



**MADE IN
GERMANY***
MACHT ALLE AN.



VARTA

Sogar das VARTA Minions
Nachtlicht „Bob“. Kein Wunder:
In Deutschland hergestellt,
stehen VARTA Batterien für
höchste Zuverlässigkeit. Das
macht sie zum Marktführer** –
und bringt Minions zum
Leuchten.

* VARTA High Energy Batterien
** Gemäß unabhängigem Marktforschungsinstitut –
Stand Dez./Jan 2015



Der große IFA-Auftritt von Bauknecht

Connectivity mit Intelligenz

Mit einem deutlich erweiterten Auftritt präsentiert Bauknecht auf der IFA eine neue Generation von Hausgeräten mit innovativen Features, hochwertigem Design und ausgezeichneter Energieeffizienz. Unter dem Dach der Whirlpool Gruppe zeigt die deutsche Marke auf einem 3.200 Quadratmeter großen Stand, auf dem auch die Marken Indesit, Hotpoint, Kitchenaid und Whirlpool vertreten sein werden,

mit neuen Waschmaschinen, Trocknern, Kühl-/Gefrierkombinationen und Geschirrspülern der Premium-Klasse, wie intelligente Vernetzung echten Kundennutzen bieten kann. Dazu gehört neben hervorragender Funktionalität auch hoher Bedienkomfort: Die komplette Connectivity-Range von Bauknecht wird mit der neuen BLive App gesteuert, die kostenlos für iOS und Android Smartphones und Tablets erhältlich ist.

Mit der App werden Smartphones und Tablets zur Schaltzentrale für die neue PremiumCare Waschmaschine und den PremiumCare Trockner, die Ultimate NoFrost Kühl-/Gefrierkombination und den intelligenten PowerDry Geschirrspüler. Die Geräte lassen sich mit dem

Mobilgerät nicht nur von jedem Ort aus fernsteuern, sondern geben auch Rückmeldung über ihren Status, merken sich die Vorlieben des Nutzers und kommunizieren untereinander. Die Palette der neuen Bauknecht Hausgeräte mit BLive umfasst zum Start vier Produktkategorien:

Die neue Waschmaschine und der Trockner bringen alle Features der PremiumCare Reihe mit, die neue Kühl-/Gefrierkombination bietet alle Funktionen der 2015er Ultimate NoFrost Geräte, und der Geschirrspüler hat mit PowerDry eine exklusive Bauknecht Technologie an Bord. ➔



Weitere Informationen unter:
www.facebook.com/VARTA.Consumer.German
und www.varta-consumer.de



VARTA



Willkommen auf der IFA 2015

Für den Handel war 2015 bisher – sprechen wir es aus – in einigen Produktbereichen enttäuschend. Hier ist mein Versprechen: Mit so vielen Produktneuheiten auf der IFA wie nie zuvor möchten wir den Märkten einen neuen Schub geben. Für Ihre wichtigste Saison: das Weihnachtsgeschäft. Und deshalb müssen Sie in Berlin dabei sein!

Keine andere Messe weltweit bildet die vernetzten Produktwelten von CE, TK, IT, HA und Automotive marken- und herstellerübergreifend eindrucksvoller und nachhaltiger ab. Mit ihrem einzigartigen Konzept führt die IFA alle beteiligten Industrien, Handel, Medien und Konsumenten an einem Ort zu ihrem Höhepunkt zusammen.

Zudem zeigen spezielle Ausstellungsbereiche, wie die IFA iZone, das IFA TecWatch als Launchpad internationaler Start-Up-Unternehmen, der Reseller Park, erstmals in Halle 25 als Treffpunkt für Distributoren und Einkäufer oder die Fitness & Activity Halle 7.2c dem IFA-Besucher überraschend neue Einblicke und Möglichkeiten.

Ich weiß: Als Händler haben Sie kaum Zeit für mehrtägige Konferenzen. Aber einige muss ich Ihnen ans Herz legen, denn hier erhalten Sie entscheidendes Wissen und Impulse für die Entwicklung Ihres Geschäfts. Allen vorab die IFA Keynotes, in denen die weltweiten Chefs ihre Technologie- und Produktstrategien erklären: Sang-Beom Han von LG für Displays und TV, Nick Parker von Microsoft für Windows 10 in der Gerätwelt und Dinesh Paliwal von Harman für Smart Audio. Noch tiefere Einblicke gibt es bei den Hosted Conferences, wie der IHS Business Conference, ICCE-Berlin, dem TedX Berlin und der GfK-Konferenz.

Vielleicht nehmen Sie sich für die IFA doch einen Tag mehr Zeit?

Auf jeden Fall: Lassen auch Sie sich begeistern von der einzigartigen Vielfalt der IFA mit ihren faszinierenden Marken und neuen Produkten!

Ich freue mich auf Sie und wünsche Ihnen allen erfolgreiche und unterhaltsame Tage!

Heitecker.

Ihr Jens Heitecker,
Direktor IFA, Messe Berlin

Smartes Waschen mit PremiumCare

Die neue PremiumCare Waschmaschine von Bauknecht zeichnet sich durch eine besonders hochwertige Ausstattung aus. Der neue ZEN-Motor mit Direktantrieb läuft besonders leise und vibrationsarm, da er direkt auf der Rückseite der Trommel sitzt und seine Kraft ohne Umweg riemenlos überträgt. Mit einem Betriebsgeräusch von 46/48 dBA beim Waschen und 66/68 dBA im Schleuderbetrieb ist die PremiumCare Waschmaschine von Bauknecht leiser als alle derzeit erhältlichen Geräte. SoftMove stimmt die Bewegungen der Trommel exakt auf das gewählte Programm und die geladene Wäschemenge ab. So werden Form, Farbe und Fasern von bis zu 12 kg Wäsche in der Pflgetrommel gut geschützt. Kann das Gerät nach Ende des Waschgangs einmal nicht sofort entladen werden, bleibt die Wäsche mit der Option FreshFinish dank regelmäßiger Trommelbewegungen bis zu sechs Stunden lang frisch und knitterarm.

Auch der PremiumCare Trockner bietet die Ausstattung eines Premium-Gerätes. Die Trommel hat mit 121 Litern das größte Volumen auf dem Markt und kann durch die extra große Öffnung bis zu 10 kg Wäsche aufnehmen. Die geschwungenen Wäscheheber mit integrierten Luftdüsen schonen nicht nur die Kleidungsstücke, sondern verteilen auch die warme Luft besonders gut in der gesamten Trommel. Das innovative Luftstrom-System 3D AirCare sorgt dabei für eine gleichmäßige und besonders schonende Trocknung. Mit dem einzigartigen Programm WoolPerfection lassen sich sogar Woll Sachen ohne besonderes Zubehör trocknen. SteamCare nutzt die Kraft des Dampfes, um Wäschestücke zu glätten und aufzufrischen.



Die neue PremiumCare Waschmaschine von Bauknecht macht es mit der Blive App leicht, das richtige Waschprogramm zu finden und einzuschalten.



An die Schonung der Umwelt hat Bauknecht bei den PremiumCare Geräten ebenfalls gedacht. Wasser und Waschmittel werden durch Düsen in der Trommel bereits vermisch auf die Wäsche gesprüht. Dadurch wartet die PremiumCare Waschmaschine nicht nur mit hervorragenden Spülergeb-

Innovationen „ohne Netz“

Natürlich stellt Bauknecht auf der IFA auch im konventionellen Segment ohne Netzwerkfunktionen wichtige Neuheiten vor. So vereint der neue Waschtrockner die Vorteile der Waschmaschinen und Trockner nun in einem Gerät. Der Allrounder wäscht und schleudert dank seines ProSilent Motors leise und vibrationsarm. Die SoftMove Technologie schützt die Fasern, indem die Trommelbewegungen genau auf das gewählte Programm abgestimmt werden, SteamCare pflegt, glättet und frischt Textilien mit Dampf auf. Zur Ausstattung gehört auch das mit dem Woolmark-Gütesiegel ausgezeichnete Woll-Waschprogramm.



Bestwerte bei Verbrauch und Betriebsgeräusch: Der ZEN Toplader von Bauknecht.

abgestimmt werden, SteamCare pflegt, glättet und frischt Textilien mit Dampf auf. Zur Ausstattung gehört auch das mit dem Woolmark-Gütesiegel ausgezeichnete Woll-Waschprogramm.

In der 71 Liter großen Pflgetrommel lassen sich bis zu 11kg Wäsche waschen und bis zu 7kg trocknen. Mit intelligenten Technologien steigert Bauknecht die Trockenleistung des Geräts und senkt gleichzeitig den Energieverbrauch, denn weniger Trommelinhalt bedeutet auch weniger Stromverbrauch. So wird keine Energie verschwendet, auch wenn die Maschine einmal nur halb beladen ist. Der neue Waschtrockner liegt auf diese Weise 10 Prozent unter Energieeffizienzklasse A.

Mit dem neuen Toplader zeigt Bauknecht auf der IFA eine Neuheit für kleine Haushalte, die eine platzsparende, aber dennoch energieeffiziente und intuitiv bedienbare Waschmaschine brauchen. Trotz einer Breite von nur 40 Zentimetern fasst das Gerät bis zu 7kg Wäsche und geizt auch nicht mit der Ausstattung. Das Programm „15° Green & Clean“ erhält Form und Farben von Textilien länger, dank spezieller Trommelbewegungen wird die Wäsche bei 15°C so sauber wie bei 40°C. Die Sensor Technology erkennt, wie viel Wäsche geladen wurde, passt das Programm entsprechend an und hilft so, bis zu 50% Wasser, Energie und Zeit zu sparen. Der neue Direktantrieb macht den neuen Toplader von Bauknecht nicht nur besonders vibrationsarm, sondern auch zum leisesten Gerät auf dem Markt. Dennoch erreicht der Toplader mit 1.200 Umdrehungen pro Minute die beste Schleuderkategorie A. Mit der Energieeffizienzklasse A+++ -20% ist das Bauknecht Gerät zudem der derzeit sparsamste Toplader auf dem Markt.

nissen auf, sondern hat auch den geringsten Wasserverbrauch auf dem Markt. Mit CleverDose dosiert die Maschine Flüssigwaschmittel und Weichspüler automatisch aus dem eingebauten Tank und kann so bis zu 12 Liter Waschmittel pro Jahr sparen. Der PremiumCare Trockner erreicht dank seiner wirkungsvollen Wärmepumpentechnologie die Energieeffizienzklasse A+++; zudem gibt der Bauknecht EcoMonitor bei beiden PremiumCare Geräten Rückmeldung über den zu erwartenden Energieverbrauch und hilft dabei, das passende Programm zu finden.

Besonders komfortabel wird die Bedienung der Geräte mit der Blive App. Mit einem sanften Druck auf das berührungsempfindliche Display der Waschmaschine oder des Trockners erlischt die Anzeige dort und wechselt auf das mobile Endgerät: Es wird zum tragbaren Bedienfeld. Damit kann man nicht nur per WLAN vom Wohnzimmer oder der Küche aus, sondern über die mobile Datenverbindung auch von unterwegs verschiedene Funktionen anwählen, steuern und überwachen. Auch bei der Wahl des besten Pflegeprogramms hilft die App: Gibt man Material, Farbe oder das entsprechende Kleidungsstück an, schlägt sie das Programm vor, das nicht nur das beste Ergebnis erzielt, sondern auch die größte Effizienz bei Wasser und Stromverbrauch bietet. Dabei stehen Waschmaschine und Trockner im Dialog: Der Trockner bietet von sich aus das Pflegeprogramm an, das am besten zum aktuellen Zyklus der Waschmaschine passt. Häufig genutzte Programme lassen sich als Favoriten abspeichern, und gibt es Handlungsbedarf, hat die App Tipps zur Fehlerbehebung parat.

Sauberes Geschirr mit PowerDry

Der PowerDry Geschirrspüler von Bauknecht ver-



bindet komfortable Netzwerkfunktionen mit hervorragender Energieeffizienz, ausgezeichneten Reinigungsergebnissen und Schnelligkeit. So kann der Geschirrspüler mit der PowerDry-Funktion das Geschirr in nur einer Stunde spülen und trocknen. Das innovative Hochdruckdüsensystem PowerClean+ löst selbst hartnäckigen Schmutz kraftvoll vom Geschirr und macht damit das Vorspülen überflüssig. Zudem macht es diese Technologie möglich, den Raum besonders effizient zu nutzen: Durch die clevere Anordnung der Düsen an der Rückwand lassen sich Töpfe und Pfannen hochkant in die Maschine stellen – das schafft Platz für zusätzliches Geschirr. Wie der Name PowerDry nahelegt, erzielt der Geschirrspüler nicht nur ausgezeichnete Reinigungsergebnisse, sondern setzt auch beim Trocknen Maßstäbe: Das einzigartige Ventilationssystem saugt die Feuchtigkeit im Innenraum ab und kon-

densiert sie in einem geschlossenen Kreislauf mit doppelter Luftzirkulation. Das ist die Voraussetzung für den kurzen Spül-/Trockenzyklus von nur einer Stunde. Praktischer Zusatznutzen: Beim Öffnen der Tür nach Abschluss des Programms tritt kein Dampf aus, der die Küche zur Sauna macht. Und der Nutzer kann das Geschirr sofort entnehmen, ohne sich die Finger zu verbrennen.



Die Blive App macht
die Bedienung
des PowerDry
Geschirrspülers
auch für
Ungeübte einfach.



INHALT

PoS-Aktuell – Nachrichten	6, 9
Samsung Techonomic Index 2015	8
Die Renaissance des Zuhauses	8
Hinense kündigt weitere IFA Neuheiten an	10
UHD günstig	10
Sat-to-IP, neue Features, tausend Apps	11
Ultralogic 4K von Grundig	11
	
Die neuen Philips Ambilight UHD-TVs der 7600er Serie – Android macht smart	12
PoS-Aktuell – Neuheiten	13, 21
Zwei neue kabellose Vax Staubsauger auf der IFA – Freiheit mit Akku	14



Metz baut Portfolio zur IFA aus Planea und Topas mit UHD	14
Premium in Consumer Electronics, Fotografie und Weißer Ware – Die IFA-Innovationen von Panasonic	16
	
Neue drahtlose Audio Produkte von LG Das „Internet der Töne“	18
 IFA-Schwerpunkt: Smarte Haushaltsgeräte made in Germany Küche denkt mit	20
Miele schließt Geschäftsjahr 2014/15 erfolgreich ab Neuer Umsatzrekord	22



AEG erweitert Öko-Linien in den Bereichen Waschen, Trocknen und Bodenpflege Freundlich zu Faser und Umwelt	24
 	
Vestel Group mit großem IFA-Auftritt „Am Puls der Zeit“	25
Oehlbach mit Neuheiten zum 40-jährigen Firmenjubiläum – Kabel und Elektronik	26
Unold auf der IFA – Flexible Küchenhelfer	26
Medisana mit neuen Gesundheitsprodukten auf der IFA – Mehr Fitness mit Connect	28
IFA Beauty-Neuheiten von Philips Internationales Thema Schönheit	30
Wagners Welt	31
PoS-MAIL @	31
Impressum	31



Pfiffige Neuheiten von Indesit

Indesit stellt auf der IFA neue Hausgeräte vor, die sich durch ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen und dabei pfiffige Ausstattungsmerkmale bieten. So ist die neue Serie MyTime auf die Bedürfnisse von Kunden zugeschnitten, bei denen Zeitmangel den Alltag bestimmt. Deshalb erledigen sowohl die MyTime-Waschmaschine als auch der Waschtrockner und der Trockner ihre Aufgaben besonders schnell. MyTime (Energieeffizienzklasse A+++ -10 Prozent) ist die erste Waschmaschine auf dem Markt mit sechs direkt anwählbaren Schnellprogrammen, mit denen die Wäsche in weniger als 59 Minuten sauber ist.



Der MyTime Waschtrockner von Indesit kann in nur 90 Minuten waschen und trocknen.

Die „Water Balance Plus“-Technologie misst das Wäschegewicht, um den Wasserzufluss automatisch zu regulieren. Das kann bei kleinen Waschladungen über 70 Prozent Wasser sowie 50 Prozent Energie und 35 Prozent Zeit sparen.

