neuen Produktlinien unterstreicht mit hochwertigem umlaufendem Aluminiumrahmen und perfekt verarbeiteten Oberflächen den Premium-Anspruch. Beim Connect setzen Chromzierleisten über den Lautsprechern optische Akzente, ebenso die neue Farbe Petrol-Blue. Wie

bei Loewe üblich gibt es neben dem Table Stand auch zahlreiche weitere Aufstell-Lösungen – vom drehbaren Bodenstand über Rack-Systeme bis zur klassischen Wandmontage. Auf beide Produktlinien, die in Deutschland hergestellt werden, gewährt Loewe eine verlängerte Garantie von drei Jahren. Die neuen Loewe Art TVs wird es in den Farben Chrome, Silber und Schwarz in den Bildschirmgrößen 40, 48 und 55 Zoll geben. Die Serie Connect kommt in den Farben Petrol-Blau, Chromsilber, Cappuccino und Schwarz in den Größen 40, 55 und 65 Zoll auf den Markt. Für die IFA ist neben diesen beiden Serien die Vorstellung eines High-End-Fernsehers der Luxusklasse zu erwarten.

Bei der Produktlinie Connect (hier in der Farbe Cappuccino) setzen Chromzierleisten über den Lautsprechern optische Akzente.



Loewe Investor und Geschäftsführer Mark Hüsches

„Loewe ist wieder da“

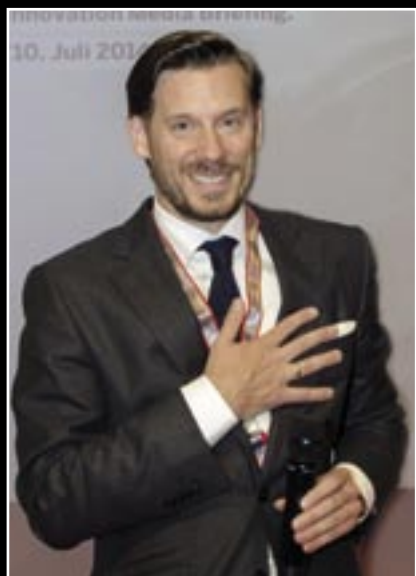
In scheinbar aussichtsloser Situation hat die von Dr. Boris Levin und Mark Hüsches gegründete und geführte Stargate Capital GmbH im April den Geschäftsbetrieb von Loewe übernommen. Die beiden Investoren wollen die Traditions-marke schnell wieder zu altem Glanz bringen. PoS-MAIL hat anlässlich des IFA Innovations Media Briefings in Berlin mit Mark Hüsches darüber gesprochen, wie das gehen soll.

PoS-MAIL: Herr Hüsches, Sie haben in Loewe investiert, nachdem ein anderer Investor bereits zum Zuge gekommen war und dann kurz-

fristig das Weite suchte. Wie wollen Sie da erfolgreich sein, wo andere aufgeben mussten?

Mark Hüsches: Über die Gründe für den Ausstieg von Panthera will

Mark Hüsches stellte auf dem IFA Innovations Media Briefing in Berlin sein Konzept für die Zukunft von Loewe vor.



ich nicht spekulieren. Das Konzept von Stargate Capital unterscheidet sich allerdings deutlich von dem vieler anderer Investoren: Wir arbeiten mit eigenem Geld, investieren sequenziell, also nacheinander, in mittelständische Firmen und arbeiten dann selbst aktiv im Management mit. In den vergangenen zehn Jahren haben wir nacheinander Firmen mit einem Gesamtumsatz von ca. 350 Mio. Euro restrukturiert und wieder auf Wachstumskurs gebracht. Dabei konnte die Mitarbeiterzahl im Durchschnitt um 30 Prozent gesteigert werden, und die Unternehmen sind auch nach unserem Ausstieg weiter erfolgreich am Markt. Wir glauben an das, was wir sagen, und wir tun, was wir sagen.

PoS-MAIL: Was bedeutet das im Fall Loewe?

Mark Hüsches: Loewe hat uns von Anfang an fasziniert. Ich selbst habe eine ganz persönliche Beziehung zu diesem Unternehmen, denn als junger Investmentbanker durfte ich beim Börsengang der Loewe AG 1999 mitarbeiten. Das Unternehmen hat eine fantastische Marke, innovative Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen, eine hervorragende Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel und ein klares Premium-Konzept. Trotz der bekannten Probleme wurden in den letzten Jahren viele Weichen bereits richtig gestellt: Loewe setzt auf Nutzerfreundlichkeit, modulare vernetzte Technik, ein großartiges Design und höchste Produktqualität. Diese Stärken wollen wir nutzen, um das Unternehmen

vom TV-Hersteller zu einem kompetenten Anbieter von Premium-Lösungen in der vernetzten Unterhaltungselektronik zu entwickeln.

PoS-MAIL: Ist das nicht ein sehr ehrgeiziges Ziel?

Mark Hüsches: Es ist ein realistisches Ziel, denn die Kompetenz dafür, besonders im Software-Bereich, haben wir im eigenen Haus. Mit dem Technologie-Partner Hisense haben wir Zugriff auf alle wichtigen Hardware-Technologien. Und wir haben hervorragende Mitarbeiter mit großartigem Knowhow, die die Marke Loewe wirklich leben.

PoS-MAIL: Gilt die Aussage „Hervorragende Mitarbeiter“ auch für das Management?

Mark Hüsches: Ja, mein Partner Dr. Boris Levin und ich werden von einem kompetenten Team unterstützt. Für Technik und Innovation haben wir mit Michael Pedersen einen Fachmann gewonnen, der zum Beispiel bei Harman International erfolgreich neue Konzepte für vernetzte Plattformen entwickelt hat. Und unser Vertriebschef Kurt Doyran steht mit seinem Team für vertrauensvolle Beziehungen zum Fachhandel.

PoS-MAIL: Bleibt es bei „Made in Germany“?

Mark Hüsches: Klare Antwort: Ja. Wir haben hier in Kronach die besten Voraussetzungen, um Premium-Produkte zu entwickeln und herzustellen und werden deshalb nur einige Randbereiche unseres Sortiments in anderen Ländern fertigen lassen.

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

Samsung fördert den UHD TV Abverkauf

Cashback-Aktion und Gratis-Zugabe



Attraktive Werbemotive mit dem frischgebackenen Weltmeister Mario Götze sollen Aufmerksamkeit für die UHD-Aktion von Samsung erzeugen.

Mit der neuen Cashback- und Bundle-Aktion „Gaaaaanz großes Kino!“ unterstützt Samsung den Abverkauf seiner UHD TV-Modelle im Fachhandel. Vom 7. bis zum 30. August erhalten die Kunden beim Kauf eines neuen Samsung UHD TVs bis zu 200 Euro in bar zurück; zusätzlich gibt es das Samsung UHD Video Pack im Wert von 299 Euro (UVP) gratis dazu. Gezielter Werbedruck wird im Rahmen der Aktion für erhöhten Andrang bei den teilnehmenden Fachhändlern sorgen.

Mit dem Samsung UHD-Erlebnispaket können Filmfans sofort die faszinierende Qualität von UHD zu Hause erleben, denn auf der Festplatte finden sie acht Hollywood-Blockbuster sowie etwa 30 Dokumentationen und Kurzvideos in echter UHD-Auflösung. Zu den insgesamt 40 Inhalten gehören Highlights wie „Life of Pi“, „The Counselor“, „World War Z“ und „Star Trek: Into Darkness“. Das Video Pack ist mit allen Samsung UHD TV-Modellen des Produktjahres 2014 kompatibel, für 2013er UHD TV-Modelle wird das neue UHD Evolution Kit benötigt. Damit bringt Samsung den Fachhändlern interessierte Käufer in die Geschäfte; zusätzlich erhöht die Cashback-Aktion die Motivation, sich für einen höherwertigen Samsung UHD TV zu entscheiden. Denn nur wer eines der großen Modelle ab 75 Zoll (191 cm) Bildschirmdiagonale wählt, erhält die volle Prämie in Höhe von 200 Euro. Mit der großen Auswahl aus inzwischen sechs Samsung UHD TV Serien des Produktjahres 2014, darunter der vielfach von Fachzeitschriften ausgezeichnete HU8590 im Curved-Design, ist praktisch für jeden Geschmack und jede Wohnungsgröße das passende Produkt dabei. Bei der Entscheidung für den richtigen UHD-Fernseher kann die Beratungskompetenz des Fachhandels und der persönliche Kontakt zum Kunden eine entscheidende Rolle spielen.

Umfangreiche Unterstützung

Die Aktion „Gaaaaanz großes Kino!“ wird während des Aktionszeitraums durch gezielte Werbemaßnahmen begleitet. Print-Anzeigen in Fach- und Programmzeitschriften sowie wirkungsvolle Online-Schaltungen mit dem frischgebackenen Weltmeister Mario Götze generieren große Aufmerksamkeit bei den Konsumenten. Darüber hinaus unterstützt Samsung seine Handelspartner mit passenden POS-Materialien wie Flyer, Aufsteller, Wobbler und Plakate, um die Kunden direkt in den Geschäften zu erreichen.

Weitere Informationen zu den Aktionsmodellen, den Cashback-Prämien und POS-Materialien sowie die Teilnahme-Bedingungen finden sich im Samsung Partnerbereich unter <http://partner.samsung.de>.

Samsung Crystal Blue Waschmaschinen mit viermal „sehr gut“

Die neue Waschmaschinen-Generation von Samsung hat die Tests in verschiedenen Ratgeber-Magazinen mit hervorragenden Ergebnissen bestanden. Die Modellreihen WW7000, WW8000 und WW9000 erhielten viermal die Note „sehr gut“.

Mit einem konstanten Reinigungsbild überzeugte das Modell WW80H7600EW/EG die Experten der Zeitschrift Haus & Garten Test (Ausgabe 4/2014) sowohl im Standardbetrieb als auch bei den Spezialprogrammen. Dank des für die Crystal Blue Serie typisch großen Türöffnungswinkels fiel zudem das Be- und Entladen besonders leicht. Trotz maximaler Befüllung mit 8 kg Wäsche schnitt das leise und vibrationsarme Gerät auch bei Energieeffizienz, Programmdauer und Waschwirkung ausgezeichnet ab. In puncto Bedienung lobten die Tester das leichtgängige Programmwahlrad, die Touch-Bedientasten sowie das übersichtliche Display. Ein Extra-Lob gab es jeweils für die Bedienungsanleitung sowie die Verarbeitungsqualität: Das Gesamtergebnis: die Note 1,4 („sehr gut“).

Die überzeugende Wasch- und Schleuderleistung war nur einer der Gründe, aus denen sich die Bestnote „sehr gut“ (92,3 Prozent) für das Modell WW12H8400EW/EG im ETM Testmagazin (Ausgabe 5/2014) zusammensetzte. Darüber hinaus beeindruckte das gut lesbare Farb-Touchdisplay die Tester, ebenso wie die verständliche Menüführung

und die Möglichkeit, das Waschen an individuelle Bedürfnisse anzupassen. So lässt sich das Gerät mit den Betriebsmodi „Silent“, „Speed“ und „Eco“ jeweils besonders geräuscharm, zeit- oder energiesparend betreiben. Außerdem hoben die Experten die „Schaum Aktiv“-Funktion hervor, mit der das Gerät auch bei niedrigen Temperaturen sauber wäscht.

Ein vergleichbares Resultat ergab der Test des gleichen

Modells in der Zeitschrift Guter Rat (Ausgabe 5/2014). Zur Bewertung mit „sehr gut“ (Note 1,25) trugen ein makelloses Waschergebnis, die intuitive Bedienung sowie das extrem leise Betriebsgeräusch beim Waschen und Schleudern bei. Besondere Erwähnung fand die Pflorgetrommel: Dank einer Spezialkonstruktion wäscht das Gerät äußerst schonend und verhindert fast vollständig ein Verhaken der Kleidungsstücke. Mit der Teilbewertung „++“ bestätigte die Zeitschrift zudem die hochwertige Verarbeitungsqualität der Waschmaschine.

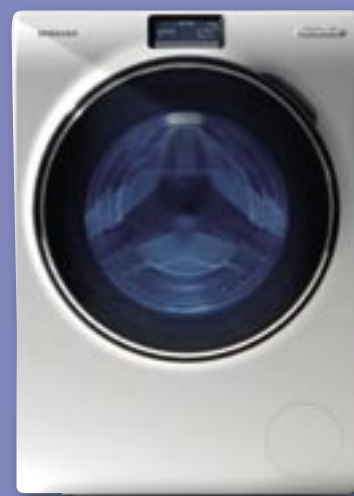
Die Zeitschrift Connected Home nahm in ihrer Ausgabe 5/2014 die smarten Bedienungsfunktionen des Modells WW10H9600EW/EG unter die Lupe. Das Spitzenmodell der Crystal Blue Serie lässt sich über WiFi ins Heimnetz einbin-

den und per Mobilgerät z. B. vom Wohnzimmer oder dem Garten aus fernsteuern. Das sei für den Anwender eine echte Erleichterung, befanden die Tester; kaum eine andere Waschmaschine sei leichter zu bedienen. Neben der Fernsteuerung per App trug auch die „Auto Sensing“-Funktion zu diesem Urteil bei. Sie nimmt dem Anwender alle Einstellungen ab und entscheidet mit integrierten Sensoren, welcher

Waschgang oder wieviel Wasser und Spülmittel benötigt werden. „Sehr gut“ lautet daher auch hier das Testergebnis.

„Wir freuen uns, dass diese ‚sehr guten‘ Testergebnisse den aktuellen Ansatz von Samsung im Bereich Hausgeräte bestätigen“, kommentierte Andreas Seidler, Director Sales & Marketing Home Appliances Samsung Electronics GmbH. „Wir möchten den Kunden mit unseren Premium-Waschmaschinen nicht nur ein professionelles Waschergebnis, sondern mit einer vom Smartphone bekannten Touch- und App-Bedienung auch ein zeitgemäßes, faszinierendes Nutzererlebnis bieten.“

Das augenfälligste Merkmal der Samsung Geräte wurde bei den Tests nicht einmal berücksichtigt: das stylische Design mit dem namensgebenden, tiefblau leuchtenden Bullauge als Blickfang.



Vier mal mit „Sehr gut“ ausgezeichnet: die Crystal Blue Premium-Waschmaschinen von Samsung.

Zwei weitere neue TV-Linien von Metz

Pureo und Clarea



Ein klares Design und ein Tischfuß aus Glas kennzeichnen die neuen Pureo Fernseher von Metz.

Metz hat sein TV-Sortiment um zwei neue Produktlinien „Made in Germany“ erweitert: Die Pureo Smart TVs sind ab sofort in den Größen 55, 47, 42 und 32 Zoll erhältlich und ermöglichen einen besonders preisgünstigen Einstieg in die Metz TV Welt. Die hochwertige Clarea Media Serie kommt mit Bildschirmdiagonalen von 55, 47 und 42 Zoll auf den Markt.

Mit einem sehr klaren Design und einem Tischfuß aus Glas (Pureo) bzw. edlem Metall (Clarea) können die neuen Metz Fernseher in praktisch jeder Wohnumgebung attraktive Akzente setzen. Dabei wirkt der Clarea durch seinen ovalen Fuß und ein Gehäuse aus gebürstetem Aluminium mit silber eloxierter Front und schwarz eloxierten Seiten besonders hochwertig und elegant.

In Sachen Bildqualität bietet bereits der Pureo hochwertige LED-Technik mit 200Hz mecaVision-Bildtechnologie. Der Clarea sorgt mit 400Hz mecaVision für noch schärfere Bilder und bietet auch die Möglichkeit der 3D Wiedergabe (Polarisation).

Zur Ausstattung beider Produktlinien gehören vier HDMI-Anschlüsse und zwei USB-Buchsen für vielseitige Anschluss- bzw. Aufnahmefunktionen. Über das Metz Media System können die Fernseher auf ein eigenes Smart TV-Portal mit App-Galerie und die HbbTV Plattform

men verschiedener Fernsehsender sowie das Internetradio mit 50.000 Radiosendern aus dem Angebot von Tuneln zugreifen. Auch zusätzliche Informationen zur laufenden Sendung, Mediatheken, hochauflöser Videotext sowie eine sendereigene elektronische Programmzeitschrift (EPG) stehen zum Abruf bereit. Dort kann man auch TV-Sendungen markieren, um sie per USB-Recording direkt auf einem externen Speichermedium aufzuzeichnen. Der Clarea kann vom Fachhandel auf Wunsch auch mit einem integrierten Digitalrecorder (PVR) aufgerüstet werden.

Während der Pureo mit einem separat erhältlichen USB-Adapter für die kabellose Netzwerk-Verbindung via WLAN nachgerüstet werden kann, ist dieses Feature beim Clarea bereits an Bord. Für guten Klang sorgt bei Pureo und Clarea die mecaSound+ Technologie mit einem 2-Wege-Lautsprechersystem (beim Pureo 32 mit Breitbandlautsprecher).

Beide Produktlinien können über die App mecaControl



Die Clarea TVs wirken mit ihrem ovalen Metallfuß und dem Gehäuse aus gebürstetem Aluminium besonders hochwertig.

via Smartphone und Tablet-Computer einfach gesteuert werden. Mit der selbsterklärenden Metz Fernbedienung ist die Kontrolle der Funktionen ebenfalls unkompliziert. Das komfortable Tri-Star Menü kann für bessere Übersicht um ein oder zwei Stufen reduziert werden. Die neuen Metz Fernseher sind ab sofort zu Preisen ab 699 Euro (Pureo 32") bzw. 1.199 Euro (Clarea 42") lieferbar.

Metz kooperiert mit Inotech

Die beiden bayerischen Traditionsunternehmen Metz-Werke GmbH & Co KG und Inotech Kunststofftechnik GmbH haben eine strategische Kooperation vereinbart, um mit beiden Unternehmen Synergien nutzen und ein breiteres Leistungsspektrum anbieten zu können.

Sowohl Metz als auch Inotech besitzen umfangreiches Know-How in der Entwicklung und Herstellung von komplexen Systemlösungen aus Kunststoff und setzen modernste Spritzgusstechnik im Ein- und Mehrkomponentenbereich ein: Inotech unterhält einen Maschinenpark mit Geräten von 100 bis 10.000 kN Zuhaltkraft im 1K-Spritzguss sowie bis zu 4.000 kN im 2K-Spritzguss. Metz ergänzt dieses Leistungsspektrum mit Großmaschinen, die eine Zuhaltkraft von bis zu 27.000 kN aufweisen.

Auch bei der Oberflächenveredelung haben die Partner vielfältige Möglichkeiten. Dazu zählen beispielsweise Lackierungen, Sieb- und Tampondruck, Heißprägen und Lasergravieren. Abgerundet wird das Portfolio durch die Assemblierung von Baugruppen mit Ultraschall- oder Laserschweißen sowie Lichtkleben. Zudem können Bauteile mit elektronischen Komponenten zu fertigen Produkten verarbeitet werden.

Während Metz seine Produkte in Zirndorf entwickelt und fertigt, unterhält Inotech neben dem Hauptstandort in Nabburg auch eine Fertigungsstätte in Tachov (Tschechien) und will Ende 2014 eine weitere in Kostinbrod (Bulgarien) in Betrieb nehmen.

www.photokina.de

photokina
world of imaging
KÖLN | 16.-21. SEPTEMBER
2014

ENTDECKEN SIE DIE VIELEN WELTEN DES IMAGING.

Wenn im Herbst 2014 die globale Leitmesse der Branche eröffnet, schaut die ganze Fotowelt nach Köln. Die photokina ist Anziehungspunkt für Experten aus Industrie und Handel, Hersteller, Dienstleister, professionelle Anwender und Fotobegeisterte. Aus guten Gründen: Nur hier sind die vielen Welten des Imaging in all ihren Facetten vertreten – von der Aufnahme bis zur Speicherung, von der Verarbeitung bis zum Druck. Wenn sich die weltweite Branche zum Networking trifft, dürfen Sie nicht fehlen: Seien Sie mit dabei und entdecken Sie neue Trends und technische Innovationen aus erster Hand!

Der Pflichtbesuch für Profis.

Tickets
online kaufen
und bis zu 40 %
sparen!
photokina.de



#photokina



koelnmesse

Hisense plant fulminanten IFA Auftritt

Der Vollsormenter

Mit einem deutlich vergrößerten Stand auf der IFA will der chinesische Technologiekonzern Hisense seinen Anspruch unterstreichen, zu einer der führenden Technik-Weltmarken zu werden. In Berlin wird darum ein Vollsorment präsentiert, das von der Telekommunikation über Unterhaltungselektronik bis zu Hausgeräten reicht. Mit dem großen Portfolio stellt sich das Unternehmen für die kommende Smart Home Welt auf.

Bereits im ersten Quartal 2014 hat Hisense seine Absatzzahlen weltweit deutlich verbessert. So konnte das Unternehmen seinen Anteil am globalen TV-Markt nach Stückzahlen um 5,3 Prozent und beim Umsatz sogar auf 6,4 Prozent steigern und nimmt damit unter den global agierenden TV-Marken den vierten Platz ein. Mit 18,5 Prozent Marktanteil ist das Unternehmen in seiner chinesischen Heimat Marktführer. Besonders erfolgreich entwickelte sich der Verkauf von UHD TV Modellen: Hier belegte Hisense nach Angaben des Marktforschungsinstituts DisplaySearch in den ersten drei Monaten des Jahres den zweiten Platz. Jeder fünfte weltweit verkaufte UHD Fernseher trug dabei das Markenzeichen aus China.

Alternative zu OLED: ULED

Auf der IFA will Hisense eine neue TV-Technologie vorstellen, deren Bildqualität nach Angaben des Unternehmens mit der von viel teureren OLED-TVs anderer Hersteller vergleichbar ist. Die dafür weiter entwickelte LED-Technologie, die Hisense ULED (Ultra-LED) nennt, soll besonders brillante Farben, flüssige Darstellungen und Bildkontrastwerte von 1.000.000:1 erzeugen und zudem weniger Energie verbrauchen. Dieses Ergebnis werde durch eine spezielle Feinsteuerung der Hintergrundbeleuchtung mit Ultra Dimming in 144 Segmenten sowie ausgeklügelten Bildgebungsalgorithmen erreicht, erklärte Hisense bei der Ankündigung der IFA Neuheiten in Berlin.

