

# POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

August 2012

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

13. Jahrgang • 51612



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

## Perfect Match



### Hier haben sich zwei gesucht und gefunden:

Das Sennheiser Bluetooth®-Headset MM 550-X TRAVEL und das neue Apple iPad. Ein absolutes Dreamteam für musikliebende Reisende, die unterwegs ungestörten Sound genießen und via VoIP telefonieren möchten. Die NoiseGard™ 2.0 Technologie sorgt dabei auch in lauter Umgebung für ein hervorragendes Klangerlebnis.

Kabellos, designstark und komfortabel – ein Muss für jedes Reisegepäck.

[www.sennheiser.de](http://www.sennheiser.de)



**SENNHEISER**

## Panasonic mit grünen Technologien auf der IFA



## Nachhaltig innovativ

Mit einem umfassenden Portfolio will Panasonic auf seinem IFA Stand deutlich machen, dass „smart“ auf dem Berliner Messegelände nicht nur ein Attribut für netzwerkfähige Viera Fernseher ist. Mit seinem „eco ideas“ Konzept setzt das Unternehmen seit Jahren auf umweltfreundliche Produkte und Technologien für das ganze Haus. Dabei geht es nicht nur um geringen Energieverbrauch, sondern um ein umfas-

sendes Nachhaltigkeitskonzept, das bei der Produktplanung und Produktion beginnt und den Grundstein für einen nachhaltigen Lebensstil im „Smart Home“ der Zukunft legen soll. Die grüne Vision von Panasonic formuliert dabei ein ehrgeiziges Ziel: Bis zum 100-jährigen Firmenjubiläum im Jahr 2018 will der Hersteller bei grünen Technologien die weltweite Nummer eins in der Elektronikindustrie werden.

Die grüne Innovationskraft von Panasonic zeigt sich bei den neuen Panasonic Haushaltsgeräten vor allem in den traditionell energieintensiven Bereichen Waschen, Kühlen und Gefrieren. So hat das Unternehmen sechs Kühl-/Gefrierkombinationen angekündigt, die sich durch exzellente Energieeffizienz auszeichnen, die Lebensmittel lange frisch halten und dabei auch noch gut aussehen. Fünf der sechs Neuheiten erfüllen die An-

forderungen der Energieeffizienzklasse A++ – „schlechtere“ Geräte bietet der japanische Elektronikkonzern ab dem laufenden Geschäftsjahr nicht mehr an. Die neue Kühl-/Gefrierkombination NR-B32FE2 trägt sogar das Label der Energieeffizienzklasse A+++ und verbraucht bei einem Gesamtnettovolumen von 315 l nur 173 kWh im Jahr. Um das zu erreichen, hat Panasonic seine innovative U-Vacua Isolierung mit

einer effizienten Inverter-Technologie kombiniert. Im Gegensatz zu dicken Energiesparwänden klassischer Kühl-/Gefriergeräte besteht die U-Vacua Isolierung aus sehr dünnen Schichten von Glasfasern, die nach Unternehmensangaben eine 20mal höhere Isolierung als traditionelle Materialien erreichen. Das verringert nicht nur den Energiebedarf, sondern auch den Verbrauch von Ressourcen bei der Produktion. Zudem bietet das

Gerät im Verhältnis zu seinen Abmessungen besonders viel Stauraum. Die Inverter-Technologie des NR-B32FE2 beruht auf einem System aus Sensoren und Mikroprozessoren, die automatisch den jeweils besten Energielevel auswählen. So kann das Gerät nachts oder in Zeiten mit geringer Nutzung mit weniger Strom arbeiten und unnötigen Verbrauch vermeiden. Zudem läuft der Energiesparer be-

### Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

- Unterhaltungselektronik
- Informationstechnologie
- Telekommunikation
- Infotainment • Fotobranche

Sind Sie an unserem monatlich erscheinenden, kostenlosen Newsletter interessiert? Dann senden Sie uns eine E-Mail: [pos@cat-verlag.de](mailto:pos@cat-verlag.de)



Besuchen Sie PoS-MAIL im Internet!  
[www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de)

### > EXKLUSIV: DAS NEUE motto ii MOVIE PACK

- Toshiba WLAN-Dongle WLM-20U2G
- Acetrax Film-Gutschein im Wert von 50 €

**TOSHIBA**  
Leading Innovation

Weitere Informationen finden Sie unter [www.toshiba.de/mottoii](http://www.toshiba.de/mottoii)

mottoii  
Premiumprodukt





## Die smarte Welt

Wer IFA 2012 sagt, meint Smart TV. Diesen Eindruck erwecken zumindest die vielen Vorberichte, die zur Zeit zu lesen und zu sehen sind. Folgerichtig stellte IFA-Veranstalter gfu ihr neues Experten-Format „Insights & Trends“ im Rahmen des IFA Innovations Media Briefings unter das Motto „Die Zukunft des Fernsehens ist smart“.

Ausgerechnet der Vertreter von Samsung Electronics stellte diesen Titel in Frage – und das gleich zweifach. Zum einen sei nicht die Zukunft des Fernsehens smart, sondern bereits die Gegenwart, und zum anderen sei smart keine Eigenschaft, die nur auf Fernseher zutreffe.

Recht hatte der Mann, der übrigens auch noch die Frage stellte, ob das Wort „Fernseher“ noch zeitgemäß sei. Aber das führt hier zu weit.

Zeitgemäß ist jedenfalls das Wort „smart“, und das wird die IFA nicht nur im TV-Bereich unter Beweis stellen. Dabei ist das englische Wort, das übersetzt soviel wie „intelligent“ oder „schlau“ heißt, in seiner Bedeutung für die digitale Welt eigentlich nicht präzise definiert. „Smart“ nennen wir jedenfalls Geräte, die über digitale Netzwerke auf zahlreiche Inhalte zugreifen und dabei mit anderen digitalen Geräten kommunizieren können. Schon dies zeigt, dass es wenig bringt, wenn nur der, pardon, Fernseher smart ist. Smart ist im Grunde jeder PC, die gleichnamigen Mobiltelefone und Tablets natürlich sowieso. Smart sind auch viele Internet-Radios, Docking-Stationen und kabellose Sound-Systeme, und smart sind ebenfalls Haushaltsgeräte, die auf intelligente Weise Energie sparen, die gewünschte Anwendung automatisch erkennen und so weniger Fehler machen als der Mensch, der sie bedient.

Es war gut, dass derselbe Samsung Vertreter daran erinnerte, dass smarte Technik kein Selbstzweck ist, sondern dem Menschen zu dienen hat. Deshalb forderte er zu Recht, nicht immer neue Technik-Säue durchs Dorf zu treiben. Stattdessen gehe es darum, das Leben einfacher zu machen und das Zusammenspiel unterschiedlicher Produkte und Plattformen so zu organisieren, dass die Bedienung zur Nebensache und der Nutzen zur Hauptsache wird. Da hatte der Mann schon wieder Recht.

Es ist eine gute Nachricht, dass Samsung diese menschenfreundliche Strategie verfolgen will. Und es ist eine noch bessere Nachricht, dass auf der IFA noch viele andere smarte Unternehmen um die Gunst der Konsumenten und des Hightech-Fachhandels werben werden.

Wir freuen uns darauf.

*Thomas Blömer*  
Thomas Blömer

sonders leise und bringt es auf ein Geräuschniveau von nur 36 dB. „Mit unserer ersten A+++ Kühl-/Gefrierkombination für den europäischen Markt führen wir eine wegweisende Innovation ein, um unseren Kunden ein nachhaltigeres Leben zu ermöglichen“, erklärte Rainer Engel, Marketing Manager MDA und SDA/Personal Care bei Panasonic Deutschland. „Kühl-/Gefrierkombinationen sind die einzigen Haushaltsgeräte, die Tag und Nacht Strom benötigen. Deshalb können wir gerade in diesem Bereich durch stromsparende Technologien bedeutend zur Umweltschonung beitragen.“

### Weniger wegwerfen

Der nachhaltige Lebensstil, den das neue Panasonic Kühlgeräte-Sortiment ermöglicht, bezieht sich allerdings nicht nur auf sparsamen Rohstoff- und Energieeinsatz. Denn die Geräte bieten auch die technischen Voraussetzungen dafür, unnötiges Wegwerfen von Lebensmitteln zu vermeiden. So zeigt eine Studie der Europäischen Kommission, dass Supermärkte, Restaurants und Haushalte in der EU innerhalb der gesamten Nahrungsangebotskette rund die Hälfte aller genießbaren Lebensmittel wegwerfen. Dabei gelten allein in den Haushalten 60 Prozent des Lebensmittel Mülls als vermeidbar. Der neue Panasonic NR-B32FE2 hilft dabei, solche unnötigen Abfälle zu vermeiden. So sorgt der separate, voll auszugsfähige VitaminSafe dafür, dass Obst und Gemüse länger frisch bleiben. Denn bei hoher Luftfeuchtigkeit und Temperaturen von 0 bis 5°C bleiben Vitamine und Nährstoffe ebenso erhalten wie das appetitliche Aussehen. Zwei blinkende LEDs, die im VitaminSafe integriert sind, simulieren den Blau- und Grünanteil des Sonnenlichts und aktivieren die natürlichen Schutzmechanismen der Früchte – damit wird der Abbau von Vitamin C deutlich verringert. Zudem rückt Panasonic beim NR-B32FE2 mit dem neuen Hygiene Active System unerwünschten Bakterien zu Leibe. Der Kühlschrank verfügt über einen speziellen Filter, der Silber-Ionen produziert, die in Verbindung mit blauem LED-Licht zu sogenannten Hydroxyl-Radikalen mutieren, die die Luft reinigen und 99,99 Prozent der unerwünschten Bakterien eliminieren. Die vier A++ Kühl-/Gefrierkombinationen der neuen Panasonic S-Serie bieten mit dem Chiller Case ein Extrafach, dessen Klima flexibel geregelt werden kann, um die richtigen Lagerbedingungen für unterschiedliche Lebensmittel sicherzustellen. Bei geschlossenem Belüftungssystem bietet der



A+++  
No Frost

Die neue Kühl-/Gefrierkombination NR-B32FE2 trägt das Label der Energieeffizienzklasse A+++ und sieht mit der eleganten Edelstahl-Front ausgesprochen gut aus.

geräte NR-B29SG2 (Edelstahl-Look) und NR-B29SW2 (Arktisweiß) sind für 899 Euro (UVP) bzw. 799 Euro (UVP) zu haben.

Als weitere Neuheit im Panasonic Kühl-/Gefrier-Portfolio ist die Side-by-Side Kombination NR-B53VW1 als Schwestermodell der NR-B53V1 jetzt in Hochglanz-Weiß zu haben. Das Gerät der Energieeffizienzklasse A++ bietet 324 l Kühl- und 206 l Gefrierraum und ist mit VitaminSafe, 0°C Zone und 5°C Frischezone ausgestattet. Ein Eiswürfel-/Wasserdispenser ist in die Kühlschrank-Front integriert und wird mit LEDs beleuchtet. Durch den Frischwasser-Anschluss stehen hier stets gekühltes Trinkwasser, Eiswürfel und Crushed Ice auf Tastendruck zur Verfügung. Dank einer Innenhöhe von 22 cm können auch PET-Halbliterflaschen aufrecht stehend befüllt werden. Der UVP für dieses Gerät beträgt 2.199 Euro.

Chiller Case mit hoher Luftfeuchtigkeit und moderater Temperatur hervorragende Lagerbedingungen für Obst und Gemüse, kann aber auch in einen kühlen, trockenen Lagerort für Fisch und Fleisch verwandelt werden. Auch die neue S-Serie arbeitet mit einem effizienten Silberfilter-System zur Bekämpfung von Bakterien.



Ausstattungsmerkmale wie der VitaminSafe helfen dabei, unnötiges Wegwerfen von Lebensmitteln zu vermeiden.

### Für die edle Küche

Die neuen Panasonic Kühl-/Gefrierkombinationen bieten nicht nur Energieeffizienz, Nachhaltigkeit und hervorragende Funktionalität, sondern sehen auch gut aus. Dabei ist der NR-B32FE2 mit 225 l Kühlbereich und 90 l Gefrierbereich ein echter Hingucker für die edle Küche. Seine Edelstahl-Front mit Antifingerabdruck-Beschichtung sorgt dafür, dass er stets elegant und sauber aussieht, das halbverspiegelte LED-Bedienpanel rundet den hochwertigen Look ab. Der UVP für dieses wegweisende Gerät beträgt 1.599 Euro. Wahlweise in Edelstahl-Look oder in Arktisweiß sind die neuen Modelle der S-Serie zu haben. Die Preisempfehlungen für die 204 cm hohen Geräte NR-B32SG2 (Edelstahl-Look) und NR-B32SW2 (Arktisweiß) betragen 999 bzw. 899 Euro. Die 190 cm hohen Ge-



Die A++ Geräte der S-Serie sind wahlweise im Edelstahl-Look oder in Arktisweiß erhältlich.





Rainer Engel, Marketing Manager MDA und SDA Personal Care bei Panasonic Deutschland

### Waschen mit A+++

Auch die leicht zu bedienenden Panasonic Waschmaschinen der VB4-Serie tragen das Energieeffizienzlabel A+++. Damit übertreffen sie die wegen ihrer ausgezeichneten Energieeffizienz bereits in den letztjährigen Eco Top 10 gelistete Vorgängerserie VB3. Auch der Wasserverbrauch ist beispielhaft niedrig. So werden gleichermaßen die Umwelt und die Haushaltskasse geschont. Die Panasonic NA-



Die Panasonic Waschmaschinen der VB4-Serie tragen nicht nur das Energieeffizienzlabel A+++, sondern verbrauchen auch sehr wenig Wasser.

147VB4 mit 1.400 Schleudertouren benötigt bei einem Fassungsvermögen von bis zu 7 kg Wäsche nur 9.240 l Wasser und 162 kWh Strom im Jahr. Bei der 8-kg-Maschine NA-148VB4 liegen die Jahresverbrauchswerte bei voller Ladung bei 9.900 l Wasser und 162 kWh Strom. Zum Basis-Repertoire gehören Programme wie Baumwolle, Baumwolle-Eco, Pflegeleicht und Wolle. Zudem gibt es für besondere Anwendungen, zum Beispiel Sportwäsche, spezielle Extra-Programme, zu denen auch ein extraschnelles 15-Minuten-Programm und eine energiesparende Einstellung (15°C Kaltwäsche) gehören.

Mit dem Hydro Active Einspül-system wird die Wäsche schneller als bei herkömmlichen Maschinen durchfeuchtet. Dabei spülen zwei Düsen während des Wasch- und Spülvorgangs Wasser in die Trommel. So wird die Waschleistung gesteigert, und schneller geht es auch. Smarte Sensor-Technologien für Beladung, Schaumerkennung und Unwucht-Kontrolle sorgen für besonders effizientes Energie-Management.

Auch die neuen Panasonic Waschmaschinen brauchen sich nicht zu verstecken: Mit ihrem Bullauge im edlen Silberrahmen, einem silberfarbenen unterlegten Display und ebenfalls silberfarbenen Bedientasten machen sie nicht nur in der Waschküche eine gute Figur. Zudem sind sie preisgünstig: Das 8-kg-Modell NA-148VB4 ist für 599 Euro (UVP), das 7-kg-Schwestermodell NA-147VB4 für 549 Euro (UVP) zu haben.



### Der „grüne“ Technologie-Konzern

In der Vision 2018 hat Panasonic ehrgeizige Ziele festgelegt, um bis zum Jahr 2018 bei grünen Innovationen der weltweit führende Elektronik-Konzern zu werden. Dazu spielt nicht nur das viel diskutierte Thema CO<sub>2</sub>-Emissionen eine Rolle, sondern auch Abfallvermeidung, recycling-orientierte Herstellungsverfahren und Konzepte zur Förderung eines nachhaltigen Lebensstils gehören zum umfassenden Angebot von Umweltlösungen, das auf den langjährigen Erfahrungen von Panasonic beruht.

Auf diese Weise sollen die Produkte von Panasonic den Menschen einen sicheren und nachhaltigen Lebensstil ermöglichen. Dabei setzt das Unternehmen neben umweltschonenden Produkten und nachhaltigen Herstellungsverfahren auch auf neue Energielösungen wie Solarzellen, Lithium-Ionen-Batterien und Energie-Management-Systeme. In Fujisawa in der Nähe von Tokio errichtet Panasonic mit der „Sustainable Smart Town“ eine komplette Stadt, die nicht nur die neuesten Netzwerk-Technologien realisiert, sondern durch eine hocheffiziente Energie-Versorgung, intelligentes Abfall-Management und nachhaltigen Ressourcen-Einsatz auch eine beispielhafte Umweltbilanz aufweist. Mit dem Konzept „Haus der Zukunft“ hat Panasonic zudem eine besondere „eco idea“ für ein Wohnkonzept entwickelt, das praktisch ohne CO<sub>2</sub>-Emissionen auskommt. In diesem Haus wird die Energie mit Hilfe von Brennstoffzellen im Keller und Solarzellen auf dem Dach erzeugt und von intelligenten Systemen verwaltet. Überschüssige Energie wird dabei in Lithium-Ionen-Haushaltsakkus gespeichert oder ins Stromnetz eingespeist. Sämtliche energetischen Prozesse können über ein Monitor-System beobachtet und verwaltet werden. So kann zum Beispiel ein unnötig brennendes Licht im Haus über eine Fernsteuerung ausgeschaltet werden. Zum niedrigen Energieverbrauch tragen auch die effizienten Haushaltsgeräte von Panasonic bei. „In Japan entstehen zur Zeit viele Pilotprojekte und Modelle, die Potenziale für die Zukunft ausloten“, erklärte Michael Langbehn, Manager PR, CSR & Sponsoring bei Panasonic. „Unser eco ideas Haus und die ‚Sustainable Smart Town‘ zeigen eindrucksvoll, dass unsere Technologien schon heute einen nachhaltigen Lebensstil möglich machen.“



Michael Langbehn, Manager PR, CSR & Sponsoring bei Panasonic. „Unser eco ideas Haus und die ‚Sustainable Smart Town‘ zeigen, dass unsere Technologien schon heute einen nachhaltigen Lebensstil möglich machen.“



In Japan errichtet Panasonic eine komplette Stadt, die eine beispielhafte Umweltbilanz aufweist.



Für nachhaltigen Lebensstil: Das Panasonic eco ideas Haus kommt praktisch ohne CO<sub>2</sub>-Emissionen aus.

### Grüne Ziele in Europa

Bereits für das laufende Geschäftsjahr, das am 31. März 2013 endet, hat sich Panasonic Europa konkrete Nachhaltigkeitsziele gesetzt. So soll ein Drittel der Panasonic Verkäufe in Europa durch Produkte erzielt werden, die ein anerkanntes Umweltsiegel tragen. Dazu gehören internationale Label wie das Europäische Umweltzeichen („Euroblume“), der Blaue Engel und der Nordische Schwan sowie Panasonics eigenes „eco ideas“ Label, mit dem Produkte gekennzeichnet werden, die branchenweite Spitzenwerte bei der Umweltbilanz erreichen. Durch den Einsatz der unternehmenseigenen Energie-Lösungen wie Solar- und Brennstoffzellen, Heiz- und Wärmepumpen sowie energiesparende Beleuchtungssysteme, darunter neue LED-Lampen, will Panasonic in Europa in diesem Jahr 3,5 Millionen Tonnen Kohlendioxid einsparen. Zudem soll der komplette Abfall, der bei der Produktion in Europa entsteht, recycelt und der Restmüll-Anteil auf weniger als 1 Prozent gesenkt werden. Weltweit will Panasonic im Rahmen des „Green Plans“ bis Ende des Geschäftsjahres einen Beitrag zur Einsparung von 50 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> leisten. Bis 2018 soll das Einsparvolumen auf 120 Millionen Tonnen gesteigert werden. Damit hätte Panasonic die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zum Ende des Geschäftsjahres 2005 praktisch halbiert.



Als Schwestermodell der NR-B53V1 gibt es die Side-by-Side Kombination NR-B53VW1 jetzt in Hochglanz-Weiß.