Auch der neue MyTime-Waschtrockner (Energieeffizienzklasse A) macht mit schnellen Programmen und zwei „Wash & Dry“-Gängen Tempo: weniger als 59 Minuten für Waschen und bis zu 90 Minuten für Waschen und Trocknen. Die Zeiten sind der Thermo-spin-Technologie zu verdanken: Im letzten Spülgang erhöht der Wassererhitzer die Temperatur auf 25 °C und wärmt die Wäsche somit vor. Bereits während des Schleuderns wird die Temperatur weiter auf 40 °C angehoben und erreicht in der finalen Trocknungsstufe sogar 60 °C.

Der neue MyTime-Wäschetrockner (Energieeffizienzklasse A++) passt mit „Load Balance“ ebenfalls das gewählte Programm dem Gewicht der Ladung an. So wird z. B. bei halber Ladung 45 Prozent Energie und Zeit gegenüber einer Ladung von 8 kg eingespart.

Mit der Flexi Use Box kann die Kühl-/Gefrierkombination eXtra von Indesit (Energieeffizienzklasse A++) für die bestmögliche Ausnutzung des Stauraums individuell angepasst werden. Sie wird wahlweise in zwei verschiedenen Ebenen im Gerät eingesetzt: Weiter oben bei etwa 5 °C verdoppelt sie den Platz für Obst und Gemüse, und weiter unten bei etwa 0 °C schafft sie Raum für alle empfindlichen Lebensmittel wie Fisch und Fleisch. Zur Ausstattung des Gerätes gehören auch die NoFrost Technologie und ein Schiebesystem, mit dem die Ebenen auf bis zu 7 cm herausgezogen werden können, damit der gesamte Inhalt des Kühlschranks einsehbar ist. Eine Sperrmechanik verhindert, dass die Ebenen herausfallen.



Flexibel: Die neue eXtra Kühl-/Gefrierkombination von Indesit.

Mit Blive können verschiedene Funktionen des Geschirrspülers von überall aus gesteuert werden. Die App informiert außerdem über etwaige Unregelmäßigkeiten. Alle Programme des Geräts lassen sich mit der App entdecken; sie gibt außerdem Hilfestellung, wie man sie am besten einsetzt. Zudem können die Programme innerhalb eines 48-Stunden-Zeitrahmens frei platziert werden, um Überlappungen und damit verbundene Verbrauchsspitzen zu vermeiden, den günstigsten Stromtarif zu nutzen und die Laufzeit an den eigenen Tagesablauf anzupassen.

Intelligent kühlen und gefrieren

Mit der neuen Ultimate NoFrost Kühl-/Gefrierkombination stellt Bauknecht auf der IFA sozusagen die Cloud für frische und gefrorene Lebensmittel vor. Die Connectivity-Funktionen machen es möglich, das Frischeklima von überall aus zu steuern und zu kontrollieren. Zudem schlägt die Anwendung den richtigen Lagerort für verschiedene Lebensmittel vor, indem sie zum Beispiel die obere Ebene mit der Käsebox für die Aufbewahrung entsprechender Spezialitäten empfiehlt, die Tür-Etagere für Milch und Butter vorschlägt oder die Gemüse-Schublade für knackige Rohkost. Praktisch ist der Party-Modus, mit

dem sich verhindern lässt, dass im Gefrierteil deponierte Getränkeflaschen platzen: Die App sagt rechtzeitig Bescheid, wenn Pils und Prosecco kalt genug sind.

Technisch bietet die netzwerkfähige Kühl-/Gefrierkombination alle Vorteile der Ultimate NoFrost Geräte von Bauknecht. ProFresh kontrolliert permanent Temperatur und Luftfeuchtigkeit im Kühlschrank. Im Gefrierteil verhindert der einzigartige ProFreeze Algorithmus zuverlässig Temperaturschwankungen und reduziert so Feuchtigkeitsverluste der Lebensmittel. Nach jedem Türöffnen wird die richtige Temperatur schnellstmöglich wieder hergestellt. Das sorgt für ausgezeichneten Geschmack der eingefrorenen Lebensmittel und für appetitliches Aussehen, denn die ProFreeze Technologie kann die Gefrierbrand-Quote um bis zu 50 Prozent reduzieren.

Wie der Name schon sagt, wird mit Ultimate NoFrost die Eisbildung im Kühl- und Gefrierteil komplett verhindert. Denn für jedes Segment gibt es ein eigenes, unabhängiges NoFrost System, das durch aktive Feuchtigkeitsregulierung das Entstehen von Eiskristallen an der Rückwand verhindert und auch sicherstellt, dass sich kein Reif auf den Lebensmitteln niederschlägt. Das bedeutet für den Verbraucher: Nie wieder abtauen. Ein weiterer

Vorteil der getrennten Kühlkreisläufe: Es gibt keine Übertragung von Gerüchen zwischen Kühl- und Gefrierteil.

Die Vorteile der Ultimate NoFrost Geräte von Bauknecht wurden bereits von unabhängiger Seite bestätigt: Bei einem Vergleich von acht Kühl-/Gefrierkombinationen erzielte die KGNF 18K A3+ IN von Bauknecht mit einer Wertung von 92,1 Prozent die Bestnote „Sehr Gut“. Dazu trugen der sehr niedrige Energieverbrauch und die exzellente Frischhaltung von Gemüse ebenso bei wie die Handhabung des Gerätes.

Dabei prüfte das ETM Testmagazin zum Beispiel, wie sich frisches Gemüse im Verlauf einer Woche verändert. Beim Bauknecht Gerät blieben die Möhren und die Radieschen selbst nach fünf Tagen knackig und behielten ihre Frische, ohne dass das zugehörige Grün auch nur ansatzweise verwelkte. Bei fast allen anderen Geräten monierten die Redakteure dagegen die erheblich weichere, teils leicht gummiartige Konsistenz des Wurzelgemüses. Resultat: Kein Modell im Test konnte das Gemüse so gut frisch halten wie das Bauknecht Gerät. Auch bei der Kühlleistung schnitt das Bauknecht Gerät ausgezeichnet ab, und mit einem ermittelten Jahresenergieverbrauch von 120 kWh lag es sogar leicht unter dem werkseitig angegebenen Wert und erwies sich als sparsamstes Gerät mit außenliegendem Display im Test.



Im Party-Modus sagt die App Bescheid, wenn Pils und Prosecco kalt genug sind.



Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH und Geschäftsführer von Indesit Deutschland

„Nutzen für die Kunden“

Nach der IFA Premiere 2014 tritt Bauknecht unter dem Dach der Whirlpool Gruppe in diesem Jahr gemeinsam mit den Marken Hotpoint, Indesit, Kitchenaid und Whirlpool auf deutlich größerer Fläche auf. PoS-MAIL hat mit Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bauknecht Hausgeräte GmbH und Geschäftsführer von Indesit Deutschland, über die Schwerpunkte des IFA Auftritts gesprochen.



Jens-Christoph Bidlingmaier,
Vorsitzender der Geschäfts-
führung der Bauknecht
Hausgeräte GmbH und
Geschäftsführer von
Indesit Deutschland.

PoS-MAIL: Herr Bidlingmaier, mit dem Auftritt von Bauknecht hat die Whirlpool Gruppe im vergangenen Jahr erstmals auf der IFA Flagge gezeigt. In diesem Jahr gibt es einen deutlich größeren Stand, auf dem auch weitere Marken vertreten sein werden. Das legt den Schluss nahe, dass sich die Beteiligung an der IFA 2014 für Bauknecht gelohnt hat.

Jens-Christoph Bidlingmaier: Die IFA Premiere von Bauknecht war im vergangenen Jahr tatsächlich außerordentlich erfolgreich. Deshalb treten wir in diesem Jahr mit noch stärkerer Präsenz in Berlin auf. Mit der von 859 Quadratmetern im Vorjahr auf 3.200 Quadratmeter gewachsenen Ausstellungsfläche unter dem Dach der Whirlpool Group, dem weltweit führenden Hersteller und Anbieter von Haushaltsgeräten und Nr. 1 in Europa, werden wir unter dem Motto „24 Hours – Life in a Day“ die Markenwelten von Bauknecht, Indesit, Whirlpool, Kitchenaid und Hotpoint eindrucksvoll darstellen. Dabei freuen wir uns auf zahlreiche Besucher aus dem Fachhandel.

PoS-MAIL: Hat sich der Erfolg der IFA 2014 auch in höheren Marktanteilen für Bauknecht ausgezahlt?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Wir entwickeln uns tatsächlich deutlich besser als der Gesamtmarkt, der im Segment Hausgeräte im ersten Quartal 2015 ja um erfreuliche 7 Prozent gewachsen ist. Dagegen legte Bauknecht in diesem Zeitraum um 15 Prozent zu, Indesit verzeichnete – auf niedrigerer Basis – sogar ein Wachstum von über 60 Prozent.

PoS-MAIL: Wo liegen die Schwerpunkte für Bauknecht auf der IFA 2015?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Wir setzen auf der IFA unseren Weg fort, die Marke Bauknecht mit innovativen Features und hochwertigem Design vor allem im Premium-Bereich zu stärken. Dabei legen wir mit der Vorstellung unserer neuen Connectivity-Range einen besonderen Schwerpunkt auf das Segment der vernetzten Geräte.

PoS-MAIL: In dem Bauknecht bisher nicht gerade zu den Pionieren zählte ...

Jens-Christoph Bidlingmaier: ... und auch nicht zählen wollte. Denn wir haben in der Tat

keinen Sinn darin gesehen, Netzwerkfunktionen um ihrer selbst Willen in Hausgeräte einzubauen. Deshalb habe ich 2014 gesagt, Connectivity sei für uns nicht deshalb wichtig, weil es im Trend liegt und viel darüber geredet wird, sondern es werde dann wichtig, wenn wir damit den Konsumenten wirklichen Nutzen anbieten können. Genau das ist jetzt bei unserer neuen Geräte-Generation und der einzigartigen Blive App der Fall: Die Netzwerkfunktionen erhöhen den Bedienkomfort, indem sie es zum Beispiel im Bereich Waschen und Trocknen kinderleicht machen, die richtigen Programme zu finden. Die App unterstützt zudem die Kunden beim Energiesparen. Das sind Vorteile, die auch dem Fachhandel gute Argumente bieten, unseren netzwerkfähigen Premium-Geräte zu verkaufen und damit eine hohe Wertschöpfung zu erzielen.

PoS-MAIL: Wollen die Konsumenten denn überhaupt vernetzte Hausgeräte?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Ja. Das zeigt die Connectivity Studie 2015, den Bauknecht anlässlich der IFA 2015 durchgeführt hat. Für diese repräsentative Studie haben wir im Juni mehr als 500 in Deutschland lebende Personen online befragt und dabei ein großes Interesse für vernetzte Hausgeräte festgestellt. 87 Prozent der Befragten würden es begrüßen, wenn ihnen intelligente Geräte bestimmte Aufgaben im Haushalt abnehmen würden. Dabei steht die vernetzte Waschmaschine auf der Wunschliste ganz oben: Fast die Hälfte, nämlich 46 Prozent, ist vom Nutzen eines solchen Gerätes überzeugt. Bei Kühl- und Gefrierkombinationen finden 45 Prozent, bei Geschirrspülern 36 Prozent und bei Wäschetrocknern 31 Prozent der Befragten Connectivity-Funktionen sinnvoll. Das sind für eine so junge Technologie respektable Zustimmungswerte, die uns Mut machen. Und sie lassen sich noch deutlich steigern, wenn wir es gemeinsam mit unseren Handelspartnern verstehen, unseren Kunden den Nutzen der Netzwerktechnologien zu erklären.

PoS-MAIL: Was können Sie als Hersteller tun, um die Begeisterung für Connectivity zu steigern?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Netzwerkfunk-

tionen müssen den Kunden einen echten Vorteil bringen und dabei – das ist eigentlich sogar das wichtigste – einfach und komfortabel zu bedienen sein. Hier setzen wir mit Blive neue Maßstäbe. Zum einen genügt eine einzige App, um ganz verschiedene Hausgeräte vom Waschen und Trocknen bis zum Spülen und Kühlen zu bedienen – und in Zukunft auch über diese Segmente hinaus. Zum anderen macht es Blive mit einer intuitiven Bedieneroberfläche nicht nur einfach, sondern geradezu unterhaltsam, die Netzwerkfunktionen und Informationsangebote zu nutzen. Und die App ist bereits jetzt darauf ausgelegt, auch zukünftige Technologien zu unterstützen, zum Beispiel intelligentes Energie-Management mit Smart Grid. Die Kunden müssen also nicht befürchten, sich in absehbarer Zeit wieder mit einer neuen App und einer neuen Bedieneroberfläche vertraut machen zu müssen.

PoS-MAIL: Sie haben mehrfach den Fachhandel erwähnt. Was hat Bauknecht seinen Partnern über die neuen Produkte hinaus zu bieten?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Wir haben in den vergangenen Monaten die Unterstützung unserer Fachhandelspartner deutlich ausgebaut, zum Beispiel durch Investitionen in den Außendienst. Auch das Platinum Fachhandelskonzept wird spürbar erweitert und bietet engagierten Handelspartnern mit Schulungsprogrammen und dem Angebot von Ausstellungsgeräten am PoS noch mehr Vorteile und die Möglichkeit, sehr gute Margen zu realisieren.

PoS-MAIL: Wo liegen die Schwerpunkte für die Marke Indesit auf der IFA?

Jens-Christoph Bidlingmaier: Während wir Bauknecht für Verbraucher positionieren, die neben höchster Qualität Wert auf ein minimalistisches und elegantes Produktdesign legen, richten wir uns mit Indesit vor allem an Familien, die praktische und einfach zu bedienende Produktlösungen suchen. Die Indesit IFA Neuheiten haben die gewissen Extras, die den Kunden das Leben erleichtern – zum Beispiel die Schnellprogramme der MyTime Waschmaschine und des MyTime Wäschetrockners oder die flexibel verwendbare Flexi Use Box der eXtra Kühl-/Gefrierkombination. Damit bieten wir dem Fachhandel ein interessantes Programm auch für preissensible Kunden, mit dem er neue Zielgruppen ansprechen kann. Darüber hinaus können wir durch den Zusammenschluss mit Indesit das Portfolio beider Marken optimieren und profitieren von verkürzten Innovationszyklen. Im Bereich Wäschetrocknen werden wir zum Beispiel schon in wenigen Monaten eine Bauknecht Innovation auf den Markt bringen.

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

LG verstärkt Home Appliances Organisation

Um der erweiterten Distribution und dem vergrößerten Sortiment gerecht zu werden, baut LG Electronics seine Organisation im Bereich Home Appliances aus. Das LG Außendienst-Team wird ab sofort mit fünf weiteren Agentur-Mitarbeitern unterstützt. Zudem hat ein Trainer-Team deutschlandweit seine Arbeit aufgenommen und versorgt den Handel direkt vor Ort mit den wichtigsten Informationen zu den LG Innovationen und Kerntechnologien und steht als zusätzlicher Ansprechpartner für Produktfragen zur Verfügung.

Damit stellt sich LG auf die Wünsche der Handelspartner nach zeitnaher Betreuung und erhöhter Beratungskompetenz ein. „Dies sind die wichtigsten Schritte, um im zweiten Halbjahr des Jahres die Wahrnehmung des Handels für Weiße Ware von LG zu erhöhen und mittelfristig unsere Präsenz noch deutlicher sichtbar zu machen“, erläuterte Zdravko Bojic, Director Sales & Marketing / Head of Home Appliances der LG Deutschland GmbH. „Die innovativen LG Technologien revolutionieren nicht nur die Haushalte weltweit, sondern eröffnen gleichzeitig den Fachhändlern auch neue Chancen im Verkauf. Damit sie diese vollumfänglich nutzen können, bauen wir ihre Unterstützung kontinuierlich aus. Zudem ist uns ein intensiver Austausch mit unseren Fachhandelspartnern extrem wichtig, und durch den Ausbau unserer Teams können sie uns zeitnah mit Feedback und Anregungen versehen.“

Das Geschäft mit der Weißen Ware ist im ersten Halbjahr deutlich gewachsen. Dazu trug vor allem der Bereich Kühlen mit den sparsamen Total No Frost Kühl- und Gefrierkombinationen sowie den Side by Side-Modellen bei. Ab sofort wird das LG Waschmaschinen-Sortiment um die neuen Turbo Wash-Modelle ergänzt, und im Bereich Bodenpflege setzt LG mit dem innovativen Cord Zero-Konzept neue Akzente.