Erstes LTE Smartphone

Im Telekommunikationsmarkt will Hisense auf der IFA mit seinem ersten LTE Smartphone Akzente setzen. Das



Mit der ULED-Technologie der neuen UHD Fernseher will Hisense das Qualitätsniveau von OLED zu günstigeren Preisen erreichen.

Modell Sero 5 L691 ist mit einem 5" (12,7 cm) großen IPS-Display mit 1.280 x 720 Bildpunkten ausgestattet und arbeitet mit Android 4.3. Die Datenverarbeitung des eleganten Smartphones, das in Schwarz und

Weiß erhältlich sein wird, erfolgt über einen Vierkernprozessor. Auf der Rückseite ist eine 8-Megapixel-Kamera eingebaut; für Video-Chats wird eine 2-Megapixel-Kamera auf der Vorderseite genutzt.

Kühlen und Waschen



28 Kühl-/Gefriergeräte will Hisense auf der IFA präsentieren.

Im Bereich Weiße Ware wird Hisense auf der IFA ein breites Sortiment von 28 Kühl-/Gefriergeräten präsentieren und zudem erstmals in Europa auch Waschmaschinen vorstellen. Bei den Kühlgeräten setzt der Hersteller auf „No-Frost“-Technologie und Energieeffizienz; um den lokalen Geschmack zu treffen, hat Hisense bei der Entwicklung mit dem europäischen Designunternehmen Designit zusammengearbeitet. Ein besonderes Highlight ist das SmartFridge-Modell Smart SBS 616, das mit eingebautem Touchscreen und Sprachsteuerung einen Vorgeschmack auf das vernetzte Haus geben soll. Das Gerät verfügt über ein Food-Management-System, das die Lebensmittel verwaltet und es mit der Shopping-Funktion möglich macht, Einkaufslisten zu erstellen, um verbrauchte Güter wieder aufzufüllen. Auf dem Bildschirm können auch Rezepte in Form von Texten, Bildern und Videos abgerufen werden. Eine digitale Memo-Funktion, mit der die Anwender für sich selbst oder ihre Mitbewohner schriftliche oder per Mikrophon aufgenommene Nachrichten hinterlassen können, soll den herkömmlichen Kühlschrankzettel ersetzen.

Im Segment Waschen wird Hisense auf der IFA mehrere Modelle mit Inverter-Technologie vorstellen, die nicht nur Vibrationen und Geräusche reduziert, sondern auch Energie spart und die Lebenszeit des Motors erhöht. Bemerkenswert ist das Modell WFU7012, bei dem der Türgriff höher angebracht ist als üblich: Er befindet sich ungefähr auf der Position „1 Uhr“ und soll den Rücken entlasten, da man sich beim Öffnen nicht mehr so tief bücken muss wie bisher. Die Einstellung der Waschprogramme und einzelner Parameter von der Temperatur bis zur Rotationsgeschwindigkeit erfolgt über ein übersichtliches Display.

Weitere Informationen zu Verfügbarkeit und Preisen der IFA Neuheiten will Hisense kurz vor der Messe in Berlin veröffentlichen.



Pfiffig: Der Türgriff der Waschmaschine WFU7012 ist höher angebracht als üblich, damit man sich beim Öffnen nicht so tief bücken muss.

Das LTE-Smartphone Sero 5 L691 hat einen Vierkernprozessor und eine 8-Megapixel-Kamera.



Das neue Philips Flaggschiff von TP Vision

Das neue Philips UHD Flaggschiff 65PUS9809 bietet vielseitiges Ambilight und Android Technologie.



Ultra HD powered by Android

TP Vision wird auf der IFA ein neues Flaggschiff im Philips TV-Sortiment präsentieren: Der UHD Fernseher 65PUS9809 ist mit einem HexCore Prozessor ausgestattet, bietet dadurch eine besonders schnelle und flüssige Bedienung und wartet auch mit vierseitigem Ambilight auf. Das Gerät ist von Google zertifiziert und ermöglicht mit seiner Android Technologie einfachen Zugang zu den Angeboten des Google Play Store und zum bekannten Philips Smart TV.

Damit haben die Nutzer schnellen Zugriff eine riesige Auswahl von TV-Inhalten, Spielen, Apps und Diensten. Darüber hinaus zeigt der Philips 65PUS9809 auf seinem

65 Zoll/164cm großen Bildschirm eine herausragende Bildqualität: Denn zur UHD Auflösung kommt die preisgekrönte Perfect Pixel Ultra HD Engine, die den Daten-

strom analysiert und verbessert, um scharfe, detailreiche Bilder mit großer Tiefe und hohem Kontrast zu liefern. Dabei wird mit Bright Pro ein lokaler Kontrast erzielt, der nach Angaben von TP Vision um das Zweifache besser ist als mit einem herkömmlichen LED-Backlight. So entstehen lebensechte Bilder mit knackigem Weiß und tiefem Schwarz sowohl bei hellem Tageslicht als auch bei Szenen mit gedämpfter Beleuchtung. Die von Filmfans sehr geschätzte Micro Dimming Premium Technologie verbessert den Kontrast noch weiter, indem sie jedes Bild sehr genau analysiert und die LED-Hintergrundbeleuchtung darauf anpasst. Dabei ist der Bildschirm in 144 unabhängig regelbare Bereiche unterteilt.

Nicht-UHD-Signale rechnet der 65PUS9809 mit der Philips Hochskalierungs-Technologie Ultra Resolution auf UHD-Auflösung hoch und zeigt sie so in deutlich verbesserter Bildqualität.

Design mit vierseitigem Ambilight

Beim Design des Philips 65PUS9809 wurde ein besonders schlanker anthrazit-farbener Metallrahmen mit eleganten, sehr fein gestalteten „Edge“-Füßen kombiniert. Das vierseitige Ambilight, das ein zum Bildinhalt passendes Licht auf die rückwärtige Wand projiziert, bringt auch die hochwertigen Materialien bestens zur Geltung.

Die Tonqualität des Philips 65PUS9809 bleibt hinter dem faszinierenden UHD-Bilderlebnis nicht zurück. Der zum Lieferumfang gehörende kabellose Subwoofer, der unauffällig platziert werden kann, sorgt bei Kinofilmen und Musikübertragungen für volle, klare Bässe.

Organisatorische Veränderungen bei TP Vision

Nach der vollständigen Übernahme der Geschäftsanteile von Royal Philips an TP Vision durch die Muttergesellschaft TPV wurde die Unternehmensstruktur des TV-Spezialisten neu organisiert. So wurden Anfang Juni mehrere europäische Länderorganisationen zur TP Vision Europe B.V. verschmolzen. Damit ist auch die bisherige TP Vision Germany GmbH in der neuen europäischen Struktur aufgegangen und firmiert als Niederlassung der europäischen Gesellschaft. Alle bestehenden Vereinbarungen bleiben in Kraft und gehen automatisch auf das neue Unternehmen über.



Uwe Paul leitet als Sales Director DACH das operative Geschäft der Hamburger TP Vision Niederlassung.

Fabien Roth, bisher Managing Director DACH, hat im Zuge der Neuorganisation eine internationale Aufgabe im europäischen Marketing übernommen und wird strategische Projekte begleiten. Das lokale Management in Hamburg wird zukünftig von Uwe Paul als Sales Director DACH und von Bernhard Bucker als Finance Director DACH geführt. Die Country Manager Frank Kleppel (Schweiz) und Gerald Hinker (Österreich) berichten an Uwe Paul.

Das Team steht unter der Leitung von Michiel de Jong, dem Cluster Leader Northern Europe mit Sitz in Amsterdam.

WOOX kündigt erste IFA-Neuheiten an

Auf der IFA wird WOOX Innovations neben dem neuen Philips Lifestyle Soundbar mit kabellosen Sofa Sub auch zwei neue Philips Fidelio Kopfhörer mit Headset-Funktion vorstellen. Der nur 2,98 Zentimeter tiefe Lifestyle Soundbar Philips HTL6145C ist mit Virtual Surround Sound Technologie ausgestattet, die mit speziellen Algorithmen den akustischen Eindruck einer 5.1-Kanal-Umgebung erzeugt. Der kabellose Subwoofer Sofa Sub ist nur 7 cm tief und findet deshalb leicht unter oder hinter dem Sofa Platz. Zwei 6,5-Zoll-Tieftöner sorgen für eindrucksvolle Bässe, auch Dolby Digital und DTS sind an Bord. Neben HDMI-Anschlüssen ermöglicht die One-Touch-NFC-Funktion des HTL6145C eine komfortable Bluetooth-Verbindung zum kabellosen Musik-Streaming. Der UVP für den Lifestyle Soundbar, der ab September lieferbar ist, beträgt 449,99 Euro.



Der neue Philips Soundbar HTL6145C wird mit einem besonders schlanken Sofa Sub Subwoofer ausgestattet, der unter oder hinter dem Sofa platziert werden kann.



Der Philips Fidelio M2BT bietet Sound in HD-Qualität.

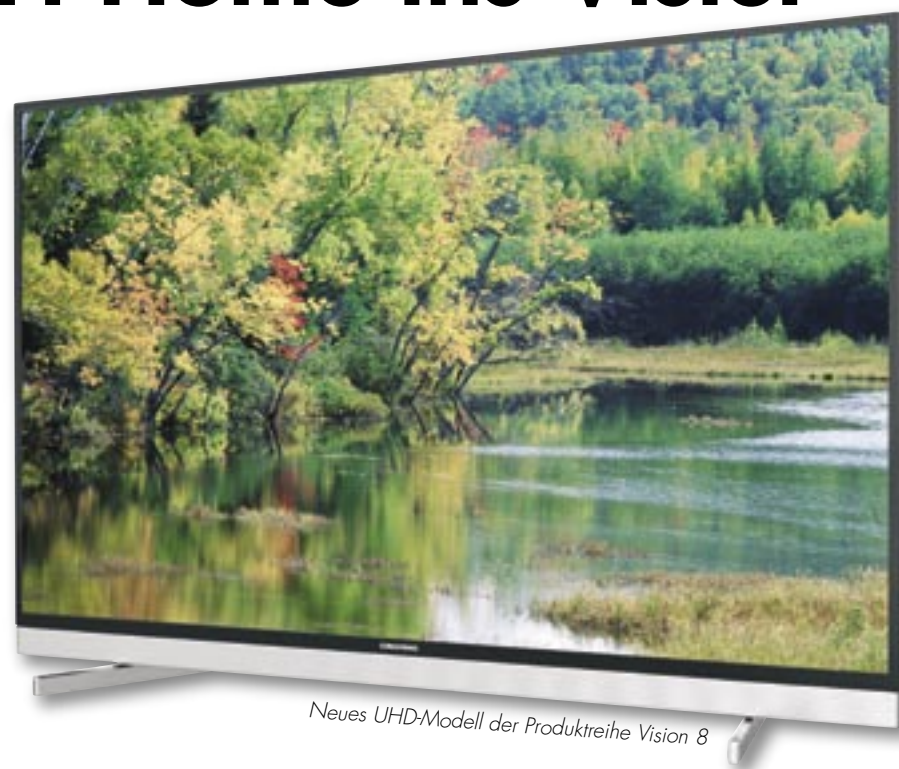
Ebenfalls im September bringt WOOX Innovations zwei neue Philips Fidelio Kopfhörer mit Headset-Funktion auf den Markt. Mit dem Fidelio M2BT (UVP 249,99 Euro) genießt der Hörer Sound in HD-Qualität und eine nahtlose Bluetooth 4.0-Konnektivität mit NFC; die wichtigsten Argumente für den M1MKII (UVP 199,99 Euro) sind erstklassiger Sound mit hohem Tragekomfort in kultigem Design, heißt es in einer Pressemitteilung.

Mit den neuen Modellen Scala und Linea bringt WOOX Innovations im September zwei Telefone auf den Markt, die neue Maßstäbe in den Bereichen Design und Zuverlässigkeit setzen sollen. Das Scala M110W/B (UVP 29,99 Euro) ist ein kabelgebundenes Telefon, das selbst bei Stromausfall funktioniert. Das Linea M3351B (UVP 59,99 Euro) zeichnet sich durch Einfachheit und Eleganz aus und kommt im schlanken, zeitlosen Design.

Grundig nimmt das Smart Home ins Visier

Vollsortiment auf der IFA

Auf seinem auf 3.500 Quadratmeter vergrößerten Stand in Halle 23 will Grundig auf der IFA 500 Produkte, darunter 150 Neuheiten vorstellen. Dabei präsentiert sich die Traditionsmarke als Vollsortimenter mit einem umfassenden Portfolio vom UHD Großbild-TV über Großgeräte bis zu Küchenhelfern und Personal Care Produkten.



Neues UHD-Modell der Produktreihe Vision 8

„Unser IFA Auftritt wird den Wandel von Grundig von Consumer Electronics Spezialisten zum Home Electronics Unternehmen widerspiegeln“, erklärte Horst Nikolaus, Grundig Geschäftsführer Vertriebs. „Damit haben wir das Fundament gelegt, um in Kürze in den Smart Home Bereich einzusteigen.“

Das TV-Geschäft von Grundig hat sich im ersten Halbjahr deutlich besser entwickelt als der Markt. „Im Juni konnten wir uns erstmals unter den Top 3 der TV-Anbieter platzieren“, erklärte Nikolaus. Zur IFA erweitert Grundig das Sortiment von UHD-Modellen um die neue Produktreihe Vision 8, die in drei Farbvarianten und Bildschirmgrößen von 48 und 55 Zoll auf den Markt kommt. Die neuen Geräte der Vision 8 UH Serie arbeiten mit HD-Auflösung (3840x2160p), um realistische Details – auch in 3D – zur Geltung zu bringen. Dank SRS StudioSound HD-Technologie mit integriertem Woofer und nach vorne strahlenden Lautsprechern steht auch der hochwertige Klang des TVs dem brillanten Bild in nichts nach. Mit dem Vision 8 UHD können auch Soziale Netzwerke im Wohnzimmer genutzt werden, um z. B. eine gerade gesehene Szene via Facebook mit Freunden zu teilen. Auch neu: Bilder oder das letzte Urlaubsvideo können dank des direkten Dropbox-Zugangs über die Applikation „MyTVCloud“ auf dem Fernseher gezeigt werden. Der Vision 8 UHD von Grundig ist voraussichtlich ab Herbst 2014 erhältlich.

Für anspruchsvolle Kunden gibt es außerdem noch optional den passenden Ton zum Bild mit Grundigs neuer Soundbar GSB 980.

Während der Soundbar kompakt unter dem TV Platz hat und für klare Höhen sorgt, liefert der Wireless Subwoofer die starken Bässe. Dank Bluetooth kann das Gerät Musik und Filme von verschiedenen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets innerhalb eines 10-Meter-Radius wiedergeben. Mit der einfachen Steuerung über die TV-Fernbedienung lässt sich die Lautstärke leicht regulieren oder der aktuelle Lieblingssong auswählen. Der GSB 980 verfügt zudem über zwei HDMI-Eingänge und einen HDMI-Ausgang, die als Anschluss für digitale Ton- und Bildsignale genutzt

werden können. Der Grundig Soundbar GSB 980 ist voraussichtlich ab September lieferbar.

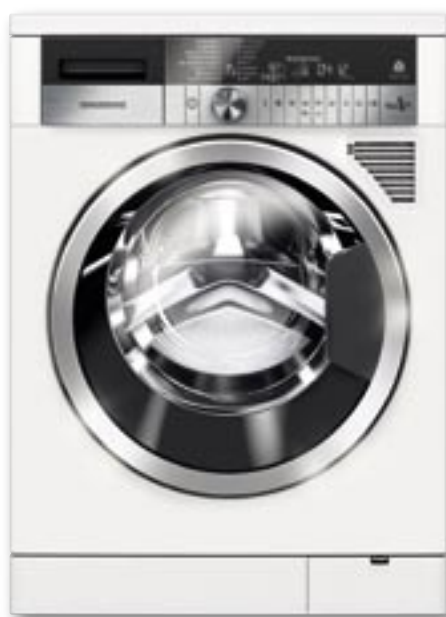
Für Küche und Waschkeller

Hausgeräte zum Waschen, Trocknen und Kühlen gehören für Grundig schon seit längerem zum Tagesgeschäft. Neu zur IFA kommen unter anderem neue freistehende Kühl-/Gefriergeräte mit den Energieeffizienzklassen A+++ und A++.

Dank der VitaminCare Schublade lassen sich Obst und Gemüse länger lagern und der Vitamin C Gehalt bleibt erhalten. Zusätzlich sind die Geräte mit dem praktischen Urlaubsmodus, der Fresh Guard-Technologie mit Ionen und der 0-3 °C Super Fresh Zone ausgestattet.

Die Modelle GSBS 16820 X und GSBS 14620 X werden durch einen integrierten Wasser- und Eisspender ergänzt, der GSBS 14620 X verfügt zusätzlich noch über ein Barfach. Ein besonderes Feature: Aufgrund des Glaswassertanks des GSBS 16820 X wird kein direkter Anschluss an die Wasserleitung benötigt und das Gerät kann frei im Raum platziert werden.

Ebenfalls Premiere im Grundig Hausgeräte-Programm hat der neue Vollwaschtrockner GWD 59405. Der erste Grundig Vollwaschtrockner mit Imprägnier-Programm ist besonders leicht zu bedienen. Denn durch den Trockengang wird das Fixieren der Imprägnierung automatisch übernommen. Ein Überbügeln wie bei anderen Herstellern



Der erste Grundig Vollwaschtrockner mit Imprägnierfunktion

soll dadurch überflüssig werden. Da mit dem GWD 59405 die Textilien außerdem mit schmutzabweisenden und antibakteriellen Funktionen versehen werden können, bringt das Imprägnier-Programm nicht nur für Outdoor-Fans einen echten Mehrwert. Der Verbraucher kann dabei selbst wählen, welche Vorzüge ihm am wichtigsten sind. Spezieller Fleckenschutz, extra weiche Wäsche durch besonderen Weichspüler oder antibakterieller Schutz. Die Imprägniermittel sind auch für empfindliche Haut geeignet und überstehen bis zu fünf Waschgänge, ohne das Abwasser zu belasten. Der GWD 59405 ist voraussichtlich ab Januar 2015 lieferbar.

Hygiene mit Ionen-Technologie

Jeder kennt das Problem: Zwischen den Spülgängen entwickelt der Innenraum der Spülmaschine oft nach kurzer Zeit eine eigene Duft-Nuance, die unangenehm ist. Eine Lösung war bisher das umständliche Vorspülen oder ein Spülvorgang mit halber Ladung. Der neue Grundig Geschirrspüler GNI 41832 X bietet nun eine effiziente und hygienische Alternative: Dank integrierter Fresh Guard Funktion beugt er mit Ionen-Technologie unangenehmen Gerüchen und Bakterienansammlungen vor. Die negativ geladenen Ionen wirken ohne Chemikalien der Entstehung schlechter Düfte entgegen. Zudem hemmt die antibakterielle Türdichtung das Bakterienwachstum. Auch in Sachen Komfort hat der Grundig GNI 41832 X mit seinen vielen praktisch variablen Einstellungen was zu bieten: ob Topf-Türme oder spartanisches Gedeck – dieser Geschirrspüler hat für jede Abwasch-Situation die richtige Einstellung parat. Der Grundig GNI 41832 X ist ab Oktober 2014 lieferbar.



Aufgrund des Glaswassertanks des GSBS 16820 X wird kein direkter Anschluss an die Wasserleitung mehr benötigt und das Gerät kann frei im Raum aufgestellt werden.

Sound an

Ob Boottour oder Gartenparty: Der robuste und spritzwassergeschützte Bluetooth-Lautsprecher GSB 200 von Grundig sorgt auch bei feucht-fröhlichen Outdoor-Events für Musikvergnügen. Mit dem eingebauten Passiv-Schallwandler zur Verstärkung der tiefen Frequenzen legt das Gerät beim Audio-Streaming noch mehr Bässe in den Sound. Über die eingebaute Nahfeldkommunikation (Near Field Communication, NFC) lässt sich der GSB 200 zudem auf schnelle und einfache Art mit Smart Phone & Co. verbinden.





Mit 4K UHD Modellen wie dem Viera AXV804 (mit SAT>IP Client) konnte Panasonic in der ersten Jahreshälfte seinen Marktanteil nach Wert vergrößern.



Die neuen Blu-ray Player, hier das Modell BST940, rechnen mit eingebautem Upscaler auch Full HD Inhalte auf UHD Auflösung hoch.

Die steigende Marktbedeutung von 4K UHD Fernsehern wirkt sich positiv auf die Marktposition von Panasonic aus. Nach Angaben des Unternehmens, das seinen Marktanteil in diesem Segment im Mai deutlich ausbaute, befanden sich im Juni drei 4K-UHD Modelle unter den Top-20-Geräten nach Wert. Für die kommenden Monate erwartet Panasonic durch die Einführung neuer Geräte einen weiteren Anstieg der Absatzzahlen, zu dem auch die Ausstattung mit SAT>IP Funktionen beitragen soll. Zur IFA kommt zudem eine neue Familie 4K-fähiger Blu-ray Recorder auf den Markt.