### POS-MAIL INHALT

Philips setzt auch bei der Vermarktung auf Innovation – Marke zum Wohlfühlen ... 4



UE-Aktuell ... 5, 8

Loewe Individual – Über eine Million Möglichkeiten ... 6

UE-Neuheiten ... 7, 17



Astra kündigt neuen Standard SAT-IP an – Satellitenempfang auf allen Geräten ... 8



IFA GUIDE 2012 ... 9-16

Metz kündigt erste IFA-Neuheiten an – Im Wesentlichen smart ... 17  
WLC unterstützt TV-Hersteller bei Produktentwicklung ... 18



Expert meldet Umsatzsteigerung um drei Prozent ... 19



Grundig mit neuen Produktlinien auf der IFA ... 20



Bose stellt neues Home Entertainment System vor – VideoWave, die Zweite ... 21

Premium-Konzept von ElectronicPartner ... 22

Wagners Welt ... 23

PoS-MAIL online: Ihr aktuelles Update ... 23

Impressum ... 23

# Philips setzt auch bei der Vermarktung auf Innovation

Mit einem breiten Produkt-Portfolio wird Philips Consumer Lifestyle auf der IFA 2012 für Aufmerksamkeit sorgen. Dabei setzt der Technologiekonzern nicht nur auf zahlreiche Innovationen, sondern auch auf die Stärke der Marke. Davon kann nach Ansicht von Henrik Köhler, Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Lifestyle DACH und Geschäftsführer der Philips GmbH, besonders der Handel profitieren, wenn er die innovativen Vermarktungskonzepte des Unternehmens im eigenen Geschäft umsetzt. PoS-MAIL hat mit dem Philips Manager darüber gesprochen, wie das zu verstehen ist.

# Marke zum Wohlfühlen

**PoS-MAIL:** Herr Köhler, wie geht es Ihnen und Philips nach der Trennung vom TV-Geschäft?

**Henrik Köhler:** Die Übertragung des TV-Geschäfts an TP Vision war für mich nach 20 Jahren bei Philips emotional durchaus schwierig, rational aber weiß ich, dass es ein guter und wichtiger Schritt war, um unseren Fernsehgeräten eine Perspektive für die Zukunft zu eröffnen. Das hilft nicht nur den Kollegen von TP Vision, sondern auch der Marke Philips, zu der die Fernsehgeräte ja immer noch gehören.

**PoS-MAIL:** Aus der Sicht vieler Konsumenten und auch des Fachhandels waren die Fernseher ja lange Zeit so etwas wie ein Flaggschiff Ihrer Marke. Jetzt stehen für Philips Consumer Lifestyle andere Produkte im Fokus. Wie wirkt sich das auf das Image und die Führung der Marke aus?

**Henrik Köhler:** Es ist ja nicht so, dass wir von heute auf morgen beschlossen haben, das Fernsehgeschäft in ein anderes Unternehmen zu überführen und stattdessen ein neues Produktportfolio zu vermarkten. Alle Geschäftsbereiche von Philips Consumer Lifestyle, nämlich Philips Lifestyle Entertainment, Domestic Appliances and Coffee, Personal Care and Health Care sowie Oral Health Care haben eine starke Marktposition und zeichnen sich durch hohe Wachstumsraten aus.

Heute liegen unsere Marktanteile in den wichtigen Segmenten im Durchschnitt über alle Bereiche bei knapp 20 Prozent – das bedeutet, dass die Konsumenten hier nahezu jeden fünften Euro für ein Philips Produkt ausgeben, was wiederum bedeutet: Philips hat sich als führender Anbieter von Innovationen etabliert, die zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden der Menschen beitragen. Das ist einer der Gründe dafür, dass sich der Markenwert von Philips seit 2004 nahezu verdoppelt hat.



Henrik Köhler, Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Lifestyle DACH und Geschäftsführer der Philips GmbH: „Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, das Thema Innovation anders aufzugreifen als früher.“

**PoS-MAIL:** Wie haben Sie das erreicht?

**Henrik Köhler:** Vor allem durch Innovationen. Denken Sie zum Beispiel an unsere Fidelio Lautsprechersysteme, unsere neuen Kopfhörer, die Senseo Kaffeewelt, mit der wir einen völlig neuen Markt geschaffen haben, oder auch die PerfectCare Bügelsysteme, bei denen wir die technische Innovation des Bügelns ohne Voreinstellung erfolgreich mit wegweisendem Design verbunden haben. Ein weiteres Beispiel ist unser innovatives Philips Sonicare AirFloss Zahnpflegesystem – ein völlig neuartiges Produkt, das heute so am Markt einzigartig ist. Hier haben wir mit unserer TV-Kampagne vom Start weg einen durchschlagenden Verkaufserfolg erzielt, von dem auch viele unserer Handelspartner profitiert haben. Diese Beispiele zeigen das Profil der Marke Philips: neue Technologien und großes Engagement für ein gesundes und erfülltes Leben.

**PoS-MAIL:** Wie kann der Fachhandel dieses Markenbild angesichts der Vielfalt Ihres Produktportfolios einleuchtend am PoS darstellen?

**Henrik Köhler:** Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, das Thema Innovation anders aufzu-

greifen als früher. Wir haben auf unseren Kunden-Events in diesem Frühjahr mit der Präsentation „24 Stunden – ein perfekter Tag mit Philips“ ein Beispiel dafür gegeben, wie man unsere Marke in die Lebenswelten der Konsumenten integrieren kann. Das wurde von unseren Handelspartnern gut aufgenommen.

**PoS-MAIL:** Dennoch lässt sich eine solche Präsentation nicht ohne weiteres in einem Geschäft umsetzen.

**Henrik Köhler:** In dieser Vollständigkeit ist das nicht in jedem Geschäft möglich. Aber jeder Händler kann Schwerpunkte setzen und seine Kunden durch die richtige Ansprache und Produktpräsentation für unsere Innovationen begeistern.

Nehmen wir als Beispiel noch einmal das Thema Bügeln: Sie können natürlich unsere PerfectCare Dampfbügelssysteme einfach in ein Regal mit 25 anderen Bügeleisen stellen und

warten, bis ein Kunde sich dafür entscheidet. Oder Sie präsentieren es zusammen mit dem Easy8 Bügelbrett GC240 und setzen unsere PoS-Materialien ein, um Ihren Kunden zu zeigen, wie komfortabel Bügeln ohne Voreinstellung ist. Dazu gehört natürlich auch die richtige Kundenansprache. Mit wenigen Fragen erfährt man, wie der Kunde oder die Kundin heute bügelt und ob sie schon einmal mit dem Bügeleisen ein Kleidungsstück verdorben haben. Und schon ist man im Gespräch über Bügeln ohne Probleme.

Ähnliche Konzepte funktionieren mit vielen unserer innovativen Produkte, vom Entsafter über die Kaffeemaschine bis zu unseren Fidelio Audio-Systemen. Erfolgreiche Händler lassen ihren Kunden nicht allein, sondern ermitteln durch gezielte Fragen den Bedarf und bieten dann ein Produkt an, das zum Kunden passt.

**PoS-MAIL:** Welche Unterstützung bietet Philips dabei an?

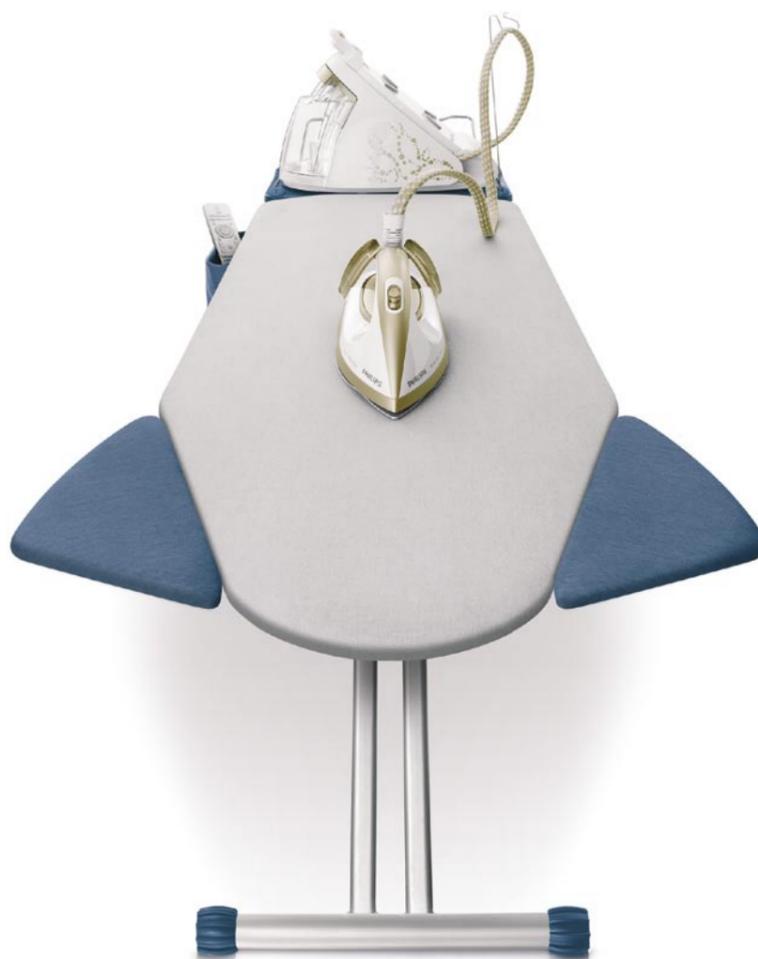
**Henrik Köhler:** Wir haben die Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern im letzten Jahr erfolgreich neu definiert, und zwar nach dem Motto „Klasse statt Masse“. Das bedeutet, es gibt heute deutlich weniger Händlerverträge als früher, aber die Handelspartner, die auf die Marke Philips setzen, werden durch unsere zahlreichen Außendienstmitarbeiter besonders intensiv unterstützt. Das geht bis zum Category Management mit Sortimentsberatung, Schulung und umfassenden Präsentationsmitteln. Dabei werden ausgewählte Produkte, die eine besondere Beratungsqualität brauchen, selektiv über unsere Fachhandelspartner vertrieben.

**PoS-MAIL:** Dennoch ist das Internet bei technischen Konsumgütern ein besonders beliebter Vertriebsweg.

**Henrik Köhler:** Es ist heute weder für Hersteller noch für den Fachhandel realistisch, den Online-Vertrieb auszublenden. Denn die Entscheidung, wo gekauft wird, trifft der Konsument. Wichtig ist eine sinnvolle Verbindung von Online-Vertrieb und stationärem Handel, und dazu gehört eine Konditionen-Politik, die sich an der tatsächlichen Leistung des Händlers orientiert. Genau das hat Philips in Europa mit der Etablierung der European Commercial Pricing Policy für alle Niederlassungen und Vertriebspartner umgesetzt.

Es geht nicht darum, Online gegen Offline auszuspielen. Wir schaffen vielmehr gemeinsam mit dem Handel eine Vermarktungs- und Angebotssituation, die es möglich macht, dass die Konsumenten für ein Produkt das Geld ausgeben, das dieses Produkt wert ist.

**PoS-MAIL:** Herr Köhler, wir bedanken uns für das interessante Gespräch.



Die Dampfbügelstation PerfectCare Silence und das Easy8 Bügelbrett GC 240 sind gute Beispiele für innovative Philips Produkte, durch deren Präsentation der Fachhandel Kunden gezielt ansprechen kann, indem er den Nutzen (hier: einstellungsfreies Bügeln ohne Hitzeschäden) deutlich macht.

UE



POS Aktuell

### 2.500. Mitglied der Grundig Fachhandelsinitiative

Der seit anderthalb Jahren bestehende einzige Fachmarkt im Umkreis von Wangen, expert Allgäu, ist das 2.500. Mitglied der Grundig Fachhandelsinitiative (GFI). Anfang Juli wurde die Urkunde dem Geschäftsführer von expert Allgäu, Ralf Weindler, überreicht.



„Ausschlaggebend für unseren Beitritt zur GFI war das starke Marktwachstum von Grundig“, erklärte Weindler. „Das zeugt von hoher Qualität und bedeutet Sicherheit für uns Fachhändler. Besonders überzeugt hat uns das GFI-Programm, weil es attraktive Margen garantiert und für eine nachhaltige und wertorientierte Vermarktung sorgt. Die Wünsche der Händler werden ernst genommen und nach Möglichkeit berücksichtigt.“

Auch das exklusive Produktsortiment City Line, das uns u. a. besondere Garantiebedingungen gewährt, ist wirklich etwas Besonderes.“

Für die Zukunft sind weitere Aktionen zur Stärkung des Abkommens zwischen Fachhändlern und Grundig sowie der weitere Ausbau des Cityline-Programms geplant. „Den Fokus setzen wir bei unserer Vertriebsstrategie nach wie vor auf den persönlichen Kontakt – gemeinsam mit dem Handel werden neue Impulse entwickelt und implementiert“, so Horst Nikolaus, Geschäftsführer Vertrieb der Grundig Intermedia GmbH. „Deshalb verstärken wir unsere Vertriebsmannschaft auch in diesem Jahr um weitere Mitarbeiter. Zudem werden wir unser Cityline-Programm durch einige Highlight-Produkte noch ergänzen.“

### Samsung Urlaubsaktion: Freiflug bei Smart Camera Kauf

Beim Kauf einer neuen smarten Samsung Kamera zwischen dem 23. Juli und dem 31. August gibt Samsung einen innereuropäischen Flug für zwei Personen dazu. Teilnehmende Händler halten im Aktionszeitraum den Aktions-Flyer mit Teilnahmechein bereit.

Käufer eines der sieben Aktionsmodelle schicken den ausgefüllten Teil-

nahmeschein inklusive einer Kopie des Kaufbelegs innerhalb von 14 Tagen nach Erwerb der Kamera an den Dienstleister TLC Marketing, Promotion und Incentive GmbH. Jeder Teilnehmer erhält daraufhin einen Code, mit dem im Zeitraum eines Jahres ein gemeinsamer Hin- und Rückflug für zwei Personen zu Zielen innerhalb Europas eingelöst werden kann. Die gemeinsame Aktion von Samsung und dem Fachhandel wird durch Radiospots, Online-Banner sowie umfassendes Werbematerial begleitet.

Die Aktion gilt für folgende Kameras: Samsung NX20: 1.099 Euro, Samsung NX210: 899 Euro, Samsung NX1000: 649 Euro, Samsung WB150F: 229 Euro, Samsung WB850F: 399 Euro, Samsung ST200F: 199 Euro und Samsung DV300F: 199 Euro (alle Preise sind UVPs).

### Zuwächse bei E-Plus

Das erste Halbjahr 2012 hat der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG anhaltend starkes Wachstum bei Umsatz und Kundenzahlen beschert. Die Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen stiegen im 2. Quartal im Vergleich zum Vorjahreswert um 3 Prozent auf 791 Millionen Euro. Der Gesamtumsatz inklusive Endgeräteverkäufe und sonstiger Erträge lag im zweiten Quartal bei 842 Millionen Euro. Das EBITDA blieb im Zeitraum April bis

Juni 2012 mit 335 Millionen Euro trotz stärkerer Marketingaktivitäten im Vorjahresvergleich stabil.

Einen entscheidenden Anteil an den Zuwächsen hatte das Geschäft mit mobilen Internetzugängen. E-Plus erzielt inzwischen 39 Prozent der Kundenumsätze mit mobilen Datenverbindungen und SMS. Dieser Trend spiegelt sich auch in den im Frühjahr von der E-Plus Gruppe initiierten Allnet-Flats zu Discount-Preisen von 19,90 Euro im Monat wider.

### gfu erwartet Wachstum für CE und Hausgeräte

Die Gesellschaft für Unterhaltungselektronik gfu erwartet für dieses Jahr bei Consumer Electronics und Hausgeräten ein Wachstum zwischen 3 bis 5 Prozent. Wachstumstreiber bei Consumer Electronics sind dabei vor allem Tablet-PCs, Smartphones und – wenn auch mit geringerer Dynamik als in den Jahren zuvor – LCD-TVs, bei denen Technologien wie HDTV, 3D und Smart TV für Impulse sorgen. Bei den Hausgeräten seien vor allem energieeffiziente Großgeräte, Kaffee-Vollautomaten und Produkte für die Körper- und Kleidungspflege gefragt, erklärte der Verband.

„Unsere Branchen schaffen mit ihren innovativen Produkten und Systemlösungen klar erkennbaren Mehrwert für die Konsumenten. Dies ist die

Basis für eine weiterhin positive Marktentwicklung“, erklärt Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu.

Ausgehend von einem weiterhin positiven wirtschaftlichen Umfeld in Deutschland mit hoher Anschaffungsneigung und positiver Lage am Arbeitsmarkt geht die gfu für das laufende Jahr aktuell von einem Umsatzwachstum im Markt für Consumer Electronics-Produkte in Höhe von knapp drei Prozent aus. Dabei erwartet man in allen drei Bereichen (Unterhaltungselektronik, privat genutzte TK und IT) Zuwächse. Bei den Elektrohaushaltsgeräten (Groß- und Kleingeräte) rechnen die Marktforscher (basierend auf der letzten Quartalsprognose im Frühjahr) in diesem Jahr aktuell mit einem weiterhin positiven Geschäftsverlauf. Die deutlich gestiegene Zahl der Baugenehmigungen für Wohnungen in 2011 wird in diesem Jahr für vermehrte Wohnungsfertigstellungen sorgen und damit für Nachfrage nach neuen Küchen und Einbaugeräten.

Positiv wirken sich weiterhin der hohe Ersatzbedarf aus sowie die Verbesserung der Energieeffizienz. Bei den Kleingeräten werden die Haupttrends in den Bereichen der Lifestyle-Produkte auch 2012 Bestand haben und höherwertige Produkte weiterhin gefragt bleiben, heißt es in einer Pressemitteilung.

# Kleiner Preis für alle!

5€\*  
monatlich

**NEU!** In alle dt. Netze bis zu 50 Min. telefonieren und 50 SMS verschicken für nur 5,-€ mtl.\*

Mein BASE basic

E-Plus Service GmbH & Co. KG, Edison-Allee 1, 14473 Potsdam

\* Dieses Angebot gilt nur bei Abschluss eines Mobilfunkvertrags im Tarif „Mein BASE basic“ mit 24 Monaten Mindestlaufzeit und monatlichem Grundpreis von 5,- €. Im Grundpreis enthalten sind bis zu 50 Minuten für nationale Gespräche und 50 SMS für nationalen Versand in alle Mobilfunknetze ohne weitere Berechnung. Außerhalb der Inklusivleistungen: 0,29 € pro Min./SMS. Jede angefangene Gesprächsminute wird unabhängig von ihrer tatsächlichen Dauer stets voll berechnet (Minutentakt). Inklusivleistungen und Preise gelten nicht für Sondernummern und (Mehrwert-)Dienste. Mailbox kostenlos, Hotline 1140 (0,99 €/Anruf vom Handy aus dem E-Plus Netz). Nur mit Online-Rechnung. Der Kunde kann sich im Verhältnis zu BASE auf die Online-Rechnung berufen.

**BASE**

# Über eine Million Möglichkeiten

# Der neue Loewe Individual

Mit dem neuen Home Entertainment System Loewe Individual bietet der Kronacher High-End-Hersteller so viel Personalisierung wie nie zuvor. Mit einer großen Auswahl von Farben, Materialien, Oberflächen, Bildschirmgrößen, Soundoptionen, Aufstellvarianten, Multimedia-Anwendungen und Vernetzungsoptionen offeriert der

neue Loewe Individual über eine Million Möglichkeiten. Damit steht dem Hightech-Fachhandel ein einzigartiges Produktkonzept zur Verfügung, das die maßgeschneiderte Konfiguration designorientierter Home Entertainment Systeme der Premiumklasse für praktisch jeden Kunden ermöglicht.

## Hervorragende Klangqualität

Auch das neue Klangkonzept des Loewe Individual entspricht höchsten Ansprüchen: Der optional montierbare, noch schlankere Individual Stereospeaker bietet mit seinen acht Lautsprechern eine Musikleistung von 2 x 40 Watt bei weiter verbesserter Bass-Wiedergabe. Mit dem integrierten Mehrkanal-Decoder wird der neue Individual außerdem zur Schaltzentrale des Home Entertainment Systems.

Auch in Sachen Umwelt spielt der neue Loewe Individual in der Oberklasse: Er besteht nicht nur aus wertigen, leicht wiederverwendbaren Materialien wie Aluminium, sondern er hat auch einen sehr niedrigen Energieverbrauch (Energieeffizienzklasse A).