Hisense erweitert Bereich Research & Development



Maarten-Joost Möller

Maarten-Joost Möller unterstützt ab sofort den Bereich Research & Development bei Hisense. Der ehemalige Produkttrainer und Produkttester für CE/TV/Profi Displays ist für die Sicherung der Produktstandards und Bildqualität zuständig.

Möller kann als ehemaliger Leiter eines IT- und CE-Testlabors für TV und Profi Displays auf große Erfahrung zurückgreifen. Neben dem Kerngeschäft koordinierte er

unter anderem R&D-Aufträge und führte Schulungen für die Fachpresse durch. Zudem war er selbstständiger Produkttrainer für Consumer Electronics im Auftrag von Toshiba und hat jahrelang als IT-Supporter mit Fokus auf Beratung, Installation und Administration gearbeitet.

Avatar Yoko antwortet für Toshiba

Auf den Webseiten von Toshiba hilft ab sofort die virtuelle Beratungsassistentin Yoko rund um die Uhr bei Support-Fragen weiter. Wenn es um Technik, Reparatur, Garantie und andere Aspekte von Toshiba Notebooks, Tablets, TVs, DVD/Blu-ray und Storage Produkten geht, weiß Yoko (fast) immer bestens Bescheid. Dabei nutzt Yoko Armbewegungen und Körpersprache, um die Informationen ins Blickfeld des Anwenders zu rücken. Anfragen nimmt die virtuelle Assistentin über ein schwebendes Eingabefeld auf der Webseite entgegen.

Yokos Antworten beruhen auf einer von Toshiba Servicetechnikern gepflegten Datenbank, die in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess eingebunden ist. Fragen, die Yoko nicht sofort beantworten kann, werden an das Support-Team wei-

tergeleitet, das die fehlende Antwort erarbeitet und für zukünftige Anfragen in der Datenbank hinterlegt. Yokos Lösungskompetenz nimmt so im Laufe der Zeit kontinuierlich zu. Kunden erhalten durch die virtuelle Onlineassistentin bequemer und schneller Antworten, denn sie ist jeden Tag 24 Stunden lang im Dienst. Ein weiterer Vorteil ist die unmittelbare Lösung des angefragten Problems. In Frankreich wurde der Online-Avator „Yoko“ bereits mit einem Customer Service Award „Miss Client“ ausgezeichnet.

expert sichert Nachfolgeregelung für sieben Fachmärkte

Die expert Gruppe hat die Begleitung der Nachfolgeregelung für die sieben Standorte der expert Schweinfurt GmbH erfolgreich abgeschlossen. Die expert Gesellschafter Andreas und Wolfgang Sarré hatten entschieden, sich aus dem Unternehmen zurückzuziehen und bei der Nachfolgeregelung auf die Unterstützung durch die expert Zentrale vertraut. Zum 1. August hatte der Geschäftsführer der expert Schweinfurt GmbH, Jens Ziegler, gemeinsam mit den geschäftsführenden Gesellschaftern der expert Schlagenhauf GmbH, Thomas und Uwe Stoll, das Unternehmen übernommen. Sie leiten ab sofort gemeinsam die Standorte Schweinfurt, Forchheim, Haßfurt und Bad Kissingen. Die drei weiteren Märkte der expert Schweinfurt GmbH in Hallstadt, Lichtenfels und Kronach wurden an die Firma expert Jakob e.K. veräußert.

„Wir freuen uns, dass wir diesen komplexen Verkaufsprozess erfolgreich moderieren und die Interessen aller Parteien wahren konnten“, erklärte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. Die Unterstützung bei Nachfolgeregelungen stelle einen wichtigen Baustein im Leistungsspektrum der expert Zentrale dar. Auch Jens Ziegler zeigt sich zufrieden mit der Entwicklung: „Die Sicherung der Standorte und der damit verbundenen Arbeitsplätze war unser oberstes Ziel. Ich bin mir sicher, dass wir einen guten Weg für die erfolgreiche Zukunft der sieben expert Fachmärkte gefunden haben.“

DesignBar Solutions mit neuer PoS-Lösung auf der IFA

DesignBar Solutions, eigenständiges Spin-off des Marktführers DeinDesign GmbH, präsentiert auf der IFA 2015 seine neue Designbar-Generation. Mit der Komplettlösung lassen sich Smartphone- und Tablet-Accessoires in nur wenigen Minuten mit Wunschkarten und persönlichen Fotos direkt im Geschäft bedrucken. Mit diesem Konzept will DesignBar Solutions dem Fachhandel, Event-Veranstaltern, Kreativen und ähnlichen Zielgruppen den Zugang zu einem neuen attraktiven Markt und zu höheren Margen im Smartphone-/Tablet-Accessoire-Segment ermöglichen.

Die leicht zu bedienende Designbar besteht aus einer Druckeinheit, einem Kundenterminal und der zentralen IT-Komponente „Cloud Cube“. Die Kunden können für die Gestaltung der Accessoires für ihre Mobilgeräte auf eigene Fotos zurückgreifen oder aus vielen hochwertigen Motiven wählen, die die Designbar-Lösung bereithält. Für den betreibenden Händler gibt es ein breites Sortiment von Hard- und Soft-Cases, Leder Cases, Smart-Cases und Covern sowie Smartphone-Taschen und Sleeves, die individuell bedruckt werden können.



„Die Margen für den Designbar-Betreiber sind bei der Eigenproduktion von individuell gestalteten Smartphone- und Tablet-Accessoires sehr lukrativ“, erklärte Dieter Büttenbender, geschäftsführender Gesellschafter von DesignBar Solutions. „Darüber hinaus sorgt das trendige Shopping-Erlebnis für eine erhöhte Kundenfrequenz.“

Neuer Head of Communication Germanics bei Bauknecht



Claudia Hegemann

Claudia Hegemann (32) ist seit Anfang August als neuer Head of Communication Germanics bei der Bauknecht Hausgeräte GmbH tätig. In ihrer neuen Position verantwortet sie unter anderem die Entwicklung und Umsetzung der Marketing-Strategie der Bauknecht Hausgeräte GmbH sowie die Durchführung von Online- als auch Offline-Kampagnen für die Marken-

& Produktkommunikation. Sie führt das Communications- und Digital-Team in Deutschland und Österreich und steuert die Abstimmung aller Marketingpläne und -aktivitäten mit Produktmanagement, Trade Marketing und Vertrieb. Hegemann berichtet direkt an Jan Reichenberger, Marketing Director Germanics der Bauknecht Hausgeräte GmbH und Indesit Company Deutschland GmbH. Sie blickt auf mehrjährige, internationale Erfahrung im Marken- und Produktmanagement zurück. Zuletzt war sie als Senior Brand Manager im Bereich Beauty für die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland und Belgien verantwortlich. „Mit Claudia Hegemann haben wir eine sehr erfahrene Markenkommunikationsexpertin für Bauknecht gewonnen“, kommentierte Jan Reichenberger. „Mit ihrer Expertise werden wir die Präsenz von Bauknecht und unseren weiteren Marken über unterschiedliche Kanäle hinweg weiter ausbauen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit und heiße sie herzlich willkommen.“

Üblicherweise ist damit die Investition in eine Designbar innerhalb von 12 Monaten wieder amortisiert.“

Durch ihre modulare Bauweise kann die Designbar in Baugröße, Motiv- und Produktportfolio individuell auf die Anforderungen des jeweiligen Betreibers abgestimmt werden, denn das System kann nicht nur im Geschäft, sondern auch bei Roadshows, Promotionaktionen, Messen und anderen Events für zusätzliche Umsätze sorgen. Auf der IFA zeigt das Unternehmen in Halle 4.2 (Stand 119), wie die neue Lösung zur Aufwertung eines Fachgeschäfts beitragen kann.

Thomas Fachberatertage rund ums Staubsaugen

Die Thomas Fachberatertage finden seit drei Jahren deutschlandweit statt und werden sowohl vom Handel als auch vom Endverbraucher sehr geschätzt. Pro Jahr finden über 2.000 Termine in mehr als 200 teilnehmenden Elektrofachgeschäften statt. Für die kommenden fünf Monate sind noch über 1.000 weitere Termine geplant. Bei Bedarf stehen interessierten Händlern außerdem spezielle Thomas Pop-up-Stores zur Verfügung, die in Einkaufspassagen oder auf sonstigen Freiflächen platziert werden können.

Verbraucherfragen zu allen Thomas Staubsaugern – ob mit oder ohne Beutel oder der Aqua+ Technologie – werden bei den regelmäßig stattfindenden Fachberatertagen von den gut geschulten Thomas Fachberatern beantwortet. Im Mittelpunkt der Beratung stehen dabei die Schlittensauger der crooSer-Reihe, die beiden neuen, beutellosen Staubsauger der perfect air Serie sowie die Aqua+ Staubsauger, die mit ihrer einzigartigen Aqua+ Technologie nicht nur saugen, wischen und sprühen können, sondern gleichzeitig auch noch die Luft reinigen. Wo und wann genau die Fachberatertage stattfinden, können Verbraucher auf der Website unter www.robert-thomas.de/ Fachberatertage erfahren. Eine übersichtliche, nach Datum sortierte Liste gibt Auskunft über die Orte und die jeweiligen Elektrofachmärkte mit genauer Adresse.

Panasonic

PANASONIC AUTOCARE: DIE WASCHMASCHINE, DIE MITDENKT.



A+++ Waschmaschine Panasonic NA-148XR1 mit AutoCare.

Bieten Sie Ihren Kunden ein echtes Kaufargument: Denn mit dem AutoCare Programm der NA-148XR1 müssen sie sich für eine perfekte Wäschepflege um nichts mehr kümmern. Dafür sorgen vier intelligente Sensoren, die Ihren Kunden die Auswahl der richtigen Wascheinstellungen abnehmen. Wassermenge, Temperatur, Waschzeit und Schleuderrzahl werden von der Waschmaschine automatisch an die jeweilige Waschlading angepasst. Das Ergebnis ist eine schonende und fasertiefe Reinigung, die Wasser und Energie spart. So haben Ihre Kunden lange Freude an ihrer Wäsche und Sie freuen sich über margenstarke Umsätze.

www.panasonic.de

ETM TESTMAGAZIN • URTEIL	
Panasonic NA-148XR1WDE	
GUT	91,0 %
Waschmaschine im Onlinetest www.etm-testmagazin.de	06/2015

Die eigenen vier Wände werden immer mehr zum Zentrum des sozialen und kulturellen Lebens der Menschen in Europa. Das ist das eindeutige Ergebnis des zweiten Samsung Technomic Index', für den 18.000 Menschen in 18 europäischen Ländern befragt wurden. Im Zuhause 2015, das weit mehr als ein Ort zum Essen, Ausruhen oder Schlafen ist, bereichert die Technik den Alltag praktisch auf allen Gebieten. Besonders gerne benutzt werden Küchengeräte und – allen Unkenrufen zum Trotz – Fernseher.

Die große Bedeutung der Technik zeigt sich bereits an der Ausstattung: In jedem Haushalt sind im europäischen Durchschnitt nicht weniger als 19 elektronische Geräte vorhanden, und sie werden acht Stunden am Tag genutzt – das ist im Vergleich zu 2014 knapp 18 Minuten länger. Besonders häufig kommen Haushaltsgeräte zum Einsatz: 84 Prozent der Befragten – und damit rund zwölf Prozent mehr als im Vorjahr – nutzen sie täglich. Und sie tun das mit wachsender Begeisterung in der Küche, wo viele Europäer ihrer Leidenschaft für's Kochen nachgehen – und das immer häufiger gemeinsam mit Freunden. Rund 84 Prozent der Befragten und 82 Prozent der Deutschen nutzen ihre Kochgeräte täglich – das bedeutet einen Zuwachs von zwölf bzw. 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Nutzungsdauer von Küchengeräten stieg in Europa um 14 auf 66 Minuten, die Deutschen liegen mit 62 Minuten (13 Minuten mehr als 2014) nur knapp darunter. Die anhaltende Beliebtheit von Koch-Shows, Food-Blogs und Menü-Anleitungen auf YouTube steigert die Lust vieler Konsumenten, mit neuen Zutaten und Gerichten zu experimentieren und dafür auf hochwertige und innovative Küchengeräte zurückzugreifen.

Fernsehprogramm nach Wunsch

Auch in Zeiten von Smartphone und Tablet bleibt der Fernseher der bevorzugte Bildschirm, wenn es um Home Entertainment geht. Im Durchschnitt besitzt jeder europäische Haushalt zwei Geräte, und die werden – auch aufgrund von Streaming- und Online-Inhalten – immer mehr genutzt. Im Schnitt verbringen die Europäer 187 Minuten und die Deutschen 184 Minuten vor dem Fernseher – ein Plus von 32 bzw. 34 Minuten zu 2014.

Dabei stellen sich die Konsumenten immer häufiger ihr Programm selbst zusammen: 24 Prozent der befragten Europäer nutzten im Juni 2015 kostenpflichtige Video-on-Demand (VoD)-Angebote wie Netflix, Amazon Prime oder Watchever, um Filme und Serien direkt aus dem Netz zu streamen oder herunterzuladen; das waren fast fünfmal soviel wie ein Jahr zuvor (fünf Prozent).

Dabei ist es in europäischen Haushalten längst zur Gewohnheit geworden, beim Fernsehen gleichzeitig

Konsumentenstudie Samsung Technomic Index 2015



Der Fernseher bleibt der beliebteste Bildschirm im Haus – und wird sogar noch mehr genutzt als früher.

Die Renaissance des Zuhauses

soziale Netzwerke zu nutzen, vor allem Twitter. Dazu wird am liebsten das Tablet benutzt, das in 64 Prozent der europäischen Haushalte zu finden ist. In Deutschland verfügt jeder zweite Haushalt über ein Tablet, was einem Zuwachs von sechs Prozent entspricht. Die Europäer nutzen das beliebte Mobilgerät 73 Minuten pro Tag, 37 Minuten mehr als im Vorjahr, die Deutschen 70 Minuten – ein Plus von 42 Minuten zu 2014.

Die landläufige Meinung, dass Fernsehen und Internetnutzung dumm machen, wird vom Samsung Technomic Index nicht bestätigt. Im Gegenteil: Mehr als fünfmal so viele Haushalte wie vor einem Jahr, nämlich 17 Prozent, sind bereit, für didaktisch wertvolle Inhalte wie z. B. Online-Sprachkurse zu zahlen. 2014 betrug diese Quote gerade mal drei Prozent.

„Der Technomic Index 2015 spiegelt die Renaissance des Zuhauses wider“, fasste Georg R. Rötzer, Vice Presi-

dent Corporate Marketing Samsung Electronics GmbH, die Ergebnisse des Samsung Technomic Index' zusammen. „Wir bilden uns auf dem Tablet weiter, feiern die Premieren neuer TV-Serien in großer Runde vor dem Fernseher und genießen es, mit Freunden und Familie spektakuläre Menüs zu kochen – und das alles in den eigenen vier Wänden. Moderne und hochqualitative Technik verschafft uns dabei mehr Freiheiten und Möglichkeiten. Sie lässt das Zuhause vom Rückzugsort zum Erlebnisort werden.“

Umfassende Marktstudie



Der Technomic Index wurde von Samsung 2014 ins Leben gerufen, um mehr über das Nutzungsverhalten der Europäer von Unterhaltungs- und Haushaltselektronik zu erfahren. Die Erhebung 2015 basiert auf einer Online-Umfrage unter 18.000 Europäern im Alter von über 16 Jahren aus 18

europäischen Ländern, durchgeführt von Lightspeed GMI im Auftrag des European Samsung Lifestyle Research Lab. Zusätzlich hat die Meinungsforschungsgesellschaft Ipsos MORI Interviews mit 5.000 Menschen zwischen 18 und 65 Jahren in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien durchgeführt (1.000 Menschen pro Land).



Die Leidenschaft für's Selberkochen macht auch Küchengeräte immer beliebter.

PMA kündigt neues Konferenzformat in San Francisco an



Georgia McCabe

Die PMA hat ein neues Konferenzformat für die Foto- und Imagingbranche angekündigt. Unter dem Titel „InnovationNow“ findet der erste Event am 27. und 28. September im Hilton Parc 55, San Francisco, Kalifornien, statt. Dort werden hochkarätige Referenten Produkte, Konzepte und Strategien vorstellen, mit denen Hersteller, Bilddienstleister und Einzelhändler den Konsumenten im Zeitalter der sozialen und

mobilen Netzwerke neue Erfahrungen mit Bildern und Erinnerungen ermöglichen können.