Auf dem TV-Gesamtmarkt ist Panasonic weiterhin ein starker Akteur: Mit 11 Prozent Marktanteil nach Wert sicherte sich der Konzern bisher im Jahr 2014 den zweiten Platz unter den TV-Herstellern. „Die umfassende Erweiterung unseres bildstarken, smarten TV-Sortiments im Jahr 2014 ist bei den Konsumenten gut angekommen – das zeigen die Verkaufserfolge des Frühjahrs 2014“, sagte Armando Romagnolo, Marketing Director bei Panasonic Deutschland. „Insbesondere über vielfältige Konnektivitätslösungen wie SAT>IP oder cloudbasierte Streams über TV Anywhere konnten wir die Marktstellung unserer Viera TVs stark untermauern.“ So ermöglichen aktuelle Modelle den Stream von Aufnahmen oder des Live-Programms auf Mobilgeräte weltweit. Zugleich können Bilder und Videoaufnahmen von überall aus zwischen Fernseher und Tablet oder Smartphone ausgetauscht werden. Bei 4K UHD umfasst das aktuelle TV-Sortiment den Viera AXV804 (mit SAT>IP Client), der im Frühjahr eingeführt wurde, und den im Vorjahr eingeführten WT600. Im 4K-UHD Bereich positionierte sich Panasonic zudem nicht nur mit Fernsehgeräten, sondern stellte im Frühjahr mit der Lumix GH4 die erste DSLM-Kamera vor, die Aufnahmen in voller 4K-Auflösung ermöglicht. Kurz darauf präsentierte der Konzern die erste tragbare Mini-Kamera für 4K-Videos, die HX-A500, und zuletzt die Bridgekamera FZ1000 für Aufnahmen in 4K. Auf der IFA will Panasonic als einer der ersten Hersteller einen 4K-UHD Fernseher vorstellen, der mit einem eigenen SAT>IP Server ausgestattet ist. Er kann anders als die aktuellen Viera Serien mit SAT>IP Client nicht nur kabellos SAT-Signale über das Heimnetzwerk empfangen, sondern diese auch

direkt im Heimnetzwerk verteilen. Das erspart die Einrichtung eines separaten Servers und vereinfacht die Übertragung der Programme auf andere Empfangsgeräte wie Smartphones, Tablets oder Fernseher.

4K Blu-ray Recorder

Auf der IFA wird Panasonic eine neue Blu-ray Recorder-Generation vorstellen. Die drei Modellreihen sind in jeweils zwei Varianten (mit DVB-C und DVB-T Twin HD Tuner oder DVB-2/S2) in Silber und zum Teil in Schwarz erhältlich. Bereits die Einstiegs-Modelle DMR-BCT/BST745 und DMR-BCT/BST740 bieten 500 GB Speicherplatz, das Step-up Modell DMR-BCT/BST845 sogar 1 TB. Alle neuen Geräte skalieren Full HD Inhalte (24p) von Blu-ray, externer Festplatte, USB Speicher, SD-Speicherkarte und Webinhalte auf UHD-Auflösung. Bei Wiedergaben von Blu-ray wandelt die 4K Direct Chroma Up Conversion das Full HD Signal mit 4:2:0-Abtastung

direkt in ein 4K Signal mit 4:4:4-Abtastung um und versorgt so den UHD-Bildschirm mit exakten Farb- und Helligkeitsinformationen. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören WLAN, Multiroom TV-Streaming, TV Anywhere und der Remote Recording Service.

Die Flaggschiffmodelle DMR-BCT/BST940 mit 2 TB Speicherplatz erweisen sich zusätzlich als Komplettlösungen zum Empfangen, Aufnehmen, Archivieren und Wiedergeben von TV-Programmen. Der neue Triple HD Tuner sowie zwei CI Plus Einschübe für den Empfang verschlüsselter Programme wie HD+, Sky oder Kabel Deutschland bieten vielfältige Empfangsmöglichkeiten. Die Rekorder nehmen bis zu drei Programme parallel in HD auf, während ein Film von der Blu-ray Disk oder Festplatte läuft. Man kann aber auch ein Programm live verfolgen, ein zweites aufzeichnen und ein drittes per WLAN auf ein vernetztes Gerät streamen. Mit der neuen „Panasonic Media Access“ App wird der Tablet-PC zum portablen Fernseher. Wie die neuen Viera TV-Modelle können auch die Blu-ray Recorder mit TV Anywhere aus der Ferne von praktisch jedem Ort der Welt aus programmiert werden.

Neu ist das „Keyword Recording“, mit dem Panasonic das Aufnehmen auf Stichwort ermöglicht. Wird zum Beispiel „Tatort“ eingespeichert, zeichnen die Blu-ray Recorder bis auf Widerruf alle Sendungen der Krimireihe auf. Bis zu 16 Suchbegriffe können dafür gespeichert werden.

Die neuen Blu-ray Rekorder von Panasonic sind ab Mitte August zu Preisen von 549 Euro bis 799 Euro (UVP) erhältlich.

Panasonic ALL-Serie jetzt verfügbar

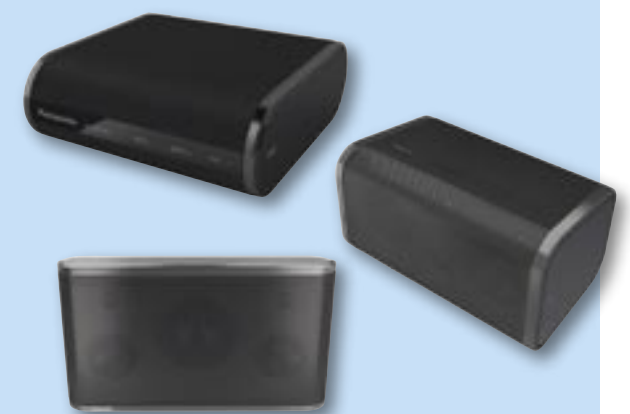
Ab sofort bringt Panasonic das erweiterbare AllPlay Multi-Room Audiosystem auf den Markt, mit dem sich gespeicherte Audiofiles ebenso wie das gesamte Angebot von Online-Musikdiensten wie etwa Spotify, Napster und Aupeo! in jedem gewünschten Raum abspielen lassen. Dirigiert wird ALL dabei direkt über die App der Musikplattform oder über die Panasonic Music Streaming App.

Zur ALL-Familie gehört der stationäre Wireless-Lautsprecher SC-ALL8 mit 80 Watt (RMS) Ausgangsleistung, der variabel aufstellbare SC-ALL3 mit 40 Watt (RMS) Ausgangsleistung sowie der Netzwerk-Connector SH-ALL1C, der vorhandene Musikanlagen im Multi-Room System mitspielen lässt.

Mit 80 Watt (RMS) Ausgangsleistung bringt der wandmontagefähige Wireless Lautsprecher ALL8 Premiumsound auch in größere Räume. Für kraftvolle Bässe sorgt neben XBS Master auch ein 12cm Bassreflex-Subwoofer mit Mica Membran. In seinem 373 x 224 x 139 mm großen Korpus stecken außerdem zwei 2,5 cm-Hochtöner und zwei 8 cm-Woofer.

Der ALL3 mit 40 Watt (RMS) kann horizontal oder vertikal aufgestellt werden und liefert nach Herstellerangaben ein sauberes, verzerrungsfreies Klangbild vom tiefsten Bass bis in die Höhen. Im kompakten Gehäuse sind neben einem Paar 8cm Konus-Woofer gleich zwei 2,5cm Semi-Dome-Hochtöner untergebracht.

Steht im Wohnzimmer bereits ein HiFi- oder Heimkino-System, ist dort mit dem Netzwerk-Connector ALL1C kein weiterer Wireless Lautsprecher nötig: Die bestehende Anlage wird einfach mit dem ALL1C verbunden. Über seine vergoldeten Audio-Ausgänge (1x digital/1x analog) kann er jede Musikanlage ins Multi-Room System holen. Ein hochwertiger Burr Brown 192 kHz/24bit D/A-Converter sorgt für die erstklassige, verlustfreie Verarbeitung der Audiosignale. Die UVPs betragen 299 Euro für den SC-ALL8, 249 Euro für den SC-ALL3 und 199 Euro für den SH-ALL1C.



Zur ALL-Familie gehören der stationäre Wireless-Lautsprecher SC-ALL8, der variabel aufstellbare SC-ALL3 und der Netzwerk-Connector SH-ALL1C, der auch vorhandene Musikanlagen im Multi-Room System mitspielen lässt.

Telepoint präsentiert Ware auf neue Art

Wohnwelten mit Hightech



Hattendorf Geschäftsführer Fred Hattendorf (links) und Thorsten Sykora, Telepoint Bereichsleiter Category Management Braune Ware und Foto, demonstrieren, wie einfach CE-Produkte in die Elemente des Hatt-Systems integriert werden können.

„Wir wissen, dass es für einen qualifizierten stationären Einzelhändler nicht mehr ausreicht, den Kunden nur hochwertige Ware anzubieten“, erklärte Telepoint Geschäftsführer Frank Harder im Gespräch mit PoS-MAIL. „Deshalb stärken wir unsere Kompetenz, die Kunden für Komplettlösungen zu begeistern, die sich problemlos in praktisch jede Wohnumgebung integrieren lassen. Damit greifen wir den Trend zur Vernetzung konstruktiv auf und schaffen einen Mehrwert, den andere Vertriebsformen, vor allem Online-Anbieter, nicht realisieren können.“ So können die Kunden bei Telepoint nicht nur ein breites Sortiment von TV-, HiFi- und Audio-Geräten vorführbereit erleben, sondern sich auf Wunsch auch ihre individuelle Wohnwand mit modernen Consumer Electronic Produkten planen lassen.

Intelligentes System

Das Hatt-System wurde von dem Schreinerbetrieb Hattendorf GmbH im oldenburgischen Hatten entwickelt. Der Gründer und Geschäftsführer Fred Hattendorf, zu dessen Kundenkreis große Fachhandels- und Drogeriemarketten ebenso gehören wie Banken, Sparkassen, Hotels, Agenturen, Versicherungen und Privatleute, suchte eine Lösung, die sich gleichermaßen für die elegante Unterbringung von Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik im Geschäft als auch bei den Kunden zu Hause eignet. Das Ergebnis ist eine genial einfache Konstruktion: Jede Wohnwand besteht aus einer 2,75 x 2,05 m großen Basis, die aus Paneelen zusammengesetzt ist. Jede Paneel wird oben und unten durch eine Funktionschiene begrenzt, in die eine praktisch unbeschränkte Vielfalt von Elementen und

Ware verkauft Ware – diese alte Händler-Weisheit gilt in Zeiten des Internets einerseits und des Erlebniskaufs andererseits nicht mehr. Die zur Bunting-Gruppe, Leer, gehörende Fachmarktkette Telepoint mit derzeit 14 Standorten geht darum neue Wege: Im Fachmarkt im niedersächsischen Hameln wurde ein Pilotprojekt gestartet, TV-Geräte und Soundsysteme in realistischen Wohnumgebungen zu präsentieren. Möglich wird das durch das innovative Hatt-System, das nicht nur im Geschäft, sondern auch ganz einfach beim Kunden aufgebaut werden kann.

Zubehörteilen einfach eingehängt werden kann. Zurzeit sind die Paneelen in den Farben Schwarz, Hochglanz-Weiß, Betonoptik und Bergeiche erhältlich. Ob Schrankelemente, Regalböden, Glasborde oder Blumenkästen – mit einem Handgriff kann praktisch alles sicher an der Wand angebracht werden. Hattendorf bietet dafür jede Menge individueller Elemente an. Ebenso einfach lassen sich Fernseher und Soundlösungen in die Wohnwände integrieren. Besonders praktisch: Alle

Kabel werden unsichtbar hinter den Paneelen verlegt. Geräte, die einen Netzanschluss benötigen, werden mit einem Ministek-System angeschlossen.

Mit dem Hatt-System können die Fachleute von Telepoint ihren Kunden darum einen Voll-Service bieten: Sie liefern die Wohnwand und die dazugehörigen Consumer Electronic Geräte aus, bauen sie ein und nehmen sie in Betrieb. Die Lieferzeiten sind dabei kürzer als bei vielen Online-Anbietern: Wohnlösungen, die aus Standardelementen zusammengestellt werden, sind in der Regel bereits am nächsten Tag lieferbar. Individuelle Sonderanfertigungen stehen gewöhnlich innerhalb von sieben Tagen beim Kunden.

Durchdachtes Konzept

Trotz der einfachen Lösung wurde der Einstieg in das neue Dienstleistungskonzept bei Telepoint sorgfältig geplant. „Das fängt damit an, dass das Verkaufspersonal umdenken muss“, erklärte Thorsten Sykora, Telepoint Bereichs-

leiter Category Management Braune Ware und Foto. „Denn sie verkaufen nicht mehr einzelne Produkte, sondern komplette Lösungen und müssen deshalb über die traditionellen Abteilungen hinaus denken. Dabei ist es wichtig, die persönlichen Ansprüche und den Bedarf des Kunden genau zu ermitteln und natürlich die Chancen zu erkennen, mehr Wertschöpfung zu erzielen.“ Bei der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter nutzt Telepoint die ausgezeichnete Infrastruktur der Bunting-Gruppe. In der Bunting Akademie in Oldenburg, in Partnerhotels und in den 14 Fachmärkten vor Ort werden die Mitarbeiter durchschnittlich 20 Tage im Jahr geschult und lernen dabei nicht nur Einzelheiten über neue Produkte und Marktentwicklungen, sondern auch effektive Verkaufsstrategien. „Dabei geht es auch darum, die Potenziale der Mitarbeiter zu erkennen und sie für höhere Aufgaben zu qualifizieren“, betonte Sykora.

Megatrend Smart Home

Mit der Integration von Hightech-Produkten in komplette Wohnwelten nimmt Telepoint frühzeitig den Megatrend Smart Home auf. Vernetzte Lösungen werden nicht nur in der Unterhaltungselektronik, sondern auch bei der Heimautomatisierung und Gesundheitsvorsorge immer wichtiger. Marktstudien zeigen, dass sich bereits zwei Drittel der deutschen Haushalte, die über einen Internetanschluss verfügen, für Smart Home Angebote interessieren. Der Branchenverband Bitkom erwartet für dieses Jahr in diesem Bereich ein Umsatzvolumen von 18,3 Mrd. Euro; das würde einer Wachstumsrate von 13 Prozent entsprechen. „Dem grundsätzlichen Interesse der Kunden an vernetzten Systemen stehen oft Schwierigkeiten gegenüber, diese zu Hause zu installieren und zum Laufen zu bringen“, erklärte Sykora. „Genau hier sehen wir die Chance für den qualifizierten Fachhandel, schlüsselfertige Komplettlösungen direkt beim Kunden zu installieren. Damit können wir uns nicht nur von Online-Anbietern differenzieren, sondern auch eine hohe Wertschöpfung erzielen.“

Da Smart Home Systeme vor allem mit Smartphones oder Tablets gesteuert werden, kommt Telepoint die klassische Kompetenz im Mobilfunk zugute. In diesem Bereich gehört die Fachmarktkette bereits seit Jahren zu den stärksten Anbietern im Nordwesten.



Neue Wege bei der Warenpräsentation: Im Telepoint Markt in Hameln werden Technikprodukte in Wohnumgebungen gezeigt.

PoS-MAIL IFA GUIDE 2014



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

Das Messegelände ist für die IFA-Besucher vom 5. bis 10. September 2014 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 **12 Euro**, 3 für 2-Ticket **25 Euro**

An der Tageskasse: Tageskarte **17 Euro**, Tageskarte ermäßigt **12 Euro**

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



POS-MAIL IFA GUIDE 2014



Liebe Leserinnen und Leser,

Die IFA als wichtigste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances zeigt, wie groß bereits die Vorfreude auf die wichtigste Verkaufssaison des Jahres ist: das Weihnachtsgeschäft. Großbildschirme faszinieren mit 4k-Auflösung und elegant geschwungenen Oberflächen, intelligente Uhren messen Körperfunktionen, Bewegungen und die persönliche Fitness, Tablet-PCs und Smartphones greifen mit ihren Apps permanent auf die Lieblingsmedien zu und steuern auf Wunsch alle Geräte

im Haus. Mit ihrem weltweit einzigartigen Konzept führt die IFA alle beteiligten Industrien, Handel, Medien und Konsumenten effizient an einem Ort zusammen.

Eine weiterhin ungebremst hohe Ausstellernachfrage spricht dafür, dass sich die IFA auch 2014 positiv entwickeln wird. Mit dem neu eröffneten CityCube Berlin können nicht nur 6.000 Quadratmeter dringend benötigte Ausstellungsfläche hinzugewonnen werden. Es bieten sich damit auch neue Möglichkeiten, zusätzliche Wünsche von Ausstellern umzusetzen und Händlern und Konsumenten noch mehr eindrucksvolle Innovationen zu zeigen.

Lassen Sie sich mitreißen von der einzigartigen Vielfalt der IFA mit ihren faszinierenden Marken, neuen Produkten und magischen Momenten - sehen, hören und genießen Sie das einmalige Branchenerlebnis vom 5. bis 10. September in Berlin.

Ich freue mich auf Sie!

Ihr

Dr. Christian Göke

Geschäftsführer, COO der Messe Berlin GmbH



*Herzlich Willkommen
zur IFA 2014!*

Es ist wieder soweit: Berlin ist von 5. bis 10. September die Hauptstadt für Innovationen aus aller Welt in den Themenbereichen der Consumer Electronics und Hausgeräte. Der Blick des nationalen und internationalen Handels und der Medien ist auf die IFA fokussiert, 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 vier Milliarden Euro.

Großbildschirme mit elegant geschwungenen Oberflächen, Ultra HD-Auflösung für überwältigende Bildschärfe, Smart TVs mit leistungsstarken Betriebssystemen, Wearables für ein ganzes Universum an neuen Anwendungen, 3D-Drucker mit verblüffenden Talenten, Audio-Streaming über viele Endgeräte-Arten sowie die Vernetzung sind 2014 die Trends der CE-Branche.

Die Trends bei den Hausgeräten sind Vielseitigkeit, Effektivität, Nachhaltigkeit und natürlich edles Design und smarte Funktionalität. Sie erleichtern die Hausarbeit und machen sie komfortabler, sie bereichern das Leben und machen es bequemer und schöner.

2014 setzt die IFA erstmals mit einem eigenen Kongressformat neue Zeichen. Unter dem Titel „IFA+ Summit – Next Level Of Thinking“ werden internationale Vordenker, Top-Executives und Entrepreneur aus den Bereichen Mobilität, Gesundheit, Big Data, Home, Design und New Entertainment für zwei Tage parallel zur IFA zusammenkommen.

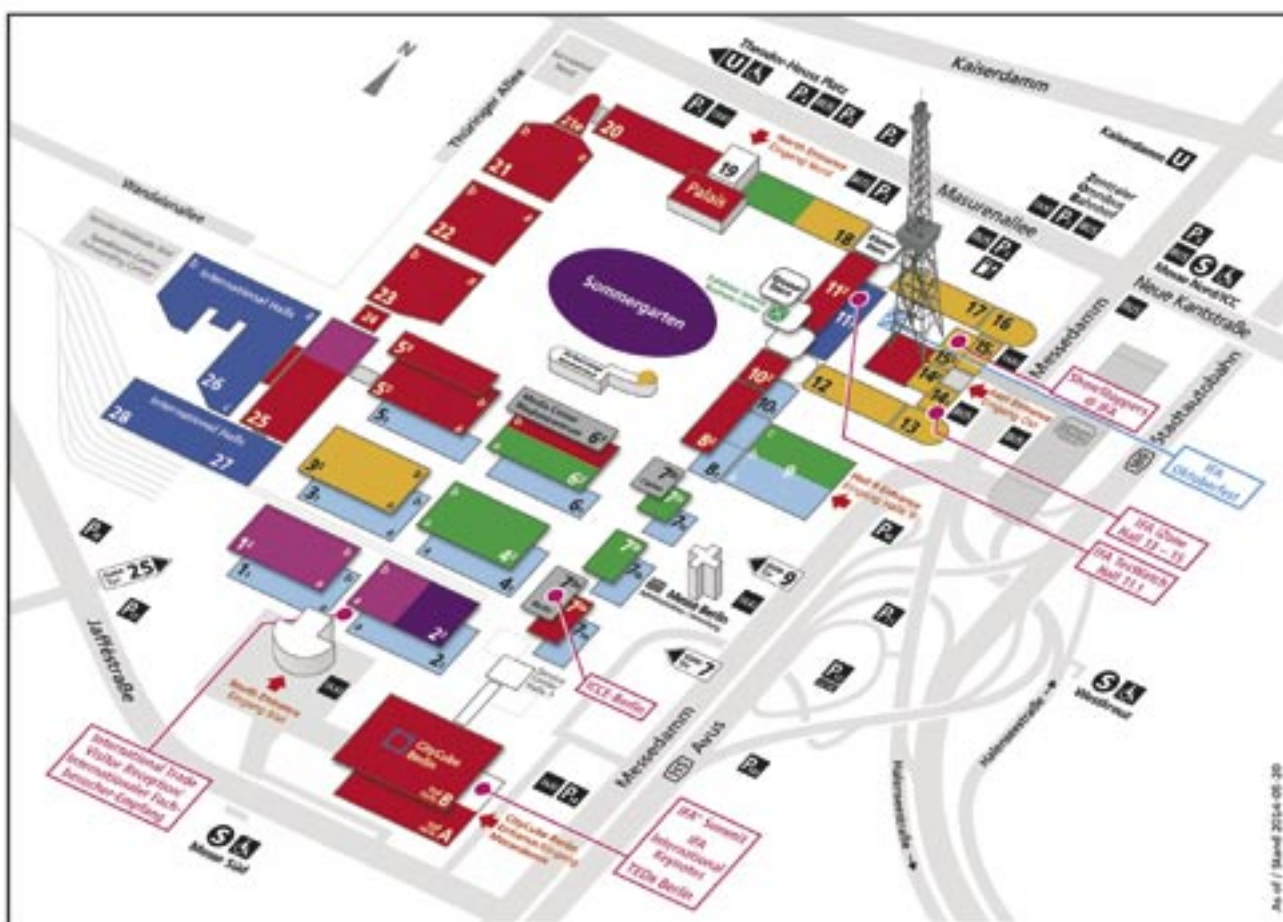
Aber IFA heißt auch Unterhaltung: Ob im Sommergarten oder auf den Ständen der Aussteller – Sternköche, Schauspieler, Sportler, Musiker, Prominente aus Medien und Politik können hautnah und live erlebt werden.