Besondere gestalterische Akzente können mit vielen individuellen Farben – von Hochglanz Weiß, Schwarz oder Silber bis Beige, Grün oder Orange – nicht nur bei den seitlichen Intarsien gesetzt werden, sondern auch bei den Aufstell-Lösungen, mit denen der Loewe Individual als Tischgerät oder frei im Raum installiert werden kann. Die Loewe Flat-TVs selbst werden u. a. in den Farben Weiß Hochglanz, Alu Schwarz und Alu Silber ausgeliefert. Das minimalistische Design der neuen Geräte stammt von Phoenix Design Stuttgart und rückt mit sehr schlankem Rahmen (Slim Frame Design) das Fernsehbild noch mehr in den Mittelpunkt. Durch die elegant getönte Filterglas-scheibe entsteht zusätzliche Brillanz mit hohem Kontrast und perfektem Schwarz. Alle Bildschirmgrößen – 40, 46 und 55 Zoll – bieten Full-HD-LCD-Technologie mit LED-Hinterleuchtung und 400-Hz-Bildwechselfrequenz und sind daher auch hervorragend für die Darstellung von 3D-Inhalten geeignet. Zukunftssicherheit garantiert der integrierte Dual-Triple-Tuner in Verbindung mit der CI+-Schnittstelle zum HDTV-Empfang verschlüsselter Sender. Der ins Fernsehgerät integrierte Festplattenrecorder mit geräumiger 750-GB-Festplatte kann neben 2D- auch 3D-Inhalte aufzeichnen und über WLAN, LAN oder Powerline an weitere Loewe Fernseher streamen. Auch zeitversetztes Fernsehen über mehrere Räume hinweg ist möglich.

Der neue Loewe Individual bietet durch den HbbTV-Standard mit nur einem Tastendruck auf den roten Knopf der Fernbedienung Zugriff auf zahlreiche internetbasierte Dienste. Dazu gehören z. B. die Mediatheken und programmbegleitenden Portale beliebter Sender wie ARD, ZDF und Arte.

## Neues Bedienkonzept

Das vollkommen neue Bedienkonzept des Loewe Individual macht die Steuerung der Geräte und Anwendungen besonders komfortabel. Der Zugriff auf die favorisierten Fernsehprogramme, Internetangebote, persönliche Fotos, Videos und Apps ist direkt vom Startbildschirm aus möglich. Dabei können die individuellen Lieblingssender ebenso einfach festgelegt werden wie Inhalte aus dem Festplattenrecorder, Internetseiten, Apps aus dem MediaNet Portal oder Dateien aus dem persönlichen Netz-

werk, z. B. Fotoalben. Alle wesentlichen Bedienschnitte werden intuitiv mit dem Cursor der Loewe Fernbedienung gesteuert. Dieses Konzept reduziert die Anzahl der Tasten auf der Fernbedienung erheblich. Die auf das Wesentliche konzentrierte Gestaltung des On-Screen-Menüs mit plakativen Icons erleichtert die schnelle Orientierung. Und: Die neue Loewe Bedienung kann leicht auf mobile Endgeräte übertragen werden, so dass das Loewe Home Entertainment System auch über das iPad, den Tablet PC oder das Smartphone gesteuert werden kann.



Das vollkommen neue Bedienkonzept des Loewe Individual macht den Zugriff auf die favorisierten Fernsehprogramme, Internetangebote, persönlichen Fotos, Videos und Apps direkt vom Startbildschirm aus möglich.



Mit vielen individuellen Farben – von Hochglanz Weiß, Schwarz oder Silber bis Beige, Grün oder Orange – können nicht nur bei den seitlichen Intarsien persönliche Akzente gesetzt werden, sondern auch bei den Aufstell-Lösungen.

## Neue Farben für die Loewe SoundBox

Die erfolgreiche Loewe SoundBox gibt es ab Herbst auch – passend zu den Loewe Connect ID Fernsehern – in den Farben Grün, Beige und Orange. Zudem können die Kunden mit neuen Intarsien persönliche Akzente setzen. Die bewährten Farben Schwarz und Silber bleiben im Programm.

Damit steht die Loewe SoundBox jetzt in fünf Farben zur Verfügung. Sie vereint ein RDS-Stereo-Radio, einen hochklassigen CD-Spieler sowie einen eleganten Wecker. In dem kompakten Gerät sind zwei 4 Zoll Full Range Stereo-Lautsprecher sowie zwei digitale Stereoverstärker untergebracht. So entstand ein intuitiv bedienbares All-in-One-Gerät, das mit überraschendem Raumklang, sorgfältig aufeinander abgestimmten Bauteilen und edlem Design aufwartet.

Das CD-Laufwerk mit automatischem Einzug unterstützt gängige Musikformate wie MP3 oder WMA. Das FM-RDS-Radio bietet einen

sauberen Empfang mit einem akzentuierten Klangbild ohne Rauschen und Kratzen. Auch Musik vom iPod oder iPhone kann durch die integrierte Dockingstation einfach und bequem wiedergegeben werden.

Die Titel der Songs, die in einem MP3-File gespeichert sind, alle wichtigen Radio-Informationen der Sender und die Uhrzeit werden über das integrierte Display angezeigt, das auch aus größerer Entfernung gut lesbar ist. Außerdem besitzt die elegante Loewe SoundBox sowohl einen USB-, einen Aux-In- und einen Kopfhörer-Anschluss. Sämtliche Funktionen können entweder an der SoundBox selbst oder per Fernbedienung bequem gesteuert werden.

Auch bei der SoundBox setzt Loewe auf Individualität: Das reduzierte, gradlinige Design kann mit der auswechselbaren Intarsie auf der Oberseite, unter der das integrierte CD-Laufwerk versteckt ist, personalisiert werden.

Grün, Beige und Orange sind die neuen Farben für die Loewe SoundBox.





UE

### Panasonic bringt all-in-one Blu-ray-Recorder

Für Sat- und Kabelkunden bringt Panasonic Ende September 2012 seine Blu-ray-Recorder jetzt mit Twin HD DVB-C Tuner heraus. Damit können die Geräte als Set-Top-Box, Festplattenrecorder, Blu-ray-Player und Blu-ray- bzw. DVD-Recorder eingesetzt werden.

Mit ihrem Twin HD DVB-C Tuner und zwei CI Plus Einschüben sind die Blu-ray-Recorder geeignet, das große Angebot des digitalen Kabelfernsehens in Standard Definition oder HD-Qualität zu empfangen. Dabei können zwei Sendungen parallel empfangen und aufgezeichnet werden, auch wenn gleichzeitig ein Film von Blu-ray-Disc oder Festplatte angesehen wird. Im heimischen WLAN holt die „DIGA Player“ App für Android und iOS das laufende TV-Programm als Live Stream auf den Tablet-PC oder das Smartphone. Zudem teilt der Blu-ray-Recorder Aufnahmen, Fotos und Videos mit anderen DLNA-zertifizierten Geräten im Heimnetzwerk. Für Medienvielfalt sorgen auch ein SD-Speicherkartenslot und zwei USB-Eingänge. Die optionale Panasonic Kommunikationskamera TY-CC20 ermöglicht Video-Telefonate über Skype.

Mit der Fernbedienung sind viele Funktionen im Direktzugriff wie zum Beispiel der elektronische Programmführer über die grüne „Guide“-Taste erreichbar. Die Panasonic Blu-ray-Recorder DMR-BCT820/721/720 sind ab Ende September 2012 erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung für den schwarzen DMR-BCT820 mit 1-TB-Festplatte beträgt 799 Euro. Der DMR-BCT721/720 (silber/schwarz) mit 500-GB-Festplatte kommt für 699 Euro (UVP) in den Handel.

### LG stellt erste Dockingstationen vor

Die neuen von LG vorgestellten Dockingstationen ND8520, ND5520, ND4520 und ND1520 zeichnen sich nach Angaben des Unternehmens durch satten Sound und klares Design aus.

Herzstück der neuen Serie ist die in klassischem Weiß mit feiner Gitterstruktur gehaltene ND5520, die über zwei separate Docks für Android-basierte Smartphones sowie iPod & Co. verfügt. Außerdem ermöglicht die Anlage Streaming via Bluetooth. Im Gerät sind zwei hochwertige Lautsprecher (für Stereo-Sound) verbaut, die üblicherweise nur im Heimkinobereich Anwendung finden. Auch wenn die ND5520 über eine Fernbedienung verfügt, bietet sie dem Kunden den Komfort einer Smartphone App, mit der die Bedienung ganz einfach ist. Mit drei Klicks wird die Bluetooth-Verbindung hergestellt. Auf Wunsch startet die App automatisch, sobald das Smartphone angedockt wird.

Die einzelnen Dockingstationen verfügen über unterschiedliche Features: Bei den LG-Modellen ND8520 und ND4520 kann via Bluetooth auf Dateien von Android-Geräten zugegriffen werden. Die ND8520 zeichnet sich durch ein ausgefallenes Würfel-Design in elegantem Schwarz aus und verfügt sogar über Airplay-Unterstützung. Die kompakte ND4520 ist im Batteriebetrieb mobil. Und der handliche Radiowecker ND1520 verfügt über eine Schlummerfunktion. Die Geräte sind ab sofort im Handel erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlungen: ND8520: 299 Euro, ND5520: 199 Euro, ND4520: 149 Euro, ND1520: 99 Euro.

### Asus PadFone: Smartphone, Tablet und Netbook in einem

Das jetzt von Asus vorgestellte PadFone mit nur 129 Gramm Gewicht und geringen Abmessungen ist nach Unternehmensangaben das welt-

weit erste Smartphone, das sich auch in ein Tablet oder ein Netbook verwandeln lässt. Um zu telefonieren oder E-Mails abzurufen, wird das mit einer Display-Oberfläche aus kratzfestem und robustem Corning Gorilla Glas versehene Asus PadFone als Smartphone genutzt. Das Phone ist 129 Gramm leicht, basiert auf Android 4.0 und ist mit einem 4,3 Zoll (10,9 Zentimeter) großen AMOLED Display (960 x 540 Pixel) ausgestattet. Wird ein größerer Bildschirm benötigt, wird das Smartphone einfach in die Asus PadFone Station gesteckt. Das nun vollständige Tablet zeigt Bilder, Filme oder auch Dokumente mit einer Auflösung von 1.280 x 800 Bildpunkten; dabei wird die Wiedergabe au-

tomatisch an das größere Bildschirmformat angepasst.

Falls eine Tastatur benötigt wird, bietet Asus das PadFone Station Dock an, das das Gerät in ein Netbook umfunktioniert. Für schnelle Notizen oder das exakte Anwählen kleiner Bedienelemente ist der PadFone Stylus im Lieferumfang enthalten. Der Stift ist mit einem Mikrofon und einem Empfänger ausgestattet und kann so auch als Bluetooth Headset genutzt werden.

Das Smartphone verfügt über eine 8-Megapixel-Kamera mit Autofocus-Funktion, größte Blende f2.2 und LED-Blitzlicht, die auch beim Einsatz mit der Asus PadFone Station genutzt werden kann, die zusätzlich mit einer 1,3-Mega-

pixel-Kamera auf der Vorderseite ausgerüstet ist.

Das Asus PadFone bietet des Weiteren einen Micro-SD (SDHC/SDXC)-Kartenleser für Karten bis zu 32 GB, ein Micro-USB und einen Micro-HDMI-Port, den aktuellen Bluetooth 4.0 Standard, mit dem sich kabellos Daten über kurze Distanz zu einem weiteren bluetooth-fähigen Gerät funken lassen.

Das Asus PadFone wird in Deutschland seit dem 1. August 2012 exklusiv über E-Plus vertrieben. Zu einem späteren Zeitpunkt wird es auch in anderen Vertriebskanälen erhältlich sein. Das Asus PadFone Station Dock wird im Asus Onlineshop angeboten.

www.grundig.de

# Meister der Farben – der Bundesliga-Fernseher mit Picture Intensifier.

Erstklassige Erlebnisse dank extra Bildprozessor.



Sie wollen, dass Ihre Farbe gewinnt? Dann setzen Sie auf die Grundig Bundesliga-Fernseher mit neuartigem Picture Intensifier, einem Zusatzprozessor, der die Bildqualität optimiert. Die Ergebnisse: Intensivere Farben, besserer Kontrast und schnellerer Bildaufbau.

AUS GUTEM  
**GRUNDIG**

# Astra kündigt neuen Standard SAT-IP an

## Satellitenempfang auf allen Geräten

Ein neuer Standard soll es möglich machen, Satellitenfernsehen über beliebige IP-Netze auf zahlreichen Endgeräten wie iPad, Android-Smartphones oder Spielkonsolen zu empfangen. Dazu haben SES und Astra gemeinsam den neuen Standard SAT-IP entwickelt. Bereits auf der IFA sind die ersten Geräte zu erwarten, mit denen man die neue Technik nutzen kann.

SAT-IP „übersetzt“ die linear über Satellit ausgestrahlten Signale wie Fernsehprogramme für die Nutzung auf internetbasierten Endgeräten in die IP-Welt. So können Zuschauer ohne zusätzlichen Verkabelungsaufwand TV-Programme, die über Satellit übertragen werden, in der gewohnt guten Qualität auf verschiedenen Endgeräten sehen, ohne dabei eine Internet-Verbindung nutzen zu müssen.

„Nach der Digitalisierung steht das Satellitenfernsehen vor dem nächsten Quantensprung“, erklärte Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer Astra Deutschland. „SAT-IP ermöglicht Satellitenfernsehen auch auf Geräten ohne integrierten Sat-Empfänger wie Tablets oder Smartphones – und das über jede vorhandene IP-Infrastruktur. Für die Übertragung der TV-Programme ins heimische IP-Netzwerk fallen keine Gebühren an, SAT-IP ist bis auf die Anschaffung der nötigen Hardware kostenlos.“

### SAT > IP

Mit einem SAT-IP Konverter können verschiedene digitale Endgeräte mit Satellitensignalen versorgt werden, auch wenn sie nicht mit einem Sat-Empfangsteil ausgestattet sind.



Für die Umwandlung der Satellitensignale werden bereits auf der IFA Konverterboxen auf den Markt kommen, die bis zu vier verschiedene TV-Kanäle gleichzeitig an vier verschiedene Endgeräte übertragen können. Modelle mit acht Tunern könnten laut Astra bald folgen. Zu einem späteren Zeitpunkt sollen spezielle Satellitenreceiver oder sogar IP-LNBs auf den Markt kommen, in denen die Sat-IP-Konverter-Logik bereits eingebaut ist.

Nach der Umwandlung werden die Satellitenprogramme über das Heimnetzwerk zu den Empfangsgeräten transportiert. Tablets, PCs, Laptops, Smartphones, Connected TVs, Spielkonsolen oder MediaPlayer sind automatisch für den Empfang geeignet, wenn sie über die entsprechende Software verfügen. Bei vielen Geräten genügt ein Software-Update oder eine App, um

SAT-IP-fähig zu werden. So werden Lösungen für praktisch jede Wohnsituation möglich: Der Zuschauer kann frei entscheiden, über welches IP-Netz er die Programme übertragen möchte. Über Ethernet stehen mindestens 100 MBit/s zur Verfügung. Gleiches gilt für moderne Powerline-Adapter. Damit lassen sich immerhin acht HD-Programme oder 25 bis 30 SD-Programme gleichzeitig übertragen. Bei WLAN ist die Bandbreite in der Regel etwas geringer, wobei die Nettodatenrate von der Entfernung zum Zugangspunkt und von Interferenzen zu Nachbarnetzen abhängt.

### Chancen für Hersteller und TV-Sender

VSAT-IP eröffnet Herstellern und dem High-tech Fachhandel viele Möglichkeiten, um

eine große Bandbreite innovativer Hard- und Software – vom IP-Multiswitch über Receiver bis zur App – zu vermarkten. Auch für TV-Sender bietet SAT-IP eine Reihe von Vorteilen. Nicht nur im Vergleich zu rein IP-basierten Transportwegen sei die Übertragung über Satellit die effizienteste Variante, betonte Elsäßer: „Gerade im linearen Live-Broadcastbetrieb ist der Satellit für die Übertragung die wirtschaftlichste Lösung für die Sender. Durch SAT-IP wird sichergestellt, dass sie mit ihrem Angebot alle relevanten Endgeräte erreichen. Dadurch wird die Sender-Reichweite erheblich gesteigert, MultiScreen-Fernsehen wird so einfach wie nie zuvor.“ SAT-IP soll als offener, herstellerunabhängiger europäischer Standard etabliert werden und wurde von SES bereits bei der europäischen Standardisierungsorganisation CENELEC eingereicht.

### PoS Aktuell



Matthias Gehle, seit Juni Product Marketing Manager für die Marke Kenwood

ist seit Juni Product Marketing Manager für die Marke Kenwood. Zuvor hatte er bei bekannten Herstellern wie Unilever, Bonduelle und Fissler verschiedene Positionen im Bereich Product Marketing und PR inne. Matthias Gehle berichtet an De'Longhi Marketing Director Martin Thielmann.

### Personalveränderungen bei De'Longhi

De'Longhi hat in verschiedenen Bereichen Personalveränderungen angekündigt. So ist Michael Maier (41) ab sofort Prokurist der De'Longhi Deutschland GmbH und verantwortet weiterhin den gesamten Vertrieb der Marke De'Longhi und Kenwood.

Olaf Schmidt-Günther (47) ist seit Anfang des Jahres neuer Vertriebsleiter Süd im Team von De'Longhi. Stationen seiner Karriere waren u. a. Hersteller wie Philips, Mitsubishi, JVC und Samsung. Jörg Reichel (44), seit 2010 für die Position des Vertriebsleiters Süd bei De'Longhi verantwortlich, hat nun die Funktion des Vertriebsleiters Metro-Group übernommen. Jochen Schenkenbach (31) ist neuer Key Account Manager im Team von De'Longhi. Seine bisherigen beruflichen Stationen waren die Hersteller Kodak und LG Electronics Deutschland. Er gehört zu der Riege von Nachwuchs-Vertriebsmanagern, mit denen De'Longhi Deutschland konsequent weiter auf Wachstum setzt. Matthias Gehle (33)

### OneButton übernimmt cinemizer Vertrieb für Zeiss

Die Bonner Vertriebsgesellschaft OneButton übernimmt die Distribution der neuen cinemizer OLED Multimediabrille von Carl Zeiss in der EMEA Region. Als Business Partner betreut OneButton eine wachsende Anzahl von Händlern in ausgewählten Zielgruppenmärkten.

Die beiden OneButton Geschäftsführer Michael Werni und Thomas Müller besitzen jahrelange Erfahrung in Vertrieb und Marketing von Multimedia- und Telekommunikationsprodukten. 2007 gründeten sie das gemeinsame Unternehmen OneButton. Um den cinemizer OLED auf dem Markt als Herzstück für innovative Applikationen zu etablieren, will der Distributor auf spezialisierte Partner im Fachhandel setzen. „Wir wollen den cinemizer OLED nicht einfach nur in Regalflächen platzieren, sondern mit Fachhändlern zusammenarbeiten, die den Verkauf durch intensive Beratung und ‚added values‘ vorantreiben. Mit dem cinemizer OLED können Händler ihren Kunden ein einmaliges Produkt anbieten, mit dem sie vollständig in virtuelle Welten eintauchen können und welches ihnen als Basis für eine Vielzahl innovativer Lösungen einen deutlichen Mehrwert bietet“, so Michael Werni.

OneButton bietet seinen Partnern umfassende Unterstützung, zum Beispiel durch Schulungen, Service, Banner oder Werbekostenzuschüsse. Der cinemizer OLED bietet seinem Träger hohen Komfort und Mobilität, ausgefeilte Technik und eine nahezu vollständige Immersion. Zudem verfügt er über einen integrierten Akku und eine großzügige Dioptrieneinstellung pro Auge. Die neue Multimediabrille ist zum Preis von 649 Euro (UVP) inkl. HDMI-Adapter erhältlich.



## **Auf den folgenden Seiten haben wir für Sie die wichtigsten Informationen für Ihre Messeplanung zur diesjährigen IFA in Berlin übersichtlich zusammengestellt.**

Das Messegelände ist für die IFA-Besucher vom 31. August bis 5. September 2012 täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Der Internationale Fachbesucher-Empfang am Eingang Süd, Halle 1.1/2.1 steht Fachbesuchern bereits zwei Stunden vor dem offiziellen Messebeginn ab 8.00 Uhr offen. 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](http://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. Dort wird auch die aktuelle IFA-Ausgabe von PoS-MAIL erhältlich sein.

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](http://www.ifa-berlin.de). Dort können Sie im Ticket-Shop auch Ihre Fachbesucher-Ausweise bestellen.