„Es ist kein Zufall, dass wir InnovationNow in San Francisco veranstalten“, betonte PMA Geschäftsführerin Georgia McCabe. „Denn in Silicon Valley sind mit Unternehmen wie Apple, Facebook und Google die Technologie-Giganten zu Hause, die das Konzept der vernetzten Fotografie seit Jahren entwickeln und vorantreiben. Darauf muss unsere Branche mit neuen Fotoprodukten antworten, die dem veränderten Konsumentenverhalten gerecht werden und neue Umsatzmöglichkeiten für Hersteller, Bilddienstleister und den Einzelhandel erschließen. Dafür brauchen wir eine Plattform, in der die entscheidenden Marktteilnehmer zusammenkommen, miteinander diskutieren und ihre Ideen austauschen. Genau das wollen wir mit InnovationNow erreichen.“

Die Konferenz in San Francisco ist ein wichtiges Element der neuen Strategie, die von der PMA im Laufe dieses Jahres unter der Leitung der neuen Geschäftsführerin Georgia McCabe entwickelt wurde. McCabe war Ende letzten Jahres mit dem

erklärten Ziel angetreten, den einstmals weltweit größten Verband für die Foto- und Imagingbranche neu zu positionieren, um eine globale Plattform für die Entwicklung neuer Fotoprodukte und Bilddienstleistungen zu schaffen. Im Zuge der Restrukturierung wurde der Hauptsitz der PMA von Jackson, Michigan, nach McLean, Virginia (nahe Washington DC) verlegt und das Verbandsmanagement praktisch komplett ausgetauscht.

Im Mai verabschiedete dann das PMA Executive Committee einstimmig eine neue Strategie für den Verband. So wird die PMA konkrete Maßnahmen entwickeln, um ihre Mitglieder bei der Vermarktung von Fotoprodukten und Dienstleistungen zu unterstützen und die Konsumenten gezielt anzusprechen. Zudem soll die PMA die Anliegen der gesamten Branche in der Öffentlichkeit vertreten und gemeinsame Richtlinien entwickeln, um den Austausch von Bilddaten und -dienstleistungen über verschiedene Plattformen zu ermöglichen. Auch ein neues Internet-Portal, das den Mitgliedern weltweit Zugriff auf Informationen, Daten und Fakten rund um das Foto- und Imaging-Business bietet, ist in Planung.

„In dieser Strategie markiert der InnovationNow Photo Business and Technology Summit einen wichtigen Schritt“, betonte McCabe. „Gerade weil die digitalen Technologien unsere Branche in atemberaubendem Tempo verändern, ist es notwendig, dass sich die führenden Köpfe zusammensetzen und ihre Ideen austauschen, um die Foto- und Imagingbranche wieder auf den Wachstumspfad zu bringen.“

Dieser Bündelung der Kräfte dient auch die Partnerschaft mit einem weiteren Kongress: Unmittelbar nach InnovationNow findet am 29. September in San Francisco die Mobile Photo Connect Konferenz statt. Die von Suite 48 Analytics organisierte Veranstaltung hat sich in den letzten Jahren zu einer etablierten Plattform für den Austausch mobiler Imaging-Anwendungen und Geschäftsmodelle entwickelt.

Eine erste Übersicht über die Referenten ist bereits hier verfü-

bar: <http://www.pmai.org/speakers/>. Ständig aktualisierte Informationen über das Programm von InnovationNow gibt es auf <http://www.pmai.org/overview/>. Dort ist auch bereits die Anmeldung für den Kongress möglich. Die Teilnahmegebühren betragen 495 US-\$ für PMA Mitglieder und 665 US-\$ für Nicht-Mitglieder (Preise gültig bis zum 22. September 2015).

TechniSat stattet gemeinsamen IFA-Stand von WELT und N24 aus

Seit Jahren stattet TechniSat als deutscher Hersteller IFA-Messestände von Kooperationspartnern mit Fernsehgeräten aus. Auf der diesjährigen IFA stehen TechniSat TVs auch auf dem Stand der WeltN24 GmbH und ihres Produktionspartners TVT.media. Auf 16 Fernsehgeräten von TechniSat können die Besucher die digitalen Inhalte sowie das Programm des Senders N24 verfolgen.

Die TechniSat Isio Smart-TVs bieten nicht nur brillante Bild- und Tonqualität, sondern zeichnen sich durch ein schlankes und puristisches Design sowie zahlreiche Ausstattungshighlights aus. Zu diesen zählt z. B. die smarte Isio-Technologie, mit der man vielfältige, interaktive Dienste aus dem Internet auf dem großen Bildschirm erleben kann: Isio-Apps, Mediatheken, Video-on-Demand und vieles mehr. Mit watchmi bieten die TechniSat Isio Smart-TVs zudem Fernsehen nach dem eigenen Geschmack und verfügen sowohl über die Themenkanäle als auch über die persönlichen Kanäle von watchmi. Bei den über 50 Themenkanälen handelt es sich um internetbasierte Video-Inhalte, die wie klassische TVSender direkt aus der Programmliste aufgerufen werden. Die persönlichen Kanäle von watchmi werden vom Nutzer selbst erstellt und mit Sendungen nach eigenem Geschmack auf einem Speichermedium hinterlegt.

Skyworth

Hello, Germany!

Meet Skyworth

IFA

at

04. - 09.09.2015

10am - 6pm

Hall 6.2 b / Nr. 201



Hisense kündigt weitere IFA Neuheiten an UHD günstig



Die Ultra-HD TVs der K321-Serie sind die ersten Hisense Geräte in Deutschland, die Zugriff auf den Video-on-Demand-Dienst Netflix bieten.

Hisense hat für die IFA weitere Neuheiten angekündigt. So wird das Unternehmen seine Palette von UHD-TVs um die Produktreihe K321 erweitern. Die Fernseher machen den Kunden die hohe Auflösung des neuen Standards zu attraktiven Preisen zugänglich und kombinieren elegantes Design mit praktischen Features.

Die Ultra-HD TVs der K321-Serie werden mit Bildschirmdiagonalen von 55 Zoll (138 cm), 50 Zoll (126 cm) und 40 Zoll (102 cm) angeboten. Wie bei Hisense üblich, werden auch bei dieser Modellreihe keine externen Set-Top-Boxen oder sonstige Receiver benötigt. Für flexiblen Zugriff auf verschiedene Signalquellen wie Blu-ray-Player oder externe USB-Laufwerke sind die schlanken TV-Geräte mit je zwei HDMI-, einem USB-3.0- und zwei USB-2.0-Anschlüssen ausgestattet. Die Steuerung

aller Funktionen erfolgt über die mitgelieferte Fernbedienung.

Alle drei Modelle bieten weitere praktische Features für unkomplizierte Fernseherlebnisse: Mit der integrierten Aufnahme-funktion können die Programme einfach aufgezeichnet und später abgespielt werden – auf Wunsch auch auf dem PC. Die Smart-TV-Oberfläche VIDAA lite bietet zudem schnellen und unkomplizierten Zugriff auf Online-Inhalte und die eigene Medienbibliothek. Zu den Smart-TV Angeboten gehört auch der innovative Video-on-Demand-Dienst Netflix, der mit dieser Modellreihe erstmalig in Deutschland auf Geräten von Hisense verfügbar ist. Anwender erhalten damit Zugriff auf eine große Auswahl an Filmen und Serien.

Das Design der drei Modelle entspricht mit einem extra schmalen Rahmen und zwei eleganten Standfüßen den aktuellen Gestaltungstrends. Die Ultra HD-TVs der K321-Reihe sind in Deutschland bereits erhältlich und kosten 1.499 EUR (UVP 55 Zoll), 1.199 EUR (UVP 50 Zoll) bzw. 899 EUR (40 Zoll).

Hisense wird auf seinem IFA-Stand nicht nur die komplette Produktwelt in den Bereichen Consumer Electronics, Hausgeräte und Mobilgeräte, sondern auch Highlights aus den verschiedenen Sportsponsoring-Aktivitäten präsentieren.

So begrüßt Chinas führender Elektronikhersteller am Samstag, 5. September, den Schalker Marketingvorstand Alexander Jobst und zwei Spieler der Bundesligamannschaft zum „Meet & Greet“ mit Talk-Runde und Autogrammstunde. Hisense ist seit 2014 Premium-Partner des FC Schalke 04.

Im Rahmen der Kooperation mit dem Infiniti Red Bull Racing Team, die im Frühjahr dieses Jahres bekannt gegeben wurde, lädt Hisense zudem alle Standbesucher täglich zur „Playseat Infiniti Red Bull Racing FITM Simulator“-Challenge im Formel-1-Simulator ein. Jeweils zwei Standbesucher können dabei gegeneinander antreten und einen Eindruck von der Technik eines Formel 1-Cockpits gewinnen. Alle Tagessieger belohnt Hisense mit exklusiven Merchandising-Artikeln des Infiniti Red Bull Racing Teams.

Neue Haushaltshilfen von Grundig

Grundig wird auf der IFA auch zahlreiche neue Hausgeräte präsentieren, denn die deutsche Traditionsmarke setzt in diesem Segment seit Jahren erfolgreich auf Wachstum. Neues Highlight der Elektrogroßgeräte-Palette von Grundig ist der Kondenstrockner GTN 482615 GC mit ProScent, der die Wäsche auf Wunsch mit einem von drei erfrischenden Düften versieht. Aber nicht nur der Trockner sorgt für ein Extra an Komfort und Frischegefühl:



Kondenstrockner GTN 482615 GC mit ProScent

Dank ProDose Dosierautomatik wählt die Waschmaschine GWN 59464 C mit einem Fassungsvermögen von 9 kg automatisch die entsprechende Menge an Flüssigwaschmittel und Weichspüler, und das im richtigen Verhältnis zur Trommelbeladung – das Waschen erfolgt also nahezu wie von selbst. Beim Bügeln stellt Grundig für alle, die sowohl die Kompaktheit eines Dampfbügeleisens als auch die hohe Dampfleistung einer Bügelstation schätzen, ein neues Bügeleisen vor: Der Cross Steam Pro SX 8570 erzielt

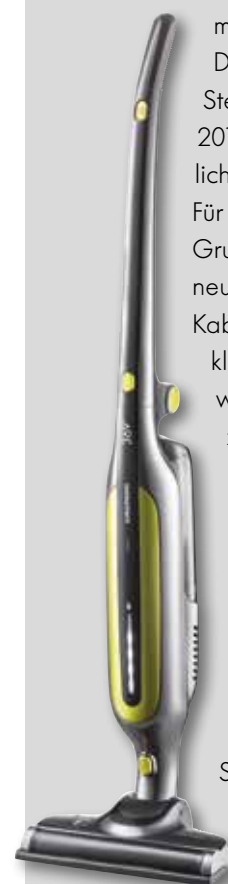


Dampfgenerator Cross Steam Pro SX 8570

mit besonder hoher Dampfleistung Ergebnisse, die den Vergleich mit einer großen Station nicht mehr scheuen müssen.

Der Kompakt-Dampfgenerator Cross Steam Pro SX 8570 ist ab Mitte September 2015 für 119 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

Für mehr Komfort im Haushalt erweitert Grundig sein Floor-Care Segment mit dem neuen Akku-Staubsauger VCH 9530. Ohne Kabel ist das formschöne Gerät mit abklappbarem Griff dank des geringen Gewichts leicht zu manövrieren – und das bis zu 40 Minuten lang. Die Elektrobürste entfernt hartnäckige Verschmutzungen und Tierhaare von allen Bodenbelägen. Als beutelloser Staubsauger ist der VCH 9530 mit einem effizienten Filtersystem mit Zyklontechnologie ausgestattet. Der Staubbehälter fasst bis zu 650 ml Trockenschmutz und lässt sich einfach leeren: Die waschbaren HEPA- und Schwamm-Filter sorgen für die nötige Hygiene. Der Grundig Akku Staubsauger VCH 9530 ist für 249 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) im Fachhandel erhältlich.



Akku-Staubsauger
VCH 9530

Sat-to-IP, neue Features, tausend Apps

Ultralogic 4K von Grundig



Ultralogic 4K bietet schnellen und intuitiven Zugriff auf umfangreiche Smart TV-Angebote.

Mit der neuen TV-Plattform Ultralogic 4K macht Grundig auf der IFA Fernsehen in UHD noch schneller, schärfer und besser. Schon im dritten Quartal werden die ersten Premium Modelle in Curved und Flat erhältlich sein – ausgestattet mit der Grundig Micro Dimming Engine, einem x4 Quad Core Prozessor, der Konnektivitätstechnologie SAT-to-IP und der innovativen Smart Inter@ctive TV 4.0 Oberfläche.

Als besonders nutzerfreundliche Konnektivitätstechnologie ist SAT-to-IP in die Ultralogic 4K Plattform integriert. Dabei werden die SAT-Signale in IP-Daten konvertiert und können so über das Heimnetzwerk (ob LAN oder WLAN) verteilt werden. Das ist nicht nur praktisch, weil man von Kabel auf Satellitenempfang umsteigen kann, ohne neue Anschlüsse zu verlegen, sondern man kann auch das TV-Gerät spontan in ein anderes Zimmer stellen, ohne erst ein Kabel ziehen zu müssen.

Die Ultralogic 4K Plattform basiert auf dem neuen x4 Quad Core Prozessor, mit dem die Grundig Fernseher noch schneller und komfortabler werden. Der neue Prozessor bietet deutlich mehr Schnelligkeit beim Umschalten, Bildaufbau oder Multitasking. Auch die Wartezeiten, die z. B. beim dem Regeln der Lautstärke und dem Aufrufen von Videotext entstehen können, werden mit der neuen Plattform spürbar verkürzt. Bei der Bildqualität erzielt die Grundig Micro Dimming Engine deutlich höhere Kontraste und stellt auch Schwarzwerte sichtbar besser dar. Dabei analysiert der Fernseher automatisch die Helligkeitswerte des aktuellen Bildes und stellt die Wiedergabe bestmöglich ein.



Smart Inter@ctive TV 4.0 macht auch die Verbindung des Fernsehers mit Mobilgeräten besonders einfach.

Smart Inter@ctive TV 4.0

Mit Smart Inter@ctive TV 4.0 bietet Ultralogic 4K schnellen und intuitiven Zugriff auf umfangreiche Smart TV-Angebote: Neben Netflix, maxdome, putpat, MySpas und MyVideo stehen den Nutzern über 1.000 Apps zur Verfügung, die das Fernsehen noch komfortabler und wirklich „on demand“ machen. Dazu zählen gängige Video-on-Demand-Services ebenso wie beliebte Gaming-Angebote aus den verschiedensten Kategorien: Die neue Plattform bietet Zugriff auf über 100 verschiedene Cloud Gaming Titeln, die die Interessen von Jung und Alt treffen.

Vielfalt gibt es auch bei den Empfangsmöglichkeiten: Der neue 2x Triple Tuner arbeitet simultan, so dass z. B. ein Kanal angeschaut werden und gleichzeitig ein anderes Programm aufgenommen oder auf ein mobiles Endgerät bzw. einen zweiten Fernseher gestreamt werden kann. Zusätzlich gibt

es die Möglichkeit, zwei Kanäle auf dem Bildschirm laufen zu lassen: entweder mit der PIP-Technologie (Picture-in-Picture) oder der PAP-Funktion (Picture-and-Picture). Das beugt Familienstreitigkeiten um das TV-Programm vor. Mit USB Recording 4.0 kann man ein Programm ohne Einschränkung aufnehmen, während man ein anderes Programm anschaut.

Zukunftsorientierte Benutzerfreundlichkeit

Die neue TV Plattform ist benutzerfreundlich auf die Bedürfnisse der Konsumenten zugeschnitten: Mit der neuen, erweiterten Live Share-Funktion können Inhalte von mobilen Endgeräten auf dem Fernseher abgespielt sowie Fernsehprogramme auf mobile Geräte übertragen werden. Zukunftsorientiert und auch -sicher sind die Empfangsmöglichkeiten für UHD-Inhalte – egal, ob über Satellit, Kabel oder Internet.