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 –

Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Veranstalter der IFA

IFA 2014



- 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 · MP3 · Computing · Games · Memory Solutions · Specials: IFA iZone
- IFA Public Media**
TV-Stations · Radio · Public Music & Video Areas · Professional Media
- IFA Communication**
Telecommunication · Cable · Mobiles · Navigation · IP · Net Solutions · Aerials
- IFA Technology & Components**
Suppliers · Semiconductors · International Halls · Special: IFA TecWatch

IFA Retail Partners



Berlin, 05 – 10 September 2014

gfu Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik

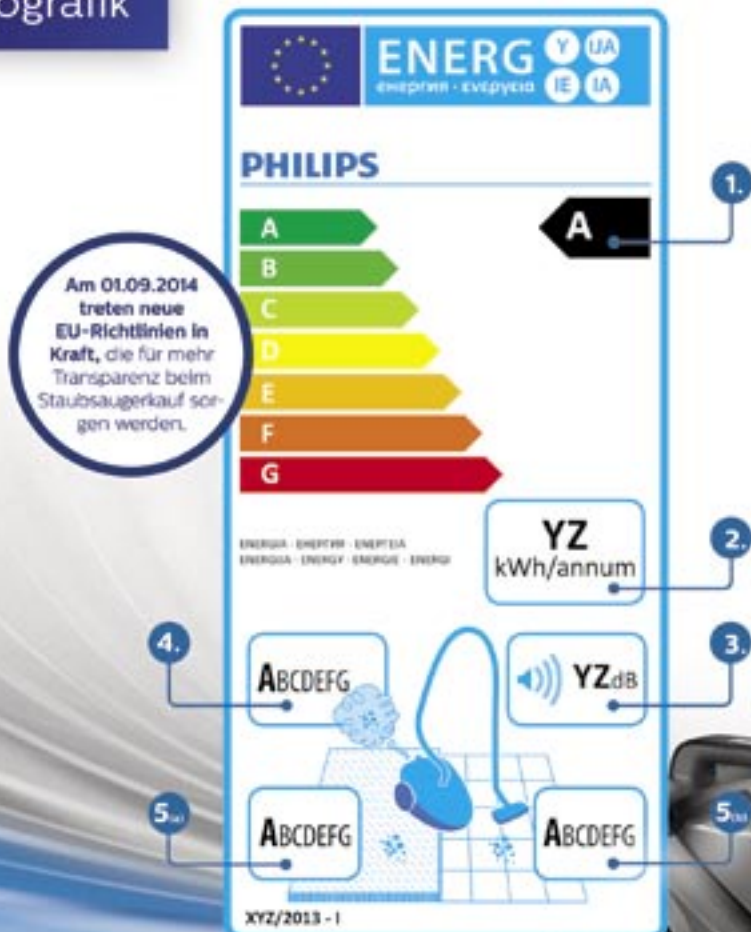
Messe Berlin

PoS-MAIL IFA GUIDE 2014

PHILIPS

Infografik

Das neue Energie-Label auf einen Blick



1. Energieeffizienzklasse

Bestimmt durch Energieverbrauch & Reinigungsleistung.

2. Durchschnittlicher jährlicher Energieverbrauch

Berechnet für einen Durchschnittshaushalt mit 87 m² Wohnfläche und 50 Reinigungsvorgängen pro Jahr.

3. Schalleistungspegel

Gibt den gerundeten Wert des Geräuschpegels in Dezibel (dB) an.

4. Staubemissionsklasse

Gibt die Reinheit der Abluft an. Wichtig für ein gutes Ergebnis ist das Filtersystem (EPA, HEPA).

5. Reinigungsklasse

Zeigt die Reinigungseffizienz auf Teppich (5a) und Hartboden (5b).



Dirt Devil Rebel 2.0

Leistungsstark und effizient

Das prämierte und unverwechselbare Design der Rebel-Staubsauger führt Dirt Devil konsequent weiter. Neue energiesparende Hocheffizienzmotoren kommen in allen sechs neuen Rebel-Modellen zum Einsatz. In Verbindung mit neu entwickelten Bodendüsen und einer weiter optimierten Luftführung sind alle Modelle der Rebel 2.0 Produktfamilie leistungsstarke und gleichzeitig besonders energieeffiziente Geräte. Die einfache und leichte Handhabung sowie das gewohnt hohe Qualitätsniveau von Dirt Devil runden das Leistungspaket ab.

Dirt Devil

Halle 3.1
Stand 102



Neu: IFA+ Summit 2014

Der IFA+ Summit 2014 im neuen CityCube Berlin bringt erstmalig internationale Experten und Köpfe zu einem neuartigen Forum zusammen, das die zukünftige Lebenswelt der Konsumenten und deren Vernetzung beleuchten wird.

In sechs thematischen Sessions wird es Einblicke in die technologischen Entwicklungen geben:

- Mobility
- Design
- Home
- Big Data
- New Entertainment
- Health

Neueste Trends aus der High-Tech-Szene, Insights in die aktuelle Produktentwicklung und State-of-the-art-Design werden präsentiert und bieten den Teilnehmern einen Einblick in die „Connected Future“. Neue Geschäftsmodelle und spannende Startups werden im Kontext der Transformation des Konsumverhaltens und veränderter Mediennutzung beleuchtet und vorgestellt.

IFA+ Summit
NEXT LEVEL OF THINKING

Weltneuheit von Melitta®

Kompakter One-Touch-Kaffeevollautomat mit Einzelportionierungssystem für grenzenlose Genussvielfalt:

Die Caffeo® Varianza® CSP mit My Bean Select® ist der perfekte Vollautomat für anspruchsvolle Kaffeeliebhaber, die das Aroma individuell ausgesucht und frisch gemahlener Bohnen ebenso schätzen wie eine flexible, tassenindividuelle Zubereitung. Denn das innovative Einzelportionierungssystem My Bean Select® ermöglicht jederzeit, Tasse für Tasse, die freie Wahl aus der ganzen Bandbreite von Kaffeebohnen.



Halle 4.1
Stand 208

POS-MAIL IFA GUIDE 2014

Dirt Devil Aquaclean Fenstersauger

**Schnelles, einfaches
und streifenfreies Reinigen**

Ob Fenster ohne Durchblick, verzerrte Spiegelbilder, Fliesen oder Duschkabinen – der Dirt Devil Aquaclean Fenstersauger ist vielseitig einsetzbar. Dank des flexiblen Drehgelenks am Saugkopf folgt er dem Reinigungsweg in alle Richtungen bis auch der letzte Tropfen Wasser aufgesaugt ist. Ein Doppeltank stellt zum einen das Reinigungsmittel bereit und sammelt zum anderen das aufgesaugte Schmutzwasser. Ausgestattet mit Microfaser- und Grobschmutztüchern zur Oberflächenreinigung geht die Reinigung schnell und leicht von der Hand.



**Halle 3.1
Stand 102**



TÄGLICH
AKTUELLE
IFA-NEWS:

www.pos-mail.de



7.1-Surround, Musik-Streaming per Bluetooth und App-Steuerung

**Yamaha zelebriert 10 Jahre Digital Sound
Projector mit dem neuen Modell YSP-2500**

Mit dem YSP-2500 feiert Yamaha 10 Jahre Digital Sound Projector und stellt ein neues elegantes Soundbar-System für authentischen Heimkino-Klang vor. Im Gegensatz zu konventionellen Soundbars bietet der Soundprojektor echten Surround Sound: Mit 16 Beam-Lautsprechern in einem länglichen Gehäuse entsteht über gezielte Raumreflexionen echter 7-Kanal Surround Sound. Für die passende Tiefton-Inszenierung sorgt ein kabelloser Subwoofer. Der YSP-2500 im edlen Aluminium-Gehäuse zeichnet sich durch hervorragende Klangeigenschaften aus und sorgt zugleich für eine luxuriöse Optik in Harmonie mit modernen Flachbildfernsehern. Dank besonders einfacher Einrichtung hält im Hand-

umdrehen packender Surround Sound für Filme, Musik und Games sowie besserer TV-Klang Einzug in Ihr Wohnzimmer.



**Halle 1.2
Stand 101**



DIE AUSSTELLER

Home Appliances

Wäschepflegegeräte und Geschirrspüler

AEG Hausgeräte GmbH	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Grundig Intermedia GmbH	23
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
LG Electronics Inc.	11.2
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Siemens-Elektrogeräte GmbH	101/201
Zanussi	4.1/101

Kühl- und Gefriergeräte

AEG Hausgeräte GmbH	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	101/201
Grundig Intermedia GmbH	23
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
LG Electronics Inc.	11.2
Liebherr-Hausgeräte GmbH	2.1/201
Miele & Cie. KG	2.1/101

Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Siemens-Elektrogeräte GmbH	101/201
Zanussi	4.1/101

Koch- und Backgeräte

AEG Hausgeräte GmbH	4.1/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Braun	1.1/202
CTC Clatronic International GmbH	25/102
De'Longhi	1.1/202
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Grundig Intermedia GmbH	23
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
Kenwood	1.1/202
LG Electronics Inc.	11.2
Miele & Cie. KG	2.1/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Siemens-Elektrogeräte GmbH	101/201
Zanussi	4.1/101

Küchengeräte/ Mikrowellen/ Kaffeemaschinen

AEG Hausgeräte GmbH	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse	3.1/105
Manufaktur-Handels GmbH	3.1/105

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Crown Technics Ltd.	8.1/115
De'Longhi	1.1/202
Electrolux Hausgeräte GmbH	4.1/101
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Gastroback GmbH	6.1/107
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	4.1/211
Gorenje Vertriebs GmbH	101/201
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	2.1/202
Kenwood	1.1/202
Leifheit AG	6.1/105
Melitta Europa GmbH & Co. KG	4.1/208
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
Rommelsbacher Elektrohausgeräte GmbH	4.1/203
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Siemens-Elektrogeräte GmbH	101/201
Steba	4.1/207
Elektrogeräte GmbH & Co. KG	6.1/110
Unold AG	6.1/110
wmf consumer electronics GmbH	6.1
Zanussi	4.1/101

Bodenpflegemaschinen

AEG Hausgeräte GmbH	4.1/101
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	3.1/109
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse	3.1/105
Manufaktur-Handels GmbH	3.1/105
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Crown Technics Ltd.	8.1/115
De'Longhi	1.1/202
Dyson GmbH	4.1/204
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Royal Appliance International GmbH	3.1/102
(Dirt Devil, Vax)	CityCube
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Robert Thomas, Metall- und Elektrow. GmbH & Co. KG	4.1/210
	4.1/202

Bügelgeräte und -systeme

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Braun	1.1/202
Crown Technics Ltd.	8.1/115
De'Longhi	1.1/202
Groupe SEB	Eingang Süd/101
Grundig Intermedia GmbH	23
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
Severin Elektrogeräte GmbH	4.1/200
Siemens-Elektrogeräte GmbH	101/201
Unold AG	6.1/110

Geräte für Wellness und Personal Care

Beurer GmbH	4.1/205
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Grundig Intermedia GmbH	23
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Rommelsbacher Elektrohausgeräte GmbH	4.1/203
Severin Elektrogeräte GmbH	4.1/200
Unold AG	6.1/110

Klimageräte/Lüftung

Beurer GmbH	4.1/205
De'Longhi	1.1/202
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207

Zubehör

Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/113
Stein & Co. GmbH	6.1/109

Home Entertainment

TVs

Acer Europe SA	17/109
Axdia International GmbH	25/170
Blaupunkt Brand Management GmbH	22
Changhong Electric Co., Ltd.	25/173
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Funai Europe GmbH (Germany)	Funkturmminnenhof/A10
Grundig Intermedia GmbH	23
Haier Deutschland GmbH	3.2/201
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
LG Electronics Inc.	11.2
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Metz-Werke GmbH & Co KG	21/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH TV/TP Vision	22
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Telefunken SE	2.2/101
Toshiba Europe GmbH	21/101
Sony	20
soundmaster	
Woerlein GmbH	25/101

Projektoren

Acer Europe SA	17/109
Aiptek International GmbH	15.1/210
Epson Deutschland GmbH	21/105
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
LG Electronics Inc.	11.2
Optoma Deutschland GmbH	7.2c/100
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Toshiba Europe GmbH	21/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

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

Archos Deutschland GmbH	12/103
Audiovox German Holdings GmbH	1.2/212
Axdia International GmbH	25/170
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Funai Europe GmbH (Germany)	Funkturmminnenhof/A10
Grundig Intermedia GmbH	23
Harman: AKG, Harman	

Kardon, Infinity, JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Kenwood	1.1/202
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
LG Electronics Inc.	11.2
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Metz-Werke GmbH & Co KG	21/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Toshiba Europe GmbH	21/101
soundmaster	
Woerlein GmbH	25/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

Mediacenter

Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sonoro Audio GmbH	1.2/116
Sony	20
Vodafone GmbH	18/101

Receiver

Aiptek International GmbH	15.1/210
Archos Deutschland GmbH	12/103
Axdia International GmbH	25/170
Funai Europe GmbH (Germany)	Funkturmminnenhof/A10
G&BL	25/103
Grundig Intermedia GmbH	23
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Samsung Electronics GmbH	CityCube
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

WLAN

Medion AG	18/104
Philips GmbH	22
Pure	1.2/113
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	1.2/202
Sonoro Audio GmbH	1.2/116

Games

Artwizz GmbH	15.1/184
Sony	20

Zubehör

Archos Deutschland GmbH	12/103
Assmann Electronic GmbH	17/102
Grundig Intermedia GmbH	23
Hama GmbH & Co KG	10.2
Harman: AKG, Harman	
Kardon, Infinity, JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/212
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/212
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113
Sonoro Audio GmbH	1.2/116
Sony	20
TechniSat Digital GmbH	2.2/102

Audio Entertainment

Audio

AKG	Funkturmminnenhof/100
Archos Deutschland GmbH	12/103
Audioblock GmbH	1.2/207
Audiovox German Holdings GmbH	1.2/212
Grundig Intermedia GmbH	23
Hama GmbH & Co KG	10.2
Harman: AKG, Harman	
Kardon, Infinity, JBL	Funkturmminnenhof/100
Intenso GmbH	17/105
JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2.2a/109
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
LG Electronics Inc.	11.2
Logitech GmbH	3.2/212
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/212
Medion AG	18/104
Monster Europe Ltd.	1.2/119
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Onkyo Europe Electronics GmbH	1.2/112
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113

Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sonos Europe B.V.	1.2/211
Sony	20
Teac Audio	1.2/112
soundmaster	
Woerlein GmbH	25/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

Lautsprecher

Audioblock GmbH	1.2/207
Blaupunkt Brand Management GmbH	22
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	1.2/210
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Grundig Intermedia GmbH	23
Harman: AKG, Harman	
Kardon, Infinity, JBL	Funkturmminnenhof/100
in-akustik GmbH & Co. KG	3.2/106
Infinity	Funkturmminnenhof/100
JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2.2a/109
LG Electronics Inc.	11.2
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Logitech GmbH	3.2/212
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/212

Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sonos Europe B.V.	1.2/211
Sony	20
Toshiba Europe GmbH	21/101
soundmaster	
Woerlein GmbH	25/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/101

CD/DVD

Audioblock GmbH	1.2/207
Grundig Intermedia GmbH	23
Harman: AKG, Harman	
Kardon, Infinity, JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2.2a/109
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
LG Electronics Inc.	11.2
Loewe Technologies GmbH	6.2/201
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/212

Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Teac Audio	1.2/112
soundmaster	
Woerlein GmbH	25/101

Car Entertainment

Archos Deutschland GmbH	12/103
Blaupunkt Group	2.2/108
Brother International GmbH	12/105
CTC Clatronic International GmbH	25/102
Hama GmbH & Co KG	10.2
Infinity	Funkturmminnenhof/100
JBL	Funkturmminnenhof/100
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2.2a/109
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101

Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113
Sony	20

Zubehör

Aiptek International GmbH	15.1/210
Ansmann AG	17/102
Archos Deutschland GmbH	12/103
Assmann Electronic GmbH	17/102
Audioblock GmbH	1.2/207
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/203
Camelion Batterien GmbH	3.2/215
Hama GmbH & Co KG	10.2
Heco Audio Produkte GmbH	1.2/212
in-akustik GmbH & Co. KG	3.2/106
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/212
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/201
Pure	1.2/113
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	1.2/202
Sony	20
Teac Audio	1.2/112

Communication

Mobiltelefone/ Smartphones

Deutsche Telekom AG	4.2/100
Doro	4.2/112
Hisense Germany GmbH	6.2b
Huawei Technologies Deutschland GmbH	9/205
IVS GmbH	4.2/112
LG Electronics Inc.	11.2
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Swissvoice	4.2/112
Vodafone GmbH	18/101

Tablet Computer

Aiptek International GmbH	15.1/210
Archos Deutschland GmbH	12/103
Haier Deutschland GmbH	3.2/201

Intenso GmbH	17/105
Lenovo (Deutschland) GmbH	18/104
Toshiba Europe GmbH	21/101

Navigation

Becker	6.2/106
Deutsche Telekom AG	4.2/100
Falk	6.2/106
Garmin Deutschland GmbH	6.2/115
Hama GmbH & Co KG	10.2
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2.2a/109
TomTom Sales BV	6.2/120
United Navigation GmbH	6.2/106
Vodafone GmbH	18/101

VoIP

Deutsche Telekom AG	4.2/100
---------------------	---------

Hama GmbH & Co KG	10.2
Netgear Deutschland GmbH	17/106
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Vodafone GmbH	18/101

DECT

DeTeWe	4.2/112
Doro	4.2/112
IVS GmbH	4.2/112
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Sagemcom Germany GmbH	9/203
Swissvoice	4.2/112

Freisprechanlagen

Hama GmbH & Co KG	10.2
-------------------	------

Distributor

Brodos AG	4.2/109
ENO telecom GmbH	9/203
Herweck AG	4.2/108

Webcams

Axdia International GmbH	25/170
Hama GmbH & Co KG	10.2
Philips GmbH	22

Zubehör

Aiptek International GmbH	15.1/210
Ansmann AG	8.2/106

AVM GmbH	17/107
Axdia International GmbH	25/170
Camelion Batterien GmbH	3.2/215
DeTeWe	4.2/112
Doro	4.2/112
easypix GmbH	14/112
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/105
IVS GmbH	4.2/112
Logitech GmbH	3.2/212
Motorola	4.2/112
Philips GmbH	22
Pure	1.2/113
Telefunken SE	2.2/101

Kooperationen · Institutionen · Verbände

ElectronicPartner Handel SE	6.2/203	EK/servicegroup eG	3.1	telering Marketing GmbH & Co. KG		InfoTip Service GmbH – PluralMedia	
EURONICS Deutschland eG	23	expert AG	1.2		3.2b/206		11.1/21

My Media

Digitalkameras/ Camcorder/Actioncams

Aiptek International GmbH	15.1/210
Axdia International GmbH	25/170
easypix GmbH	14/112
G&BL	25/103
JVC Deutschland GmbH	2.2a/109
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/114
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Telefunken SE	2.2/101
Toshiba Europe GmbH	21/101

Speichermedien

Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/105
LG Electronics Inc.	11.2
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22

Samsung Electronics GmbH	CityCube
SanDisk GmbH	10.2/101
Sony	20
Toshiba Europe GmbH	21/101

MP3-Player

Archos Deutschland GmbH	12/103
Axdia International GmbH	25/170
Grundig Intermedia GmbH	23
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/105
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
LG Electronics Inc.	11.2
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/212
Medion AG	18/104
Philips GmbH	22
Pure	1.2/113
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20

E-Bilderrahmen

Aiptek International GmbH	15.1/210
---------------------------	----------

Axdia International GmbH	25/170
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/105
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
Philips GmbH	22
Samsung Electronics GmbH	CityCube

Notebooks

Lenovo (Deutschland) GmbH	18/104
LG Electronics Inc.	11.2
Medion AG	18/104
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube
Sony	20
Toshiba Europe GmbH	21/101

Monitore

Audiovox	
German Holdings GmbH	1.2/212
LG Electronics Inc.	11.2

Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Samsung Electronics GmbH	CityCube

Drucker

Epson Deutschland GmbH	21/105
Funai Europe GmbH (Germany)	Funkturminnenhof/A10
Samsung Electronics GmbH	CityCube

Digitale Diktiergeräte

Philips GmbH	22
Sony	20

Bilddienstleistung

Cewe Color AG & Co. OHG	3.2/101
------------------------------------	----------------

Zubehör

Aiptek International GmbH	15.1/210
Ansmann AG	8.2/106
Archos Deutschland GmbH	12/103
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/203

Camelion Batterien GmbH	3.2/215
Cewe Color AG & Co. OHG	3.2/101
devolo AG	3.2/203
Dicota GmbH	17/102
easypix GmbH	14/112
G&BL	25/103
Hama GmbH & Co KG	10.2
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/172
Logitech GmbH	3.2/212
Metz-Werke GmbH & Co KG	21/102
Muse Deutschland GmbH	2.2/110
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/212
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2/101
Philips GmbH	22
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/114
Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/113
Sony	20