### **Ticketpreise für Fachbesucher:**

Im Vorverkauf bis 30. August: Tageskarte **35,-** Euro, 2-Tages-Ausweis **49,-** Euro

An der Tageskasse: Tageskarte **43,-** Euro, 2-Tages-Ausweis **63,-** Euro

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



# POS-MAIL IFA GUIDE 2012

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Liebe Leserinnen und Leser,

die IFA zeigt in diesem Jahr erneut auf, dass die digitale Revolution für jeden Lebensbereich tiefgreifenden Wandel bedeutet. Auf der weltweit größten Messe für Consumer Electronics und Home Appliances werden auch 2012 Innovationen und Premieren präsentiert, die die globalen Märkte und die Konsumentenwelt von morgen beeinflussen werden. Wachstum kommt durch Innovationen, also die neuen Produkte der IFA.

Für das Jahresendgeschäft ist die IFA Impulsgeber der Branche und Ordermesse der neuesten Produktinnovationen. Sie verknüpft Hersteller, Handel und Publikum in einzigartiger Weise. Die ungebrochene Dynamik der Innovationen sowie das Interesse der Aussteller, Medien und Konsumenten sorgen auch 2012 für Optimismus. Wir rechnen mit einer gegenüber dem Rekordvorjahr erneut steigenden Ausstellungsfläche. Signifikantes Wachstum melden auch die noch jungen Ausstellungssegmente IFA iZone und IFA eLibrary.

Dass sich 240.000 Besucher und über 6.000 Journalisten rund um die Consumer Electronics und Home Appliances Welt in Berlin treffen, ist weltweit einmalig.

Seien Sie dabei!

Ich freue mich, Sie auf der IFA begrüßen zu dürfen.

Ihr

Dr. Christian Göke  
Geschäftsführer, COO der Messe Berlin GmbH



Herzlich Willkommen zur IFA 2012!

Aufbauend auf dem Erfolg der IFA 2011 ist die weltweit führende Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances weiter auf Wachstumskurs. Wir verzeichnen in allen Bereichen Zuwächse bei den Ausstellern und sind überbucht. Gute Vorzeichen also für eine interessante und erfolgreiche Veranstaltung.

Die IFA zeigt das ganze Neuheitenspektrum aus der innovativen und dynamischen Consumer Electronics-Industrie. Immer größere TV-Bildschirme mit gestochen scharfen Bildern und

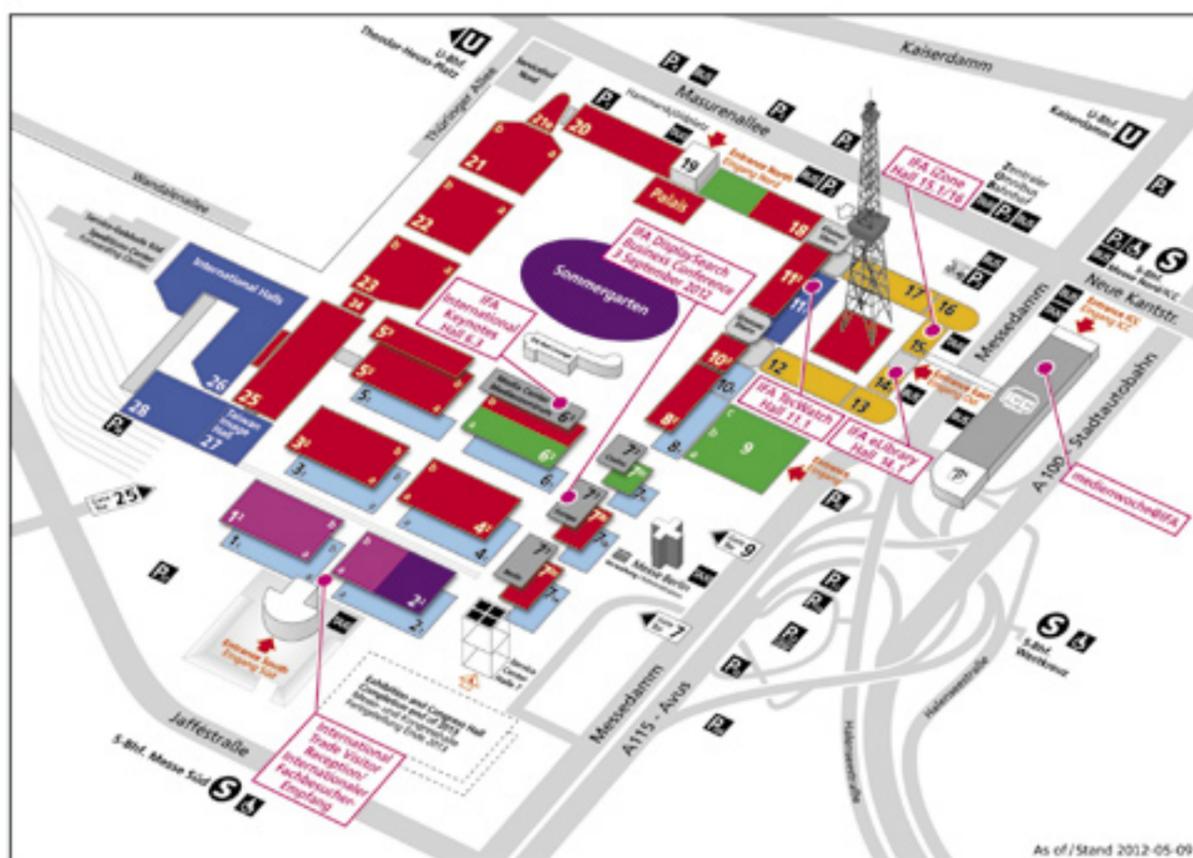
brillanten Farben, 3D mit und ohne Brillen – auch für Computerbildschirme, flache, leichte, leistungsfähige, schnelle Ultrabooks, die Vernetzung von immer mehr Gerätearten aus den Sparten CE, IT und TK, daheim und unterwegs – die IFA 2012 präsentiert die Trends aus allen Bereichen der Branche.

Nicht minder innovativ sind die Top-Marken der Elektro-Hausgeräte-Industrie. Die aktuellen Hausgeräte machen das Leben im Haushalt nicht nur leichter und schöner, sie geben auch Lifestyle-Trends wie gesundes Kochen, Wellness oder effiziente Energienutzung und Ressourcenschonung vor. Bedienkomfort, intelligente Technologien und natürlich exzellentes Design sind die herausragenden Kennzeichen moderner Elektro-Hausgeräte und Elektro-Kleingeräte der führenden Hersteller.

Auf keiner anderen Messe werden mehr Produktneuheiten gezeigt als auf der IFA in Berlin. Mehr als 6.000 Journalisten sorgen für eine umfassende, globale Berichterstattung. Dazu bietet die IFA einen Mix aus Information und Unterhaltung mit einem umfassenden Showprogramm.

Lassen Sie sich überraschen und seien Sie gespannt, welche Premieren die IFA 2012 bietet.

Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu – Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Veranstalter der IFA



## IFA 2012

- IFA Home Entertainment**  
TVs · Blu-ray · Home Cinema · Home Servers & Recorders
- 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 eLibrary
- 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, 31. August – 05. September 2012



# POS-MAIL IFA GUIDE 2012

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

**PHILIPS**  
sense and simplicity

*Sehr geehrte  
Handelspartner,*

Henrik Köhler  
Geschäftsführer  
Philips GmbH  
und Leiter der Sparte  
Consumer Lifestyle DACH



die IFA 2012 steht bevor – wie in jedem Jahr eine der wichtigsten Veranstaltungen unserer Branche. Auch in diesem Jahr präsentiert sich Philips Consumer Lifestyle vom 31.8. bis zum 5.9. in Halle 22 auf dem Messegelände in Berlin. Dort werden wir Ihnen gemeinsam mit unseren Kollegen von TP Vision die Philips Produkt- und Technologieneuheiten für das Jahresendgeschäft und für 2013 vorstellen. Ich freue mich sehr, Sie auf unserem Messestand begrüßen zu dürfen und lade Sie ganz herzlich dazu ein, Termine mit uns zu vereinbaren.

Was erwartet Sie bei Philips Consumer Lifestyle: Wir werden Ihnen aus jedem unserer Produktkategorien eine Vielzahl neuer Geräte und Innovationen präsentieren, die Ihnen dabei helfen werden, Ihren Umsatz mit Philips in der wichtigsten Zeit des Jahres noch einmal zu steigern. Dafür steht Ihnen wie gewohnt unsere gesamte Philips CL Vertriebsmannschaft zur Verfügung. Nutzen Sie die Gelegenheit für ausführliche Gespräche und attraktive IFA Angebote von Philips. Lassen Sie sich zudem inspirieren, wie eine optimale Produktpräsentation in Ihrem Ladengeschäft aussehen kann und wie die Technologien von morgen miteinander harmonieren und so das Leben unserer Kunden schöner und einfacher gestalten. Selbstverständlich freuen wir uns ebenfalls über Ihr Feedback. Wir setzen auf einen offenen und intensiven Austausch mit Ihnen. Sie gehören zu unseren wichtigsten Partnern und sind die Schnittstelle zu unseren Konsumenten. Gemeinsam können wir den Markt erfolgreich gestalten, die IFA ist dafür eine optimale Plattform.

Wir sehen uns in Berlin. Bis dahin die besten Grüße.

Ihr  
  
Henrik Köhler

## Fidelio Wireless Hi-Fi für die Zukunft im Audio-Markt

Philips macht auf der IFA Smart Audio zum Thema: Die Fidelio Wireless Hi-Fi kann mit der AirStudio App bequem über Apple und Android Smart Devices bedient werden. Das erleichtert den Zugriff auf die eigenen Musik-Bibliotheken ebenso wie auf die 30.000 verfügbaren Internetradiosender nebst Napster & Co.

Dabei steht Philips Fidelio Wireless Hi-Fi für einen brillanten Klang und modernes, zeitloses Design. 3D-angewinkelte Lautsprecher und Class-D-Digital-Endstufen erzeugen realistische akustische Details und einen breiten Stereo-Sound wie professionelle Hi-Fi-Lautsprecher. Holz, gebürstetes Aluminium und vergoldete Stecker sind Bestandteil der hochwertigen Verarbeitung und Grundlage des bekannten Fidelio Designs.

Die AirStudio App für Apple und Android leitet den User in nur drei Schritten durch die Installation des Gerätes, für die man vom Auspacken bis zur Wiedergabe lediglich fünf Minuten braucht. Der gewünschte Titel wird einfach per Drag-and-drop von der Quelle auf den Lautsprecher gezogen. Fünf Bedientasten ermöglichen den direkten Zugriff auf Online-Musikdienste.

Für verschiedene Raumgrößen gibt es perfekt abgestimmte Philips Fidelio Wireless Hi-Fi Lautsprecher: Der Fidelio A9 für Sound-Puristen besteht aus einem Satz von zwei Lautsprechern und beschallt besonders große Räume mit voluminösem Stereo-Sound. Mit nur einem Lautsprecher passt der Fidelio A5 auf jeden Schreib- oder Nachttisch, Küchenschrank oder ins Regal. Der Fidelio A3 steht dank seines kompakten Designs für Flexibilität und spart Platz in kleineren Räumen. Für ein bereits vorhandenes Audio-System ohne Online-Verbindung eröffnet der Fidelio A1 die Welt von iTunes, Napster und Co. Und für Besitzer hochwertiger Stereo-Boxen ist der Fidelio A2 als Wireless Hi-Fi-Receiver die perfekte Ergänzung. Zusätzlich ist dank der Multi-Room Funktionalität die Steuerung mehrerer Wireless Hi-Fi-Lautsprecher in unterschiedlichen Räumen über die AirStudio App möglich.



## C6 Reiniger

**Carson Optical, amerikanischer Hersteller innovativer und qualitativ hochwertiger Produkte im Bereich Optik**, setzt mit seinen neu entwickelten C6 Reinigern hohe Maßstäbe in der Reinigung empfindlicher Optik und Bildschirmoberflächen. Die Technologie der C6 Reiniger basiert auf Nano-Partikeln aus Karbon und ist frei von Ammoniak und Alkohol. Ein für jedes Display/Objektiv optimaler Wirkungsgrad lässt sich durch die verschiedenen Größen und Oberflächen der Reiniger erzielen.



Sie finden uns  
am Carson-Stand  
Halle 14.1 • Stand 302

**CARSON**  
Innovation in Quality Optics

## Dyson: Die neue Art des Staubsaugens

Dyson präsentiert zur IFA 2012 „Die neue Art des Staubsaugens“. Max Conze, CEO Dyson Ltd., und Nichola Sheargold, Dyson Ingenieurin, stellen im Rahmen der offiziellen Pressekonferenz am 31. August um 12 Uhr auf dem Dyson **Stand 204 in Halle 4.1** die neueste Dyson Technologie vor.

Wie immer stand bei der Entwicklung das Lösen von Alltagsproblemen im Vordergrund.

Akribische Detailarbeit macht die Produktneuheit von Dyson zur „neuen Art des Staubsaugens“.

Wir freuen uns auf Sie!



**dyson**

**vogel's** | expanding experiences



**EFW 6345 PLUS**  
LCD/Plasma-Wandhalter  
[www.vogels.com](http://www.vogels.com)

**Wandhalter bis zu 80 Zoll bei Vogel's / Schnepel**  
Flexibilität und Bewegungsfreiheit sind die Hauptvorteile des EFW 6345 PLUS, da Sie Ihren Bildschirm für ein optimales Seherlebnis nach Belieben neigen und drehen können. Zudem ist Ihr Bildschirm sowie Ihre Wand gesichert, denn der EFW 6345 PLUS verfügt über das einzigartige Screen Protection System (SPSTM) von Vogel's zum Schutz des Bildschirms und der Wand.

**SCHNEPEL**

Besuchen Sie die Vogel's / Schnepel Group  
Halle 25 Stand 138 + 164 - 166

# POS-MAIL IFA GUIDE 2012

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

## Micromax Plus MM-250

**Carson, bekannt für seine Innovationen im Bereich Optik**, präsentiert als IFA-Highlight das Mini-Mikroskop Micromax Plus MM-250, das mit Hilfe eines Adapters an ein iPhone angesetzt werden kann. Dank eingebauter LED-Beleuchtung wird so jedes iPhone zu einem Digitalmikroskop mit 60–100-facher Vergrößerung. Überzeugen Sie sich selbst!



Sie finden uns  
am Carson-Stand  
Halle 14.1 • Stand 302



## Zubehör für iPhone & Co: S+MART

Die **S+MART Zubehörpalette** besteht aus Objektivsets und Einzelobjektiven mit Makro-, Super-Weitwinkel und Telebrennweiten, Schutzhüllen und Schutzaufklebern mit Kameramotiven, Handgriffen mit und ohne Licht sowie aus Stativen und Tragegurten. **Alle Produkte sind speziell auf das iPhone sowie zahlreiche andere Smartphones abgestimmt** und erweitern so die Einsatzmöglichkeiten der integrierten Kamera.



Überzeugen Sie sich!  
Halle 7.2c • Stand 101



SCANSONIC  
Sound & Style

www.scansonic.dk



R4  
Internetradio

**Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, für Sie ein einzigartiges Klangerlebnis zu schaffen.**

Mit dem R4 können Sie den Zeitgeist von morgen schon heute genießen. Seine zukunftsweisende Technik erlaubt es Ihnen, Ihre favorisierten Internetradios in hervorragender Klangqualität zu genießen, wann Sie wollen, wo Sie wollen.

Dank der Optik integriert sich das R4 in das moderne Wohnambiente und verwöhnt nicht nur Ihr Ohr, sondern auch Ihr Auge getreu dem Leitsatz Sound & Style.



Besuchen Sie die Scansonic / Schnepel Group  
in Halle 25 Stand 164 - 166

D I E A U S S T E L L E R

# Home Appliances

## Wäschepflegegeräte und Geschirrspüler

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
DGH Großhandel	17/111
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1
<b>Haier Deutschland GmbH</b>	<b>3.1/103</b>
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Miele & Cie. KG	2.1./101
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>5.1/101</b>
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Zanussi	4.1/101

## Kühl- und Gefriergeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
DGH Großhandel	17/111
Dometic Group	1.1/208
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1
<b>Haier Deutschland GmbH</b>	<b>3.1/103</b>
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Liebherr-Hausgeräte GmbH	2.1/201
Miele & Cie. KG	2.1/101

<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>5.1/101</b>
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
Zanussi	4.1/101

## Koch- und Backgeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
<b>De'Longhi Deutschland GmbH</b>	<b>6.1/103</b>
DGH Großhandel	17/111
<b>Haier Deutschland GmbH</b>	<b>3.1/103</b>
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
Miele & Cie. KG	2.1/101
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>5.1/101</b>
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Zanussi	4.1/101

## Küchengeräte/Mikrowellen/Kaffeemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	8.1/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Crown Technics Ltd.	8.1/115
<b>De'Longhi Deutschland GmbH</b>	<b>6.1/103</b>
DGH Großhandel	17/111
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103

Gastroback GmbH	6.1/107
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	4.1/211
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	2.1/202
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
Leifheit AG	6.1/105
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Melitta Haushalt-Produkte GmbH & Co. KG	4.1/208
Miele & Cie. KG	2.1/101
<b>Nivona Apparate GmbH</b>	<b>6.1/104</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
ritterwerk GmbH	4.1/206
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>5.1/101</b>
Segula GmbH	9/316
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/201
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207
Unold AG	6.1/110
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	1.1/205
WMF Consumer Electric GmbH	6.1/102
Zanussi	4.1/101

6.1/107
4.1/211
1.1
2.1/202
<b>6.1/103</b>
6.1/105
<b>11.2</b>
4.1/208
2.1/101
<b>6.1/104</b>

## Bodenpflegemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	8.1/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Crown Technics Ltd.	8.1/115
<b>De'Longhi Deutschland GmbH</b>	<b>6.1/103</b>
DGH Großhandel	17/111
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Klein Robotics GmbH	1.1/209
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Leifheit AG	6.1/105
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
Royal Appliance International GmbH	Passage 3.1/5.1/101
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>5.1/101</b>
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/201
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Stein & Co. GmbH	6.1/109

## Bügelgeräte und -systeme

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Crown Technics Ltd.	8.1/115
<b>De'Longhi Deutschland GmbH</b>	<b>6.1/103</b>
DGH Großhandel	17/111
Laurastar Deutschland GmbH	4.1/209
Leifheit AG	6.1/105
Miele & Cie. KG	2.1/101
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>

SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/201
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101

## Geräte für Wellness und Personal Care

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
DGH Großhandel	17/111
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
Segula GmbH	9/316
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/201
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	1.1/205

## Klimageräte/Lüftung

<b>De'Longhi Deutschland GmbH</b>	<b>6.1/103</b>
DGH Großhandel	17/111
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Segula GmbH	9/316
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207

## Zubehör

DGH Großhandel	17/111
Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/110
Stein & Co. GmbH	6.1/109

## Home Entertainment

### TVs

Acer Computer GmbH	12/101
Axdia International GmbH	25/140
Blaupunkt	
Brand Management GmbH	3.2/114
Changhong Electric Co., Ltd.	25/141
DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
<b>Haier Deutschland GmbH</b>	<b>3.2/134</b>
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
<b>Metz-Werke GmbH &amp; Co KG</b>	<b>21/102</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips TV/TP Vision</b>	<b>22</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Telefunken SE	8.2/102
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
soundmaster/Wörlein GmbH	25/157

### Projektoren

Acer Computer GmbH	12/101
Aiptek International GmbH	3.2/120
BHS Binkert GmbH	3.2/103

DGH Großhandel	17/111
Epson Deutschland GmbH	21.1/103
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Optoma Deutschland GmbH	7.2c
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/152

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

Archos Deutschland GmbH	17/122
Audivox German Holdings GmbH	1.2/132
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
<b>Metz-Werke GmbH &amp; Co KG</b>	<b>21/102</b>

<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
soundmaster/Wörlein GmbH	25/157
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/152

### Mediacenter

DGH Großhandel	17/111
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
Sonoro Audio GmbH	1.2/128
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Vodafone D2 GmbH	18/101

### Receiver

Aiptek International GmbH	3.2/120
Archos Deutschland GmbH	17/122
Axdia International GmbH	25/140
BHS Binkert GmbH	3.2/103
DGH Großhandel	17/111

<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
TerraTec Electronic GmbH	1.2/106
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/152

### Wireless LAN

Belkin	9/204
DGH Großhandel	17/111
Medion AG	7.2b/101
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pure	1.2/122
Sennheiser	
Electronic GmbH & Co. KG	3.2/127
Sonoro Audio GmbH	1.2/128

### Games

Artwizz GmbH	15.1/119
BHS Binkert GmbH	3.2/103
DGH Großhandel	17/111
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>