Mit den Connected-Home-Technologien Wake-on-LAN bzw. Wake-on-WLAN kann der Fernseher mit dem Handy oder Tablet an- und ausgeschaltet werden, um z. B. noch schnell eine Sendung aufzunehmen oder das Fernsehverhalten der Kinder besser zu kontrollieren. Die App My TVCloud macht es einfach, Videos hochzuladen und auf dem Fernseher wiederzugeben.

Und um den Tag aus Sicht auf Social Media Plattformen Revue passieren zu lassen, eignet sich die neue Funktion My Video Screen: Damit können Videos und Fotos von facebook, Instagram oder Youtube einfach auf dem TV angezeigt und abgespielt werden.

Auf der neuen Ultralogic 4K Plattform kann man auch das Startfenster des Fernsehers individualisieren, damit der Grundig-Fernseher den Benutzer beispielsweise mit einem freundlichen „Hallo“ begrüßt. Wer dagegen einfach nur fernsehen möchte, kann mit dem Comfort Mode auf eine vereinfachte Installation und Menüführung zurückgreifen.

Die neue Ultralogic 4K Plattform wird im dritten Quartal 2015 mit den neuen Fine Arts Curved UHD (mit Bildschirm-diagonalen von 55 und 65 Zoll) und Vision 8 UHD TVs eingeführt.

Das Flaggschiff

Premium-Design und High-End-Materialien machen den neuen Fine Arts Curved UHD zum TV-Flaggschiff von Grundig. Mit Ultralogic 4K, Grundig Micro Dimming, Smart Inter@ctive TV 4.0 und DTS Studiosound HD bringt das Gerät alles mit, was man von einem Premium-Produkt erwartet. Dank des 360° Designs hält der TV auch von außen, was er von Innen verspricht: Der

Bildschirm wird lediglich durch ein schmales umlaufendes Aluminiumband eingefasst, wirkt deshalb nahezu rahmenlos, und mit einer drei-

dimensionalen geometrischen Struktur sieht auch die Rückseite gut aus. Der Fine Arts Curved 55/65 FLX 9591 SP (silber) ist ab November 2015, der Fine Arts Curved 55/65 FLX 9590 BP (schwarz) ab Oktober 2015 im Handel erhältlich.



Die neuen Philips Ambilight UHD-TVs der 7600er Serie

Android macht smart



Die Android 5.0 (Lollipop) Plattform bietet intuitiven Zugriff auf Smart TV Inhalte, Spiele und Apps.

Mit der Philips Ambilight UHD-TV Serie 7600 bringt TP Vision bereits vor der IFA neue Smart TVs der Premiumklasse auf den Markt. Mit ihrer Android 5.0 (Lollipop) Plattform bieten sie nicht nur ein schnelles, personalisiertes Fernseherlebnis mit erstklassiger Bildqualität und dreiseitigem Ambilight, sondern sind auch hervorragend als Zentrale für den vernetzten Haushalt geeignet.

Philips TVs powered by Android TV bieten auf besonders einfache und intuitive Weise Zugriff auf Smart TV Angebote wie Video-on-Demand, Broadcast- und Streaming-Dienste, Musikprogramme oder Spiele. Die intuitive Plattform, die zahlreichen Nutzern bereits von ihren Mobilgeräten vertraut ist, ermöglicht auch die besonders einfache Verbindung mit anderen Smart-Geräten im Haus. So können die Philips Fernseher ausgezeichnet als zentrales Kontroll- und Bedienelement für das smarte Zuhause genutzt werden. Denn das Android-Ökosystem bietet auch eine große Auswahl an Anwendungen für die Heimautomatisierung, für Smart-Geräte und Sicherheitslösungen im privaten Bereich. Diese können komfortabel über den größten Bildschirm im Haus verwaltet und gesteuert werden können.

Damit das auch in verschiedenen Umgebungen klappt, kommunizieren die Fernseher mit anderen smarten Geräten auf verschiedenen Wegen, darunter WiFi, HDMI, DLNA, USB 3.0, Miracast und Google Cast. Zu den Stärken von Android 5.0 gehört auch eine verbesserte Benutzer-Interaktion einschließlich fortschrittlicher Anwendungen wie Sprachsuche.

Mit ihren filigranen Standfüßen wirken die Philips TVs der 7600er Serie unaufdringlich elegant.

Übersicht mit „Philips Shelf“

Die Nutzung der riesigen Auswahl von Diensten, Anwendungen und Inhalten ist mit dem neuen „Philips Shelf“ ausgesprochen komfortabel. Die verbesserte, übersichtliche Bedienoberfläche stellt sich auf die persönlichen Vorlieben des Nutzers ein und bietet einen schnellen Zugriff auf die am häufigsten genutzten Apps. Zudem gibt sie auf der Basis der persönlichen Präferenzen spezielle Empfehlungen für besonders interessante Programme und Anwendungen. Die Fernbedienung macht mit einer integrierten Tastatur Texteingabe einfach, ein Swipe-Pad hilft beim schnellen Navigieren durch die Menüs und App-Galerien. Dazu kommt die Sprachsteuerung powered by Android TV, eine Taste für Empfehlungen, der „Philips Top-Picks“-Button sowie eine Taste zum Aufruf von Netflix. Um alle Apps, Games und heruntergeladenen Inhalte zu speichern, haben Philips TVs der 7600er Serie einen internen Speicher von 16 GB, der durch den Anschluss einer externen USB-Festplatte erweitert werden kann.

Ultra-HD in Premium Qualität

Die Philips 7600 UHD-TVs bieten Quad-Core Rechenleistung, die Bildverbesserungstechnologie Pixel Precise Ultra HD und eine Perfect Motion Rate von 1.400 Hz für eine ruckelfreie, fließende Bewegungsdarstellung. Das werden vor allem Freunde von Action-Filmen, Sportübertragungen und rasanten Spielen zu schätzen wissen. Darüber hinaus sorgt der Colour Booster für die Wiedergabe lebendiger Farben und natürlicher Hauttöne; Micro Dimming Pro ermöglicht zudem verbesserte Kontraste. Die Hochskalierungs-Technologie Ultra Resolution rechnet auch Signale mit niedrigerer Auflösung auf Ultra-HD hoch und liefert besonders scharfe Bilder.

Dreiseitiges Ambilight

Dank ihrer beiden filigranen Standfüße strahlen die Modelle der 7600er Serie eine besondere optische Leichtigkeit aus, die sie zu einem harmonisch wirkenden Bestandteil praktisch jeder Einrichtung macht. Zudem ermöglicht diese Bauweise einen Zwischenraum zwischen der Unterkante des Bildschirms und der Stellfläche. Damit ist die Wirkung von Ambilight besonders überzeugend. Denn als Premium-Geräte sind die neuen Philips Ambilight UHD-TVs der Serie 7600 mit der dreiseitigen Variante dieser exklusiven Technologie ausgestattet, die das TV-Bild als Lichtschein an der Wand hinter dem Fernseher weiterführt und so ein besonders intensives TV-Erlebnis ermöglicht.

Die Philips Ambilight UHD-TVs der 7600er Serie sind in den Größen 48 Zoll/122 cm (UVP: 1.899 Euro), 55 Zoll/139 cm (2.399 Euro) und 65 Zoll/164 cm (UVP: 3.499 Euro) ab sofort verfügbar.



Mit dreiseitigem Ambilight bieten die neuen Philips Premium-Modelle ein besonders intensives TV-Erlebnis.

Neuheiten

PoS-Aktuell

Grundig stellt zur IFA neuen Bluetooth-Lautsprecher vor

Der neue GSB 600 NFC zeichnet sich durch einfache Bedienung aus, denn die Steuerung erfolgt über fünf Bedienknöpfe, über die auch Anrufe via Freisprecheinrichtung angenommen werden können.



Der Lautsprecher bietet zusätzlich zu den beiden Breitbandlautsprechern zwei passive Schallwandler, die für tiefe Töne sorgen. In Kombination mit der Apt-X Codec Unterstützung, dem Standard zum Übermitteln von Audio-Signalen, ermöglicht das Gerät so eine besonders klare Klangqualität der Bässe und herausragenden Sound.

Der Bluetooth-Lautsprecher GSB 600 NFC ist ab September 2015 zum UVP von 199 Euro erhältlich.

Braun: Brotbacken leicht gemacht

Mit der neuen kompakten Braun Küchenmaschine FP 5160 lässt sich selbstgebackenes Brot einfach herstellen. Denn mit dem 1000-Watt-Motor, der Geschwindigkeit und Dauer selbständig einstellt, lassen sich auch größere Mengen Brotteig problemlos kneten.

Mit Hilfe des umfangreichen Zubehörs kann der Brotteig mit individuellen Zutaten noch verfeinert werden. So gibt es Einsätze zum Zerkleinern, Reiben, Raspeln und Schneiden. Auch ein Standmixer und ein Entsafteraufsatz erweitern das Zubehör.

Als Teil der Braun IdentityCollection zeichnet sich auch die Kompakt-Küchenmaschine FP 5160 durch ein klares, elegantes Design aus und ist in Schwarz und Weiß erhältlich.

Der UVP für das Modell FP 5160 (Küchenma-



schine mit Standmixer und Entsafter) beträgt 259,99 Euro; der UVP für das Modell FP 5150 (Küchenmaschine mit Standmixer) liegt bei 209,99 Euro.

Rollei: Neue eGimbals für Actioncams

Die neue eGimbal Serie von Rollei mit den Modellen G4, G4 Plus und G5 wurde speziell für das Filmen mit Actioncams entwickelt und sorgt nach Angaben von Rollei durch geräusch-

und bürstenlose Motoren sowie eine leichte Bauweise jederzeit für eine ruhige Kameraführung.

Die beiden Modelle Rollei eGimbal G4 und Rollei eGimbal G4 Plus sind auf allen drei Achsen (Höhenwinkel, Rollwinkel, Richtungswinkel) verstellbar und bieten darüber hinaus eine stufenlos steuerbare, vertikale 320-Grad-Neigung. So sind Dreharbeiten auf dem Kopf, knapp über dem Boden oder stabilisierte Selfies selbst bei voller Action möglich.

Regelmäßige Firmware-Updates ermöglichen die Weiterentwicklung von Leistung und Funktionalität. Der Rollei eGimbal G4 ist dabei speziell für die GoPro Hero3, 3+ oder 4 (ohne Unterwasser-Gehäuse) konzipiert und ab sofort

für 399,99 Euro (UVP) verfügbar. Der Rollei eGimbal G4 Plus eignet sich für alle Actioncams mit einer Höhe von 33 – 51 mm und LCD BacPac (ohne Unterwasser-Gehäuse) und ist ab Ende September für 399,99 Euro (UVP) verfügbar.

Mit dem Rollei eGimbal G5 (Bild), der ebenfalls extra für die GoPro Hero3, 3+ oder 4 (ohne Unterwasser-Gehäuse) konzipiert wurde, ist das Live-Bild durch den USB-Kameraanschluss auf einem in den Kamera-Stabilisator integrierten, bis 270 Grad drehbaren 3,5-Zoll-LCD-Monitor sichtbar. Das leicht und kompakt gebaute Modell verfügt zudem über zwei Achsen mit einem geräusch- und bürstenlosen Motor und nutzt ein Gyroskop, das Bewe-

gungen präzise und schnell ausgleicht. Des weiteren ist ein leistungsstarker MCU-32-Bit-Chip mit einem erweiterten Stabilisierungsalgorithmus in das Gerät eingebaut, der einen Reaktionsausgleich von bis zu 20.000 Mal pro Sekunde ermöglicht. In der Vertikalen lässt sich der eGimbal G5 um eine Neigung von 180 Grad stufenlos steuern. Außerdem ist der Haltegriff um 360 Grad drehbar. Der Rollei eGimbal G5 ist ab sofort zum UVP von 399,99 Euro verfügbar.



Loewe Reference. Perfektion ist nicht genug.



Der neue Loewe Reference überzeugt durch exzellente Bildqualität und herausragenden Klang.

Eine integrierte Soundbar, acht Lautsprecher, 120 Watt Musikgesamtleistung und ausgefeilte, hochinnovative Lautsprecher-Technologien schaffen ein unvergleichlich räumliches Sounderlebnis. Edle Materialien und eine hochwertige Kontrastfilterscheibe aus beidseitig entspiegeltem Grauglas verleihen dem Loewe Reference zudem besondere Eleganz und Einzigartigkeit. Am besten, Sie erleben es selbst.

Erfahren Sie mehr im Loewe Fachhandel oder auf www.loewe.tv

LOEWE.

Zwei neue kabellose Vax Staubsauger auf der IFA

Freiheit mit Akku



Die Lift-Funktion des Vax Air Cordless Lift erleichtert nicht nur das Tragen, sondern auch den Einsatz an schwer zugänglichen Stellen.

Nach der Einführung des ersten kabellosen Staubsaugers vor einem Jahr stellt Vax auf der IFA zwei weitere Cordless-Modelle vor, um für verschiedene Anwendungen komfortable Lösungen anzubieten. Die gesamte Produktlinie arbeitet mit dem LithiumLife Akku-System: Der austauschbare Energiespeicher passt in jedes Modell der Air Cordless Serie.

Vax Air Cordless Staubsauger bieten die Möglichkeit, ein ganzes Haus unabhängig von der Steckdose kabellos zu saugen. Denn die LithiumLife Akkus bieten lange Zeit die volle Leistung und können ohne Memory-Effekt in der separaten Ladestation aufgeladen werden. Das funktioniert bereits beim Vax Air Cordless so gut, dass der Staubsauger in der Ausgabe 04/2015 „Haus & Garten

Test“ die Auszeichnung „sehr gut“ erhielt. Wie das erste Modell wird auch der neue Air Cordless Lift mit zwei LithiumLife Akkus geliefert. So kann mit einem Akku gearbeitet werden, während der zweite Akku mit der Schnellladefunktion geladen wird (Ladezeit ca. 3 Stunden). In „Haus & Garten Test“ sorgte allerdings schon der Einsatz nur eines Vax Akkus für Aufmerksamkeit: „Die reale Betriebszeit mit einem Akku aber beeindruckt ebenso: 28 Minuten am Stück saugt der Air Cordless und ist daher selbst ohne Zweitakku noch eine Klasse für sich“, resümierte das Magazin.



Zwei Akkus im Lieferumfang machen es möglich, mit dem einen zu arbeiten und gleichzeitig den anderen zu laden.

Der nur 5 kg leichte Vax Air Cordless Lift kommt mit seinen beiden Lithium Ionen Akkus auf eine Laufleistung von insgesamt rund 50 Minuten. Praktisch ist die Lift-Funktion, mit der sich die komplette Saugereinheit einfach abnehmen lässt. Das erleichtert nicht nur das Tragen, sondern auch den Einsatz an schwer zugänglichen Stellen, auf Treppen oder im Auto. Für eine gründliche Reinigung bei tiefsitzendem Schmutz mobilisiert die Boost-Funktion besonders starke Saugkraft.

Der neue Air Cordless Switch wurde von Vax vor allem für die schnelle Reinigung zwischendurch entwickelt, denn

das Gerät kann wahlweise als Hand- oder Stielstaubsauger eingesetzt werden. Auch hier liefert der 20V LithiumLife Akku genug Strom für 25 Minuten volle Leistung; das reicht für mehrere Zimmer oder sogar eine ganze Wohnung. Der Vax Air Cordless Lift (UVP: 399 Euro) und der Vax Air Cordless Switch (UVP: 229 Euro) sind ab September lieferbar.

Dirt Devil Rebel jetzt mit „Triple A“

Die Ingenieure von Dirt Devil haben die Leistung der Rebel Staubsauger nochmals verbessert: Alle Modelle der neuen Generation erzielen dank der Dirt Devil „Efficient Floorcare Technologies“ (EFCT) ein „Triple A“: Klasse A in der Energieeffizienz, Klasse A bei der Staubaufnahme auf Hartböden und Klasse A in der Filtration. Auch auf Teppichboden kann sich die Reinigungsleistung sehen lassen. Die neuen Dirt Devil „Efficient Floorcare Technologies“ (EFCT) stehen für das Zusammenspiel aller Komponenten der Reinigungsleistung: Dazu gehören neue Motoren; Luftstromführung, Düsen und Filtration wurden anhand von Erfahrungen aus der Praxis weiterentwickelt und aufeinander abgestimmt. Damit bieten die Staubsauger eine bessere Reinigungsleistung als frühere Modelle mit deutlich höherem Stromverbrauch.