POS-MAIL IFA GUIDE 2014

Die wichtigsten Aussteller von A–Z

A/B

Acer Europe SA 17/109



AEG Hausgeräte 4.1/101

Aiptek International GmbH 15.1/210

Amica International GmbH 7.1b

Ansmann AG 8.2/106

Archos

Deutschland GmbH 12/103

Artwizz GmbH 15.1/184

Assmann Electronic GmbH 17/102

Audioblock GmbH 1.2/207

Audiovox German Holdings GmbH 1.2/212

AVM GmbH 17/107

Axdia International GmbH 25/170

Becker 6.2/106

Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse

Manufaktur-Handels GmbH 3.1/105

Beurer GmbH 4.1/205

Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1.2/203

Blaupunkt Group 2.2/108

Bosch Hausgeräte GmbH 3.1/101



Braun 1.1/202

Carl-Ulrich-Str. 4

63263 Neu-Isenburg

Tel: 06102/5999-500

Fax: 06102/5999-555

www.braunhousehold.de

Brodos AG 4.2/109

Brother International GmbH 12/105

C/D



Camelion Batterien GmbH 3.2/215

Canton Elektronik GmbH & Co. KG 1.2/210



Cewe Color AG & Co. OHG 3.2/101

Meerweg 30–32 • 26133 Oldenburg

Tel: 0441-404-0 • Fax: 0441-404-421

www.cewecolor.de

Changhong Electric Co., Ltd. 25/173

Crown Technics Ltd. 8.1/115

CTC Clatronic International GmbH 25/102



De'Longhi 1.1/202

Carl-Ulrich-Str. 4 • 63263 Neu-Isenburg

Tel: 06102/5999-500

Fax: 06102/5999-555 • www.delonghi.de

DeTeWe 4.2/112

Deutsche Telekom AG 4.2/100

devolo AG 3.2/203

Dicota GmbH 17/102



Dirt Devil 3.1/102

Doro 4.2/112

Dyson GmbH 4.1/204

E/F

easypix GmbH 17/112

EK/servicegroup eG 3.1



Electrolux

Hausgeräte GmbH 1.1/101

ElectronicPartner Handel SE 6.2/203

ENO telecom GmbH 9/203

Epson Deutschland GmbH 21/105

EURONICS Deutschland eG 23

expert AG 1.2

Fakir-Hausgeräte GmbH 6.1/103

Falk 6.2/106

Funai Europe GmbH

(Germany) Funkturmminnenhof/A10

G/H

Garmin

Deutschland GmbH 6.2/115

Gastroback GmbH 6.1/107

G&BL 25/103

Gebr. Graef GmbH & Co. KG 4.1/211

Gorenje Vertriebs GmbH 1.1/201

Groupe SEB Eingang Süd/101

Grundig Intermedia GmbH 23

Haier Deutschland GmbH

Weiße Ware 3.1/103

Braune Ware 3.2/201

Hama GmbH & Co. KG 10.2

Harman: AKG, Harman Kardon,

Infinity, JBL Funkturmminnenhof/100

Heco Audio Produkte GmbH 1.2/212

Herweck AG 4.2/108

Hisense Germany GmbH 6.2b

Huawei Technologies

Deutschland GmbH 9.2/205

I/J/K/L

in-akustik GmbH & Co. KG 3.2/106

InfoTip Service GmbH –

PluralMedia 11.1/21

Intenso GmbH 17/105

IVS GmbH: DeTeWe, Doro,

Motorola, Swissvoice 4.2/112

JURA Elektrogeräte

Vertriebs-GmbH 2.1/202

JVC Deutschland GmbH 2.2.a/109

Alfred Kärcher GmbH & Co. KG 3.1/109



Kenwood 1.1/202

Carl-Ulrich-Str. 4

63263 Neu-Isenburg

Tel: 06102/5999-500

Fax: 06102/5999-555

www.kenwoodworld.com

Kenwood Electronics

Deutschland GmbH 2.2.a/109

Laurastar Deutschland GmbH 4.1/209

Leifheit AG 6.1/105

Lenco-STL Deutschland GmbH 25/172

Lenovo (Deutschland) GmbH 18/104

LG Electronics Inc. 11.2

Liebherr-Hausgeräte GmbH 2.1/201

Loewe Technologies GmbH 6.2/201

Logitech GmbH 3.2/212

M/N

Magnat Audio Produkte GmbH 1.2/212

Medion AG 18/104



Melitta Europa GmbH & Co. KG

Geschäftsbereich

Haushaltsprodukte 4.1/208

Metz-Werke GmbH & Co. KG 21/102

Miele & Cie. KG 2.1/101

Monster Europe Ltd. 1.2/119

Motorola 4.2/112

Muse Deutschland GmbH 2.2/110

Netgear Deutschland GmbH 17/106

Nivona Apparate GmbH 6.1/104

O/P

Oehlbach Kabel GmbH 1.2/212

Onkyo

Europe Electronics GmbH 1.2/112

Optoma Deutschland GmbH 7.2c/100



Panasonic 5.2/101

Marketing Europe GmbH

Winsberggring 15 • 22525 Hamburg

Tel: 040/8549-0

Fax: 040/8549-500

www.panasonic.de



Philips 22

Lübeckertordamm 5 • 20099 Hamburg

Tel: 040-2899-0 • www.philips.com

TP Vision 22

Steindamm 96 • 20099 Hamburg

Tel: 040-751198-0 • www.tpvision.de

WOOX Innovations 22

Lübeckertordamm 5 • 20099 Hamburg

Tel: 040-2899-0 • www.woox.com

Pioneer Electronic

Deutschland GmbH 1.2/201

Pure 1.2/113

Riensch & Held GmbH & Co. KG 10.1/113

Robopolis SAS 6.1/119/122

Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG 17/114



Rommelsbacher

ElektroHausgeräte GmbH 4.1/203



Royal Appliance

International GmbH 3.1/102

Jagenbergstr. 19 • 41468 Neuss

Tel: 02131/6090-0 • Fax: 02131/6090-6095

www.dirtdevil.de • www.vax.de

Sagemcom Germany GmbH 9/203



Samsung Electronics GmbH CityCube

Am Kronberger Hang 6

65824 Schwalbach

Tel: 06196/66-0

www.samsung.de

SanDisk GmbH 10.2/101

SENNHEISER

Sennheiser Electronic

GmbH & Co. KG 1.2/202

Karl-Wiechert-Allee 76a

30625 Hannover

www.sennheiser.de



SEVERIN

Elektrogeräte GmbH 4.1/200

Röhre 27

59846 Sundern

Tel: 02933/982-0

www.severin.de

Siemens-

Elektrogeräte GmbH 101/201



Sonos Europe B.V. 1.2/211



Sony 20

soundmaster

soundmaster

Woerlein GmbH 25/101

Steba

Elektrogeräte GmbH & Co. KG 4.1/207

Stein & Co. GmbH 6.1/109

Swissvoice 4.2/112

T

Teac Audio 1.2/119

TechniSat Digital GmbH 2.2/102

Telefunken SE 2.2/101

telering Marketing GmbH & Co. KG 3.2b/206

Erthalstr. 1 • 55118 Mainz

Tel: 06131/2888-112 •

Fax: 06131/2888-181

Robert Thomas, Metall- und

Elektrow. GmbH & Co. KG 4.1/210

TomTom Sales BV 6.2/120

Toshiba Europe GmbH 21/101

U/V/W/Z

United Navigation GmbH 6.2/106



Unold AG 6.1/110

Mannheimer Str. 4 • 68766 Hockenheim

Tel.: 06205/9418-0 • Fax: 06205/9418-12

www.unold.de



Vax 3.1/102

Vodafone GmbH 18/101

wmf consumer electric GmbH 6.1

Messerschmittstr. 4 • 89343 Jettingen-

Scheppach • Tel: 08225 - 3080-0

Fax: 08225 - 3080-110 • www.wmf-ce.de



Yamaha Music Europe GmbH 1.2/101

Siemensstr. 22–34 • 25462 Rellingen

Tel: 04101/303-0 • Fax: 04101/303-333

www.yamaha.de



Zanussi



QR-Codes



Camelion Batterien GmbH



Philips GmbH



POS-MAIL



Yamaha Music Europe GmbH

PoS-MAIL IFA GUIDE 2014

Die wichtigsten Aussteller nach Hallen

Halle 1	Halle 3	Halle 5	Halle 10	Halle 21
Audioblock GmbH 2/207	Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse 1/105	Panasonic Marketing Europe GmbH 2/101	Hama GmbH & Co KG 2	Epson Deutschland GmbH 105
Audiovox German Holdings GmbH 2/212	Manufaktur-Handels GmbH 1/101		Riensch & Held GmbH & Co. KG 1/113	Metz-Werke GmbH & Co KG 102
Beyerdynamic GmbH & Co. KG 2/203	Bosch Hausgeräte GmbH 1/101		SanDisk GmbH 2/101	Toshiba Europe GmbH 101
Braun 1/202	Camelion Batterien GmbH 2/215	Halle 6		
Canton Elektronik GmbH & Co. KG 2/210	Cewe Color AG & Co. OHG 2/101	Becker 2/106	Halle 11	Halle 22
De'Longhi 1/202	Cewo AG 2/203	ElectronicPartner Handel SE 2/203	InfoTip Service GmbH – PluralMedia 1/21	Blaupunkt Brand Management GmbH
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH 1/101	devolo AG 2/203	Fakir-Hausgeräte GmbH 1/103	LG Electronics Inc. 2	Philips GmbH
expert AG 2	EK/servicegroup eG 1	Falk 2/106		TP Vision
Gorenje Vertriebs GmbH 101/201	Haier Deutschland GmbH 1/103	Garmin Deutschland GmbH 2/115	Halle 12	WOOX
Heco Audio Produkte GmbH 2/212	Weiß Ware 2/201	Gastroback GmbH 1/107	Archos Deutschland GmbH 103	
Kenwood 1/202	Braune Ware 2/106	Hisense Germany GmbH 2b	Brother International GmbH 105	Halle 23
Magnat Audio Produkte GmbH 2/212	in-akustik GmbH & Co. KG 2/106	Leifheit AG 1/105		Euronics Deutschland eG
Monster Europe Ltd. 2/119	Alfred Kärcher GmbH & Co. KG 1/109	Loewe Technologies GmbH 2/201	Halle 15	Grundig Intermedia GmbH
Oehlbach Kabel GmbH 2/212	Logitech GmbH 2/212	Nivona Apparate GmbH 1/104	Aiptek International GmbH 1/210	
Onkyo Europe Electronics GmbH 2/112	Royal Appliance International GmbH (Dirt Devil, Vax) 1/102	Robopolis SAS 1/119/122	Artwizz GmbH 1/184	Halle 25
Pioneer Electronics Deutschland GmbH 2/201	telering Marketing GmbH & Co. KG 2b/206	Stein & Co. GmbH 1/109		Axdia International GmbH 170
Pure 2/113	Halle 4	TomTom Sales BV 2/120	Halle 17	Changhong Electric Co. Ltd. 173
Siemens-Elektrogeräte GmbH 1/101	AEG Hausgeräte 1/101	United Navigation GmbH 2/106	Acer Europe SA 101	CTC Clatronic International GmbH 102
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG 2/202	Beurer GmbH 1/205	Unold AG 1/110	Ansmann AG 109	G&BL 103
Sonos Europe B.V. 2/211	Brodos AG 2/109	wmf consumer electric GmbH 1	Assmann Electronic GmbH 102	Lenco-STL Deutschland GmbH 172
Teac Audio 2/119	Deutsche Telekom AG 2/100		AVM GmbH 107	soundmaster
Yamaha Music Europe GmbH 2/101	Dyson GmbH 1/204	Halle 7	easypix GmbH 112	Woerlein GmbH 101
	Gebr. Graef GmbH & Co. KG 1/211	Amica International GmbH 1b	Dicota GmbH 102	
Halle 2	Herweck AG 2/108	Optoma Deutschland GmbH 2c/100	Intenso GmbH 105	CityCube
Blaupunkt Group 2/108	IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice 2/112		Netgear Deutschland GmbH 106	Samsung Electronics GmbH
JURA 1/202	Laurastar Deutschland GmbH 1/209	Halle 8	Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG 114	
Elektrogeräte Vertriebs-GmbH 1/202	Melitta Europa GmbH & Co. KG 1/208	Crown Technics Ltd. 1/115		Messturm
JVC Deutschland GmbH 2a/109	Geschäftsbereich Haushaltsprodukte 1/203		Halle 18	Funai Europe GmbH (Germany) A10
Kenwood Electronics Deutschland GmbH 2a/109	SEVERIN Elektrogeräte GmbH 1/200	Halle 9	Lenovo (Deutschland) GmbH 104	Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL 100
Liebherr-Hausgeräte GmbH 1/201	Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG 1/207	ENO telecom GmbH 203	Medion AG 104	
Miele & Cie. KG 1/101	Robert Thomas, Metall- und Elektrowerke GmbH & Co. KG 1/210/202	Huawei Technologies Deutschland GmbH 2/205	Vodafone GmbH 101	Halle 20
Muse Deutschland GmbH 2/110	Zanussi 1/101	Sagemcom Germany GmbH 9/203		Eingang Süd
TechniSat Digital GmbH 2/102			Sony	Groupe SEB 101
Telefunken 2/101				



IFA International Keynote

„Shaping the future of audio“

mit Daniel Sennheiser und Dr. Andreas Sennheiser,

CEO's Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG



6. September 2014 • 14.00 Uhr • CityCube Halle A4/A5

TÄGLICH FRISCHE NEWS:

www.pos-mail.de



Wer berät wie in Sachen 4K UHD? Kompetenz von der Palette?

Von Lidija Zimmek

Vor mehr als einem Jahr hatte ich mich im Auftrag von PoS-MAIL auf den Weg gemacht, um als Mystery-Shopper im umliegenden UE-Fachhandel zu testen, wie in Sachen Smart-TV beraten wird. Das Ergebnis war ernüchternd. Mittlerweile ist zu Smart-TV das ultra-hochauflösende Fernsehen, auch als 4K UHD ein Begriff, dazu gekommen. Uns interessierte, welche Position die neue Technologie mittlerweile im Fachhandel eingenommen hat und wie die Kunden beraten werden.

Der erste Weg führt mich zu Düsseldorfs größtem Saturn-Markt. An einem verregneten Montagvormittag herrscht an der noblen Kö gähnende Leere – was für mein Vorhaben gar nicht so schlecht ist, denke ich. So hatten die Berater genügend Zeit, auf all meine Fragen einzugehen. Die TV-Abteilung sieht gut aus. Große Bildschirme säumen in einem Halbkreis die geräumige Verkaufsfläche. Eine Schütte bietet 3D-Brillen zum Ausprobieren der Testbilder an. Auf dem zugehörigen Schild lese ich „Bitte wieder zurück legen“. Legen ist gut. Die Brillen müssen erst einmal aus einem ineinander verflochten Haufen herausgezerrt werden, bevor man sie aufsetzen kann. Ich lasse meinen Blick im Halbkreis schweifen und erkenne auf dem Bildschirm des einen oder anderen Gerätes in der oberen rechten Ecke ein UHD-Logo. Eine Beratung ist noch nicht in Sicht.

Also laufe ich erst einmal ein bisschen auf und ab und nehme dann auf dem Designer-Sofa, das mitten im Raum steht, Platz. Ich warte. Nach etwa zehn Minuten stehe ich auf und drehe noch eine Runde im Halbkreis vor den Bildschirmen. Stelle mich davor, gehe drei Schritte zurück: Kein Verkaufsberater in Sicht. Eine Beraterin übrigens auch nicht. Es steht noch nicht einmal eine Gruppe Menschen irgendwo zum Morgenplausch oder zum Kisten auspacken zusammen. Niemand. Mittlerweile befinde ich mich nun schon zwanzig Minuten im Geschäft und sehe außer der Kassiererin am anderen Ende des Verkaufsraumes wirklich keine Menschenseele. Ich mache mich also auf die Suche und siehe da: Hinter einer Säule sitzt tatsächlich ein Mensch an einem Schreibtisch.

Ich habe das Gefühl, in einem Möbelladen zu sein. Dort sind die Verkaufsberater ja auch oft an ihrem Schreibtisch zu finden und in die Planung irgendwelcher Küchenkonstruktionen vertieft. Dieser Mann am Schreibtisch ist aber, das sei zu seiner Entschuldigung gesagt, nicht alleine. Ihm gegenüber sitzt eine ältere Dame, die, wie ich im Vorbeigehen mitbekomme, gerade ihr



Problem schildert: Die kleine rote Stand-by-Leuchte ihres Fernsehgerätes sei nachts immer an und sie wüsste nicht, wie sie das in den Griff bekommen könnte. Gar nicht, so der Verkaufsberater. Es sei nur bei einigen der neuen Geräte möglich, das Lämpchen komplett auszuschalten.

Beim Hinausgehen stolpere ich an der Kasse fast über eine Europalette; „Zum Mitnehmen“ steht auf einem darüber hängendem Schild. Auf der Palette sind Dutzende 65 Zoll UHD-TV-Geräte von Samsung in Kartonage aufgereiht – wie Konservendosen, nur größer. So muss Technik? Etwas irritiert verlasse ich das Geschäft.

Europalette als Vorführmöbel

Industriedesign kann ja manchmal ganz aufregend sein, und Wohnen im Loft-Charakter ist ja schon lange schick und salonfähig, aber die Europalette als Vorführmöbel auf Blau-grau-getüpfeltem Teppich? Ich mag mich darüber jetzt gar nicht lange ereifern. Interessant fand ich aber doch die Konstellation, die mich und viele andere TV-Interessierte während der Fußball WM vor einem Düsseldorfer Medienmarkt erwartete. Flachbild-TVs in rauen Mengen, von der Europalette weg verkauft, das war das Thema. Die Paletten waren vor dem Laden aufgebaut, daneben stand eine provisorische Kasse. Im Angebot waren LED-TV-Geräte mit verschiedenen Bild-diagonalen zwischen 32 und 42 Zoll zu Kampfpreisen von bis zu 499 Euro. Im Inneren des Ladens fand sich dann der Rest: UHD-TV-Geräte und Smart-TVs mit und ohne UHD und mit und ohne 3D. Auch hier keine Berater auf weiter Flur, die standen draußen an der Kasse neben der Euro-Palette.

Die Hoffnung stirbt zuletzt

Der erste Teil meiner UHD-Testkauf-Aktion liest sich, als sei er von der Mecker-Fraktion unterzeichnet. Ich wünschte, es wäre anders gelaufen. In der Hoffnung, auch etwas Positives berichten zu dürfen, suche ich den Fachhändler meines Vertrauens am Rande der Düsseldorfer Innenstadt auf. Und, wie schon vermutet,

funktioniert hier alles einwandfrei. Der Kunde wird direkt am Eingang wahrgenommen und begrüßt. In der entsprechenden Abteilung wartet man keine Minute, und schon ist die Beratung da. Das Verkaufspersonal weiß, wovon es spricht, stellt gezielt Fragen, um herauszufinden, was ich mir als Endverbraucher vorstelle und wie meine Fernsehgewohnheiten sind. Die Vorteile von 4K UHD werden gekonnt hervorgehoben, die Empfangsquellen abgefragt, die Musikleistungen des Soundsystems betont, aber auch nochmal darauf hingewiesen, dass Surround-Sound aus externen Quellen insbesondere bei Filmen und Konzerten für einen entsprechenden Ton besser geeignet ist. Neben der guten Bildqualität der Geräte werden zusätzliche Features und Optionen erklärt. Die Smart-TV-Möglichkeiten sind deshalb ebenfalls wichtiger Bestandteil des Beratungsgesprächs. Auf meine Frage hin, wie es mit den Preisen aussehe, schließlich seien ja knappe 5.000 Euro schon sehr viel Geld für so ein Gerät, wurde nur vorsichtig auf eine wichtige Veranstaltung im September hingewiesen. Dann kämen neue Geräte auf den Markt, so der Händler, aber das heiße nicht, dass diese hier um die Hälfte reduziert würden.

Würde ich Noten verteilen, so hätte dieser freundliche und hochgradig kompetente Fachhändler mit bestem Gewissen eine Eins verdient.

Ähnliche Erfahrung konnte ich auch mit einem Rater Fachhändler machen. Der Euronics XXL-Store ist bestens sortiert. In der Branche und bei der Industrie hat sich dieser Händler dank seines Engagements und seiner Kompetenz seit mehreren Jahren einen guten Ruf erarbeitet. Und auch in punkto TV-Geschäft ist dieser wirklich mehr als gerechtfertigt. Die Ausstellung ist mit allen Modellen gut ausgestattet. UHD steht als Thema stark im Mittelpunkt, die Beratung ist zukommend, aufmerksam, verkaufssicher und gut informiert. Diese Art von Beratung lässt hoffen, dass uns der klassische und kompetente Fachhandel trotz immer stärker werdenden Drucks auch dem reinen Internetgeschäft und der Aufgabe vieler kleinerer Geschäfte in deutschen Städten noch lange Zeit erhalten bleibt.



Neue Trends auf der Euronics Convention 2014

Smart sorgt für Impulse

Die traditionelle Euronics Convention auf Mallorca erwies sich auch in diesem Jahr als konstruktiver Branchentreff. In ihrer Strategie zur Erschließung neuer Geschäftsfelder sieht sich die Kooperation durch die Ergebnisse des Euronics Trendmonitors bestätigt. Diese repräsentative Online-Befragung wurde von Euronics in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Value_A Marketing Intelligence bereits zum vierten Mal durchgeführt.

Zum Abschluss der Convention zeigte sich Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG, zufrieden und zuversichtlich: „Gemeinsam mit der Industrie ist es uns gelungen, den Euronics Mitgliedern konkrete Zukunftsperspektiven und neue Wege zu mehr Wertschöpfung aufzuzeigen. Mein besonderer Dank gilt unseren Industriepartnern, die sich hier mit großem Engagement und starken Impulsen präsentiert haben. Unserer Summer Convention ist es gelungen, ein echter Branchentreff zu werden.“ Zu den Keynote-Speakern 2014 gehörten u.a. Volker Klodwig, Executive Vice President von Bosch-Siemens-Hausgeräte, Dr. Dirk Wössner, Geschäftsführer Vertrieb Telekom Deutschland GmbH und Christian Sokcevic, Managing Director Panasonic Deutschland. Über die Zukunftsperspektiven des stationären Handels referierte die Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner auf Basis der viel beachteten Studie „Category Killer“.

Zur guten Stimmung trugen auch die Verkaufsimpulse im TV-Geschäft im Vorfeld der Fußball-WM bei. „Die Fußball-WM in Brasilien hat für einen positiven Umsatzschub im Euronics Fachhandel gesorgt“, erklärte Kober. „Beim Verkauf von großformatigen TVs gab es zum Teil sogar erste Engpässe.“ Dazu habe die erfolgreiche WM-Kampagne der Verbundgruppe besonders beigetragen. „Unsere Kampagne ist ein Volltreffer“, stellte Kober fest. „Oliver Kahn als Markenbotschafter und unsere wöchentlichen Titangebote waren das perfekte Zugpferd für unsere Fachhändler.“ Das belegen auch neueste Umfragergebnisse des Euronics Marken-Trackings. Die Verbundgruppe konnte demnach ihre Markenbekanntheit weiter steigern und behauptet den Spitzenplatz unter den Verbundgruppen. Auch bei der Werbe-Erinnerung gab es

einen deutlichen Anstieg. Oliver Kahn als prominentes Testimonial und die Kontinuität in der Angebots-Kommunikation zeigten hier Wirkung. Was den TV-Markt nach der Fußball-WM beflügelte und welche herausragende Rolle die flächendeckende Ausstrahlung von UHD-Content in 2016 spielt, erklärte den Euronics Mitgliedern auf der Convention Timo Schneckenburger, Geschäftsführer von HD+.