### Zubehör

Archos Deutschland GmbH	17/122
Belkin	9/204
<b>Carson Optical</b>	<b>14.1/302</b>
DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Hama GmbH & Co KG	10.2
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
Pure	1.2/122
<b>Schnepel Group</b>	<b>25/138+164-166</b>
Sonoro Audio GmbH	1.2/128
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
TechniSat Digital GmbH	2.2/102
VideoWeb GmbH	11.1
Vivanco GmbH	3.2/138
Carl Zeiss AG	7.2c/101

## Audio Entertainment

### Audio

AKG	Meseturm
Archos Deutschland GmbH	17/122
Audivox	
German Holdings GmbH	1.2/132
BHS Binkert GmbH	3.2/103
DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Hama GmbH & Co KG	10.2
Harman Kardon	Meseturm
Intenso GmbH	17/114
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Logitech GmbH	3.2/104
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Medion AG	7.2b/101
Onkyo Europe Electronics GmbH	1.2/123
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144

Pure	1.2/122
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
Sonoro Audio GmbH	1.2/128
Sonos	<b>1.2/101</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Teac Deutschland GmbH	1.2/123
TerraTec Electronic GmbH	1.2/106
soundmaster/Wörlein GmbH	25/157
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/152

### Lautsprecher

Blaupunkt	
Brand Management GmbH	3.2/114
Canton	
Elektronik GmbH & Co. KG	1.2/102
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Harman Kardon	Meseturm
in-akustik GmbH & Co. KG	25/111
Infinity	Meseturm
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>

### CD/DVD

DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/101</b>
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
<b>Loewe AG</b>	<b>6.2/201</b>
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>

Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
Pure	1.2/122
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Teac Deutschland GmbH	1.2/123
soundmaster/Wörlein GmbH	25/157

### Car Entertainment

Archos Deutschland GmbH	17/122
Brother International GmbH	12/106
DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
Infinity	Meseturm
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
Pure	1.2/122
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>

### Zubehör

Aiptek International GmbH	3.2/120
Ansmann AG	17/107
Archos Deutschland GmbH	17/122
Belkin	9/204
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/144
Camelion Batterien GmbH	28/
DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
Heco Audio Produkte GmbH	1.2/132
in-akustik GmbH & Co. KG	25/111
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pioneer	
Electronics Deutschland GmbH	1.2b/144
Pure	1.2/122
Sennheiser	
Electronic GmbH & Co. KG	3.2/127
Sonoro Audio GmbH	1.2/128
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Teac Deutschland GmbH	1.2/123
TerraTec Electronic GmbH	1.2/106
Vivanco GmbH	3.2/138

## Communication

### Mobiltelefone/Smart-phones

Audioline GmbH	9/101
Belkin	9/204
Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/111
Doro	9/107
HTC Germany GmbH	9/212
Huawei Technologies Düsseldorf GmbH	9/314
IVS GmbH	9/107
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Swissvoice	9/107
Tiptel.com GmbH	9/110
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
Vodafone D2 GmbH	18/101

### Tablet Computer

Aiptek International GmbH	3.2/120
Archos Deutschland GmbH	17/122
Dell GmbH	13/
Intenso GmbH	17/114
Lenovo (Deutschland) GmbH	7.2b/101

### Navigation

BHS Binkert GmbH	3.2/103
Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/111
Garmin Deutschland GmbH	9/203
Hama GmbH & Co KG	10.2
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Kenwood Deutschland</b>	<b>6.1/103</b>
TomTom International B.V.	9/210
<b>United Navigation GmbH</b>	<b>9/106</b>
<b>Becker</b>	<b>9/106</b>
<b>Falk</b>	<b>9/106</b>

Vodafone D2 GmbH 18/101

### VoIP

Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
Netgear Deutschland GmbH	12/102

### Panasonic Marketing Europe GmbH

<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Tiptel.com GmbH	9/110
Vodafone D2 GmbH	18/101

### DECT

DeTeWe	9/107
DGH Großhandel	17/111
Doro	9/107
IVS GmbH	9/107
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>

### Philips GmbH

Swissvoice

### Freisprechanlagen

DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2

### Distributor

DGH Großhandel	17/111
<b>ENO telecom GmbH</b>	<b>9/101-1</b>
Herweck AG	9/101-5

### Webcams

Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
TerraTec Electronic GmbH	1.2/106
Trust International BV	3.2/121

### 22 Zubehör

Aiptek International GmbH	3.2/120
Ansmann AG	17/107
AVM GmbH	17/115
Audioline GmbH	9/101
Axdia International GmbH	25/140
<b>Carson Optical</b>	<b>14.1/302</b>
DeTeWe	9/107
DGH Großhandel	17/111
Doro	9/107
G & BL	3.2/115
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/114
IVS GmbH	9/107
Logitech GmbH	3.2/104
Motorola	9/107
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Pure	1.2/122
S+M Rehberg GmbH	7.2c/101-12
Vivanco GmbH	3.2/138

## Kooperationen · Institutionen · Verbände

ElectronicPartner Handel SE	6.2/202	EK/servicegroup eG	3.1/106	<b>Telering Marketing GmbH &amp; Co. KG</b>	3.2/126	InfoTip Service GmbH – PluralMedia	11.1/4
<b>EURONICS Deutschland eG</b>	<b>23a</b>	expert AG	1.2/119				

## My Media

### Digitalkameras

Aiptek International GmbH	3.2/120
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/120
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>

Intenso GmbH	17/114
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
SanDisk GmbH	10.2/101
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
Vivanco GmbH	3.2/138

### Camcorder

Aiptek International GmbH	3.2/120
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
JVC Deutschland GmbH	2.2/118
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>

### MP3-Player

Archos Deutschland GmbH	17/122
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
<b>Grundig Intermedia GmbH</b>	<b>23b/102</b>
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/114
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Medion AG	7.2b/101
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
Sonoro Audio GmbH	1.2/128
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>

### Speichermedien

DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2

### E-Bilderrahmen

Aiptek International GmbH	3.2/120
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
Intenso GmbH	17/114
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/120
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>
soundmaster/Wörlein GmbH	25/157

### Notebooks

Dell GmbH	13/
DGH Großhandel	17/111
Lenovo (Deutschland) GmbH	7.2b/101
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
Medion AG	7.2b/101
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
<b>Toshiba Europe GmbH</b>	<b>21a</b>

### Monitore

Audivox German Holdings GmbH	1.2/132
DGH Großhandel	17/111
<b>LG Deutschland GmbH</b>	<b>11.2</b>
<b>Panasonic Marketing Europe GmbH</b>	<b>5.2</b>
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>
<b>Sharp Electronics (Europe) GmbH</b>	<b>18/102</b>
DGH Großhandel	17/111
Epson Deutschland GmbH	21.1/103
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>

### Drucker

DGH Großhandel	17/111
Epson Deutschland GmbH	21.1/103
<b>Samsung Electronics GmbH</b>	<b>20/101</b>

### Digitale Diktiergeräte

<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>

### Bilddienstleistung

<b>Cewe Color AG &amp; Co. OHG</b>	<b>17/110</b>
DGH Großhandel	17/111

### Zubehör

Aiptek International GmbH	3.2/120
Ansmann AG	17/107
Archos Deutschland GmbH	17/122
Belkin	9/204
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/144
Camelion Batterien GmbH	28/
<b>Carson Optical</b>	<b>14.1/302</b>
devolo AG	3.2/131
DGH Großhandel	17/111
Dicota GmbH	12/111
Hama GmbH & Co KG	10.2
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Logitech GmbH	3.2/104
<b>Metz-Werke GmbH &amp; Co KG</b>	<b>21/102</b>
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
<b>Philips GmbH</b>	<b>22</b>
Riensch & Held GmbH & Co. KG	10.1/110
S+M Rehberg GmbH	7.2c/101-12
<b>Sony</b>	<b>4.2</b>
Trust International BV	3.2/121
Vivanco GmbH	3.2/138

## Die wichtigsten Aussteller von A-Z

### A

Acer Computer GmbH 12/101  
 AEG Hausgeräte 4.1/101  
 Aiptek International GmbH 3.2/120  
 Amica International GmbH 7.1b/101  
 Ansmann AG 17/107  
 Archos Deutschland GmbH 17/122  
 Artwizz GmbH 15.1/119  
 Audioline GmbH 9/101  
 Audiovox  
 German Holdings GmbH 1.2/132  
 AVM GmbH 17/11  
 Axidia International GmbH 25/140  
 Beem Blitz-Elektro-  
 Erzeugnisse Manufaktur-  
 Handels GmbH 8.1/101  
 Belkin 9/204  
 Beyerdynamic  
 GmbH & Co. KG 1.2/144  
 BHS Binkert GmbH 3.2/103  
 Blaupunkt Brand  
 Management GmbH 3.2/114  
 Bosch Hausgeräte GmbH 3.1/101  
 Brother International  
 GmbH 12/106

### C/D

Camelion Batterien GmbH 28/  
 Canton Elektronik  
 GmbH & Co. KG 1.2/102



**Carson Optical**  
 c/o Digiphot 14.1/302  
 Geiselhof 7 • 92272 Freudenberg  
 Tel: 09627/912-18  
 Fax: 09627/912-19  
 www.carson-optical.eu  
 info@carson-optical.eu



**Cewe Color AG & Co. OHG** 17/110  
 Meerweg 30-32  
 26133 Oldenburg  
 Tel: 0441-404-0  
 Fax: 0441-404-421  
 www.cewecolor.de

Changhong Electric Co., Ltd. 25/141  
 Crown Technics Ltd. 8.1/115



**De'Longhi**  
 Deutschland GmbH 6.1/103  
 Am Reitpfad 20  
 63500 Seligenstadt  
 Tel: 06182/9206-0  
 Fax: 06182/9206-111  
 www.delonghi.de

Dell GmbH 13/  
 DeTeWe 9/107  
 Deutsche Telekom AG 6.2/101  
 devolo AG 3.2/131  
 DGH Großhandel 17/111  
 Alfred-Nobel-Str. 6  
 97080 Würzburg  
 Tel: 0931/9708-444  
 Fax: 0931/9708-422 • www.DGH.de  
 Dicota GmbH 12/111  
 Dometic Group 1.1/208  
 Doro 9/107  
 Dyson GmbH 4.1/204

### E/F

EK/servicegroup eG 3.1/106  
 Electrolux Hausgeräte  
 Vertriebs GmbH 4.1/101  
 ElectronicPartner  
 Handel SE 6.2/202



**ENO telecom GmbH** 9/101-1  
 Bentheimer Str. 118b  
 48529 Nordhorn  
 Tel: 05921/877-440  
 Fax: 05921/877-477  
 www.eno.de

Epson  
 Deutschland GmbH 21.1/103  
 Otto-Hahn-Str. 4  
 40670 Meerbusch  
 Tel: +49 (0) 2159/538-0  
 Fax: +49 (0) 2159/538-3000  
 www.epson.de



**EURONICS Deutschland eG** 23a  
 Berblingerstr. 1  
 71254 Ditzingen  
 Tel: 07156/933-0  
 www.euronics.com  
 www.euronics.de  
 expert AG 1.2/119  
 Fakir-Hausgeräte GmbH 6.1/103

### G/H

G & BL 3.2/115  
 Garmin Deutschland GmbH 9/203  
 Gastroback GmbH 6.1/107  
 Gebr. Graef GmbH & Co. KG 4.1/211  
 Gorenje Vertriebs GmbH 1.1



**Grundig Intermedia GmbH** 23b/101  
 Beuthener Straße 41  
 90471 Nürnberg  
 Tel: 0911/703-0  
 www.grundig.de

## Haier

**Haier Deutschland GmbH**  
 Weiße Ware 3.1/105  
 Braune Ware 3.2/134  
 Hewlett-Packard-Str. 4  
 61352 Bad Homburg  
 Tel: 06172/9454-0  
 Fax: 06172-9454-499  
 www.haier.de

Hama GmbH & Co KG 10/2  
 Harman: AKG, Harman  
 Kardon, Infinity, JBL Messeturm  
 Heco Audio  
 Produkte GmbH 1.2/132  
 Herweck AG 9/101-5  
 HTC Germany GmbH 9/212  
 Huawei Technologies  
 Düsseldorf GmbH 9/314

### I/J/K/L



**imaging+foto-contact**  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Freiligrathring 18-20  
 40878 Ratingen  
 Tel: 02102/2027-0  
 Fax: 02102/2027-90  
 Aktuelle News:  
 www.foto-contact.de

• imaging+foto-contact ist die  
 Fachzeitschrift für die deutsche  
 Foto- und Imagingbranche mit  
 den meisten bezahlten Abonnemen-  
 ts. Sie richtet sich sowohl  
 an den Fotohandel und Groß-  
 handel als auch an Bildienst-  
 leister, Fotostudios, Berufsfoto-  
 grafen sowie Distributoren und  
 Hersteller.

in-akustik GmbH & Co. KG 25/111  
 InfoTip Service GmbH –  
 Pluralmedia 11.1/4  
 Intenso GmbH 17/114



**INTERNATIONAL CONTACT**  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Freiligrathring 18-20  
 40878 Ratingen  
 Tel: 02102/2027-0  
 Fax: 02102/2027-90  
 Aktuelle News:  
 www.worldofphoto.com  
 • INTERNATIONAL CONTACT ist  
 das globale Magazin für den  
 Foto- und Imagingmarkt. Es  
 erreicht Top-Manager in den  
 Bereichen Einzelhandel, Bild-  
 dienstleistung, Import und  
 Export sowie der Fotoindustrie  
 in mehr als 100 Ländern.

IVS GmbH: DeTeWe, Doro,  
 Motorola, Swissvoice 9/107  
 JURA Elektrogeräte  
 Vertriebs-GmbH 2.1/202  
 JVC Deutschland GmbH 2.2/118



**Kenwood Deutschland** 6.1/103  
 Klein Robotics GmbH 1.1/209  
 Laurastar  
 Deutschland GmbH 4.1/209  
 Leifheit AG 6.1/105  
 Lenco-STL  
 Deutschland GmbH 25/143  
 Lenovo  
 (Deutschland) GmbH 7.2b/101



**LG Deutschland GmbH** 11.2  
 Berliner Str. 93 • 40880 Ratingen  
 Tel: 01803-115411  
 Fax: 02102/7008-777  
 www.lge.de  
 Liebherr-Hausgeräte GmbH 2.1/201

## LOEWE.

Loewe AG 6.2/201  
 Industriestr. 11  
 96317 Kronach  
 Tel: 09261/99-0  
 www.loewe.de  
 Logitech GmbH 3.2/104

### M/N

Magnat  
 Audio Produkte GmbH 1.2/132  
 Medion AG 7.2b/101  
 Melitta Haushalt-Produkte  
 GmbH & Co. KG 4.1/208



**Metz Werke**  
 GmbH & Co KG 21/102  
 Ohmstr. 55 • 90513 Zirndorf  
 Tel: 0911/9706-0  
 Fax: 0911/9706-340  
 www.metz.de  
 Miele & Cie. KG 2.1/101  
 Motorola 9/107  
 Netgear Deutschland GmbH 12/102



**Nivona Apparate GmbH** 6.1/104  
 Südwestpark 90 • 90449 Nürnberg  
 Tel: 0911/252663-0  
 Fax: 0911/252663-63  
 www.nivona.com

### O/P

Oehlbach Kabel GmbH 1.2/132  
 Onkyo Europe  
 Electronics GmbH 1.2/123  
 Optoma Deutschland GmbH 7.2c



**Panasonic**  
 ideas for life  
**Panasonic**  
**Marketing Europe GmbH** 5.2  
 Winsberggring 15  
 22525 Hamburg  
 Tel: 040/8549-0  
 Fax: 040/8549-500  
 www.panasonic.de

## PHILIPS

sense and simplicity  
**Philips Consumer Lifestyle** 22  
 Lübeckertordamm 5  
 20099 Hamburg  
 Tel: 040/2852-0  
 www.philips.de  
**TP Vision Germany GmbH** 22  
 Steindamm 96 • 20099 Hamburg  
 Tel: 040/2899-0  
 www.philips.de  
 Pioneer Electronics  
 Deutschland GmbH 1.2b/144



**PoS-MAIL**  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Freiligrathring 18-20  
 40878 Ratingen  
 Tel: 02102/2027-0  
 Fax: 02102/2027-90  
 www.pos-mail.de  
 • Das erfolgreiche Medium für  
 den High-Tech-Markt. Jeden  
 Monat informiert PoS-MAIL  
 über die Innovationen in den  
 Bereichen Unterhaltungselek-  
 tronik, Foto, IT, Telekommuni-  
 kation und Weiße Ware –  
 ergänzt durch digitale Medien  
 im Internet unter www.pos-  
 mail.de und einen E-Mail-News-  
 Service.

Pure 1.2/122

### Q/R/S

Quadral  
 GmbH & Co. KG 1.2/134  
 Rollei/RCP-Technik  
 GmbH & Co. KG 17/120  
 Riensch & Held  
 GmbH & Co. KG 10.1/110  
 ritterwerk GmbH 4.1/206  
 Rommelsbacher  
 ElektroHausgeräte GmbH 4.1/203  
 Royal ApplianceInternational  
 GmbH Passage 3.1/5.1/101  
 S+M Rehberg GmbH 7.2c/101-12  
 sagemcom 9/101



**Samsung Electronics GmbH**  
**Samsung CE** 20/101  
**Samsung Weiße Ware** 5.1/101  
 Am Kronberger Hang 6  
 65824 Schwalbach  
 Tel: 06196/66-0  
 www.samsung.de  
 SanDisk GmbH 10.2/101



**Schnepel Group** 25/138+164-166  
 Segula GmbH 9/316  
 Sennheiser Electronic  
 GmbH & Co. KG 3.2/127  
 SEVERIN Elektrogeräte  
 GmbH 4.1/201

## SHARP

**Sharp Electronics**  
**(Europe) GmbH** 18/102  
 Sonninstr. 3 • 20097 Hamburg  
 Tel: 040/2376-0  
 Fax: 040/2376-2510  
 www.sharp.de  
 Siemens-Elektrogeräte  
 GmbH 1.1/101  
 Sonoro Audio GmbH 1.2/128

**Sonos** 1.2/101

## SONY

make.believe 4.2  
 Sony  
 Kemperplatz 1 • 10785 Berlin  
 Tel: 030/2575-500  
 Fax: 030/2575-5269  
 www.sony.de  
 Steba Elektrogeräte  
 GmbH & Co. KG 4.1/207  
 Stein & Co. GmbH 6.1/109  
 Swissvoice 9/107

### T

Teac Deutschland GmbH 1.2/123  
 TechniSat Digital GmbH 2.2/102  
 Telefunken SE 8.2/102



**telering Marketing**  
**GmbH & Co. KG** 3.2/126  
 Erthalstr. 1 • 55118 Mainz  
 Tel: 06131/2888-112  
 Fax: 06131/2888-185  
 www.telering.de  
 TerraTec Electronic GmbH 1.2/106  
 Tiptel.com GmbH 9/110  
 TomTom International B.V.