Dirt Devil bietet die neuen Rebel-Generation wieder für alle Kundenpräferenzen an. Jeweils zwei Modelle kommen mit Beutel, ohne Staubbeutel und als Multicyclone-Geräte auf den Markt. Für optische Akzente sorgt die neue Trendfarbe „Softtouch-metal-red“.



Jetzt noch saugstärker und energiesparender: Die neue Generation der Dirt Devil Rebel Staubsauger saugt bei weniger Stromverbrauch noch besser.

Metz baut Portfolio zur IFA aus

Planea und Topas mit UHD

Wenige Monate nach dem Neustart präsentiert Metz auf der IFA sein neues Sortiment mit Neuheiten in den Produktlinien Planea, Topas und der Einstiegsreihe Pureo. Besondere Akzente liegen auf der UHD-Bildqualität bei den höherwertigen Geräten, der Weiterführung der Bildschirmgröße 32 Zoll und auf ausgezeichneter Tonqualität. Die neuen Metz TVs sind Made in Germany und werden nur über den autorisierten CE-Fachhandel vertrieben.

Der neue Planea ist als modernes UHD-Gerät in den Bildschirmdiagonalen 55, 49 sowie 43 Zoll erhältlich; als platzsparende Variante gibt es auch ein 32 Zoll Modell mit einem Full HD Panel. Das Erscheinungsbild zeigt sich mit einem edlen umlaufenden Alurahmen und einem speziellen Tischfuß zeitlos elegant. Ausgereifte 3D-Technologie, WLAN sowie das komfortable Metz Bediensystem machen den neuen Planea zu einem Fernseher mit guter Ausstattung. Für den guten Ton sorgt eine exklusive Slim Line Soundbar mit 4 nach vorne abstrahlenden Lautsprechern.

Für besonders hohe Ansprüche bietet Metz den Topas mit einem hochauflösenden UHD-Display an. Das mit einer Bildschirmdiagonale von 55 Zoll (140 cm) erhältliche Gerät ist mit silber eloxiertem Aluminium veredelt, mit einem UHD Media twin R Multi-Tuner (2 x DVB-C/T/S2) und einem integrierten 1-TB-Digital-Recorder ausgestattet. Damit lassen sich bis zu zwei Sendungen gleichzeitig aufzeichnen, während man eine dritte ansieht. Das einzigartige Soundmodul des Topas UHD ist abnehmbar, leistet satte 70 Watt und verfügt über 4 Lautsprecher. Auch bei den erfolgreichen Einstiegsmodellen mit Full-HD



Mit dem neuen Topas 55 UHD Media twin R stellt Metz auf der IFA ein Premium-Gerät mit UHD-Auflösung vor.

Auflösung von Metz geht zur IFA eine neue Generation an den Start: Der Pureo wurde überarbeitet und ist nun in den Bildschirmdiagonalen 49, 43 sowie weiterhin in praktischen 32 Zoll erhältlich.

Optisch überzeugt der Pureo durch eine noch schlankere zeitlose Formgebung sowie mit seinen neu gestalteten, eleganten Triangel-Füßen. Auch die technische Ausstattung kann sich sehen und der Ton hören lassen.

Weitere Einzelheiten zu den neuen Gerätelinien wird Metz auf der IFA bekannt geben.

LG OLED TV

Perfektes
Schwarz
erschafft
perfekte
Farben.



EG9609

Erleben Sie die neue TV-Ära.

Die einzigartige LG OLED-Technologie für das perfekte Fernseherlebnis: fantastische Farben, erzeugt durch tiefstes Schwarz, jedes Pixel einzeln angesteuert, selbstleuchtend, brillant, für Farbnuancen bis ins kleinste Detail. Sehen Sie ein absolut klares Bild in einer Perfektion, die nur ein Vorbild kennt – die Natur.

Jetzt LG OLED TV erleben: lg.de/oled



LG

Life's Good

Innovation for a Better Life

Premium in Consumer Electronics, Fotografie und Die IFA Inno von Pa



Panasonic baut auf der IFA das 4K Ökosystem weiter aus.



Mit einem umfassenden Neuheiten-Portfolio zeigt Panasonic auf der IFA in Halle 5.2 umfassende Kompetenz für das vernetzte Leben. Dabei setzt der japanische Technologiekonzern konsequent auf das Premiumsegment. Mit gutem Grund: Mit seinen erfolgreichen Wertschöpfungskonzepten ist Panasonic in den Bereichen Consumer Electronics und Foto bereits zum wichtigsten Umsatzbringer für den unabhängigen Fachhandel und die Handelskooperation geworden.

In der Unterhaltungselektronik wird Panasonic weitere Akzente im Segment 4K setzen. Dabei geht es zum einen um TVs, die mit ihrer Bildqualität neue Maßstäbe setzen, zum anderen aber auch um weitere Systeme zur Aufnahme und Verarbeitung von 4K Inhalten, denn das Unternehmen beherrscht in diesem Segment die gesamte Wertschöpfungskette. „Bei 4K geht es um viel mehr als um Auflösung“, erklärte Armando Romagnolo, Marketing Director Consumer Electronics bei Panasonic Deutschland. „Seit Jahrzehnten ist Panasonic Partner der Film- und Fernseh-schaffenden – zum Beispiel mit Broadcast-Technik und in Panasonic Hollywood Laboratories, die international zu den wichtigsten Authoring-Studios überhaupt gehören. Führende Hollywood-Experten unterstützen uns bei der Entwicklung von Benchmark-Produkten, die wir auf der IFA zeigen werden.“

Mit spiegellosen DSLM, Actioncams und klassischen Camcordern macht es Panasonic zudem den Konsumenten möglich, ihre eigenen 4K Inhalte zu erzeugen – und das in überragender Qualität, die auch von unabhängigen, internationalen Organisationen anerkannt wird. So erhielt die spiegellose DSLM Lumix G70 als Allrounderin für 4K Foto und Video soeben den renommierten EISA Award in der Kategorie „European Photo & Video Camera 2015/2016“; der 4K Camcorder HC-WX970 wurde von der EISA als „European Camcorder 2015/2016“ ausgezeichnet.

Auf der IFA stellt Panasonic eine weiterentwickelte Version der im Vorjahr vorgestellten Lumix GH4 vor. Die Lumix GH4R wurde noch konsequenter auf die Ansprüche professioneller und semi-professioneller Filmproduzenten abgestimmt. Der Foto/Video-Hybrid zeichnet 4K Filme sowohl im Cinema-Format 4.096 x 2.160/24fps als auch im TV-Standard QFHD 4K (3.860 x 2.160/bis 30 fps) auf. Neu ist zudem die V-Log L Videofunktion, die den Kontrastumfang der Bewegtbilder auf bis zu 12 Blendenstufen steigert. Das bringt nicht nur größeren Spielraum für die nachträgliche Bearbeitung, sondern macht es auch möglich, die kompakte Systemkamera als Ergänzung zu professionellen Panasonic VariCams bei Fernseh- und Filmproduktionen einzusetzen, denn sowohl die V-Log Funk-

tion der VariCams als auch die V-Log L Funktion der neuen Lumix GH4R entspricht der Cineon Kurve, dem Industrie-Standard für Filmdigitalisierung.

Die Lumix GH4R kommt im November 2015 zum Preis von 1.499 Euro (UVP Gehäuse) auf den Markt. Lumix GH4 Kameras können durch den Erwerb eines Upgrade-Software-Schlüssels (UVP 99,99 Euro) nachgerüstet werden. Bereits im August hat Panasonic mit den Blu-ray Recorders DMR-BCT/BST950 neue Heimkino-Komplettlösungen auf den Markt gebracht, die als komplette Home-Server für anspruchsvolles Entertainment dienen können. Zum einen sind sie für die Wiedergabe von 4K Inhalten (nativ und hochgerechnet) geeignet, zum anderen bieten sie mit TV>IP, High-Res Audio, einem Triple HD Tuner, TV-Streaming zu Hause und weltweit, Fernprogrammierung, Internet-Apps sowie dem Zugriff auf zahlreiche Video-on-Demand und Smart TV Angebote eine umfassende Ausstattung. Auf der IFA kommt mit dem DMP-BDT570 ein Blu-ray Player der Premium-Klasse hinzu. Er bietet mit 4K Upscaling, 4K JPEG Wiedergabe, High-Res Audio und smartem Networking ein Leistungsprofil, das sich am Flaggschiff BDP-700 orientiert und durch das Aluminium-Front-Panell mit eleganter gebürsteter Oberfläche unterstrichen wird. Der Panasonic DMP-BDT570 ist ab Oktober für 399 Euro (UVP) erhältlich.

Weißer Ware für den Fachhandel

Im Bereich Weißer Ware hat Panasonic in diesem Jahr bereits mehrere Stand-alone-Geräte zum Kühlen/Gefrieren und für die Wäschepflege eingeführt. Auf der IFA legt das Unternehmen noch einmal mit interessanten Neuheiten nach. So vereint das neue Kombigerät NN-CT565M die Funktionen von Inverter-Mikrowelle, Quarzgrill und



Das neue Kombigerät NN-CT565M vereint die Funktionen von Inverter-Mikrowelle, Quarzgrill und Ofen in einem Gerät.

d Weißer Ware novationen nasonic

Ofen in einem Gerät und ist mit nur 352 mm Bautiefe so kompakt, dass es leicht auf der Arbeitsfläche Platz findet. Obwohl die Abmessungen einem Gerät der 23-Liter-Klasse entsprechen, stehen innen 27 Liter Garraum und ein extra großer 340 mm Drehteller bereit. Die NN-CT565M kann auf fünf Weisen genutzt werden: als 1.000 Watt Mikrowelle, als 1.300 Watt Grill, als Ofen (100-220°C) und im schnellen Kombinationsbetrieb von Grill und Mikrowelle bzw. Heissluft und Mikrowelle. Die ausgereifte Inverter-Technik ermöglicht nicht nur die kompakte Bauweise, sondern auch kurze Garzeiten, die im Vergleich zu herkömmlichen Geräten Einsparungen von bis zu 20 Prozent möglich machen. Das deutschsprachige Bedienfeld und 14 Gewichtsautomatik-Programme machen es leicht, leckere Ergebnisse zu erzielen. Mit einem Laufschriftdisplay erklärt sich die NN-CT565M praktisch selbst.



Mit zahlreichen Neuheiten hat sich Panasonic in diesem Jahr zum Küchen-Vollausstatter entwickelt.

Das Gerät ist ab sofort für 319 Euro (UVP) verfügbar. Mit drei Kühl-/Gefrierkombinationen der E-Serie erweitert Panasonic sein Kühlgeräte-Sortiment um Modelle der besonders sparsamen A+++ Energieeffizienzklasse. Die Geräte sind in Höhen von 1,85 und 2,00 m verfügbar und bieten mit einem Volumen von bis zu 254 Litern im Kühl- und 80 Litern im Gefrierbereich ein großes Platzangebot. Eine Besonderheit ist der VitaminSafe im Bodenbereich des Kühlschranks: Blau, grün und weiß blinkende Lampen simulieren auch bei geschlossener Tür das natürliche Sonnenlicht und unterstützen so den Erhalt der Vitamine C und D. Zudem wird in dieser Abteilung die Luftfeuchtigkeit reguliert, indem die neue, abwaschbare Breathe-Tech-Membran überschüssige Feuchtigkeit aufnimmt und bei Bedarf wieder abgibt.

Direkt über dem VitaminSafe befindet sich der ChillCase, in dem frischer Fisch und Fleisch bei rund 0°C gelagert und mit einem konstanten Luftstrom mit geringer Feuchtigkeit versorgt werden. Die neuen Kombis NR-BN31EW1 (in weiß) und NR-BN31EX1 (in der Farbe Edelstahl) sind ab sofort für 1.049 Euro bzw. 1.099 Euro (UVP) erhältlich. Die größere Variante NR-BN34EX1 wird 1.199 Euro (UVP) kosten.

Die neuen Kühl-/Gefrierkombinationen der E-Serie haben die Energieeffizienzklasse A+++ und sind in Höhen von 1,85 und 2m verfügbar.



Christian Sokcevic, Panasonic Managing Director DACH „Unsere Vertriebspolitik ist richtig“

PoS-MAIL hat mit Christian Sokcevic, Panasonic Managing Director DACH, darüber gesprochen, was der IFA Auftritt des Unternehmens für den Fachhandel bedeutet.

PoS-MAIL: Herr Sokcevic, im ersten Halbjahr sind die Umsätze im Segment Consumer Electronics deutlich zurückgegangen. Welche Strategie hat Panasonic, um den Markt wieder zu beleben?

Christian Sokcevic: Der Rückgang ist für uns nicht überraschend, denn es ist nicht jedes Jahr WM. Als wichtigster Partner des beratenden Fachhandels für Unterhaltungselektronik und digitale Fotografie haben wir die richtige Antwort auf die schwierigen Marktbedingungen bereits gefunden: Mit innovativen Premium-Produkten und bestens geschulten Partnern im Fachhandel schaffen wir die Voraussetzungen, nicht nur Umsatz, sondern vor allem Wertschöpfung zu erzielen.

PoS-MAIL: Was zeichnet Panasonic Produkte aus?

Christian Sokcevic: Was uns im Bereich TV und Foto so erfolgreich macht, ist vor allem die konkurrenzlose Bildqualität unserer Produkte. Beim Wachstumsthema 4K beherrschen wir die gesamte Wertschöpfungskette und können so als Innovationsführer den Ausbau des Öko-Systems aktiv vorantreiben – durch Aufnahmegeräte für Profis und Amateure, durch zukunftsichere Bearbeitungs- und Übertragungstechnologien und natürlich durch Endgeräte für die Wiedergabe, mit denen wir Maßstäbe setzen. Hier können Ihre Leser auf der IFA weitere Innovationen erwarten.

PoS-MAIL: Gibt es auch Beispiele für Ihre Premium-Strategie außerhalb des Bereichs 4K?

Christian Sokcevic: Ja, denn unsere Premium-Strategie betrifft alle Produktbereiche, so im TV-Segment natürlich auch die Full HD-Qualität, die wir mit Innovationen wie TV>IP, Triple Tunern und Smart TV Angeboten weiter entwickeln. Mit der Marke Technics haben wir vor einem Jahr im Audio-Bereich ein klares Signal gesetzt, das von der High End-Gemeinde geradezu enthusiastisch

aufgenommen wurde. Auch hier wird es auf der IFA weitere Neuheiten geben.

PoS-MAIL: Trifft das alles auch für den Bereich Weiße Ware zu?

Christian Sokcevic: Ja. Gerade in diesem Bereich hat sich Panasonic in diesem Jahr zum Küchen-Vollausstatter entwickelt. Dabei haben wir zum einen unsere neuen Einbaugeräte erfolgreich im hochwertigen Küchenfachhandel eingeführt, zum anderen aber auch unser Sortiment von Stand-alone-Geräten zum Kühlen/Gefrieren und für die Wäschepflege deutlich aufgewertet. Auch diese Strategie setzen wir auf der IFA fort.

PoS-MAIL: Nun sind Sie bei der Weißen Ware ein relativ neuer Anbieter. Können Sie da mit den etablierten mithalten?

Christian Sokcevic: Wir sind zwar in Mitteleuropa noch relativ jung, aber als Hersteller von Hausgeräten hat Panasonic in Japan jahrzehntelange Erfahrung. Deshalb brauchen unsere innovativen Produkte keinen Qualitätsvergleich mit anderen Anbietern zu scheuen. Beim Preis-/Leistungsverhältnis sehen wir oft sogar Vorteile für uns. Und damit bieten wir dem Fachhandel ausgezeichnete Verkaufsargumente. Auch bei der Weißen Ware können unsere Partner mit Panasonic Produkten eine hohe Wertschöpfung erzielen. Mit dem Ausbau unseres Außendienst-Teams haben wir zudem die Vor-Ort-Betreuung deutlich ausgebaut.

PoS-MAIL: Glauben Sie, dass Panasonic und der Fachhandel mit Weißer Ware den Rückgang im TV-Segment kompensieren können?