Positive Signale für TV

Der Euronics Trendmonitor macht Hoffnung auf eine positive Entwicklung des TV-Markts, denn die Anschaffungsbereitschaft für großformatige, smarte TV-Geräte steigt. „Viele TV-Geräte in deutschen Haushalten entsprechen nicht mehr den aktuellen Anforderungen an Bild- und Tonqualität und werden daher bald ausgetauscht“, sagte Kober. „Die Devise lautet dabei inzwischen nicht mehr nur Röhre gegen Flat, sondern auch zunehmend Flat gegen Flat. Darüber hinaus stellen wir eine signifikante Veränderung im TV-Nutzungsverhalten fest.“



Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG, stellte auf der Convention auch die Ergebnisse des neuen Trendmonitors vor.

Als Gründe für den Kauf eines neuen TV-Gerätes geben die Verbraucher eine bessere Ausstattung, eine größere Bildschirmdiagonale und eine höhere Auflösung an. Dabei sind Geräte mit einer Diagonale von 42 Zoll und größer besonders gefragt. Zudem gewinnt die Nutzung von Online-Inhalten an Bedeutung: Gingen 2013 nur 58 Prozent der Befragten mit ihrem TV-Gerät online, sind es laut Trendmonitor in diesem Jahr schon 73 Prozent. Der



Volles Haus: Zahlreiche Euronics Mitglieder informierten sich auch in diesem Jahr auf der Summer Convention über die aktuellen Trends.

Schwerpunkt bei der Nutzung von smarten Diensten liegt weiterhin relativ einseitig auf dem Konsumieren von Video-clips (87 Prozent) und von Formaten aus den Mediatheken der Fernsehsender (87 Prozent). Mit einigem Abstand, aber deutlich steigender Tendenz folgen Video-on-Demand Angebote, deren Nutzung 64 Prozent der Befragten bestätigen (2013: 15 Prozent). 25 Prozent der Nutzer sind sogar mittlerweile bereit, für Downloads zu bezahlen. „Der Trendmonitor dokumentiert eine neue Fernsehkultur in Deutschland“, stellte Kober fest. Zeitversetztes Fernsehen sei für viele Verbraucher heute nicht mehr aus ihrem TV-Alltag wegzudenken. „Smart TV ist zu einem feststehenden Begriff geworden. Die von Euronics initiierte Branchenkampagne ‚Smarter Fernsehen‘ hat erfolgreich dazu beigetragen, die Bekanntheit beim Verbraucher zu steigern“, so Kober.

Laut Trendmonitor sind derzeit zirka vier Millionen Flat-TVs in deutschen Haushalten älter als sieben Jahre. Weitere zehn Millionen Haushalte nutzen noch ein Röhengerät, etwa drei Millionen sogar als Erstgerät. Der Ersatzbedarf wird damit aus Sicht von Euronics in den nächsten Jahren weiter anziehen, da viele Verbraucher keine Abstriche mehr bei Ausstattung und Bildqualität akzeptieren möchten. „Im Bereich Flat gehen wir heute von einer Lebensdauer von etwa sieben Jahren aus, danach werden diese Geräte in aller Regel zum Zweitgerät oder sind reif zum Austausch“, erklärte Kober. Auch für den Zweit- und Drittgeräte-Markt sieht die Verbundgruppe klare Wachstumsperspektiven.

Austauschwelle auch bei Großgeräten

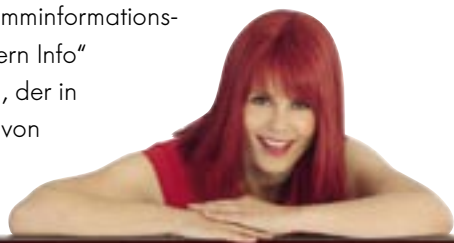
Großer Ersatzbedarf zeigt sich laut Trendmonitor auch bei Haushaltsgrößengeräten. Denn Hochrechnungen zeigen, dass in den deutschen Haushalten derzeit 44 Millionen Altgeräte stehen, die es auszutauschen gilt. Rund 15 Prozent der Waschmaschinen, Wäschetrockner und Geschirrspüler sind älter als zehn Jahre, bei Gefriertruhen und Kühlschränken sind es sogar rund 20 Prozent. Angesichts steigender Strompreise und einem wachsenden ökologischen Bewusstsein kann der Fachhandel das Thema Energieeffizienz auch 2014 verstärkt ins Bewusstsein der Konsumenten zu rücken. „Industrie, Handel und Verbraucher können einen positiven Beitrag für die Energiewende in Deutschland leisten“, betonte Kober auf der Summer Convention. „Wir sehen aber

Isio-Geräte von TechniSat mit persönlichem Wunschprogramm

watchmi schafft das Suchen ab

Ein Highlight am TechniSat Stand auf der IFA wird die innovative watchmi Technologie sein. Diese ist bereits auf zahlreichen Isio-Receivern und Isio-Fernsehern integriert und wird auch zur Ausstattung der neuen TechniTwin Isio UHD TVs gehören, die in Berlin ihre öffentliche Premiere feiern.

watchmi macht es den Kunden besonders einfach, im stetig wachsenden Angebot von Unterhaltungsformaten die Sendungen zu finden, die sie wirklich sehen wollen. Möglich wird das durch die Kooperation zwischen TechniSat und der Funke Digital TV Guide GmbH. Dank der umfangreichen Programm-datenbank der TV Digital-Redaktion und der selbstlernenden Empfehlungstechnologie „watchmi Recommender“ erstellen die Isio-Geräte von TechniSat das Programm nach dem persönlichen Geschmack des Nutzers. Diese watchmi-Technologie ist im kostenfreien elektronischen Programminformationsdienst „SiehFern Info“ eingebunden, der in Isio-Geräten von TechniSat



TechniSat
Die Deutsche Fernsehmarke

Halle 2.2 | Stand 102

Der TechniTwin Isio UHD Fernseher wird auf der IFA vorgestellt und kommt in vier Bildschirmgrößen auf den Markt.



Mit watchmi ist es ganz einfach, eigene Programmkanäle nach den persönlichen Vorlieben anzulegen und sogar internet-basierte Video-Inhalte über die Programmliste aufzurufen.

integriert ist. Durch einfaches Bewerten von Sendungen („Gefällt mir“/„Gefällt mir nicht“) lernt der Dienst die Vorlieben des Nutzers schnell kennen und empfiehlt dann automatisch nicht nur interessante Programme, sondern zeichnet sie auch selbstständig auf. Durch die zusätzlichen Empfehlungen von watchmi findet der Nutzer auch Sendungen, die er ansonsten im unüberschaubaren TV-Angebot vielleicht nie entdeckt hätte.

Themenkanäle von watchmi

Zudem machen die TechniSat Isio-Geräte mit den Themenkanälen von watchmi auch internet-basierte Video-Inhalte in übersichtlicher Form zugänglich, die wie ein herkömmlicher TV-Sender direkt aus der Programmliste aufgerufen werden können. Hier findet man interessante Programme aus verschiedenen Kategorien wie zum Beispiel Wissen & Technik, Sport, Autos & Mobilität, Lifestyle oder Reisen & Natur.

Neu zur IFA: TechniTwin Isio UHD

Der TechniTwin Isio UHD, der auf der IFA gleich in vier Größen vorgestellt wird, kann SD- sowie HD-Content dank eines Upscalers in die Auflösung von 3.830 x 2.160 Bildpunkten hochrechnen und UHD-Content, der über HDMI zugespielt wird, wiedergeben. Der internetfähige Digitalfernseher verfügt über einen integrierten Doppel-QuattroTuner, 2 CI+ Schnittstellen und unterstützt die watchmi-Funktion sowie die MyTechniSat-App. So lassen sich z. B. Filme und Fotos bequem vom TechniTwin Isio UHD aufs Tablet im Heimnetzwerk streamen. Dank des integrierten WLAN kann man den TechniTwin ISIO UHD nicht nur ins Heimnetzwerk einbinden, sondern auch Programme auf eine an den Router angeschlossene Festplatte (NAS) aufnehmen. Zudem erledigt das Highend-Gerät Netzwerk-Aufgaben bis zu 16-mal schneller als der TechniPlus Isio, ist Bluetooth ready und beherrscht sowohl PIP (Bild im Bild) als auch PAP (Bild und Bild) in HD-Qualität. Der TechniTwin Isio UHD wurde im TechniSat Forschungs- und Entwicklungszentrum in Dresden entwickelt und wird im TechniSat Werk in Schöneck produziert. UVPs: 1.699 Euro (42 Zoll), 2.099 Euro (50 Zoll), 2.799 Euro (55 Zoll) und 3.999 Euro (65 Zoll).

auch die Politik in der Pflicht, neue Impulse und Anreize zu setzen, damit Stromfresser aus deutschen Haushalten verschwinden.“

Top-Trends 2014

Bereits anlässlich ihres Kongresses im März hatte die Verbundgruppe mit der „Euronics Trend-Tour“ neue, zukunfts-trächtige Geschäftsfelder für den Elektrofachhandel aufgezeigt. Ausgewählte Trendthemen finden sich deshalb auch im aktuellen Trendmonitor wieder. Dabei wurden Verbraucher unter anderem nach neuen, mobilen Geräten und nach Programmen gefragt, mit denen sie ihren Gesundheitszustand und ihr Wohlbefinden besser überwachen können. Ergebnis: Bei rund der Hälfte der Befragten sind die neuen Geräte und Programme zur mobilen

Gesundheitsüberwachung bekannt, jeder Dritte hält diese für sinnvoll, und zwar vor allem bei der Blutdruck- und Blutzuckermessung. „Wir sehen hier mittelfristig großes Potenzial“, sagte Kober. „Das Kaufinteresse rund um die Gesundheitstechnik ist groß. Allerdings besitzen erst zwei Prozent der Befragten tatsächlich ein Gerät.“ Auch kabellose Home Audio Systeme liegen deutlich im Trend. „Wer in das perfekte Fernsehbild investiert, will auch beim Ton keine Abstriche machen“, erklärte Kober. So plane jeder Vierte der Befragten den Kauf eines kabellosen Home Audio Systems. Andere Trends wie Curved TV und Smart Wearables sind dagegen laut Trendmonitor noch weitgehend unbekannt. Rund 80 Prozent der Befragten kannten die Fernseher mit gebogenem Bildschirm noch nicht, 90 Prozent hatten von Smart Wearab-

les bisher nichts gehört. Hier besteht großer Bedarf an Aufklärung durch den Fachhandel.

Mit verschiedenen Aktionen will Euronics unmittelbar an die Erkenntnisse des Trendmonitors anzuknüpfen. 2014 wird es unter anderem eine Fortsetzung der erfolgreichen Kampagne „Smarter Fernsehen“ geben. Mit den Euronics Multi-Room-Wochen sollen Verbraucher neu für das Thema Home Audio begeistert werden, im Bereich Haushaltsgroßgeräte ist eine Fortsetzung der Kampagne „Öko spart Euro“ geplant. 2014 soll es zudem die erste Euronics Ladenbaulösung für digitale Gesundheitsüberwachung geben. Die Euronics Trend-Tour erhält zur IFA ein neues Format und soll dann als Euronics Trend-Race Konsumenten und Messebesucher mit einbinden.

Flächenwachstum sorgt für Umsatzplus expert ohne Krise

Die expert AG hat im Geschäftsjahr 2013/2014 (Ende 31. März 2014) ein Umsatzwachstum von 1,5 Prozent erzielt. Diese Entwicklung ist vor allem der Vergrößerung der Gesamtverkaufsfläche um 12 Prozent auf 445.000 Quadratmeter zu verdanken. Zudem schnitten die expert Betriebe im Vergleich zur allgemeinen Entwicklung deutlich besser ab als der Markt (Basis GfK Temax). Im laufenden Jahr will die expert Zentrale mit zahlreichen Maßnahmen für weitere Impulse zur Verstärkung der Marktposition sorgen. Gelingen soll das durch eine Verstärkung der Multichannel-Strategie und eine Unterstützungsoffensive für kleine oder mittlere Mitgliedsunternehmen.

Der Innenumsatz zu Industrie-Abgabepreisen ohne MwSt., der aus dem Einkauf der expert Gesellschafter resultiert, erreichte im vergangenen Geschäftsjahr 1,98 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,95 Mrd. Euro). Bei den eigenen Einzelhandelsaktivitäten der expert Handels GmbH, expert e-Commerce GmbH, expert Octomedia GmbH und der neu gegründeten expert Handels GmbH Süd-West & Co. KG wurde mit 206,5 Mio. Euro ein deutliches Umsatzplus von 24 Prozent erwirtschaftet. In diesen Zahlen nicht enthalten ist die expert Hettler GmbH, die im Rahmen eines Management-Buy-outs rückwirkend zum 1. April 2013 an ihren Geschäftsführer Klaus Hauser verkauft wurde.

„Vor dem Hintergrund des ausgesprochen schwierigen Branchenumfelds und der bereits erfolgreichen Vorjahresentwicklung durch das 50jährige expert Jubiläum werben wir die erneute Stärkung der Marktposition als besonderen Erfolg“, erklärte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. „Inzwischen blicken wir im neunten Jahr in Folge auf positive Umsatzzahlen zurück. Diese Kontinuität macht uns stolz und beweist gleichzeitig, wie



Auch im Geschäftsjahr 2013/2014 setzte die expert AG ihren Wachstumskurs der vergangenen Jahre fort.

stark unsere Kooperation in allen Bereichen aufgestellt ist.“

Auch die Gesellschafter dürften mit ihrer Zentrale zufrieden sein: Neben der Gesamtausschüttung von 184,0 Mio. Euro (Vorjahr: 187,6 Mio. Euro) können sie auf der Hauptversammlung einer Dividende von 235,50 Euro pro Aktie und einer außerordentlichen Sonderdividende von 100 Euro pro Aktie zustimmen. Das bedeutet eine Verdoppelung der Sonderdividende im Vergleich zum Jubiläumsjahr 2012/13.

Vollsortiment hilft gegen TV-Schwäche

Im Segment Unterhaltungselektronik inkl. Foto konnte sich expert der allgemeinen Entwicklung nicht entziehen und musste bei einem Umsatz von 610,2 Mio. Euro ein Minus von 8,8 Prozent hinnehmen. Die Produktsegmente Telekommunikation (+ 18,2 Prozent) und IT inkl. Zubehör (+ 3 Prozent) entwickelten sich dagegen positiv. Damit steht der Warenbereich Consumer Electronics mit diesen drei Produktgruppen nach wie vor mit einem Anteil von 55 Prozent und einem Umsatz von 1.097,6 Mio. Euro an erster Stelle. Den zweitstärksten Sortimentsbereich bildeten im Geschäftsjahr 2013/2014 unverändert die Elektrohausgeräte mit einem Zuwachs von 6,1 Prozent auf 566,9 Mio. Euro. Hier erzielten die expert Gesellschafter vor allem im Bereich der Einbaugeräte gute Resultate und machten mit Beratung und Service die Energieeffizienz zum wichtigsten Kaufkriterium. Stromsparen spielt neben Designaspekten auch bei Elektrokleingeräte eine Rolle. Hier waren beutellose Staubsauger, Dampfgeneratoren im

Bereich Bügeln sowie hochpreisige elektrische Zahnbürsten besonders gefragt.

Als Wachstumstreiber entwickelten sich im Bereich Entertainment die neuen Spielekonsolen Xbox One und PlayStation 4; der Umsatz in diesem Segment stieg um 8,9 Prozent auf 99,1 Mio. Euro, obwohl die Versorgung mit der PlayStation 4 der enormen Nachfrage nicht gerecht wurde. Erfolgreich verlief auch die Einführung der Google Play Card, die schon nach kurzer Zeit einen Umsatzanteil von 5 Prozent bei virtueller Ware erreichte. Auch mit den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres sind die Verantwortlichen bei expert sehr zufrieden und gehen auch flächenbereinigt von einem deutlichen Wachstum aus. Die Fußball-Weltmeisterschaft hat ab Mai die gewünschte Wirkung für das TV-Geschäft gezeigt; allerdings schwächte sich dieser Effekt nach der Vorrunde bereits relativ früh wieder ab. Von den Innovationen der IFA mit den Schwerpunkten 4K-UHD und große Bildschirmdiagonalen erwartet Volker Müller allerdings für den Herbst eine weitere Stabilisierung im Fernsehgeschäft.

Mehr Multichannel

Im laufenden Geschäftsjahr will expert seine Multichannel-Strategie weiter entwickeln und dabei für eine effiziente Verzahnung von Online-Plattformen und stationären Geschäften sorgen. Der im dritten Jahr aktive Online-Shop wurde bislang von den Gesellschaftern und den Kunden gut angenommen. Beliebt sind vor allem die Service-Leistungen wie beispielsweise die Lieferung von Online-Bestellungen an einen expert Standort zur Abholung oder die Möglichkeit, über das Internet Beratungstermine zu vereinbaren. Deshalb unterstreicht expert auf seiner Webseite die Vorzüge der stationären Geschäfte, zum Beispiel durch prominente Platzierung des Filialfinders.



Für den Spätherbst 2014 ist der nächste große Schritt im Online-Geschäft geplant. Dann sollen die Kunden das gesamte Fachmarkt-Sortiment mit mindestens 50.000 Artikeln online abrufen können und die Möglichkeit erhalten, sich im Internet nicht nur über das Angebot des örtlichen expert Händlers zu informieren, sondern die gewünschten Produkte sofort zu reservieren. Dabei werden sie prüfen können, welche Artikel zu lokalen Preisen im jeweiligen Geschäft verfügbar sind. Nach Anklicken des Reservierungsbuttons meldet sich dann umgehend der entsprechende Händler, um einen Termin für ein Beratungsgespräch vor Ort oder den umgehenden Bringservice für das gewünschte Produkt zu vereinbaren. „Damit können die experten schneller sein als jeder Online-Händler“, betonte Müller und fügte hinzu, das Konzept werde von den Gesellschaftern gut angenommen. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Zustimmung zu einem Vertrag, bei dem sich der Händler verpflichtet, die Marke expert im Netz ausschließlich in Verbindung mit dem eigenen



Im Vergleich zum Gesamtmarkt schnitten die expert Betriebe deutlich besser ab.

Das starke Flächenwachstum im vergangenen Geschäftsjahr war vor allem der gelungenen Integration von 18 ehemaligen ProMarkt-Filialen zu verdanken. 16 dieser Betriebe wurden von Gesellschaftern übernommen; 2 werden als Regiebetriebe von der expert Handels GmbH geführt. Auch in diesem Jahr soll die Verkaufsfläche weiter wachsen.



Internetauftritt der Kooperation zu nutzen. Dabei besteht die Möglichkeit, den eigenen Online-Auftritt des Geschäfts mit den entsprechenden Modulen den individuellen Konzepten und Möglichkeiten anzupassen. „Mit der Erweiterung unseres Online-Angebots schließen wir eine wichtige Lücke“, betonte expert Vorstand Dr. Stefan Müller. „Wir bieten unseren Kunden eine verlässliche Informationsquelle und noch besseren Service an. Dadurch wird sich die Attraktivität der Marke expert online und offline nochmals deutlich erhöhen.“

Gesellschafter stärken

Ebenfalls wichtig im laufenden Geschäftsjahr ist die neu eingeführte Unterstützungsoffensive für kleine und mittlere expert Gesellschafterbetriebe, mit der die regionale Marktaberschöpfung und Ertragskraft gestärkt werden soll. Dabei können die Gesellschafter auf ein Projektteam zurückgreifen, um gemeinsam auf Basis einer Stärken- und Schwächenanalyse individualisierte Maßnahmenkataloge zur Steigerung der Wertschöpfung zu entwickeln. Um das wachsende Dienstleistungsangebot zu realisieren, investiert die expert AG weiter in den Standort Langenhagen. Neben dem Erweiterungsbau des Verwaltungsgebäudes soll die Einführung eines neuen Lagerverwaltungssystems die Effizienz der Logistik deutlich erhöhen. In der Zentrale setzt der Vorstand auf personelle Verstärkung – 2013/2014 stieg die Zahl der Mitarbeiter um 22 auf insgesamt 447 – und umfassende Qualifizierungs-



Neben dem Vorsitzenden Volker Müller (Mitte) und Dr. Stefan Müller (rechts) gehört jetzt auch Gerd-Christian Hesse zum Vorstand der expert AG.

In dieser Position leitete er bereits die Bereiche Finanzen, Rechnungswesen und Controlling. Mit der Berufung zum Vorstand würdigt der expert Aufsichtsrat seine bisherigen Leistungen. Darüber hinaus investiert expert durch die Stärkung der Management-Struktur in das weitere Wachstum der Gruppe.

Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG, und Dr. Stefan Müller, Vorstand der expert AG, begrüßen die Erweiterung des Vorstands und freuen sich auf die Fortführung der erfolgreichen und vertrauensvollen Zusammenarbeit.

expert AG erweitert Vorstand

Der Aufsichtsrat der expert AG hat auf seiner Klausurtagung am 24. Juni 2014 Gerd-Christian Hesse (57) mit Wirkung zum 1. Juli 2014 zum ordentlichen Vorstandsmitglied der expert AG bestellt. Er verantwortet die Ressorts Finanzen, Rechnungswesen und Controlling.

Gerd-Christian Hesse begann im Mai 2002 als Leiter der Abteilung Finanzen seine Tätigkeit für die expert AG. Mit Wirkung zum April 2010 wurde er zum Generalbevollmächtigten berufen.

maßnahmen. Von diesen können auch die Gesellschafter profitieren: Die Angebote der expert Akademie werden kontinuierlich ausgebaut. Dabei liegt der Schwerpunkt der expert Akademie 2.0 vor allem auf Produktschulungen, an denen das Verkaufspersonal auf dem Weg des e-Learnings direkt am Arbeitsplatz teilnehmen kann.

Für das Gesamtjahr erwartet der Vorstand eine Fortsetzung des gesunden Wachstums für die ganze Gruppe. Das Umsatzplus soll dabei im annähernd zweistelligen Prozentbereich liegen. Dieses Ziel soll durch weiteren Flächenausbau, verstärkte Online-Aktivitäten und organisches Wachstum erreicht werden.