# POS-MAIL IFA GUIDE 2012

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

## TOSHIBA

Leading Innovation >>>

**Toshiba Europe GmbH** 21a  
Hammfelddamm 8  
41460 Neuss  
Tel: 02131/158-01  
www.toshiba.de

Trust International BV 3.2/121

## U/N/W/Z

UNITED NAVIGATION

**United Navigation GmbH** 9/106  
Marco-Polo-Str. 1  
73760 Ostfildern  
Tel: 0711/4502-0  
www.united-navigation.com

## BECKER

**Becker** 9/106



**Falk** 9/106  
Unold AG 6.1/110  
VideoWeb GmbH 11.1  
Vivanco GmbH 3.2/138  
Vodafone D2 GmbH 18/101  
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG 1.1/205  
WMF Consumer Electric GmbH 6.1/102  
soundmaster/Wörlein GmbH 25/157  
Yamaha Music Europe GmbH 1.2/152  
Zanussi 4.1/101  
Carl Zeiss AG 7.2c/101

## Die wichtigsten Aussteller nach Hallen

### Halle 1

Audiovox German Holdings GmbH 2/132  
Beyerdynamic GmbH & Co. KG 2/144  
Canton Elektronik GmbH & Co. KG 2/102  
Dometic Group 1/208  
expert AG 2/119  
Gorenje Vertriebs GmbH 1.1  
Heco Audio Produkte GmbH 2/132  
Klein Robotics GmbH 1/209  
Magnat Audio Produkte GmbH 2/132  
Oehlbach Kabel GmbH 2/132  
Onkyo Europe Electronics GmbH 2/123  
Pioneer Electronics Deutschland GmbH 1.2b/144  
Pure 2/122  
Quadral GmbH & Co. KG 2/134  
Siemens-Elektrogeräte GmbH 1/101  
Sonoro Audio GmbH 2/128  
Sonos 2/101  
Teac Deutschland GmbH 2/123  
TerraTec Electronic GmbH 2/106  
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG 1/205  
Yamaha Music Europe GmbH 2/152

### Halle 2

JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH 1/202  
JVC Deutschland GmbH 2/118  
Liebherr-Hausgeräte GmbH 1/201  
Miele & Cie. KG 1/101  
TechniSat Digital GmbH 2/102

### Halle 3

Aiptek International GmbH 2/120

BHS Binkert GmbH 2/103  
Blaupunkt Brand Management GmbH 2/114  
Bosch Hausgeräte GmbH 1/101  
EK/servicegroup eG 1/106  
devolo AG 2/131  
G & BL 2/115

### Haier Deutschland GmbH

**Weißer Ware** 1/103  
**Braune Ware** 2/134  
Logitech GmbH 3-2/104  
Sennheiser 2/127  
Electronic GmbH & Co. KG 2/126  
telering Marketing GmbH & Co. KG 2/126  
Trust International BV 2/121  
Vivanco GmbH 2/138

### Halle 4

AEG Hausgeräte 1/101  
Dyson GmbH 1/204  
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH 1/101  
Gebr. Graef GmbH & Co. KG 1/211  
Laurastar Deutschland GmbH 1/209  
Melitta Haushalt-Produkte GmbH & Co. KG 1/208  
ritterwerk GmbH 1/206  
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH 1/203  
SEVERIN Elektrogeräte GmbH 1/201  
**Sony** 2  
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG 1/207  
Zanussi 1/101

### Halle 5

**Panasonic Marketing Europe GmbH** 2

### Samsung Electronics GmbH

**Weißer Ware** 1/101

### Halle 6

**De'Longhi Deutschland GmbH** 1/103  
Deutsche Telekom AG 2/101  
ElectronicPartner Handel SE 2/202  
Fakir-Hausgeräte GmbH 1/103  
Gastroback GmbH 1/107  
**Kenwood Deutschland** 1/103  
Leifheit AG 1/105  
**Loewe AG** 2/201  
**Nivona Apparate GmbH** 1/104  
Stein & Co. GmbH 1/109  
Unold AG 1/110  
WMF Consumer Electric GmbH 1/102

### Halle 7

Amica International GmbH 1b/101  
Lenovo (Deutschland) GmbH 2b/101  
Medion AG 2b/101  
Optoma Deutschland GmbH 2c  
S+M Rehberg GmbH 2c/101-12  
Carl Zeiss AG 2c/101

### Halle 8

Beem  
Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels 1/101  
Crown Technics Ltd. 1/115  
Telefunken SE 2/102

### Halle 9

Audioline GmbH 101  
Belkin 204  
**ENO telecom GmbH** 101-1  
Garmin Deutschland GmbH 203  
Herweck AG 101-5  
HTC Germany GmbH 212  
IVS GmbH: DeTeWe, Doro, Motorola, Swissvoice 107  
sagemcom 101  
Segula GmbH 316  
Tiptel.com GmbH 110  
TomTom International B.V. 210  
**United Navigation GmbH** 106  
**Becker** 106  
**Falk** 106  
Huawei Technologies Düsseldorf GmbH 314

### Halle 10

Hama GmbH & Co KG 2  
Riensch & Held GmbH & Co. KG 1/110  
SanDisk GmbH 2/101

### Halle 11

InfoTip Service GmbH – PluralMedia 1/4  
LG Deutschland GmbH 2  
VideoWeb GmbH 1

### Halle 12

Acer Computer GmbH 101  
Brother International GmbH 106  
Dicota GmbH 111  
Netgear Deutschland GmbH 102

### Halle 13

Dell GmbH 13/

### Halle 14

**Carson Optical** 1/302

### Halle 15

Artwizz GmbH 1/119

### Halle 17

Ansmann AG 107  
Archos Deutschland GmbH 122  
AVM GmbH 115  
**Cewe Color AG & Co. OHG** 110  
DGH Großhandel 111  
Intenso GmbH 114  
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG 120

### Halle 18

**Sharp Electronics (Europe) GmbH** 102  
Vodafone D2 GmbH 101

### Halle 20

**Samsung Electronics GmbH**  
**CE** 101

### Halle 21

Epson Deutschland GmbH 1/103  
**Metz Werke GmbH & Co KG** 102  
**Toshiba Europe GmbH** a

### Halle 22

**Philips/TP Vision**

### Halle 23

**Euronics Deutschland eG** a

### Halle 25

Axdia International GmbH 140  
Changhong Electric Co. Ltd. 141  
in-akustik GmbH & Co. KG 111  
**Schnepel Group** 138+164-166  
Lenco-STL Deutschland GmbH 143  
soundmaster/Wörlein GmbH 157

### Halle 28

Camelion Batterien GmbH ??

### Messeturm

Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL



# Metz kündigt erste IFA-Neuheiten an Im Wesentlichen smart

**Metz erweitert zur IFA die Funktionen seiner Fernseher durch neue Software-Produkte. Sie machen es noch komfortabler, zahlreiche Inhalte aus dem Internet oder dem Heimnetzwerk auf den Metz TVs wiederzugeben. So wird das Leistungsprofil der in die Metz TVs eingebauten Digitalrecorder durch ein Update verbessert, und die neue Metz mecaControl für iOS und Android bietet Zugriff auf Dateien, die im Heimnetzwerk gespeichert sind, sowie die Programme der personal TV App iMediaShare.**

Die neuen Software-Produkte sind Teil der Metz Strategie, die Zukunftssicherheit der TVs zu gewährleisten und sich beim Zugriff auf Internet-Inhalte auf das Wesentliche zu konzentrieren, um den Anwendern ein besonders hohes Maß an Komfort anzubieten. Dabei können auch bereits installierte Fernseher über ein Software-Update aufgerüstet werden. Metz Geräte mit integriertem Digital-Recorder erhalten so im Herbst 2012 zahlreiche neue Funktionen. Es werden beispielsweise zwei zeitgleiche Aufnahmen möglich, während eine dritte Sendung parallel angesehen wird. Zudem können Sendungen, die im temporären Timeshift-Speicher des Fernsehers auflaufen, direkt auf die Festplatte übernommen und langfristig archiviert werden.

Auch die Verwaltung der Aufnahmen wird noch komfortabler; so können z. B. animierte Vorschaufenster genutzt oder gespeicherte Sendungen in Unterordnern abgelegt werden. Das Update wird für alle Metz TV-Geräte des aktuellen Sortiments mit integriertem oder nachgerüstetem Digital-Recorder erhältlich sein.

## Bedienung mit Smartphone oder Tab

Die neue Bedienapp Metz mecaControl macht eine komfortable Steuerung von Metz Fernsehern via Smartphones und Tablet Computern (iOS oder Android) möglich. Sie kann nicht nur wie eine Metz Fernbedienung verwendet werden, sondern bietet auch schnellen und komfortablen Zugriff auf die Film-, Bild- und Musikdateien innerhalb des Heimnetzwerks sowie die Angebote der personal TV App iMediaShare. Ab Herbst kann die App nach einem Software-Update auch für aktuelle Metz TV-Geräte genutzt werden. Metz mecaControl bietet in verschiedenen, übersichtlichen Displayansichten alle Funktionen der komfortablen Metz Fernbedienung RM17. Dabei verbindet die Applikation alle Stärken einer Fernbedienung mit den zusätzlichen Vorteilen von iOS und Android Smartphones. So bietet sie ein Feld für freie Texteingaben, über die gewohnte Smartphone/Tab-Tastatur. Außerdem kann die laufende TV-Sendung in den Timeshift-Modus versetzt werden, indem das Smartphone mit dem Display nach unten auf eine Ablagefläche gelegt wird, sofern das Gerät diese Anwendung unterstützt. Die Sendung kann später direkt über das Smartphone an der Stelle der Unterbrechung fortgesetzt werden.

Auch die vorteilhafte Swipe-Funktion der Smartphones und Tablets kann zur Bedie-

nung des Metz Fernsehers genutzt werden. So kann mit einem einfachen Fingerwischen der Sender gewechselt oder die Lautstärke geregelt werden. Zudem macht die neue App die Auswahl von Inhalten und Programmen besonders komfortabel. Durch eine einfache Berührung im Auswahlmenü lassen sich Video-, Audio- und Bilddateien aller im Heimnetzwerk eingebundenen Speichermedien (z. B. NAS-Laufwerk, Notebook, Desktop-PC) auf einem beliebigen Wiedergabegerät innerhalb des Netzwerks abspielen. Dabei können auch mehrere Metz TV-Geräte angeschlossen sein. Die Auswahl des Fernsehers erfolgt schnell und einfach über Metz mecaControl.



Die neue Bedienapp Metz mecaControl kann nicht nur wie eine Metz Fernbedienung verwendet werden, sondern bietet auch schnellen und komfortablen Zugriff auf viele Inhalte aus dem Heimnetzwerk und dem Internet.

## Zugriff auf Internet-Inhalte

Auch zahlreiche Internet-Dienste können über Metz mecaControl abgerufen werden. Der Nutzer kann dabei auf das gesamte Angebot der personal TV App iMediaShare zugreifen und Dienste wie YouTube, Bild.de oder Facebook sowohl über das Smartphone bzw. Tablet als auch mit dem Metz Fernseher nutzen. Die Übertragung von Informationen, Videos, Musik oder Bildern innerhalb des Heimnetzwerks wird dabei mit wenigen Displayberührungen gestartet. Dabei können auch die Metz Fernseher als Digital Media Server eingesetzt werden. Programme, die von einem Metz Fernseher mit integriertem Digital-Recorder aufgenommen wurden, lassen sich über andere Metz Fernseher im Heimnetzwerk abspielen, ohne dass die Aufnahme selbst im internen Speicher des ausgewählten Wiedergabegeräts gespeichert werden muss.

## Pos-Neuheiten

### Denon kündigt Docking-Soundsysteme an

Denon hat seine ersten Docking-Soundsysteme angekündigt. Die neue Produktlinie „Cocoon“ besteht aus den beiden Modellen „Cocoon Home“ und „Cocoon Portable“ und bietet laut Hersteller exzellente Klangqualität, ein umfangreiches Arsenal an Funktionen und ein ansprechendes Design.

Das Design mit hochwertigen Materialien und unverwechselbarer Form soll auch den kraftvollen Klang der Cocoon-Systeme unterstützen. Die technische Ausstattung beinhaltet ein 2-Wege-Lautsprechersystem, Original-DDLC-Technik (Denon Dual Layer Cones) und Denon Verstärker in Kombination mit einem High End-DSP (Digitaler Signal-Prozessor). Die ergonomische Fernbedienung hat die gleiche geschwungene Form wie das Hauptsystem.



Bereits bei der erstmaligen Inbetriebnahme verbindet sich das System per „NetLink“ automatisch via iOS-App mit dem W-LAN in seiner Umgebung. Für das eingebaute Internet-Radio können drei Sender als Favoriten gespeichert werden. Audiodateien in allen gängigen Formaten können per Netzwerk von allen verbundenen PCs, Macs oder NAS-Geräten abgespielt werden. Wer sich die kostenlose Denon Cocoon App auf sein Smartphone lädt, kann alle Funktionen bequem mobil steuern. Beim kabellosen Audio-Streaming ist Cocoon kompatibel mit allen mobilen Programmen, von Apple iOS über Android bis Windows – in ausgezeichneter HiFi-Qualität. Die integrierte AirPlay-Funktion erlaubt es, Musik beliebig innerhalb der eigenen vier Wände zu streamen. Wenn gewünscht, geschieht dies sogar auf mehrere Cocoons verteilt, während man iTunes aktiviert. Das Gleiche gilt für die Plattform Windows Play To von Microsoft, die das Streamen von PC, Laptop oder Tablet erlaubt.

Cocoon Home, erhältlich in Weiß oder Schwarz, ist die Denon Dockingstation für zu Hause, Cocoon Portable, erhältlich in Schwarz, verfügt über Zusatzfunktionen für unterwegs: wiederaufladbarer Akku mit 5 Stunden Laufzeit, spritzwassergeschütztes Gehäuse, ein Spezialfach für die Fernbedienung, Tragegriff.

### Canon kündigt spiegellose Systemkamera EOS M an

Mit der neuen EOS M bringt Canon seine erste spiegellose Systemkamera auf den Markt. Die Kamera ist mit einem 18-Megapixel-Hybrid-CMOS-Sensor im APS-C-Format ausgestattet und bietet umfangreiche Kreativ-Funktionen, Full-HD Video-Modus und viele praktische Details. Für das neuentwickelte EF-M-Bajonett wird es zunächst zwei neue Objektive geben: das Standardzoom EF-M 18–55mm 1:3,5–5,6 IS STM und das kompakte Pancake-Objektiv EF-M 22mm 1:2 STM. Zudem können mit Hilfe des Objektiv-Adapters EF-EOS M alle Canon EF-Wechselobjektive mit der EOS M eingesetzt werden.

Die Bilddaten werden mit dem Canon DIGIC 5 Prozessor verarbeitet. Der Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 – 12.800 kann bis auf ISO 25.600 erweitert werden. Serienfotos nimmt die EOS M mit einer Geschwindigkeit von bis zu 4,3 Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung auf.

Die Scharfeinstellung erfolgt mit dem neuen 31-Punkt Hybrid AF System, das bereits von der EOS 650D bekannt ist. Neben den AF-Modi One-shot oder Servo bietet die EOS M eine Auswahl weiterer AF-Methoden. So erfolgt bei „Gesichtserkennung und -nachführung“ die Scharfstellung automatisch auf erkannte Gesichter, für die Schärfenachführung wird der jeweils aktive Fokuspunkt gewechselt. Auch über das fest eingebaute, 7,7 Zentimeter (3,0 Zoll) große Clear View II Touchscreen-LCD mit einer Auflösung von zirka 1,04 Millionen Bildpunkten kann der Fotograf den aktiven Fokuspunkt festlegen.

Für die Aufnahme von Full-HD-Videos mit Stereoton kann die EOS M ganz einfach in den Movie-Modus geschaltet werden. Mit Hilfe des Videoschnappschuss-Modus werden attraktive Kurzclips erstellt, die direkt in der Kamera zu einem professionell aussehenden Video zusammengefügt werden können. Im Video-Modus stehen die AF-Methoden „Gesichtserkennung und -nachführung“, „FlexiZone – Multi“ und „FlexiZone – Single“ zur Verfügung. Für die Tonaufzeichnung ist die EOS mit einem integrierten Stereo-Mikrofon an

der linken Seite des Zubehörschuhs ausgestattet.

Zum Lieferumfang der EOS M gehört das neue kompakte Speedlite 90EX Blitzgerät mit Leitzahl 9. Die Kamera ist ab September in den Gehäusefarben Schwarz, Rot, Weiß und Silber erhältlich und soll mit EF-M 18–55mm 1:3,5–5,6 IS STM 849 Euro (UVP) kosten.



Die neue Canon EOS M – hier in der Gehäusefarbe Rot.

# WLC unterstützt TV-Hersteller bei der Produktentwicklung

## Spezialist für gutes Bild

Seit nunmehr vier Jahren unterstützt die WLC GmbH als eines von wenigen international tätigen und unabhängigen Beratungs-Unternehmen namhafte TV-Hersteller bei der Produktentwicklung und hilft dabei, bestmögliche Qualität anzubieten sowie Marke und Absatz zu fördern. Vor der IFA, der bei WLC ein Re-Launch der WLC-Website am 15. August vorangeht, hat PoS-MAIL mit Geschäftsführer Marcel Gonska über das Unternehmen, seine Dienstleistungen und seine Philosophie gesprochen.

**PoS-MAIL:** Herr Gonska, zum Einstieg eine einfache Frage: Wofür steht eigentlich WLC?

**Marcel Gonska:** WLC ist die Abkürzung für „White Light Consultations“. Weißes Licht ist die Grundvoraussetzung vieler wichtiger optischer Eigenschaften wie Farbe, Helligkeit oder Kontrast. Es ist somit die Essenz der Bildtechnik. Außerdem stellt der Weißpunkt, also die Farbtemperatur, die Referenz dar, nach der die Grundfarben Rot, Grün und Blau aufeinander abgestimmt werden. Da wir auf Bildtechnik spezialisiert sind, lag es für uns nahe, unseren Firmennamen mit unserer täglichen Arbeit in Verbindung zu bringen.

**PoS-MAIL:** Was ist das Kerngeschäft der WLC GmbH?

**Marcel Gonska:** WLC hat sich die Beratung von Industrie und Handel zu Produkten audiovisueller Kommunikation zur Aufgabe gemacht. Als Bindeglied zwischen der Film- und Broadcasting- sowie der Consumer-Electronics-Industrie helfen wir TV-Herstellern, ihre Produkte in den Bereichen Bild- und Tonqualität, Connectivity sowie Benutzerfreundlichkeit zu optimieren.

**PoS-MAIL:** Warum kommen TV-Hersteller auf Sie zu, um Produkte von Ihnen überprüfen oder gar optimieren zu lassen? Schließlich unterhält die Industrie große Entwicklungsabteilungen, um die richtigen Produkteigenschaften zu definieren.

**Marcel Gonska:** Unsere Kunden haben für gewöhnlich zwei Ziele: Erstens Verkäufe anzukurbeln und zweitens das Marken-Ansehen zu steigern. Beide Ziele sind dabei eng miteinander verknüpft, wobei sich gerade asiatische Hersteller häufig sehr schwer damit tun, auf die lokalen Marktbegebenheiten einzugehen und den hohen Anforderungen euro-



Marcel Gonska, Gründer und Geschäftsführer der WLC GmbH: „Die Bildqualität ist das wichtigste Kriterium für gute Testergebnisse.“

päischer Kunden gerecht zu werden. Denn dafür fehlen oft die Zeit und das Know-how. Genau da kommen wir ins Spiel: Gute Testergebnisse gehören immer noch zu den wichtigsten Argumenten, um Kunden für ein Produkt zu begeistern. Vor allem deutsche Konsumenten informieren sich vor dem Kauf nachweislich meist über Fachmagazine oder Internetportale darüber, welche Geräte mit guten Noten in Tests abgeschnitten haben. Und da die Bild-Note bei den meisten Redaktionen den Löwenanteil in der Gesamtwertung ausmacht und Kunden Bildqualität noch immer als das wichtigste Attribut eines TV-Geräts ansehen, ist es somit von besonderer Bedeutung, Produkte zu entwickeln, die in unabhängigen Tests gut abschneiden.

**PoS-MAIL:** Wollen Sie damit sagen, dass TV-Hersteller nicht wissen, wie ein gutes Bild auszusehen hat?

**Marcel Gonska:** Die Definition „gutes Bild“ variiert von Hersteller zu Hersteller und ist meist an firmenpolitische Qualitätsphilosophien gebunden, die häufig jedoch weit von dem abweichen, was Hollywood tatsächlich in der Post-Production als Qualität definiert. Alle Erzeugnisse werden nach bestimmten Standards produziert, um sicherzustellen,

dass der Zuschauer daheim den Film auch so zu Gesicht bekommt, wie es sich Regisseur und Produzent vorgestellt haben. Somit muss das Bild daheim dem „Look“ des Monitors entsprechen, auf dem das jeweilige Produkt einst erschaffen wurde. Da alle wichtigen Testmagazine TV-Geräte eben nach jenen Standards testen und bewerten, ist es von höchster Wichtigkeit, mindestens einen voreingestellten Bild-Modus anzubieten, der diesem Qualitätsanspruch standhält. Nur dann sind gute Testergebnisse tatsächlich möglich, und der Kunde kann sicher sein, ein TV-Gerät mit einem wirklich guten Bild zu erwerben.

**PoS-MAIL:** Können denn gute Testergebnisse allein ein verbessertes Marken-Image erzeugen oder die Verkäufe steigern?

**Marcel Gonska:** Natürlich nicht. Genau aus diesem Grund ist unser Service-Modell auf drei Säulen begründet: Wir nennen sie R&D-Service, MARCOM-Service und Training/Education. Im Bereich R&D, also der Forschung und Entwicklung, helfen wir in erster Linie dabei, das Produkt in Zusammenarbeit mit den Ingenieuren zu optimieren, damit es sowohl im Geschäft am PoS, in den Produkt-Tests bei der Fachpresse und am Ende

beim Kunden zu Hause die beste Performance liefert – auch was Bedienung und Connectivity bzw. Smart-TV-Applikationen betrifft.