Christian Sokcevic: Es geht nicht darum, etwas zu kompensieren, sondern es geht darum, die Umsatzchancen zu nutzen, die

durch smarte Technologien entstehen. Die Vernetzung führt die unterschiedlichen Produktbereiche zusammen, und als einer der wenigen echten Vollsortimenter für technische Konsumgüter kann Panasonic diese Entwicklung entscheidend vorantreiben. Deshalb sollten unsere Handelspartner die Gelegenheit nutzen, sich auf unserem IFA Stand anzuschauen, was Smart Home in der Zukunft bedeuten kann.

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



Neue drahtlose Audio Produkte von LG

Das „Internet der Töne“



Die neuen portablen Lautsprecher LG P5 unterstützen LGs Auto Music Play-Funktion.

LG baut auf der IFA seine Produktpalette im Bereich Wireless Audio weiter aus. Neben neuen Lösungen für mehr Reichweite in LGs Music Flow-Netzwerken ohne Router werden zwei neue Bluetooth-Lautsprecher und die drahtlose Curved Music Flow Soundbar HS8 vorgestellt. Neue Funktionen, flexible Einsatzmöglichkeiten und natürlich hervorragende Klangqualität sollen dem wachsenden Markt für drahtlose Musiksyste-me weitere Impulse geben.

„Als Marktführer im Bereich Internet der Dinge (IoT) wollen wir durch die Einführung einer innovativen Audio-Umgebung auch die Entwicklung zu einer Ära des 'Internet of Audio' (IoA) anstoßen“, erklärte Min Byung-hoon, Senior Vice President der Audio-Video-Sparte bei LG Home Entertainment. „Um dies zu erreichen, verbinden wir hochqualitative Audio-Technologie und erweiterte Netzwerksysteme mit unserem kompletten Angebot an Wireless-Audio-Produkten.“

Der neue portable Lautsprecher LG P5 unterstützt LGs Auto Music Play-Funktion, die automatisch mit der Musikwiedergabe beginnt, sobald die Audioquelle in Reichweite ist. Der wiederaufladbare Akku ermöglicht eine bis zu 15-stündige, ununterbrochene Musikwiedergabe – das reicht praktisch einen ganzen Tag lang.

Mit seinem unkonventionellen Design fügt sich der neue SoundPop 360 nahtlos in jedes Wohnambiente ein, ist aber ebenfalls sehr leicht zu transportieren. Sein kraftvoller Sound bei kompakten Abmessungen ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit der LG-Bereiche

Home Entertainment und Mobile Communications. Der zylindrische Lautsprecher strahlt rundum in einen 360-Grad-Klangbereich ab, so dass die Zuhörer unabhängig von der relativen Hörposition immer die volle Musikqualität im Ohr haben. Damit eignet sich der SoundPop 360 besonders gut für das Musikhören in großen Gruppen. Mit einer Akkulaufzeit von bis zu 20 Stunden bietet er Party-Spaß bis tief in die Nacht.

Beide neuen Lautsprecher sind mit exklusiven Wireless-Audio-Funktionen von LG ausgestattet. Mit Multi Point kann ein Lautsprecher an mehrere Bluetooth-Geräte angeschlossen werden, so dass zwei Benutzer die Geräte parallel steuern und die Musik miteinander teilen können. Umgekehrt macht es der Dual Play-Modus möglich, zwei LG Bluetooth-Lautsprecher mit einem mobilen Endgerät zu verbinden, um z. B. Stereo-Effekte zu erzielen. Mit der TV Sound Sync-Funktion von LG können die Geräte auch an einen Bluetooth-kompatiblen Fernseher angeschlossen werden, um entweder dessen Klang zu verstärken oder umgekehrt die TV-Lautsprecher für die Musikwiedergabe zu nutzen.



Die Curved Music Flow Soundbar HS8 kann auch im LG Music Flow-System für die drahtlose Musik-Wiedergabe von mobilen Geräten genutzt werden.

Neue Curved Soundbar

Als Ergänzung für seine aktuellen Curved TVs stellt LG auf der IFA die drahtlose Curved Music Flow Soundbar HS8 vor. Das 4.1 Kanal Lautsprecher-System setzt nicht nur einen Design-Akzent, sondern bietet auch ausgezeichnete Tonwiedergabe. Denn LG hat die Hörzone für den besten Sound durch die Positionierung der Hochtonlautsprecher auf beiden Seiten vergrößert und so das Klangspektrum erweitert.

Der neue i-Sound Modus verbessert das akustische TV-Erlebnis durch die Anpassung der Sound-Einstellungen

an die speziellen Erfordernisse unterschiedlicher Inhalte. i-Sound erkennt automatisch den Charakter des Programms und stimmt die Klangwiedergabe darauf ab. Zudem erweitert die HS8 Curved Soundbar die drahtlose und mit Google Cast compatible LG Music Flow-Lautsprecherreihe. So können die Kunden die Soundbar bequem mit den populärsten Musikstreaming-Diensten nutzen und ihre individuelle Musikauswahl direkt von ihren Smartphones oder Tablets über das heimische WiFi-Netzwerk mit dem Gerät abspielen. Dazu wird einfach die Musik ausgewählt und Google Cast angeklickt, um das Programm sofort zur HS8 zu senden.

Über WiFi und Bluetooth kann die LG HS8 auch Musik in verschiedene Räume übertragen und andere LG Music Flow Lautsprecher ansteuern. Sind mehrere Lautsprecher im selben Raum installiert, entsteht mit dem Home Cinema-Modus ein kinoähnliches Entertainment-Erlebnis. Im Multiroom-Modus lässt sich das System für die gesamte Wohnumgebung programmieren. Dabei wird die Musikauswahl für jeden Raum mit einem einzigen mobilen Endgerät zentral gesteuert, um eine Playliste für die gesamte Wohnung auszuwählen oder in jedem Raum unterschiedliche Musik wiederzugeben. Auch in Sachen Bedienkomfort bietet die LG Curved Soundbar HS8 ein besonderes Feature: Sie ist mit den TV-Fernbedienungen von acht führenden TV-Herstellern kompatibel.

Neuer Tone Ultra-Kopfhörer

Bei den Tone Ultra Bluetooth-Kopfhörern gibt es auf der IFA ein neues Mittelklassemodell. Der Tone Ultra HBS-810 wurde gegenüber dem Vorgänger HBS-800 deutlich aufgewertet und in Zusammenarbeit mit JBL auf verbesserte Klangqualität getrimmt.

Die Quad Layer-Lautsprechertechnologie sorgt vor allem im Bass- und Mitteltonbereich für verbesserte Klangwiedergabe. Zudem wurde die Entzerrung über den gesamten Frequenzbereich verbessert. Die flexiblen Ohrhörer aus Silikonergänzen die Ohröffnung komplett aus. So werden Störgeräuschen aus der Umgebung gut gedämpft.

Das neue Modell wartet mit Premiumfunktionen auf, die bisher High End-Kopfhörern vorbehalten waren. So verschwinden die Kabel der Ohrhörer bei Nichtgebrauch komplett im Nackenbügel. Mit der Zwei-Wege-Richtungstaste können die Nutzer einfach die Lautstärke anpassen und die gewünschten Titel mit schnellem Vorlauf oder Wiederholung ansteuern.



Der Tone Ultra HBS-810 wurde gegenüber dem Vorgänger HBS-800 deutlich aufgewertet.



Die neuen SoundPop 360 Lautsprecher verbinden originelles Design mit kompakter Bauweise für leichten Transport.

Hisense

ULED TV

BRING DREAMS TO REALITY



Dynamic Contrast



Local Dimming



Peaking



Backlight Scan

Erleben Sie ULED auf der IFA



**Halle 6.2b
Stand 202**

IFA-Schwerpunkt: Smarte Haushaltsgeräte made in Germany

Küche denkt mit

Sobald etwas mit dem Internet oder einer App verbunden ist, trägt es heutzutage den Zusatz „Smart“ im Namen – TVs, Kameras, Telefone, Uhren, Häuser, Waschmaschinen und zunehmend auch die Küchenausstattung. Auf den IFA Innovations Media Briefings in Berlin präsentierten Miele und Siemens ihre Visionen von der Weißen Ware mit Köpfchen. Zudem zeigte uns das junge deutsche Unternehmen Cuciniale, wie selbst Laien mit ein wenig smarter Hilfe zauberhaft gut kochen können. Florian Weidhase hat sich für PoS-MAIL die Neuheiten angesehen – und darauf geachtet, ob die Geräte wirklich Nutzen bieten.

Siemens iQ800 smarte Waschmaschine (WM6YH840) hilft interaktiv bei der Wahl des richtigen Programms. Der Kunde „sagt“ der Maschine via App, was für Textilien gewaschen werden sollen und ob es schnell gehen muss oder sich der Waschautomat Zeit lassen darf, um sparsamer zu arbeiten. Unter Berücksichtigung von Textilart, Beladungsmenge, Wasserhärte und Verschmutzung dosiert die Siemens iQ800 das Waschmittel und wählt das optimale Programm. Laut Siemens können hierdurch mehrere Tausend Liter Wasser im Jahr eingespart werden – eindeutig smart! Alle Einstellungen und Statusmeldungen können wahlweise klassisch am Gerät oder über die Siemens-App Home Connect vorgenommen werden. Ein weiteres cleveres Merkmal, denn die iQ800 hört auf den Namen Flex Start und richtet sich an die steigende Anzahl von Haushalten mit Solarstrom-Anlagen. Im Zusammenspiel mit einem Energiemanager wird der selbsterzeugte Strom bestmöglich genutzt, um die Menge der zugekauften Energie zu reduzieren. Mit einem jährlichen Verbrauch von 137 kWh ist die iQ800 Waschmaschine ohnehin schon sparsam und unterschreitet laut Hersteller den Grenzwert der Top-Energieeffizienzklasse A+++ um 30 Prozent.

Auch das deutsche Traditionsunternehmen Miele geht mit der Waschmaschine WMH 721 WPS EditionConn@ct ins Netz. Verschmutzungen und hartnäckigen Flecken rückt die Maschine in zwei Phasen mit speziell abgestimmten Waschmitteln zu Leibe. Die Mittel UltraPhase 1 und 2 werden dabei vollautomatisch dosiert und melden sich rechtzeitig auf dem Smartphone des Besitzers, wenn der Vorrat zu Neige geht. Praktischerweise kann dann gleich per Mobilgerät Nachschub bestellt werden.

Schau mir in ... den Kühlschrank

Schon seit geraumer Zeit geistert die Vision eines smarten Kühlschranks umher, der genau weiß, was wie lange in ihm gelagert oder was verbraucht ist und – natürlich automatisch – nachbestellt werden muss. Technisch sollte das mit einem Barcodescanner gelöst werden, der beim Einräumen alle Produkte erfasst. Auf den ersten Blick ist das clever, bei näherer Betrachtung zerfällt die Idee jedoch wie ein Kartenhaus. Die halbe Pizza vom Vorabend trägt nämlich ebenso wenig einen Strichcode wie das frische Bund Möhren

vom Markt. Und wer will denn immer die gleichen Sachen im Kühlschrank haben? Mit einem ganz anderen technischen Ansatz will Siemens die gekühlte Vorratshaltung dennoch erleichtern. Jedes Mal, wenn die Tür der Kühl-Gefrier-Kombi iQ500 (KG36NH132) geschlossen wird, fotografieren zwei 5-Megapixel-Kameras den kompletten Kühlraum und legen die digitalen Schnappschüsse in der Home Connect App ab. So reicht im Supermarkt ein Blick auf das Handy, um sich den Kühlschrankinhalt im wahrsten Wortsinn vor Augen zu führen. Dabei lässt sich auch feststellen, ob ein anderes Familienmitglied zwischenzeitlich von einer Heißhungerattacke heimgesucht wurde oder mitgedacht und fehlende Vorräte nachgekauft hat. Nur die letzten sechs Bildpaare werden in der App vorgehalten. Wenn man dann vollgepackt vom Einkauf heimkehrt, hilft der Home



Alles im Blick: Der Siemens-Kühlschrank iQ500 macht Fotos vom Innenleben und sendet diese auf das Smartphone.

herkömmlicher Kühlung. Und sollte mal jemand aus Versehen die Tür nicht richtig geschlossen haben, meldet sich der Kühlschrank ebenfalls per App bei seinem „Herrchen“.

Perfektes Kochen selbst für Laien

Das junge deutsche Start-Up Cuciniale verspricht mit dem neuen Produkt Gourmetsensor selbst Laien am Herd Kochergebnisse auf Profiniveau. Tatsächlich verfolgt das Unternehmen aus Lindau mit einer cleveren Kombination aus Sensor und App einen vielversprechenden Ansatz. Die Hardware ist ein Thermometer, das per Bluetooth mit einem Smartphone oder Tablet gekoppelt wird. Im Gegensatz zu normalen Bratenthermometern, die stets nur an der Spitze des Fühlers messen, verfügt der Gourmet-Sensor über sechs Messpunkte entlang der Stahlspitze. Deshalb muss man nicht exakt die Mitte eines Fleischstücks zu treffen, um eine genaue Messung der Kerntemperatur zu erreichen. Die Temperaturmessung beschränkt sich bei Cuciniale nicht auf die Innentemperatur eines Stücks Fleisch, der Sensor wird in den diversen Rezepten der App GourmetPilot



Die smarte Waschmaschine Miele WMH 721 WPS EditionConn@ct lässt sich nicht nur per App steuern, sondern meldet auch, wenn das Waschmittel zu Neige geht. Mit wenigen Fingertipps lässt sich Nachschub direkt per Smartphone oder Tablet bestellen.

auch genutzt, um die Temperatur von Öl in der Pfanne oder von Nudelwasser zu ermitteln. Zudem fragt die App bei der Einrichtung die heimische Herdausstattung in Form von Kochfeldern, Größen und Leistungsstufen ab.

Wer mit dem Gourmetsensor kocht, füttert die App zunächst mit einigen Informationen zum Gargut, zum Beispiel der Dicke des Fleischstücks oder der angegebenen Garzeit der Pasta. Zudem wird das Wunschergebnis in Form von Bräunungs- und Gargrad angegeben. Einen Fingertipp später geht es los, und die App erklärt jeden Schritt einfach und verständlich. Dabei gibt sie auch Anweisungen, welche Leistungsstufe des Herdes zu wählen ist. Die Temperaturmessung sorgt dann beispielsweise dafür, dass ein Steak erst in die Pfanne kommt, wenn das Öl die richtige Temperatur erreicht hat; auch vor dem Überkochen des Nudelwassers wird gewarnt. Zur IFA will Cuciniale schon das nächste smarte Produkt vorstellen: ein Induktionskochfeld, das sich vollkommen automatisch reguliert und dadurch die manuelle Änderung der Leistungsstufe am Herd überflüssig macht. Wir haben den Gourmetsensor ausprobiert und waren ausgesprochen positiv überrascht – und zwar sowohl von der einfachen Handhabung als auch von den hervorragenden Ergebnissen. Restlos überzeugt hat uns der Test mit einer nachweislich völlig untalentierten Person, die ohne Vorkenntnisse ein perfekt Medium-Rare gebratenes Steak auf den Tisch brachte.



Selbst Laien erzielen mit dem Cuciniale-System aus App und Sensor hervorragende Ergebnisse am Herd.

Neuheiten

PoS-Aktuell



Sony: Bravia TVs der S85- und X90-Serie jetzt erhältlich

Sony hat sein Bravia TV Sortiment um die beiden 4K UHD Modellreihen X85 (im Curved Design) und X90 (besonders flaches Design) erweitert. Beide neuen Serien mit Sprachsteuerungs-Funktion bieten hohe Bildqualität bei der Wiedergabe von Blu-ray Filmen, dem Fernsehprogramm, Netflix-Videos und Online Clips. Das macht der neue 4K Bildprozessor X1 möglich, der auch Inhalte mit niedriger Auflösung auf 4K Ultra HD Auflösung hochrechnet. Das Triluminos Display stellt die Farben satter, klarer und natürlicher dar.

Neu ist das Betriebssystem Android TV, das sich durch eine intuitive Benutzeroberfläche auszeichnet. Neue Funktionen wie Google Cast, Sprachsteuerung und die große Auswahl an Spielen & Apps im Google Play Store sorgen für größere und abwechslungsreichere Fernsehunterhaltung bei trotzdem leichter und schneller Bedienung.

Mit Google Cast können Filmclips, Musik und Fotos ab sofort mit einem Klick vom Smartphone oder Tablet auf die TV-Oberfläche geschoben werden. Dabei werden die Inhalte vom Tablet oder Handy nicht gespiegelt, sondern auf den Fernseher übertragen.