Neuheiten

PoS-Aktuell

Zwei AV-Receiver von Marantz

Ab Oktober bringt Marantz die beiden AV-Receiver SR7009 und SR6009 mit Dolby Atmos Technologie für raumfüllenden Klang auf den Markt. Der neue, mit zahlreichen Netzwerkfunktionen ausgestattete SR6009 ist mit einer Frontklappe aus Aluminium versehen, hinter der die Bedientasten und Anschlüsse auf der Vorderseite verborgen sind. Die integrierten Decoder für Standardaudio sowie Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio sorgen für eindrucksvollen und detailreichen Surround-Sound.



Marantz SR7009

Darüber hinaus ist der 7-Kanal-Verstärker mit jeweils 185 Watt pro Kanal, der neuesten Stromgegenkopplungstechnologie und den von Marantz selbst entwickelten HDAMs ausgerüstet. Der integrierte Medienplayer des SR6009 sorgt für uneingeschränktes Audiostreaming. So können von einem PC, Mac oder externen Speichergerät über das Netzwerk gestreamte Musikdateien dekodiert werden. Es werden MP3, WMA, FLAC und AAC sowie hochauflösende DSD- und AIFF-Dateien unterstützt. Neben der Apple AirPlay-Technologie erlaubt der SR6009 den Zugriff auf Tausende von Internet-Radiosendern sowie den Musik-Streaming-Dienst Spotify Connect. Audyssey DSX und DTS Neo:X 7.1-Verarbeitung, ein mit digitalen iOS-Geräten kompatibler USB-Eingang sowie ein Phono-MM-Eingang für Vinyl-Liebhaber runden das Funktionsangebot ab.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören die erweiterte Videoverarbeitung, die Unterstützung des neuesten HDMI-Standards (4K-Ultra HD mit 60 Hz), 7+1 HDMI-Eingänge und ein dualer HDMI-Ausgang für Main Zone- und Multiroom-Anwendungen. Die hochwertige Videotechnologie des Receivers ermöglicht eine Hochskalierung von HD-Video auf Full HD 1080p und sogar auf Full-Rate-4K (50/60 Hz). Alle Funktionen sind vollständig kompatibel mit den neuesten HD-Displays und HD-Quellgeräten.

Der neue 9.2-Kanal-Netzwerk-AV-Receiver mit Dolby Atmos,

SR7009, ist mit neun Verstärkerkanälen mit einer Leistung von 200 Watt ausgestattet. Dank seiner vier DSP-Prozessoren für bis zu 11.2 Kanäle zur vollständigen Unterstützung von Audyssey DSX, DTS Neo:X 11.1 und Dolby Atmos sorgt der SR7009 für ultimativen Surround-Sound. Die Verarbeitungsleistung des SR7009 unterstützt ein raumfüllenderes 7-, 9- oder 11-Kanal-Dolby Atmos-Layout aus deckenmontierten oder Dolby Atmos fähigen Lautsprechern. (Setup-Möglichkeiten SR7009: 5.1.2-, 5.1.4-, 7.1.2-, 7.1.4-* oder 9.1.2-Konfiguration).

Abgerundet wird die Ausstattung durch drei HDMI-Ausgänge und einen 13.2-Kanal-Vorverstärker für universelle Anwendungen.

Der SR7009 (UVP 1.699 Euro) und der SR6009 (UVP 1.099 Euro) sind ab Oktober 2014 in Schwarz und in Silber-Gold erhältlich.

Im Kino-Format: Samsung Curved TV mit 105 Zoll



Für authentisches Kino-Gefühl sorgt ab sofort der Samsung Curved UHD TV UE105S9W mit einer Bildschirmdiagonale von 105 Zoll (266 cm) und 21:9 Breitbild. Eine edle Holzrückwand ermöglicht die flexible Platzierung im Wohnraum.

Der Samsung Curved UHD TV S9W bietet nach Herstellerangaben mit seinem gewölbten Display einen hervorragenden Sehkomfort aus jedem Blickwinkel. Mit dem 21:9 Seitenverhältnis

lassen sich ultrascharfe, farbprächtige und kontrast- und detailreiche Bilder darstellen. Der S9W besteht aus einem Display, das in einem scheinbar freischwebenden Rahmen aus einer speziellen Aluminiumlegierung zentriert ist. Der untere Rahmen des Bildschirms beherbergt ein raffiniertes Soundsystem mit 60 Watt Leistung. Die Holzrückwand des UE105S9W Timeless erlaubt eine freistehende Platzierung im stilvollen Wohnambiente. Nahezu alle Anschlüsse sind in einer separaten Anschlussleiste, der „One Connect Box“, verstaut.

Wie alle Modelle der exklusiven S9 Serie wird auch jedes Exemplar des S9W für jeden Kunden auf Bestellung – unter Verwendung hochwertiger Materialien und deren Verarbeitung in einem aufwändigen Fertigungsprozess – speziell angefertigt.

Der Samsung UHD TV UE105S9W Timeless kann ab sofort für 119.999 Euro (UVP) bei ausgewählten Fachhändlern bestellt werden.

JVC bringt zur IFA mobilen 360° Lautsprecher

Der neue Bluetooth-Funklautsprecher SP-ABT30 bietet drei Soundmodi und zeichnet sich durch klare Höhen, saubere Mittenfrequenzen sowie – dank des zusätzlichen 360°-Passiv-Tieftöners – durch besonders kraftvolle Bässe aus.

Bei den drei Soundmodi kann der Nutzer zwischen normalem Stereo, erweitertem Stereo oder einem 306°-Rundum-Klangfeld wählen. Die kabellose Bluetooth-Verbindung (3.0) mit dem Smartphone, PC, Tablet & Co. erfolgt komfortabel per Knopfdruck mittels NFC-Technologie. Dank kostenloser iOS/Android App „JVC AudioControl BR2“ ist die Bedienung des SP-ABT30 vom Smartphone aus sehr bequem. Mit Hilfe des eingebauten Mikrofons lässt sich der Lautsprecher sogar als Freisprecheinrichtung für Telefonate nutzen.

Der UVP des Bluetooth-Funklautsprechers SP-ABT30 liegt bei ca. 199 Euro.





Perfect Care Bügeleisen von Philips bügeln Textilien wie Seide und Leinen, Baumwolle, Kaschmir oder auch synthetische Stoffe in beliebiger Reihenfolge, ohne dass ein manuelles Anpassen der Temperatur erfolgen muss.

Bügeln ist sicherlich für viele Kunden nicht die liebste Freizeitbeschäftigung. Doch schaut man genauer hin, dann gibt es viele facettenreiche Lösungen, die diese Form der Hausarbeit erleichtern. Der Markt für Elektrokleingeräte verzeichnete laut GfK im ersten Quartal 2014 mit einem Umsatz von 852 Millionen Euro ein leichtes Minus von 0,9 Prozent. Grund genug für den Fachhandel, genauer hinzuschauen und auch in den Produktkategorien beratend zu erklären, wo auf den ersten Blick alles selbsterklärend wirkt.

Auf einen makellosen Look wollen viele Menschen heute nicht verzichten, gerne aber darauf, sich beim Bügeln lange zu plagen. Die Entwickler von Bügeleisen, Dampfstationen und kompakten Dampfgeneratoren arbeiten konsequent an neuen intelligenten Lösungen, die viele Arbeitsschritte beim Bügeln erleichtern.

Intelligente Technologien

Philips zählt zu den „Big-Five“ im Bügelmarkt und zeigte auf der vergangenen IFA in Verbindung mit der PerfectCare-Serie eine technische Innovation, die auch Nicht-Bügler hinschauen ließ. Mit der konstant bleibenden Temperatur von 130 Grad Celsius und einem hohen Dampfdruck von bis zu sechs Bar befreien Perfect Care Bügeleisen alle bügelbaren Textilien wie Seide und Leinen, Baumwolle, Kaschmir oder auch synthetische Stoffe in beliebiger Reihenfolge von Falten. Und dass ohne ein manuelles Anpassen der Temperatur und der Dampfstufe – das heißt: eine Einstellung für alle Stoffarten. Das Erstaunliche: Selbst wenn man das Bügeleisen im angeschalteten Zustand mehrere Minuten auf dem Bügelbrett oder dem Kleidungsstück ruhen lässt, gibt es keine Verbrennungsgefahr. Philips hat sein Perfect Care Produktportfolio mittlerweile um mehrere Modelle erweitert. Im April hat der niederländische Industriekonzerne das neue Perfect Care Aqua Silence auf den Markt gebracht. Es zeichnet sich durch zwei Besonderheiten aus:



Die neuen Dampfstationen und Kompakt-Dampfgeneratoren von Siemens erleichtern beim Bügeln viele Arbeitsschritte.

Bügeleisen, Dampfstationen und Zubehör Rund ums heiße Eisen

durch sein Design und darüber hinaus durch die geräuscharme Arbeitsweise, denn die Philips Station ist nach Herstellerangaben die weltweit leiseste Dampfbugelstation. „Seit mehr als zwei Jahren konnte Philips mit PerfectCare im Segment der Dampfbugelstationen stetiges Wachstum verzeichnen. Das neueste Modell GC8650 arbeitet, ebenso wie das vielfach ausgezeichnete Top-Modell PerfectCare Silence, mit der Silent Steam Technologie. Damit ist es extrem leise und dennoch äußerst leistungsstark“, so Sebastian Zapf, Marketing Director Domestic Appliances Philips Consumer Lifestyle DACH. „Das Bügeleisen ist mit nur einem Kilogramm sehr leicht, der Wassertank bietet ein nahezu unerschöpfliches Volumen von 2,5 Litern“, ergänzt Zapf.

Bewegungsfreiheit

Mit dem Freemove hat Tefal vor ein paar Jahren das erste leistungsstarke Dampfbugeleisen auf den Markt gebracht, dass ganz ohne Kabel zu bedienen ist. Durch den Akkubetrieb der Bugelstation ist ein hohes Maß an Bewegungsfreiheit während des Bügelns gewährleistet. Mittlerweile gibt es kabellose Bügeleisen auch von anderen Herstellern. Mit Leistungen zwischen 1.200 und 2.400 Watt eignen sich die praktischen kabellosen allerdings eher für kleinere Wäscheberge, da das Eisen zwischendurch immer wieder Anschluss an die Ladestation benötigt.

Bügeln nach Maß

Obwohl die Entscheidung für das passende Bügeleisen auf den ersten Blick recht unkompliziert erscheinen mag, so ist



Mit dem praktischen Auswahlverfahren kann auf der Webseite von De'Longhi schnell und unkompliziert das für die eigenen Bedürfnisse passende Bügelsystem ermittelt werden.



das – auch aufgrund des hohen Angebotes – nicht immer der Fall. Ob sechsköpfige Großfamilie oder Singlehaushalt spielt natürlich auch beim Bügeln eine entscheidende Rolle. De'Longhi bietet auf seiner Website für diesen Fall ein praktisches Auswahlverfahren, auf das auch der Fachhandel im Beratungsgespräch zurückgreifen kann. Der Kunde kann einfach das Bugelverhalten nach Kriterien wie Kleidung, die am häufigsten gebügelt wird, Bugelmenge und durchschnittliche Bugeldauer angeben und wird dann automatisch zu dem passenden Gerät geleitet.

Bügeln mit System

Es ist ein Trugschluss, dass sich Dampfstationen und Bugelsysteme ausschließlich für Haushalte eignen, die mehr Wäschemenge bzw. insbesondere was letztere anbetrifft, mehr Platz zur Verfügung haben. Die Hersteller bieten auch hier vielseitige Lösungen für jedes Budget und jegliche Platzkapazitäten. Auf mehr als 100 Jahre Bugelkompetenz kann Siemens zurückblicken. Dank revolutionärer Sensortechnik erleichtern die neuen Dampfstationen und Kompakt-Dampfgeneratoren viele Arbeitsschritte beim Bügeln. Mit bis zu 3.300 Watt und einer extremePower Dampfqualität dringt der Druckdampf der Siemens extremePower Dampfstation und Dampfbugeleisen tief ins Gewebe ein und beseitigt sämtliche Knitterfalten im Handumdrehen. Die passende Ergänzung zu der extremePower Baureihe ist der Bugeltisch extreme activeBoard TN 10100. Neben Siemens haben u. a. Hersteller wie Leifheit, Philips, Tefal und Miele High-Tech-Bügelsysteme im Produktportfolio, die im Verkauf sicherlich beratungsintensiver sind als ein einfaches Bügeleisen, aber auch entsprechenden Mehrwert bieten.

Bosch und Henkel mit gemeinsamer Marketingkampagne für Elektrofachhandel

Bosch und Persil von Henkel führen vom 5. Mai bis 7. Juni 2014 eine gemeinsame Marketingkampagne unter dem Titel „Testsieger im Doppelpack“ für den Elektrofachhandel durch. Im Mittelpunkt stehen dabei die Testsieger der Stiftung Warentest von Bosch und Henkel: Die HomeProfessional Waschmaschinen WAY285SL, WAY2854D und WAY285eco, die HomeProfessional Wäschetrockner WTY87781 und WTY87701 sowie der Waschtrockner WVH28540 werden ergänzt durch einen Jahresvorrat an Persil Universal Megaperls und Persil Color Gel. Bosch bewirbt die Aktion deutschlandweit in einer Online-Kampagne und mit verschiedenen PoS-Werbemitteln. Mit der Handelsaktion liefert Bosch viele gute Argumente im Verkaufsgespräch. Elektrofach-Händler erhalten diese gebündelt in einem Verkaufsflyer, den der Münchner Hausgerätehersteller neben weiteren PoS-Werbemitteln für die Testsieger-Aktion zur Verfügung stellt. Kunden, die sich für eines der Kampagnengeräte entscheiden, erhalten zu ihrem Kauf einen Jahresvorrat an Persil Waschmitteln von Henkel – sechs Packungen Universal Megaperls und sechs Flaschen Persil Color Gel à jeweils 15 Waschladelungen. Dazu muss das neue Gerät bis spätestens 12. Juni 2014 über www.mybosch.de registriert und die Rechnungskopie einschließlich dem im Elektrofachhandel erhaltenen Flyer an die Altman Marketing GmbH gesandt werden.



PoS-Aktuell Neuheiten

Neuer Samsung Reinigungsroboter



Mit dem neuen Reinigungsroboter VR9000H von Samsung, der mit einem leistungsfähigen digitalen Inverter Motor, Zyklon-Technologie und einer nach Herstellerangaben bis zu fünfmal höheren Saugkraft ausgestattet ist, lassen

sich nicht nur Fußböden und hohe Teppiche reinigen. Dank zahlreicher Sensoren und der Rad- und Rahmenkonstruktion lassen sich auch problemlos alle Tisch- und Stuhlbeine umfahren.

Das ausgeklügelte Saugsystem ermöglicht eine ausdauernde, gleichmäßig hohe Saugkraft. Dafür sorgt eine Konstruktion, die nach dem Zentrifugal-Prinzip (Cyclone Force) mit Wirbelkräften die Staubpartikel in eine innere Kammer presst, so dass nur gereinigte Luft durch eine zweite Kammer nach außen gelangt. Mit dieser von Samsungs beutellosen Staubsaugern bekannten Technologie gehören nach Herstellerangaben nachlassende Leistung und die ständige Reinigung des Filters der Vergangenheit an.

Der VR9000H scannt mit einem rechenstarken FullView Sensor kontinuierlich seine Umgebung und umgeht mühelos fast alle Hindernisse. Übliche Stolperfallen wie Kabel und Türschwellen meistert er mit seinen EasyPass Rädern und einem großen Rad-Durchmesser von 105 Millimeter mit Leichtigkeit. Zusätzlich wurde das Gehäuse von den herkömmlichen 10 Millimetern Bodennähe auf 15 Millimeter höher gelegt, Barrieren können so deutlich leichter überwunden werden.

Statt ihn eigenhändig an die Stelle des Geschehens zu transportieren, kann der Saugroboter via Fernbedienung mit Laserpointer-Funktion punktgenau ans Ziel navigiert werden.

Der Samsung VR9000H wird voraussichtlich ab September 2014 zu einem UVP von 999 Euro erhältlich sein.

Melitta bringt One-Touch-Kaffeevollautomaten

Die neue kompakte Caffeo Varianza CSP von Melitta, die ab Oktober 2014 erhältlich sein wird, ist mit dem neuartigen My Bean Select Einzelportionierungssystem ausgestattet, das die freie Wahl der Kaffeebohnen Tasse für Tasse ermöglicht und so für eine unbegrenzte Geschmacksvielfalt sorgt.

Dank der Kombination aus Standard-Bohnenbehälter und speziellem Einzelporions-Füllschacht für ganze Bohnen, dem My Bean Select, kann der Kaffee tassenindividuell mit der passenden Lieblingsbohnenart zubereitet werden. Dank dem Melitta Best Aroma System werden die wertvollen Aromen der Bohnen bis zu ihrer Zubereitung geschützt.

Mit der Vorbrühfunktion wird das frisch gemahlene Kaffeepulver stets mit Wasser angefeuchtet, bevor der Brühvorgang beginnt. Hinzu kommt die Aromasafe-Abdichtung des Bohnenbehälters, die für ein lang anhaltend frisches Kaffeearoma sorgt.

Die Caffeo Varianza CSP und das Basismodell Caffeo



Passione nehmen mit einer Breite von 25 Zentimetern und einer Tiefe von 38 Zentimetern wenig Raum ein. Beide Modelle besitzen ein intuitives Bedienfeld und bieten höchsten Bedienkomfort: Die Caffeo Varianza CSP ist mit einem integrierten hochauflösenden TFT-Farbdisplay ausgestattet. Die Caffeo Passione verfügt über ein einfach verständliches Symbol-Display. Die Kaffeemenge lässt sich bei der Caffeo Passione einfach über drei programmierbare Direktbezugstasten – klein, mittel, groß – auswählen.

Der UVP beträgt je nach Ausstattungsvariante 579 Euro bzw. 899 Euro.

Kaffeespezialitäten per App

Die neue Saeco GranBaristo Avanti lässt sich einfach per App steuern. So kann mit Hilfe des Tablets das Wunschgetränk angewählt und Stärke, Temperatur, Wasser- oder Milchschaummenge bestimmt werden. Die Steuerung erfolgt über Bluetooth. Die neuen Modelle sind ab September in einer ersten exklusiven weltweiten Auflage von 500 Stück im Handel erhältlich.

„App-basierte Produkte werden immer beliebter, weil sie den Konsumenten maximale Freiheit bieten. Als Vorreiter im Bereich Kaffeevollautomaten haben wir diesen Trend aufgenommen und unser Saeco Flaggschiff 2.0-fähig gemacht“, so Jan Reichenberger, Marketing Director Coffee Philips Consumer Lifestyle DACH. „Mit der Saeco GranBaristo Avanti bieten wir nicht nur einen Allrounder, der allen Geschmäckern gerecht wird. Dieses neue Modell wird Kaffeeliebhabern ermöglichen, zu 100 Prozent ihre Leidenschaft auszuleben. Dabei ist sie trotz ihrer zahlreichen Funktionen und Einstellungsmöglichkeiten eine der schmalsten vollautomatischen Kaffeemaschinen“, so Reichenberger weiter.

Mit der Saeco GranBaristo Avanti lassen sich 18 verschiedene Heißgetränke schnell zubereiten. Das Geheimnis der Vielfalt ist nach Angaben von Philips die revolutionäre, von Saeco entwickelte VariPresso-Brühgruppe, die sowohl hohen Druck für Espresso als auch einen niedrigeren Druck für Kaffee erzeugt. Darüber hinaus kann sie mit 4 bis 16 Gramm Bohnen pro Brühvorgang besonders viel Kaffeepulver zu verarbeiten.

Die intuitiv gestaltete App macht es noch leichter, aus den gro-



ßen Auswahlmöglichkeiten das eigene Lieblingsgetränk zu kreieren und anzuwählen. Persönliche Rezepte können gespeichert und über soziale Netzwerke bei Facebook & Co. mit Freunden geteilt werden. Darüber hinaus gibt die Applikation Aufschluss über den Zustand der Maschine und leistet bei der Wartung Schritt für Schritt Hilfestellung. Interessierte Hobby-Barista haben die Möglichkeit, an Saeco-Tutorials teilzunehmen und ihr Kaffee-Wissen zu erweitern.

Die neue Saeco GranBaristo Avanti ist ab September in Schwarz und Anthrazit zum UVP von 1.599,99 Euro verfügbar.

Für präzises Hairstyling

Der InMotion Styler HS 7330 von Grundig mit zuschaltbarer Vibrations-Funktion „Vibro Technology“ für optimale Verteilung des Haars zwischen den Stylingplatten sorgt für ein besonders schonendes, aber präzises Styling mit langanhaltendem Ergebnis. Neben der neuen Zusatzfunktion 'Vibro Technology' zeichnet sich der edle, schwarze Hair Styler auch durch weitere praktische Features aus. Die Keramik-Beschichtung mit Turmalin sorgt für Schutz und Pflege und somit gesünderes und hydratisiertes Haar mit mehr Glanz und Spannkraft. Durch das 2,7 Meter lange Kabel mit Drehgelenk ist eine ausreichende Bewegungsfreiheit und zusätzliche Sicherheit beim Stylen garantiert.

Dank der individuellen Temperaturregelung in vier Stufen von 160° bis 210° Celsius ist der innovative Hair Styler für jede Haarstruktur geeignet. Auch coloriertes und stark strapaziertes Haar wird schonend gestylt.

Der InMotion Styler ist ab sofort für 79,99 Euro (UVP) erhältlich.





De'Longhi IFA-Highlights

De'Longhi setzt mit Braun und Kenwood seine Drei-Marken-Strategie konsequent fort und wird auf der IFA zahlreiche Neuheiten vorstellen. Dabei geht es vor allem um die Themen Frühstück, Kochen und Kaffee.