Durch unseren MARCOM-Service arbeiten wir anschließend gemeinsam mit den Trade- und Corporate-Marketing-Abteilungen daran, diese Performance auch erfolgreich zu kommunizieren. Dazu zählen die technisch korrekte Aufbereitung von Marketing-Material, die Vermittlung von Geräte-Tests bei der Fachpresse oder die Unterstützung des Herstellers bei Messen und Roadshows – Qualität muss über alle Kommunikations-Kanäle gleich dargestellt und verständlich gemacht werden.

Zu guter Letzt entwickeln wir Schulungsprogramme, bei denen sowohl die eigenen Mitarbeiter als auch Distributoren, Promotoren und Händler mit den neuen Produkten vertraut gemacht werden. Denn nur durch eine lückenlose, bi-direktionale Kommunikation können die Unternehmen sicherstellen, dass ihr Marken-Image und letzten Endes auch ihre Verkäufe steigen.

**PoS-MAIL:** Welche technischen Voraussetzungen haben Sie geschaffen, um so hochwertige Dienstleistungen anzubieten?

**Marcel Gonska:** Die WLC GmbH verfügt über ein hochwertig ausgestattetes Test-Labor, in dem wir Displays jeglicher Art testen und analysieren können. Alle Mitarbeiter verfügen über hervorragendes Know-how und ergänzen sich ressortübergrei-

chend, um unsere Kunden ganzheitlich zu betreuen. Wir wissen zudem, wie Film-industrie, CE-Hersteller und die Special-Interest-Presse funktionieren, und können so wie aus der Vogel-Perspektive unseren Erfahrungsschatz in die Beratung mit einfließen lassen. Das Wichtigste jedoch ist: Wir lieben das, was wir tun, und gehen deshalb mit großer Begeisterung an die Arbeit heran. Unser generelles Ziel ist es, unsere Kunden zu unseren Fans zu machen und Produkte sowie Kommunikationsstrategien zu entwickeln, die langfristig ein verbessertes Marken-Image und höhere Verkäufe ermöglichen.

**PoS-MAIL:** Wie kann man sich ausführlich über Ihr Unternehmen und seine Dienstleistungen informieren?

**Marcel Gonska:** Im Internet. Am 15. August geht unsere neue Internet-Seite online, auf der wir kurz und prägnant Team, Kompetenzen, Philosophie und Dienstleistungen der WLC GmbH vorstellen. Im Zuge der IFA starten wir zudem eine Marketing-Kampagne und freuen uns über jegliche Art von Anfragen.

Ganz wichtig: Wir erstellen nicht irgendwelche Reports über Dinge, die unsere Kunden oder ihre Ingenieure ohnehin schon wissen, sondern wir helfen dabei, großartige Produkte zu entwickeln und diese anschließend erfolgreich zu vermarkten.

**PoS-MAIL:** Herr Gonska, vielen Dank für das Gespräch.

„Auch wenn Sie uns noch nie gesehen haben... haben Sie uns schon gesehen!“ Ab 15. August wird die Dienstleistungspalette und Firmenphilosophie von WLC auf der neugestalteten Internetseite [www.wlc-online.net](http://www.wlc-online.net) präsentiert.

# expert meldet Umsatzsteigerung um drei Prozent

## „Konzepte funktionieren“



**Trotz problematischer Branchenlage hat die expert AG ihr 50. Geschäftsjahr erfolgreich abgeschlossen. Zum Ende des Wirtschaftsjahres (31.03.2012) verzeichnete die Verbundgruppe ein Umsatzplus von 3 Prozent und setzt damit den mittlerweile sieben Jahre andauernden Aufwärtstrend fort. Der Innenumsatz, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert, steigerte sich auf 1,95 Mrd. Euro (Vorjahr 1,89 Mrd. Euro).**

„Es liegt ein für die Branche schwieriges Jahr ohne sportliches Großereignis hinter uns“, erklärte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. „Umso mehr freut es mich, dass es der expert Gruppe gelungen ist, sich am Markt zu behaupten und wiederholt Marktanteile dazuzugewinnen. Das zeigt, dass unsere Sortimentskonzepte funktionieren.“ Ausschlaggebend seien die breite Sortimentsaufstellung und die besonders starken Warengruppen wie Telekommunikation, IT und Weiße Ware gewesen, betonte Müller. „Darüber hinaus sind natürlich die unternehmerischen Geschicke der expert Gesellschafter hervorzuheben, die auch in herausfordernden Zeiten greifen.“

Auch die Gesellschafter profitieren von dem guten Ergebnis: Die Gesamtausschüttung steigt von 182,7 Mio. Euro im Vorjahr auf 190,7 Mio. Euro. Neben der Dividende von 235,50 Euro pro Aktie wird den expert Gesellschaftern auf der Hauptversammlung eine zusätzliche Sonderdividende von 100 Euro pro Aktie vorgeschlagen, die sich aus den positiven Ergebnissen der Regiebetriebe der expert Tochtergesellschaft expert Handels GmbH ergibt. Der Gesamtumsatz der expert-eigenen Einzelhandelsaktivitäten, die die expert Handels GmbH und die neu eingegliederte expert Octomedia GmbH umfassen, betrug im Geschäftsjahr 2011/2012 154,7 Mio. Euro.

### Consumer Electronics bleibt vorn

Die umsatzstärkste Artikelgruppe der expert AG war auch 2011 mit einem Anteil von 59,4 % der Sektor Consumer Electronics, der sowohl Braune Ware als auch Telekommunikation und PC-Hardware umfasst. Trotz Schwierigkeiten im TV-Geschäft ergab sich bei einem Umsatz von 1,16 Mrd. Euro ein leichtes Plus von 0,6 % in diesem Bereich, das vor allem der starken Nachfrage nach Tablet PCs und Smartphones zu verdanken war. Das führte bei der PC-Hardware zu einem Umsatzanstieg von 6,9 % auf 284,7 Mio. Euro und im Geschäftsbereich Telekommunikation zu einem deutlichen Zuwachs von 8,6 % auf 132,2 Mio. Euro.

Als zweitstärkste Artikelgruppe erzielte der Sektor Weiße Ware mit einem Anteil von 26,1 % ein Umsatzplus von 8,9 % auf 509,0 Mio. Euro. Bei den Elektrogroßgeräten sorgte weiterhin das Thema Energieeffizienz für Kaufinteresse, das sich durch

vorzeitige Ersatzkäufe ausdrückte. Bei den Kühl- und Gefriergeräten setzte sich der Trend zu größeren Modellen fort; auch energieeffiziente Wärmepumpentrockner, Waschmaschinen und Geschirrspüler trugen zur positiven Umsatzentwicklung bei. Im Kleingerätesortiment waren Kaffee- und Espressovollautomaten die stärksten Wachstumstreiber, gefolgt von Espresso-Kapselmaschinen, traditionellen Küchengeräten und hochwertigen Dampfbügel-systemen.

Aktuell sind in der expert Verbundgruppe 234 Gesellschafter mit insgesamt 445 Fachgeschäften und Fachmärkten zusammengeschlossen. Im Geschäftsjahr 2011/2012 wurden zwölf expert Fachmärkte (nach GfK Definition: 800 oder mehr qm Verkaufsfläche mit Vollsortiment) neu eröffnet. Mit der Steigerung der Anzahl der Fachmärkte auf 221 baute expert seine zweite Position hinter Media Markt, aber noch vor Saturn, aus. Die Gesamtverkaufsfläche wurde auf 383.000 qm (Vorjahr 365.000 qm) gesteigert. „Besonders stolz sind wir auf die Neueröffnung des expert Fachmarkts in Langenhagen durch die expert Handels GmbH. Nun sind wir auch endlich am Unternehmenssitz der expert Zentrale mit einem Standort vertreten“, erklärt Volker Müller.

### Zufriedene Mitglieder

Ausdrücklich hob Müller den Zusammenhalt der expert Gruppe und die Zufriedenheit der Gesellschafter hervor. Belegt wird diese Einschätzung durch die Ergebnisse einer Gesellschafter/Marktleiter-Befragung, die in Zusammenarbeit mit dem Internationalen Centrum für Franchising und Cooperation (F&C) und der Universität Münster durchgeführt wurde.

Hinterfragt wurde die Beziehung zwischen Gesellschaftern, Marktleitern und der expert Zentrale. Die Gesamtzufriedenheit lag auf einer Skala von 1 bis 7 bei einem Durchschnittswert von 2,05. Annähernd 100 % der expert Gesellschafter und Marktleiter würden sich wieder für ihre Kooperation entscheiden.

Neben den guten Geschäftsergebnissen und attraktiven Angeboten tragen auch die umfassenden Aus- und Weiterbildungsangebote der Verbundgruppe zur hohen Zufriedenheit der „Experten“ bei. Dazu gehören z. B. die spezifischen Angebote der expert Akademie, wo sowohl Kinder von Gesellschaftern als auch Führungskräfte weitergebildet werden, die in Zukunft in die Unternehmerrolle schlüpfen sollen. Um die Gesellschafter bei der Suche nach geeigneten Führungskräften zu unterstützen, hat expert im vergangenen Geschäftsjahr mit dem dualen Studium für Realschüler mit Abschluss zum Handelsfachwirt ein neues Ausbildungsmodell eingeführt. „expert ist bundesweit das erste Handelsunternehmen mit solch einem Angebot“, stellte Müller fest. Auch in der expert Zentrale wird das duale Studium angeboten: Vier Studenten wurden bereits eingestellt, die den Ab-

schluss Bachelor of Arts und Bachelor of Science anstreben.

Parallel dazu treibt expert die Ausbildungs-offensive „Mit Vollgas in die Zukunft“ weiter voran. Mit den angebotenen Bewerbungstrainings in Schulen in ganz Deutschland wird Schulabgängern konkrete Hilfestellung für den Start ins Berufsleben angeboten. Darüber hinaus präsentiert sich expert als attraktiver Arbeitgeber in der jeweiligen Region. Im Geschäftsjahr 2011/2012 wurde diese Initiative auf die Unternehmenstochter expert Technik AG & Co. KG – die Kooperation großer mittelständischer Elektro-Installationsunternehmen – ausgeweitet. Unter dem Titel „Leg' los jetzt!“ werden jetzt auch Schulabgänger angesprochen, die sich für einen Ausbildungsberuf im Handwerk interessieren.

### Positiver Ausblick

Das Jahr 2012 gibt dem Management Anlass zu Optimismus. Seit Januar wird das 50-jährige Jubiläum expert gefeiert. Die groß angelegte Marketingkampagne und das neue Angebotskonzept mit wöchentlich wechselnden Jubelpreisen haben ihre Wirkung bisher nicht verfehlt. Darüber hinaus hat die Fußball-Europameisterschaft die nötigen Kaufimpulse für das TV-Geschäft gebracht, und mit den Olympischen Spielen in London steht bereits das nächste große Sportereignis in den Startlöchern. „All das und die Innovationskraft der Branche stimmen uns sehr optimistisch“, so Volker Müller. „Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr erneut bewiesen, dass die expert Sortimentskonzepte und Dienstleistungsangebote erfolgreich sind. Hier setzen wir an und bauen unsere Strategien weiter aus.“ Ein Hauptthema wird die Multi Channel Strategie sein, deren erste Bausteine zu Beginn des Geschäftsjahres mit dem Relaunch der expert Website und dem Start ins e-Commerce-Geschäft umgesetzt wurden.

*Volker Müller, Vorstandsvorsitzender expert AG, präsentierte gemeinsam mit seinen Kollegen Dr. Stefan Müller, Vorstand expert AG (links), und Gerd-Christian Hesse, Generalbevollmächtigter expert AG (rechts), gute Ergebnisse für das vergangene Geschäftsjahr.*



# Grundig mit neuen Produktlinien auf der IFA

## In der Bundesliga

Mit zahlreichen neuen Produkten will Grundig auf der IFA seinen Wachstumskurs fortsetzen. Neben Audio- und Haushaltsgeräten stehen vor allem die neuen Smart TVs im Mittelpunkt, darunter die neue Produktlinie Grundig Bundesliga Fernseher.

Die fränkische Traditionsmarke verzeichnete im ersten Halbjahr 2012 rasant steigende Umsätze, die sich mit einer Wachstumsrate von 115 Prozent mehr als verdoppelt haben. Dabei entwickelten sich Audio-Systeme und Haushaltsgeräte mit Zuwächsen von 7 bzw. 12 Prozent besser als der Markt; das TV-Geschäft legte sogar um 142 Prozent zu, vor allem durch die steigende Nachfrage nach großen Bildformaten ab 37 Zoll. Die Gründe für diesen Erfolg sieht Christian Struck, Direktor Brand Management der Grundig Intermedia GmbH, im positiven Image der Marke mit den Faktoren Qualität, Zuverlässigkeit und Dynamik sowie im erfolgreichen Ausbau der Partnerschaft mit dem Fachhandel. So haben sich bisher 2.700 Fachhändler der Grundig Partnerschaftsinitiative angeschlossen.



3D-Entertainment und satten Sound in einem eleganten Rahmen bietet Grundigs neue Vision 9-Air Design-TV-Linie.

3D-Erlebnis. Gestochen scharfe Bilder in Full-HD sind bei den neuen Grundig-Fernsehern ebenso garantiert wie natürliche Bewegungsabläufe – dafür sorgen 400 Hz-Picture-Perfection-Rate und Motion Picture Improvement. Als Smart-Inter@ctive-TVs unterstützen die Air Design Modelle zudem das vernetzte Fernseherlebnis, das dank der breiten Auswahl an Bildschirmgrößen in den unterschiedlichsten Wohnräumen Platz findet. Insgesamt bringt Grundig zur IFA fünf neue Vision 9 Air Design-Modelle auf den Markt. Mit den neuen Grundig Bundesliga-Fernsehern werden die Fußball Bundesliga Spiele zu einem intensiven Farberlebnis in gestochen scharfen Bildern. Dank eines neuartigen, zusätzlich integrierten Picture-Intensifier-Prozessors ermöglichen insgesamt sechs neue TV-Geräte im schwarzen Klavierlackdesign, Hochglanzweiß und matten Silber ein ganz natürliches Bild, das die Farben noch lebhafter und besonders realistisch wiedergibt. Mit dem Picture Intensifier steht ein zweiter Prozessor im Fernseher zur Verfügung, der für einen noch schnelleren Bildaufbau sorgt. Damit eignen sich die Fernsehgeräte besonders für dynamische Bilder, wie sie bei Fußballübertragungen üblich sind. Gleichzeitig verbessert der Picture Intensifier die Kontrastschärfe in dunklen Bildbestandteilen sowie die allgemeine Farbwiedergabe. Auch die Umgebungsfarben wie das satte Grün des Rasens, das echte Himmelblau und zahlreiche weitere Details im Stadion kommen dabei besonders realitätsnah zur Geltung. Zudem ermöglicht er ein besonders natürliches Erscheinungsbild von menschlichen Hauttönen. Um die Flugbahn der

Bälle oder Abseitsfallen noch genauer identifizieren zu können, sind die Einstellungen von Bildschärfe, Kontrast und Helligkeit optimal aufeinander abgestimmt. Mit Full-HD und 3D-Technologie machen die Grundig Fernseher ein Bundesliga-Spiel zum spürbar erlebbaren Sport-Ereignis. Neben seiner Bildqualität hat der Grundig Bundesliga-Fernseher auch ein sportliches Technik-Paket an Bord. Dank USB-Recording kann jedes Spiel, selbst in 3D, ganz einfach aufgenommen werden. So verpasst der Fan sicher keine spannende Minute Spielzeit.

Falls die Lieblingsmannschaft gerade nicht am Ball ist, stehen während der Halbzeit diverse Apps über die Smart Inter@ctive TV-Plattform zur Verfügung und halten weitere Informationen bereit. Hier begeistert insbesondere die neu integrierte Kicker-App mit aktuellen Fußball-News rund um



die deutsche Bundesliga und internationalen Fußballturnieren.

Wer zu Hause über etwas weniger Platz verfügt, wird sich über das kleinere Bildschirmformat freuen: Grundig vereint mit seiner Smart-Inter@ctive Technologie die Vorteile des Internets und die Annehmlichkeiten des Fernsehens nun auch auf einer Größe von 26 Zoll (66 cm). Bisher waren die Smart-Inter@ctive Fernseher von Grundig erst ab einer Größe von 32 Zoll (81 Zentimeter) erhältlich. Nun gibt es die smarten Modelle aus der Vision 7-Familie und Vision 8-Familie auch in kompakteren 26 Zoll. Auch die angebotene

dem Klavierlack-Design (26 VLE 8200 BL) angeboten. In den neuen LED-TVs ist die Smart-Inter@ctive-Technologie mit ihrem ganzen Komfort vertreten und ermöglicht den uneingeschränkten und direkten Zugriff auf ausgesuchte Applikationen wie Twitter, Facebook, YouTube, flickr und picasa.

### Audio-Neuheiten

Grundig bietet seinen neuen MPiXX 1250 Media Player mit integriertem Radio und Aufnahme-funktion in sechs auffälligen Farben an. Der MPiXX 1250 überzeugt neben dem frischen Design auch durch ein großes Farbdisplay, auf



Grundigs neuester Mediaplayer MPiXX 1250 setzt farbliche Akzente und ist mit verschiedenen praktischen Features ausgestattet.

Farbauswahl lässt keine Wünsche offen: Während das Vision 7-Modell 26 VLE 7201 BH in edlem Klavierlack-Schwarz kommt, werden die Vision 8 Sports-TVs in hochwertigem Silber (26 VLE 8200 SL), elegantem Hochglanzweiß (26 VLE 8200 WL) und schwar-

dem problemlos Videos wiedergegeben werden können. Der eingebaute 2-GB-Flashspeicher garantiert lang anhaltenden Sound und lässt sich mit einer SD-Karte auf bis zu 10 GB erweitern. Zudem ist der Player mit einer praktischen Diktierfunktion ausgestattet.

Per Knopfdruck ist der MPiXX 1250 außerdem in der Lage, das Radioprogramm aufzuzeichnen und kann dieses zu einem beliebigen Zeitpunkt wiedergeben. Zum Lieferumfang des Players gehören ein USB-Verlängerungskabel und ein hochwertiger Stereo-Kopfhörer.

Ein absolutes Highlight für jeden Designliebhaber ist das neue Wooden Table Radio 1200. Sein Holzgehäuse stellt ein unverwechselbares Klangerlebnis sicher. Der TR 1200 wird erhältlich sein als klassisches Modell im Echtholzdesign, in hochwertigem Klavierlack-Schwarz, Weiß oder Rot. Ein extragroßer, fein übersetzter Regler dient zur Einstellung der Sender – die übersichtliche Benutzeroberfläche garantiert außerdem eine intuitive Bedienung.



Christian Struck, Direktor Brand Management bei Grundig Intermedia, begründet den Erfolg von Grundig mit den Faktoren Qualität, Zuverlässigkeit und Dynamik sowie im erfolgreichen Ausbau der Partnerschaft mit dem Fachhandel und dem positiven Image der Marke.

### TV-Neuheiten

Die neue Vision 9 Air Design LED TV-Range von Grundig bietet 3D-Vergnügen und satten Sound in einem eleganten Rahmen. Dabei ermöglicht die passive 3D-Technologie zusammen mit den leichten 3D-Brillen einen Tiefeindruck und ein komfortables

### Grundig weitet Bundesliga-Partnerschaft aus

Seit Juli 2011 ist Grundig bereits erster „Offizieller Technologie-Partner der Bundesliga“. Nun ist das Unternehmen eine internationale Kooperation mit der Deutschen Fußball Liga eingegangen. Damit ist das Grundig Logo weltweit als Grafik-Insert in den Saisons 2011/2012 und 2012/2013 fester Bestandteil der audiovisuellen Berichterstattung zur 1. und 2. Bundesliga. Im Zuge der Internationalisierung der Partnerschaft übernimmt Grundig zusätzlich in 37 Ländern, hauptsächlich in Europa, das TV-Präsenting im Rahmen der Bundesliga-Übertragungen. Darüber hinaus präsentiert Grundig die Highlights der Bundesligaspiele im In-flight Entertainment Programm der Lufthansa. Mit der erweiterten Partnerschaft sind die Grundig Presentings in den Bundesliga Live-Übertragungen unter anderem in Norwegen, Polen und in Dänemark sowie in 20 weiteren europäischen Ländern über den Sportsender Eurosport zu sehen. Via Canal+ ist Grundig als Offizieller Technologie-Partner der Bundesliga in Spanien präsent, über NTV-Plus in Russland sowie den GUS-Staaten und über Sport 1 in den Niederlanden.