Premiere im Premium-Segment

Authentisch geht es bei De'Longhi im Bereich der Kaffeezubereitung zu: mit den neuen, kompakten Kaffeefullautomaten der Serie Autentica. Das Top-Modell, Autentica Cappuccino, arbeitet mit dem bewährten LatteCrema-Milchaufschäumsystem, mit dem sich per Knopfdruck Milchschaum für jede gewünschte Milchkaffee-Spezialität herstellen lässt. Das integrierte Mahlwerk lässt sich auf 13 verschiedene Mahlgrade für unterschiedliches Aroma einstellen. Der Behälter für die Kaffeebohnen schließt so dicht ab, dass die Frische der Kaffeebohnen stets erhalten bleibt. Wie das Milchaufschäumsystem, so lässt sich auch die wartungsarme Brühgruppe ganz einfach herausnehmen und unter fließendem Wasser reinigen. Dank Autenticas kompakter Maße von 19,5 Zentimeter müssen kleine Küchen weder auf Komfort noch auf Stil verzichten. Auf dem IFA Stand von De'Longhi sind weitere spannende Neuheiten zu erwarten – unter anderem eine neue Version des bekannten Modells Eletta.

Reine Chefsache

Für Koch und Backfans gibt es jetzt tatkräftige Unterstützung: Die Weiterentwicklung der, nach Angaben des Herstellers, meistverkauften Küchenmaschine Kenwood Chef liefert gute Mixerergebnisse und macht das Backen so einfach wie noch nie – ganz gleich ob es sich um Torten, Kuchen, Muffins, Cronuts oder Cakepops handelt. Aber auch wenn es ums Kochen geht, ist sie dank ihres umfangreichen Zubehörs schnell im Einsatz. Das Gerät mit vielen technischen Neuerungen ist auch in der großen Version Chef XL Sense erhältlich und wurde äußerlich neu gestaltet. Kenwood orientiert sich am aktuellen Küchentrend und greift auf rundere Formen zurück: Elegantes und funktionales Design verbinden sich bei der eleganten weiß-silberfarbenen Küchenmaschine zu einem attraktiven Duo.



Auf den Mix kommt es an

Pürieren, Hacken, Mixen oder Eis crushen geht mit dem neuen kabellose Multiquick MQ 940cc Stabmixer von Braun schnell von der Hand. Dabei bietet das Gerät dank der kabellosen Einsatzmöglichkeit viel Bewegungsfreiraum. Für die nötige Power sorgt der leistungsstarke Motor. Durch die spezielle Glockenform des Mixfußes und die besondere Anordnung der gehärteten Messer entsteht im Mixgefäß ein Sog, so dass der Braun Multiquick 9 Stabmixer in Sekundenschnelle cremige Pürees ohne grobe Reste produziert. Der praktische Stabmixer ist außerdem leicht zu reinigen, denn der abnehmbare Metallschaft ist für die Spülmaschine geeignet. Eine spezielle Klingentechnologie sorgt dafür, dass die Messer über Jahre scharf bleiben. Im Lieferumfang des MQ 940cc ist ein Standmixer-Aufsatz mit Eis-Crusher enthalten.



Sobald sie erreicht ist, ertönt ein akustisches Signal. Zudem verfügt das Gerät über eine Warmhaltefunktion und über ein gut isoliertes doppelwandiges Gehäuse, das bis zu 1,7 Liter fasst. Der Wasserkocher gehört zu Kenwoods neuer Frühstücksserie, zu der zudem ein Multifunktionstoaster und zwei Kaffeemaschinen (verschiedene Größen) gehören. Dank 8 Programmplätzen erinnert sich die Kaffeemaschine an den persönlichen Kaffeewunsch aller Familienmitglieder. Und damit der Kaffee schon beim Aufstehen fertig ist, kann die Maschine mit einem Timer bis zu 24 Stunden im Voraus programmiert werden.

ten, mit dessen Hilfe erfrischende Cocktails oder Smoothies zubereitet werden können.

Design-Klassiker neu aufgelegt

Das puristische Braun Design wirkt seit über sechs Jahrzehnten international stilbildend. Die Prinzipien seiner Formgebung sind Reduktion und Konzentration auf das Wesentliche, verbunden mit Funktionalität, Nutzerfreundlichkeit und Langlebigkeit. Jetzt sind einige der beliebtes-



ten Klassiker aus dem Design-Studio von Braun wieder erhältlich – in überarbeiteter, technisch verbesserter Form. Die Braun TributeCollection umfasst sechs zuverlässige Küchenhelfer: zwei Kompakt-Küchenmaschinen, einen Stand- und einen Stabmixer sowie zwei Zitruspressen. Mit klaren geometrischen Grundformen und sparsamen grünen Farbakzenten stehen sie für eine zeitlose Ästhetik, die sich in jede Küche einfügt.

Individuell frühstücken

Tee richtig zubereiten ist eine Kunst. Grüner Tee etwa entfaltet sein Aroma am besten, wenn er in 70 bis 80 Grad heißem Wasser zieht, für schwarzen Tee hingegen sollte das Wasser mindestens 95 Grad heiß sein. Deshalb kann man beim neuen Wasserkocher Kenwood Persona SJM610 die gewünschte Temperatur zwischen 70 und 100 Grad in 5-Grad-Schritten einstellen.

Sennheiser mit Wachstum im Consumer-Geschäft

Die Sennheiser-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2013 ihren Umsatz gehalten und eine Rendite im mittleren einstelligen Prozentbereich erzielt. Der Ertrag der Sennheiser-Gruppe belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 14,3 Millionen Euro und fiel damit deutlich niedriger aus als in den beiden vorangegangenen Jahren. Die wichtigsten Gründe dafür seien gestiegene Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie in Verschiebungen von Wechselkursen, erklärte das Unternehmen. Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe stieg 2013 um 1 Prozent auf 590,5 Millionen Euro. Wechselkursbereinigt entspricht dies einem Volumen von 606,9 Millionen Euro und einer Steigerung um 3,9 Prozent. Im Geschäftsbereich Consumer Electronics legte der Umsatz um gut vier Prozent auf 300,5 Millionen Euro zu.

Damit habe sich Sennheiser mit klarem Fokus auf erstklassige Audioqualität, technische Kompetenz und ausgezeichneten Kundenservice behauptet, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Sennheiser-Gruppe erwirtschaftete 2013 gut die Hälfte ihres Umsatzes mit Consumer-Produkten. Die Integrated Systems Division verzeichnete ein solides Wachstum um 2 Prozent auf 92,7 Millionen Euro. Die Professional Systems Division erwirtschaftete 197,2 Millionen Euro; das entspricht 33 Prozent vom Gesamtumsatz.

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung stiegen um 5,5 Prozent auf 40,6 Millionen Euro, der Mitarbeiterstand in diesem Bereich wurde um knapp 12 Prozent auf 323 erweitert. „Mehr als ein Achtel unserer Belegschaft arbeitet heute in Forschung und Entwicklung“, so Daniel Sennheiser, CEO. „Das zeigt, wie nachhaltig wir Innovation betreiben.“ Im Jahresdurchschnitt stieg die Zahl der Mitarbeiter in der Sennheiser-Gruppe um 9,1 Prozent auf 2.542. Davon sind 1.303 (51 Prozent) in Deutschland und 1.239 Mitarbeiter (49 Prozent) im Ausland beschäftigt.

Im laufenden Jahr will Sennheiser den Innovation Campus in Betrieb nehmen, ein Innovations- und Entwicklungszentrum am Stammsitz in Wedemark, in dem ganz neue Formen der Zusammenarbeit möglich werden sollen.

Einen entscheidenden Schritt in Richtung Ressourcenschonung sieht Sennheiser im Beitritt zur Phonebloks-Allianz. „Phonebloks hat sich zum Ziel gesetzt, ein modulares Smartphone zu entwickeln, dessen Bauteile einzeln ausgetauscht werden können. Das verlängert die Lebensdauer des Gesamtsystems und schont die Ressourcen der Welt“, so Daniel Sennheiser. „Sennheiser entwickelt Audiomodule dieses neuen Systems. Wir können uns dabei windresistente Mikrofone vorstellen, die aus dem Smartphone ein Arbeitsgerät für mobile Journalisten machen. Ebenso können wir in das Phonebloks-Projekt unsere neue Streamingtechnik einbringen. Auf jeden Fall werden wir für den perfekten Sound im nachhaltigen Smartphone der Zukunft sorgen.“

Ein weiterer Schwerpunkt im laufenden Geschäftsjahr wird der Start einer neuen Streamingtechnik von Sennheiser sein, die Menschen unabhängig von Sprache, Hör- und Sehvermögen die Nutzung kultureller Angebote ermöglichen soll. Die Anwendung lässt sich unkompliziert in bestehende Systeme integrieren und ist für den Nutzer ganz einfach über eine App zu bedienen, um Hörunterstützung und Audiodeskription in Echtzeit auf das Smartphone des Nutzers zu übertragen. Für die Entwicklung dieser und anderer innovativer Streaming-Lösungen hat Sennheiser das eigene Unternehmen Sennheiser Streaming Technologies (SST) gegründet.

Für die weitere Entwicklung des Unternehmens sind die

beiden CEOs Dr. Andreas Sennheiser und Daniel Sennheiser zuverlässig: „Wir sind sehr gut aufgestellt, auch in Zukunft Werte für unsere Kunden zu schaffen; das wird weiterhin zu einem positiven Umsatz und einer positiven Ergebnisentwicklung beitragen.“

Strong mit neuem Internetauftritt

Die neue Strong-Webseite www.strong.tv zeichnet sich jetzt durch ein modernes und auffälliges Layout, eine übersichtliche Struktur und eine benutzerfreundliche Bedienung aus. Das Menüsystem wurde überarbeitet, um ein schnelleres und einfacheres Navigieren durch die Menüs zu ermöglichen. Die Produktübersicht ist in die fünf Kategorien Satelliten-Receiver, terrestrische Receiver, Kabel-Receiver, IPTV-Receiver und Zubehör mit klar strukturierten Unterkategorien gegliedert.

Ein besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, Kunden umfas-

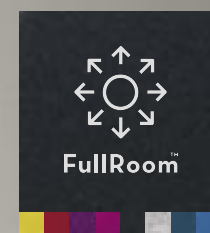
sende Informationen über die verschiedenen Produkte darzubieten. Produktbilder und kurze informative Texte geben eine klare Übersicht über das Produktdesign, die wichtigsten Merkmale und Eigenschaften eines Produktes sowie vollständige technische Produktdetails.

Darüber hinaus bietet die neue Webseite komfortable Services wie einen News-Bereich und einen Support-Bereich, aus dem Bedienungsanleitungen und Datenblätter in mehreren Sprachen sowie Software-Updates heruntergeladen werden können. Neu auf der Website ist auch die Kategorie FAQ im Support-Bereich, aus dem die häufigsten Fragen zu einem bestimmten Produkt in mehreren Sprachen abgerufen werden können.

Kunden, die Strong kontaktieren möchten, müssen nur im Kontakt-Bereich das Web-Formular ausfüllen und die betreffende Abteilung auswählen.

SATTER KLANG FÜR UNTERWEGS

Mit Libratone Zipp hast Du großartige Musik immer dabei



LIBRATONE ZIPP

Portabler drahtloser Lautsprecher mit Fullroom™-Technologie und bis zu 8 Stunden Batterielaufzeit. Verfügbar in ausgewählten Farben.

Vertrieb in Deutschland und Österreich: www.aqipa.com
Vertrieb in der Schweiz: www.novisgroup.ch

www.libratone.de

LIBRATONE
360 Scandinavian™

Varta setzt auf Markenqualität „Made in Germany“

Ab September bringt Varta seine Primärbatterien in neu gestalteten Verpackungen auf den Markt. Das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ wird auf den Batterieblister mit der deutschen Flagge noch deutlicher signalisiert; zudem weitet Varta das BestEnergy-Konzept auf das gesamte Primärbatterien-Angebot aus. Dabei wurde auch die Verbraucher-Ansprache auf der Verpackung auf der Grundlage neuer Marktforschungsergebnisse neu gestaltet.

Blister zeigen Flagge

Das BestEnergy-Konzept von Varta ist bereits seit Jahren erfolgreich: Mit Hilfe von Icons konnten die Kunden bei den Produktlinien Longlife, High Energy und Max Tech leicht erkennen, für welche Geräte diese Batterien am besten geeignet sind. Marktforschungsergebnisse bestätigen dieses Konzept: 90 Prozent der Kunden verstehen, für welchen Einsatz die jeweilige Varta Batterie vorgesehen ist, und 78 Prozent leisten dieser Empfehlung auch Folge. Jetzt wird das BestEnergy-Konzept auch auf die Blisterverpackungen der Professional Lithium Produktlinie übertragen.



Im Zuge der Neugestaltung hat Varta das Design der Icons deutlich modernisiert und diese noch größer auf den Blistern hervorgehoben. Auch andere Produktvorteile werden deutlicher dargestellt, und die wichtigsten Eigenschaften wie Typ (zum Beispiel AA oder AAA), Haltbarkeit und Leistungsstärke können schneller erkannt werden.

Auch auf dem neuen PoS-Material wird deutlich auf „Made in Germany“ hingewiesen und zudem die aktuelle Promotion kommuniziert.



Altes und neues Design im Vergleich: Die neue Variante (rechts) mit deutschsprachiger Beschriftung, neuen Icons und dem durch die deutsche Flagge hervorgehobenen „Made in Germany“.

Die Tests auf den Verpackungen sind jetzt in deutscher Sprache, das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ rückt in der gesamten Kommunikation stärker in den Vordergrund und wird durch die Abbildung der deutschen Flagge unterstrichen.

Kommunikation am PoS

Neben dem Verpackungsdesign hat Varta das umfassende Sortiment von PoS-Materialien deutlich modernisiert. Auch hier rückt „Made in Germany“ auf den ersten Blick ins Zentrum der Kommunikation. Zudem werden aktuelle Promotion-Maßnahmen deutlich hervorgehoben. Den Anfang macht eine Mobile Couponing Aktion: Über einen QR-Code auf dem Display können die Kunden eine Gratis-App herunterladen, mit deren Hilfe sie dann den Kassenschein fotografieren und pro Packung 1 Euro zurückbekommen.

PoS-Aktuell

Netflix kommt nach Deutschland

Der amerikanische TV-Streaming-Dienst Netflix will im September in Deutschland an den Start gehen. Gleichzeitig wird das Unternehmen seine Dienste auch in Belgien, Frankreich, Luxemburg, Österreich und der Schweiz anbieten. Netflix bietet die Möglichkeit, gegen eine vergleichsweise geringe Monatsgebühr (in den USA ab 7,99 US-\$) rund um die Uhr Kinofilme, TV-Serien und eigene Programme über das Internet zu empfangen. In den USA bietet Netflix bereits ausgewählte Inhalte in 4K UHD an.

Netflix hat derzeit rund 50 Millionen Abonnenten, davon 36 Millionen in den USA und 13,3 Millionen im Ausland. Die Zahl der internationalen Mitglieder ist im zweiten Quartal im Vergleich zur Vorjahresperiode um 78 Prozent gewachsen, vor allem in Südamerika, aber auch in einigen europäischen Ländern. Vom Einstieg in Deutschland und den Nachbarstaaten verspricht sich Netflix den Zugang zu weiteren 60 Millionen Breitband-Haushalten. Insgesamt ist das Unternehmen bereits in 40 Ländern aktiv.

Im zweiten Quartal hat Netflix seinen Umsatz im Vergleich zur Vorjahresperiode um 37 Prozent auf 1,15 Milliarden US-\$ gesteigert. Dabei stieg der Auslandsumsatz um 61 Prozent auf 267 Millionen US-\$. Zwar verzeichnete das Unternehmen im zweiten Quartal in seinem internationalen Geschäft noch einen Verlust von 15 Millionen US-\$; dieser war aber erheblich geringer als im zweiten Quartal 2013 (166 Millionen US-\$). Insgesamt

erzielte Netflix im zweiten Quartal einen operativen Gewinn von 130 Millionen US-\$ (Q2 2013: 57 Millionen US-\$); das Netto-Ergebnis verbesserte sich um 245 Prozent auf 71 Millionen US-\$.

LG startet Verkauf des 105 Zoll 21:9 Curved Ultra HD-TV

LG Electronics hat mit dem Verkauf des 105 Zoll (2,67 m) Curved Ultra HD-TV begonnen, der im Januar auf der CES vorgestellt wurde. Zunächst können Kunden den Curved Ultra-Fernseher in Südkorea vorbestellen. Ab dem vierten Quartal soll der Riesen-Fernseher auch in anderen Märkten erhältlich sein. Dann will LG auch Preise und genaue Verkaufsstarttermine für die jeweiligen Märkte bekanntgeben.

Mit einer Auflösung von über 11 Millionen Pixeln (5.120 x 2.160) und einem Cinemascope-Bildverhältnis von 21:9 liefert der LG 105UC9 ein beeindruckendes Seherlebnis mit besonders scharfen, lebensechten Bildern und beeindruckendem virtuellen Surround-Sound. Dazu tragen die True 4K Engine Pro und die IPS-4K-Panel Technologien von LG bei. Die True 4K Engine Pro beseitigt visuelle Fehler und kann Inhalte mit niedrigerer Auflösung auf nahezu Ultra-HD-Qualität hochrendern. Zugleich liefert das gebogene IPS-4K-Panel gleichbleibend lebensechte Farben und einen weiten Betrachtungswinkel.

Der Superfernseher beeindruckt auch mit hervorragendem Klang über das eingebaute 7.2-Kanal-Soundsystem mit 150 Watt, das auf dem Ultra Surround-Konzept von LG basiert und

in Partnerschaft mit dem Premium-Audio-Produkte-Hersteller Harman Kardon entwickelt wurde.

Das Gerät wird auch auf dem Stand von LG auf der IFA in Berlin zu sehen sein.

Marco Hahn verlässt Samsung

Marco Hahn, Head of Digital Imaging bei der Samsung Electronics GmbH, scheidet aus dem Unternehmen aus. Das bestätigte Samsung auf Anfrage von PoS-MAIL. Hahn hatte mit der



neugeschaffenen Position Anfang des Jahres die Gesamtverantwortung für diesen Produktbereich übernommen, der bei Samsung aktuell deutlich ausgebaut wird. Der Manager werde künftig Aufgaben außerhalb des Unternehmens wahrnehmen, erklärte Samsung.

Hahn gilt als ausgewiesener Experte für das Foto- und Imaging-Geschäft und war in verantwortlichen Positionen im Handel, bei

Nikon und vor seinem Einstieg bei Samsung viele Jahre mit großem Erfolg als Geschäftsführer der Sigma Deutschland GmbH tätig.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Samsung segmentiert präzise

Als Rentner habe ich ja endlich Zeit zum Fernsehen – bzw. ich hätte sie, wenn nicht immer so viel zu tun wäre. Jedenfalls bin ich heilfroh, dass Samsung jetzt endlich UHD TVs in einem Format herausgebracht hat, das den nachlassenden Sehkraften älterer Menschen gerecht wird. Allerdings bin ich noch nicht sicher, ob ich den 110" großen, aber flachen S9 oder doch lieber den kompakteren, aber gebogenen 105" 21:9 Breitbild-TV auf den Wunschzettel setzen soll.

Mehr noch als die tolle Bildqualität der beiden Glotzkisten beeindruckt mich die Preisstellung. Der 110 Zöller soll genau 149.999 Euro kosten, der 105er richtet sich mit 119.999 Euro dagegen offensichtlich an cineastisch veranlagte, aber preisbewusste Oligarchen.

Beeindruckend ist, wie präzise das Samsung Marketing die Preisschwellen von 150.000 bzw. 120.000 Euro unterschritten hat. Die Tatsache, dass jeweils eine 9 auf den letzten vier Stellen steht, beweist, mit welcher spitzen Bleistift hier gerechnet wurde. Daran können andere sich durchaus ein Beispiel nehmen. Mercedes beispielsweise bietet den S63 AMG für 151.189,50 Euro an. Gut, die Zahl hinter dem Komma zeigt, dass auch hier präzise kalkuliert wurde. Allerdings hat man es sich durch diese unprofessionelle Preisgestaltung von Anfang an mit der großen Zielgruppe von Menschen verschert, die sich einfach weigern, mehr als 150.000 Euro für ein Auto auszugeben. Was ich noch viel schlimmer finde: Der Bildschirm in der Klapperkiste mit dem Stern hat eine gerade lächerliche Größe von 12,3" – und das nicht einmal in UHD. Was mich angeht: Sollen sie ihn doch behalten. Ich warte lieber, bis ich so ein Samsung Pantoffel-Kino zum rentnergerechten Preis kaufen kann. Lange wird das ja, wie ich meine Freunde aus dem Einzelhandel kenne, bestimmt nicht dauern.

Herzlichst Ihr *Wagner*

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing

Thomas Blömer GmbH,

Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen

Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0

Fax: (0 21 02) 20 27 - 90

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



Herausgeber:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Geschäftsführer:

Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);

Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Lidija Zimmek, M. A; Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps

Tel. 0 21 02 - 20 27 44

Christina Metzger • TiMe GmbH

Glückaufstr. 57

45481 Mülheim/Ruhr

Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 16
v. 1. April 2014



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Publishing

Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher

Genehmigung und Urhebervermerk.

Esgelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.

Der Abonnementspreis beträgt

60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635

A man in a dark blue long-sleeved shirt is opening the right door of a tall, black Samsung Food Showcase refrigerator. The refrigerator has a digital display on the left door showing -19°C and 2°C, and a water dispenser below it. The interior is well-lit and filled with various fresh foods like vegetables, fruits, and beverages. The text "Metal Cooling" is visible on the right door.

IMMER GRIFFBEREIT: ALLES, WAS SIE LIEBEN.

A smaller, side-view image of the Samsung Food Showcase refrigerator with both doors open, showing the interior compartments and the water dispenser on the left door.

Samsung Food Showcase

So hat das noch keiner gemacht! Ein Kühlschrank mit intelligentem Raumkonzept und Doppeltür für eine effiziente Organisation und den direkten Zugriff auf Ihre liebsten Lebensmittel. Metal Cooling sorgt zudem auch im vorderen Kühlbereich für gleichmäßige Temperaturen. Ideen wie diese sind unser Anspruch. Zufrieden sind wir erst, wenn wir wissen, dass unsere Innovationen Ihnen weiterhelfen. Das ist das Samsung Prinzip.

RH9000

samsung.de/food-showcase

SAMSUNG