# Bose stellt neues Home Entertainment System vor

## VideoWave, die Zweite

**Zwei Jahre nach der Einführung des bahnbrechenden VideoWave Home Entertainment Konzepts stellt Bose die nächste Generation dieses erfolgreichen Produkts vor: Das VideoWave II System kombiniert einen 46 oder 55 Zoll großen HD-Flachbildschirm mit Home Cinema Sound und einem soundstarken Musiksystem.**

Dank der Wahlmöglichkeit zwischen einem 55-Zoll- oder 46-Zoll-Bildschirm in zeitgemäßem, weiterentwickeltem Design bietet die VideoWave II Produktpalette nun noch mehr Flexibilität für praktisch jede Raumgröße. Die Bildqualität wurde durch den Einsatz eines neuen LED Backlight-Displays verbessert, die Bedienung erfolgt mit der überarbeiteten click pad Fernbedienung besonders einfach und intuitiv.

Das neue 1.080p LED Backlight-Display ist mit einer Aluminiumblende eingefasst, die beim 55"-Bildschirm besonders schmal ist und ein schlankes und elegantes All-in-One Entertainment System darstellt, das sich auch in dieser Größe leicht an die Wand montieren lässt. Dafür wird von Zubehörherstellern eine kompatible VESA-Wandhalterung angeboten. Zum Lieferumfang gehört aber auch ein abnehmbarer Standfuß.

Die Eleganz und einfache Bedienung wird auch durch die Tatsache unterstrichen, dass für die Verbindung des TVs mit der schlanken Mediakonsole nur ein einziges Kabel notwendig ist. Die Konsole ermöglicht den Anschluss von bis zu sechs unterschiedlichen Zuspielgeräten wie Apple TV, Blu-ray-Player, Kabel- oder Satellitenreceiver, Spielekonsole und vielen anderen Geräten, die heute in den Haushalten verfügbar sind.

Die Steuerung aller Komponenten erfolgt besonders einfach über die elegante Bose click pad Fernbedienung. Sie kommt mit wenigen Tasten aus und ermöglicht es den Anwendern, mit dem berührungsempfindlichen Clickpad intuitiv durch das gesamte System zu navigieren, anstatt für verschiedene Geräte jeweils eine eigene Fernbedienung einsetzen zu müssen. Dabei werden die Nutzer durch die innovative Bedienungsführung auf dem Bildschirm wirkungsvoll unterstützt. So kann man das gesamte

System steuern, ohne die Augen vom Bildschirm abzuwenden: ein Wechsel zwischen den Zuspielgeräten gelingt ebenso mühelos wie die Programmwahl und die Steuerung von Funktionen wie Skip, Play, Pause und Aufnahme. Da die click pad Fernbedienung auf Funkbasis arbeitet, muss sie nicht wie eine Infrarot-Fernbedienung direkt auf das Gerät gerichtet werden. Deshalb können alle Geräte versteckt platziert werden, ohne dass die Bedienung beeinträchtigt wird.

überflüssig, bietet aber trotzdem eine überzeugende Klangwiedergabe: das Home Cinema Sound System mit 16 Lautsprechern ist komplett hinter dem Bildschirm integriert. Mit dieser Innovation macht Bose packenden und kraftvollen Cinema Sound möglich – ohne separate Lautsprecher, ohne Bassmodul und ohne Lautsprecherkabel.

Seinen beeindruckenden Spitzenklang erreicht das Bose VideoWave System durch sechs im Inneren untergebrachte Hochleistungswoofer, die speziell für die Wiedergabe kraftvoller Bässe entwickelt wurden und selbst bei großer Lautstärke ohne hörbare Verzerrungen arbeiten. Für den sehr räumlichen Home Cinema-Klang, der den Zu-



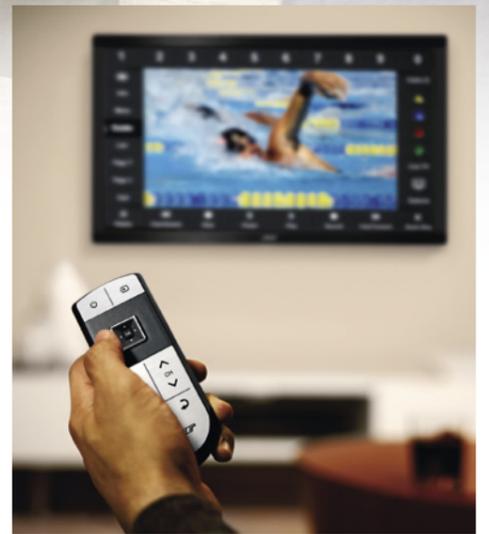
*Das überarbeitete Design macht das Bose VideoWave II System zu einem eleganten All-in-One Entertainment System.*

### Home Cinema Sound ohne Kabel

Das Bose VideoWave bietet auch zu Hause überzeugenden Klang wie im Kino, ohne Kompromisse bei der Einrichtung und dem Stil des Wohnraumes in Kauf nehmen zu müssen. Denn das System macht das Aufstellen von Lautsprechern und das Verlegen von Kabeln quer durch den Raum

hörer von allen Seiten zu umgeben scheint, sorgt die Bose PhaseGuide Sound Radiator Technologie, die mit einem 7-teiligen Speaker Array und dem herstellereigenen Bose Digital Signal Processing kombiniert wurde. Zusammen erzeugen diese Elemente ein Schallfeld, das weit über den Bildschirm hinausgeht und im ganzen Raum für beeindruckenden, klaren Klang sorgt. Durch sein spezielles Konzept ist das neue

*Das Bose VideoWave II System ermöglicht klangintensive Home Cinema Erlebnisse, ohne dass ein Lautsprecher zu sehen ist.*



*Die elegante Bose click pad Fernbedienung kommt mit wenigen Tasten aus. Mit dem berührungsempfindlichen Clickpad kann man intuitiv durch das gesamte System navigieren.*

VideoWave II System dazu geeignet, nahezu überall – in einem Wohnraum, in einer Hotelsuite oder in Besprechungsräumen – platziert zu werden. Die exklusive Bose ADAPTiQ Audio Calibration Technologie passt den Klang automatisch an den Schnitt, die Größe und selbst die Einrichtung des Raumes an.

### Musik aus vielen Quellen

Das neue VideoWave II System ermöglicht nicht nur Home Cinema Erlebnisse wie im Kino, sondern auch erstklassigen Musik-Genuss. Eine Docking-Station für den iPod bzw. das iPhone bietet Zugriff auf die individuellen Musikbibliotheken und Playlists der Anwender. Die unsichtbar integrierten Lautsprecher geben Instrumente und Gesangsstimmen so kristallklar und definiert wieder wie eine HiFi-Anlage aus mehreren Komponenten. Interpreten, Titel und Playlists werden auf Wunsch auf dem Bildschirm angezeigt, und die click pad Fernbedienung macht es auch hier einfach, die gewünschten Titel auszuwählen. Über die Funktion „Video Mute“ kann der Bildschirm bei Bedarf deaktiviert werden. Dann bleibt nur noch raumfüllender Klang über das gesamte Frequenzspektrum übrig, der es möglich macht, Musik auf höchstem Niveau zu hören, ohne auch nur einen Lautsprecher sehen zu können.

Das Bose VideoWave II System ist ab sofort verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 5.499,- Euro für das 46"-Modell und bei 6.499,- Euro für das 55"-Modell.

# Erstklassige Positionierung für FirstClass Produkte

## Premium-Konzept von ElectronicPartner



**Hochwertige Produkte benötigen ein entsprechendes Ambiente – diese Intention verfolgt das FirstClass Konzept von ElectronicPartner. Um den Ansprüchen der Verbraucher gerecht zu werden, steht den angeschlossenen Unternehmen der Verbundgruppe ein neues Format zur Verfügung, das FirstClass-Produkte am PoS besonders positioniert.**

Den Mittelpunkt des neuen ElectronicPartner Positionierungskonzept

tes bilden Premiummarken aus unterschiedlichen Warengruppen. Die Zusammenstellung der Sortimente ist flexibel und umfasst Produktbereiche wie HiFi, TV, Haushaltselektronik und Telekommunikation. Dabei sind Premiummarken wie Bose, Loewe, Jura, Miele oder Apple fest verankert.

Auch am PoS spiegelt sich der hohe Qualitätsanspruch in einem speziell auf FirstClass abgestimmten Auftritt wider. Auf Wunsch bietet ElectronicPartner zudem ein Ladenbauprogramm an, das dazu beiträgt, die Produkte ideal in Szene zu setzen. Dabei ist es den teilnehmenden Händlern überlassen, ob sie ihre komplette Ver-

kaufsfläche oder nur einen Teil im FirstClass-Look einrichten.

„Von der Markenauswahl über den Ladenbau bis hin zur Vermarktung ist FirstClass stringent auf die jeweilige Situation der Händler ausgerichtet. Wir haben ein Premiumkonzept entwickelt, das so flexibel wie möglich individuelle Stärken unserer Mitglieder hervorhebt“, beschreibt Michael Heller, Vertriebschef EP., das neue Konzept.

FirstClass steht allen angeschlossenen Unternehmen der Verbundgruppe zur Verfügung, die die Kriterien zur Teilnahme – wie die intensive Kundenbetreuung – erfüllen.

Für den Relaunch von FirstClass, das nun seit mehr als zehn Jahren als Gütesiegel für premiumorientierte Fachhändler gilt, hat sich eine Arbeitsgruppe aus Fachhändlern und Mitarbeitern der Verbundgruppe aus den Bereichen Vertrieb und Marketing intensiv in die Entwicklung eingebracht. Auch hier gibt es bei ElectronicPartner viel Mitspracherecht verschiedener Gremien, um das Konzept immer optimal an die Bedürfnisse des Handels und seiner Kunden anzupassen.

### Teilnahmebedingungen für den Fachhandel

Wer sich zur Teilnahme an First-

Class entschließt, geht auch Verpflichtungen ein. So muss jeder Händler mindestens sieben Serviceleistungen anbieten, um seinen Kunden attraktiven Mehrwert zu gewährleisten.

Außerdem sind ein hochwertig gestalteter PoS und ausgezeichnete Beratungsqualifikation Pflicht für die Teilnahme. „FirstClass ist ebenso einfach wie effizient: Wir

bieten den Fachhändlern ein erstklassiges Konzept, damit sie ihren Kunden die Welt der Premiummarken und die dazugehörige Beratung und den Service in Premiumqualität bieten können“, so Michael Heller.

Weitere Informationen zu dem ElectronicPartner Premium-Konzept gibt es unter [www.firstclass.de](http://www.firstclass.de).

### comTeam mit neuer Webpräsenz

Ab sofort präsentiert sich der Systemhausverbund comTeam mit einer komplett überarbeiteten Internetpräsenz. Auf [www.comteam.de](http://www.comteam.de) hilft vor allem die neu angelegte Unterscheidung von Geschäftskunden- und Interessentenbereich bei der schnellen Navigation durch die Inhalte. Die Verwendung von Accordion Menues erleichtert den Zugriff auf die gesuchten Informationen. Besonders praktisch: Kontaktdaten können einfach per QR-Code auf das Handy übertragen werden.

Mehr Service: Neu im Mitgliederbereich ist die „Rechtskladde“. Dort finden die Nutzer alle Artikel aus den comTeam Newslettern der vergangenen eineinhalb Jahre. Wer auf der Suche nach speziellen Informationen ist, kann in der Kladde nach Stichworten suchen oder die unterschiedlichen Rubriken durchblättern. Dazu gehören unter anderem Unternehmensrecht, E-Commerce und Social Media. Eine Volltextsuche leistet ab sofort auch bei der Suche im Veranstaltungskalender beste Dienste. Schnellen Zugriff auf Lieferanten-Portraits erhalten Mitglieder in einem eigens dafür eingerichteten Bereich. Auch unterwegs bestens informiert: Für Smartphone-Anwender passt sich die Seite automatisch der entsprechenden Displaygröße an. Zudem wurde die Ansicht druckoptimiert und ist damit noch benutzerfreundlicher.

## Im Gespräch mit ElectronicPartner Vertriebschef Michael Heller über das neue FirstClass Konzept

*PoS-MAIL: Was verbirgt sich hinter dem Begriff FirstClass?*

**Michael Heller:** FirstClass ist ein Konzept, das die Vermarktung von Premiumprodukten fokussiert. Wir haben die Top-Marken aus den Bereichen Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Mobilfunk und Multimedia gebündelt und präsentieren diese auf besonders hochwertige Weise. Für den Fachhandel ist die Teilnahme an diesem Konzept in verschiedenen Ausprägungen möglich, so dass wir eine sehr hohe Flexibilität gewährleisten. Interessierte Händler können sowohl mit einem Shop-in-Shop-System einen ausgewählten Bereich am PoS als auch die gesamte Verkaufsfläche als FirstClass Bereich kennzeichnen.

*PoS-MAIL: Wer kann am FirstClass Konzept teilnehmen?*

**Michael Heller:** Grundsätzlich kann in einer der beiden Varianten jeder Fachhändler teilnehmen, der Mitglied der Verbundgruppe ElectronicPartner ist oder wird und im Premiumbereich aktiv ist. Allerdings haben wir sehr hohe Standards gesetzt, was Ladenbau und Serviceleistungen betrifft.

*PoS-MAIL: Was genau müssen Mitglieder leisten, die am FirstClass Konzept teilnehmen wollen?*

**Michael Heller:** Bei ElectronicPartner spielt der Servicegedanke eine entscheidende Rolle – sowohl unser Service als Verbundgruppe für den unternehmerischen Erfolg der Mitglieder als auch der Service der



Mitglieder für ihre Kunden. Im Rahmen des FirstClass Konzeptes bedeutet das eine Verpflichtung, mindestens sieben verschiedene Dienstleistungen anzubieten. Dazu zählen zum Beispiel Liefer- und Einrichtungsservice, Angebote zur Heimvernetzung sowie zur Finanzierung oder auch die Exklusivberatung. Außerdem muss

der optische Eindruck stimmen und das Ambiente am PoS zur Positionierung von FirstClass passen. Wichtig sind auch regelmäßige Aus- und Fortbildungen, um ein hohes Beratungsniveau zu gewährleisten.

*PoS-MAIL: Welche Vorteile bieten Sie Ihren Mitgliedern?*

**Michael Heller:** Wir bieten ein Forum, mit dem Premiumprodukte in einem Premiumambiente präsentiert werden, ohne dass Einschnitte bei der individuellen Gestaltung gemacht werden müssen.

Hinzu kommen zentrale Services, die in ähnlicher Form auch bei der Marke EP: etabliert sind, wie eine übergreifende Markenhompage, professionelle Marketingunterstützung und Angebote zur gemeinsamen Wei-

terentwicklung des Konzepts.

*PoS-MAIL: Dieses Konzept ist bei ElectronicPartner doch schon länger bekannt. Was ist neu?*

**Michael Heller:** Mit „FirstClass“ arbeiten wir schon seit Ende der neunziger Jahre. Allerdings war dies bislang eher als Qualitätssiegel zu verstehen. Jetzt haben wir ein Konzept geschaffen, mit dem wir Premiumhändlern einen kompletten Lösungsansatz auf höchstem Niveau bieten.

*PoS-MAIL: Wie soll die weitere Entwicklung aussehen?*

**Michael Heller:** Für den Start Anfang Juli haben sich rund 50 Fachhändler entschieden, an dem Konzept FirstClass teilzunehmen. Wir bauen das Konzept schrittweise aus.

# PoS-MAIL ONLINE

## Ihr aktuelles Update

Jeden Monat neu informieren wir Sie in PoS-MAIL über die aktuellen Marktentwicklungen in der High-Tech-Branche. Dazwischen bleiben Sie mit unseren digitalen Medien auf dem laufenden.



Täglich frische Branchennews gibt es im Internet unter [www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de). Dort finden Sie nicht nur brandneue Produkte, Berichte über Marketing-Aktivitäten oder personelle Veränderungen, sondern auch PoS-MAIL als E-Paper zum Blättern am Bildschirm. Die wichtigsten Nachrichten zusammengefasst erhalten Sie zwischen den Printausgaben über unseren E-Mail Newsletter PoS-

MAIL online. Er erscheint in unregelmäßigen Abständen sozusagen „nach Bedarf“ – wenn Sie PoS-MAIL online in Ihrem Briefkasten haben, können Sie sicher sein, dass etwas Wichtiges passiert ist. **Bestellen Sie darum den kostenlosen Newsletter entweder über unsere Internetseite [www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de) oder per E-Mail an [pos-mail@cat-verlag.de](mailto:pos-mail@cat-verlag.de).**

# WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

## Wie ein einziger Koch den Brei verdirbt

Als Vertreter der älteren Generation habe ich das Sprichwort „Viele Köche verderben den Brei“ schon in der Schule gelernt. Aber ich musste erst Rentner werden, um zu wissen, dass für einen ordentlich verdorbenen Brei auch ein einziger Koch genügt – zumindest wenn er Olaf mit Vornamen heißt und Chef der Metro ist. Der Mann hat es mit einem einzigen Interview in der BamS geschafft, die Metro Aktie zeitweilig auf den niedrigsten Stand seit März 2009 zu befördern. Inzwischen hat sich der Kurs ein wenig erholt, vermutlich, weil die Analysten das entsprechende Exemplar inzwischen weggeworfen haben.

Den Börsianern hat wohl Kochs Aussage: „Die Euro-Krise verdirbt den Deutschen die Kauflust.... Das hat deutliche Auswirkungen auf unser Geschäft.“ die Laune verdorben. Der gute (?) Mann hat allerdings noch weitere schwer verdauliche Aussagen in den BamS-Brei gerührt. So kommentiert er die Feststellung der Springer-Redakteure, ihr Diktiergerät im Media Markt deutlich billiger als im Internet erworben zu haben, mit dem schlagfertigen Satz „Daran sehen Sie, dass unsere Preispolitik funktioniert.“ Auf den Vorhalt, warum dann eine bestimmte Kamera bei Saturn teurer sei als bei Online-Anbietern, antwortet er dagegen, sein Ziel sei es, „bei Media Markt und Saturn den durchschnittlichen Online-Preis anzubieten.“ Welche der beiden Lesarten nun die offizielle Metro-Strategie beschreibt, hat der Koch nicht gesagt. Wohl aber, dass der Konzern mit dem Kauf von Redcoon anerkannt habe, „dass das Online-Geschäft keine Modeerscheinung ist“. Haben die das tatsächlich vorher geglaubt?

Den drohenden Rauswurf aus dem Dax sieht Koch entspannt: „Das wäre ganz sicher nicht schön, aber das Leben geht weiter.“ Es wäre ja auch tragisch, wenn der Top-Manager sich aus diesem Anlass selbst entleiben und dadurch dem deutschen Einzelhandel und der BamS verloren gehen würde.

Entspannen kann sich auch der Hightech-Fachhandel: Laut Koch ist der Kern der Metro AG das Cash & Carry Geschäft, und nicht die Fachmärkte. Media Saturn ist dann wohl die Garnitur auf dem Brei, oder vielleicht eine Modeerscheinung?

*Herzlichst Ihr Koch*

## IMPRESSUM

### PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,  
Postfach 12 29, 40832 Ratingen  
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen  
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0  
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90  
Online: <http://www.pos-mail.de>

Bankverbindung:  
Postbank Essen, Kto. 164 565 438,  
BLZ 360 100 43  
IBAN: DE35 360100430164565438,  
BIC: PBNK DE FF

#### Herausgeber:

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

#### Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

#### Objektmanagement:

Thomas Blömer, DGPh.

#### Redaktion:

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

#### Anzeigen:

Ralf Gruna  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 13  
v. 1. Januar 2012



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

#### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
Albert Willmann

#### Vertrieb:

Silke Gräbel

#### Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

#### Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt  
Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

#### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

#### Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635



THE GLOBAL STAGE FOR...

...RETAILERS & BUYERS

...PRODUCT INNOVATIONS

...LEADING BRANDS &  
EXPERTS

...PRESS & MEDIA

IFA >  
2012



# Get in touch



BERLIN, GERMANY

[ifa-berlin.com](http://ifa-berlin.com)

Nutzen Sie die IFA 2012 als wichtigsten Handelstreffpunkt und treffen Sie den Vertrieb der international führenden Marken. Sichern Sie sich mit den Innovationen des Jahres Ihren Geschäftserfolg.



**The global innovations show.**