Die beiden neuen Bravia Serien sind ab sofort in Deutschland erhältlich. Software-Updates werden den Funktionsumfang kontinuierlich erweitern. Das Update erfolgt automatisch online oder via USB Stick. Die Updates stehen zum Download auf der Sony Deutschland Internetseite www.sony.de unter „Support“ zur Verfügung.

Die Bravia X90C-Serie mit den Modellen KD-55X90C und KD-65X90C hat einen UVP von 2.999 Euro bzw. 3.999,00 Euro. Die Bravia S85C-Serie mit den Modellen KD-55S85C und KD-65S85C kommt zum UVP von 2.499 Euro bzw. 3.499 Euro auf den Markt. Die zur X90 Serie passende Soundbar ist zum UVP von 749 Euro erhältlich.

Yamaha stellt neue MultiCast Generation vor

Zur IFA stellt Yamaha eine neue MusicCast Generation vor, die bereits in 23 Produkten des Unternehmens installiert ist. So können vom CD-Player, der am MusicCast Stereo Netzwerk-Receiver R-N602 angeschlossen ist, bis hin zum Fernseh-Ton von der MusicCast Soundbar YSP-1600 alle externen Quellen in jedem Raum zu hören sein. Dazu bindet MusicCast netzwerkbasierte Ressourcen wie Apple AirPlay, Bluetooth-Streaming, Streaming-Services wie Spotify, Juke oder Napster sowie die Musikdateien aus dem Heimnetz mit ein.

MusicCast ist jederzeit einfach erweiterbar: Wird ein neues Yamaha Audio-System gekauft, wird es zu Hause automatisch Teil von MusicCast und kann sowohl für sich als auch im Zusammenspiel mit den anderen AV-Komponenten genutzt werden. Dafür setzt MusicCast auf ein bestehendes Heimnetzwerk oder errichtet ein autarkes Netz. Als Wireless Music System lassen sich die einzelnen Komponenten drahtlos miteinander verbinden; die meisten Produkte verfügen zudem über einen klassischen LAN-Anschluss für eine kabelbasierte Anbindung.

Mit MusicCast können zum Beispiel auch die Yamaha Relit- oder Restio-Serie in das Multiroom-System einbezogen werden. Dafür verfü-

gen alle MusicCast Komponenten über einen Bluetooth-Sender und -Empfänger, der je nach Anwendungszweck umgeschaltet wird. So kann das Bluetooth-Modul nicht nur für das Musikstreamen von Smartphone und Tablet genutzt werden, sondern auch zum einfachen Erweitern des MusicCast Audionetzwerks um einen beliebigen Bluetooth-Lautsprecher.

MusicCast lässt sich mit Hilfe einer intuitiven App mit Smartphone und Tablet steuern. Alle Räume und Komponenten sind auf dem Startbildschirm übersichtlich angeordnet. So lässt sich die Audioquelle (wie beispielsweise Spotify oder Fernseh-Ton) auswählen und in verschiedenen Räumen hören. Die Yamaha Music-

Cast App ist für Apple iOS (iPhone, iPod Touch und iPad) sowie für Android Smartphones und Tablets erhältlich.

Die ersten AV-Komponenten mit dem Wireless Music System sind ab September 2015 im Fachhandel erhältlich.



**Deutsches
Rotes
Kreuz**



Vertrieben. Heimatlos. Schutzlos.



WWW.DRK.DE/JETZT-MITGLIED-WERDEN

Bitte helfen Sie Menschen, die alles verloren haben!

Stichwort: Flüchtlingshilfe
IBAN: DE 63 3702 0500 0005 0233 07
BIC: BFSWDE33XXX

drk.de/fluechtlingshilfe

Miele schließt Geschäftsjahr 2014/15 erfolgreich ab

Neuer Umsatzrekord

Miele hat für das Geschäftsjahr 2014/15, das am 30. Juni 2015 endete, neue Rekorde bei Umsatz und Beschäftigung gemeldet: Mit 3,49 Milliarden Euro Umsatz erzielte der weltweit führende Hersteller von Premium-Hausgeräten 267 Millionen Euro oder 8,3 Prozent mehr Umsatz als im Jahr zuvor. Die Zahl der Beschäftigten stieg auf 17.741 Menschen. Mit Innovationen, hoher Qualität und Langlebigkeit der Produkte und einer eindeutigen Premium-Positionierung will Miele den Erfolgskurs fortsetzen.

Zum weltweiten Markterfolg trugen vor allem die neuen Baureihen bei den Einbaugeräten und in der Wäschepflege sowie das weiter verbesserte Programm von Staubsaugern bei. Zudem habe sich die weltweite Konjunktur robuster gezeigt, als dies mit Blick auf politische oder ökonomische Krisenherde wie Russland und die Ukraine, den Mittleren Osten oder Griechenland zunächst zu erwarten war, erklärte das Familienunternehmen. Begünstigt wurde der Umsatzverlauf auch durch die Entwicklung der weltweiten Wechselkurse, wobei der währungsbereinigte Zuwachs immer noch 6,4 Prozent beträgt. Andererseits wurde das Geschäft in wichtigen Märkten durch einen zunehmend preisaggressiven Wettbewerb erschwert. Auf dem deutschen Markt erzielte Miele mit 1,03 Milliarden Euro Umsatz ein Plus von 5,4 Prozent, außerhalb Deutschlands wuchs das Geschäft um 10,1 Prozent, wobei sich der Absatz in den USA, Australien, Großbritannien, Schweiz und Hongkong besonders positiv entwickelte. Aber auch in Russland legte der Umsatz trotz der schwierigen Umstände zu, ebenso in den von der Schuldenkrise betroffenen Ländern Südeuropas, Griechenland eingeschlossen. Insgesamt stieg der Auslandsanteil am Gesamtumsatz um einen Prozentpunkt auf 70,4 Prozent. Starke Marken erfreuten sich gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bei den Konsumenten einer besonderen Wertschätzung, erklärte das Unternehmen. „Miele steht wie keine andere Marke der Branche für Verlässlichkeit und Wertbeständigkeit“, erklärte der Geschäftsführende Gesellschafter Dr. Reinhard Zinkann. Belegt werde dies durch die Resultate renommierter Benchmarking-Projekte wie der GfK-Studie „Best Brands“, wo Miele im Berichtszeitraum wiederholt und über alle Branchen hinweg als „Beste Unternehmensmarke“ ausgezeichnet worden ist. Nur wenige Monate zuvor hatte Miele bereits den „Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2014“ erhalten.

Innovationen statt Rabatte

Das hohe Ansehen beim Fachhandel und bei Konsumenten bestätigt nach Ansicht der Miele Verantwortlichen die langfristige Unternehmensstrategie. Hierzu zählen z. B. die Konzentration auf die alleinige Marke Miele, die kompromisslose Qualitätsorientierung mit dem Markenversprechen „Immer besser“ und die durchgängige Premium-Positionierung. Der immer häufiger zu beobachtenden Strategie, über Zweit- oder Handelsmarken um Marktanteile zu ringen, erteilt Miele deshalb eine klare Absage: „Auf allen Geräten, die unsere Werke verlassen,



Mit dem guten Ergebnis zufrieden: Die Miele-Geschäftsleitung mit (v.l.) Dr. Eduard Sailer, Dr. Markus Miele, Olaf Bartsch, Dr. Reinhard Zinkann, Dr. Axel Kniehl.

steht Miele, und es ist auch Miele drin“, betonte Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. Statt sich in markenschädigende Rabattschlachten verwickeln zu lassen, setze man auf Innovationen, ein verbessertes Preis-Leistungsverhältnis durch höherwertige Ausstattung und neue Vermarktungskonzepte, die konkrete Vorteile für die Kunden bieten, z. B. durch die Kombination von Waschmaschinenkauf und Waschmittelbezug. Unverändert testet Miele Produkte wie Waschmaschinen, Trockner, Geschirrspüler, Backöfen und Staubsauger auf 20 Jahre Lebensdauer, um sich auch bei Zuverlässigkeit und Lebensdauer deutlich vom Wettbewerb abzuheben. Die Reihe der amtierenden Sieger bei der Stiftung Waren-test wurde im Berichtsjahr um Erfolge bei Kochfeldern, Geschirrspülern und Waschmaschinen ergänzt oder bestätigt. Für ihr vorbildliches Produktdesign erhielten neun Miele-Geräte den red dot beziehungsweise den iF Award.

Maßstäbe bei der Vernetzung

Den Anspruch auf die Technologie- und Innovationsführerschaft untermauerte Miele im Berichtszeitraum mit Neueinführungen wie der ersten Kombination aus Miele-Dampfgarer und Mikrowellengerät. Auf der Kölner Küchenmesse LivingKitchen erwies sich der neue „Range Cooker“ als Publikumsmagnet. Dieser Standherd im XXL-Format sorgt derzeit für signifikante Umsatzschübe in Nordamerika.

In der Wäschepflege bietet das neue Miele-Verfahren PowerWash 2.0 eine Kombination aus hervorragender Waschwirkung, großer Energieeffizienz und kurzen Programmlaufzeiten. „Nicht Verbrauchssenkung um jeden Preis ist das Ziel unserer Entwickler und Konstrukteure, sondern ein Produkt, das auch bei Komfort und Ergebnis keine Wünsche offen lässt“, erklärte Technik-Geschäftsführer Dr. Eduard Sailer. Führend ist Miele auch bei der Waschmitteldosierung: Die bereits 2013 vorgestellte Zwei-Phasen-Dosierautomatik TwinDos ist bis heute einmalig im Markt. Ab Anfang 2016 soll TwinDos dem Benutzer via WLAN und Smartphone signalisieren, dass das Waschmittel zur Neige geht und dabei sofort eine Bestelloption anbieten. (Siehe PoS-MAIL 7-8/2015, S. 29). Bei den Staubsaugern sorgte die weltweite Markteinfüh-

rung des ersten Miele-Saugroboters Scout RX1 für Zuwachsraten. Entsprechendes gilt bei den klassischen Bodenstaubsaugern für die zweigleisige Strategie mit konsequent leistungsorientierten (PowerLine) und verbrauchsoptimierten Baureihen (EcoLine). Im Berichtsjahr verließ der 50-millionste Miele-Staubsauger das Werk Bielefeld – und Staubsauger von Miele errangen Testsiege in sechs wichtigen europäischen Märkten, darunter Großbritannien, Frankreich und die Niederlande.

Vertriebs- und Servicestrukturen ausgebaut

Zum Stichtag 30. Juni 2015 arbeiteten weltweit 17.741 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Miele. Dies entspricht einem Zuwachs von 81 Beschäftigten oder 0,5 Prozent. In Deutschland waren mit 10.346 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 0,6 Prozent weniger Menschen tätig als ein Jahr zuvor. Außerhalb Deutschlands wurden in den wachstumsstarken Vertriebsgesellschaften die Vertriebs- und Servicebereiche weiter ausgebaut.

Im vergangenen Geschäftsjahr hat die Miele Gruppe mit 150 Millionen Euro etwa 38 Millionen Euro oder 20 Prozent weniger investiert als im Jahr zuvor. Diese Entwicklung folge den Entwicklungszyklen bei den Produkten und den daraus resultierenden Umrüstungen der Fertigungsanlagen, erklärte das Unternehmen. Im Berichtszeitraum lagen die Investitionsschwerpunkte bei der Modernisierung der Produktion, dem weiteren Ausbau des Vertriebs- und Logistikstandortes Gütersloh sowie der Errichtung neuer Showrooms in Metropolen wie Brisbane, Chicago, Peking oder Turin.

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet das Management weiteres Wachstum bei Umsatz und Stückzahlen. „Mit unseren Produkten und Vermarktungskonzepten sind wir richtig aufgestellt, um auch unter verschärfteren Wettbewerbsbedingungen unsere Marktposition auszubauen“, bekräftigte Dr. Markus Miele, Geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens. In welcher Größenordnung sich dies realisieren lasse, werde nicht zuletzt davon abhängen, wie sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entwickeln, etwa mit Blick auf den neuen Unsicherheitsfaktor der wirtschaftlichen Abkühlung in China.

Sabines

Martins

Axels

Veras



FÜR UMSÄTZE
GANZ NACH IHREM GESCHMACK

PRIMADONNA ELITE

EINZIGARTIG. WIE IHR GESCHMACK.

DER NEUE PRIMADONNA ELITE KAFFEEVOLLAUTOMAT VON DE'LONGHI MACHT NICHT NUR KAFFEEWÜNSCHE WAHR.

Ihre Kunden werden begeistert sein, und Sie können davon nur profitieren: Mit der neuen PrimaDonna Elite von De'Longhi lassen sich über das große 4,3" TFT Touch-Farbdisplay oder sogar per Smartphone-App über 20 Kaffee- und Milchspezialitäten zubereiten – ganz einfach und ganz nach persönlichem Geschmack.

Neben zusätzlichen Funktionen und innovativen Weiterentwicklungen bietet die PrimaDonna Elite als Vertreterin der ersten interaktiven Generation von De'Longhi Kaffeevollautomaten dem Kaffeeliebhaber und -kenner ganz neue Möglichkeiten:

Mit der COFFEE LINK App lassen sich individuelle Vorlieben unter einem persönlichen Profil abspeichern, Rezepte in der Coffee World finden und eigene Kaffeekreationen erstellen. Die App ermöglicht es außerdem, die Einstellungen des Geräts entsprechend den persönlichen Wünschen zu ändern und bietet Tipps zu Wartung und Pflege.

Die Innovation vom Marktführer – für Ihren Umsatz.



REMOTE APP CONTROL



delonghi.de



Better Everyday

AEG erweitert Öko-Linien in den Bereichen Waschen, Trocknen und Bodenpflege



Freundlich zu Faser und Umwelt

Stoffe aus Biobaumwolle, umweltschonendes Färben und faire Arbeitsbedingungen: Öko-Mode ist Trend. Green Fashion bedeutet aber längst nicht mehr nur nachhaltig hergestellte Kleidung, sondern auch nachhaltige Wäschepflege, die Wasser, Waschmittel und Energie spart. AEG präsentiert darum auf der IFA 2015 Neuheiten rund um das Thema nachhaltiges Waschen und Trocknen.

Herkömmliche Waschmaschinen vermischen zunächst Wäsche, Wasser und Waschmittel – bis das Waschmittel sich löst, vergeht jedoch viel Zeit. Das ÖkoMix System von AEG hingegen vermengt zunächst nur Wasser mit Waschmittel. Diese Mischung wird durch das DirectSpray System gleichmäßig auf die getrocknete Wäsche gesprüht und kann dort unmittelbar und damit schneller wirken. So wird die Zeit des Waschvorgangs dem Wäschgewicht angepasst. Nach Angaben von AEG war die ÖkoMix die erste Waschmaschine, die die Energieeffizienzklasse A+++ um 50 Prozent unterschritten hat. Die ÖkoMix-Technologie wurde inzwischen weiterentwickelt. Auch der Weichspüler wird jetzt vorgemischt. Darüber hinaus wurde die Palette um zusätzliche Modelle ergänzt.

Sanft zu Jeans und Seide

Das Besondere an den ÖkoMix Waschmaschinen: Sie sind nicht nur sanft zu feinen Stoffen wie Seide und Wolle, sie haben auch ein spezielles Jeansprogramm. Durch den Verzicht auf Zwischenschleudergänge entstehen keine unschönen Knickfalten. Zusätzliche Spülgänge vermeiden den unerwünschten Streifen-Look auf dunklen Jeans, zum Beispiel durch Pulverrückstände. Weniger Waschmechanik verhindert zudem das Ausbluten der Farbe, vor allem in den Falten. AEG stellt zur IFA mehrere neue Modelle der ÖkoMix-Linie in Preiskategorien von ca. 1.000 bis 1.400 Euro UVP vor.

Die neuen Kombi-Geräte

Der AEG ÖkoKombi Plus schont nicht nur empfindliche Kleidung, sondern auch die Energiebilanz. Die neun Kilogramm XXL-Protex Schontrömmel mit kleinen, sanft abgerundeten Löchern schont die Materialien. Zudem unterstützt die große Menge der Löcher den Wasseraustausch beim Waschen und Spülen und sorgt für ein gleichmäßiges Wasch- und Trockenergebnis. Auch beim Befüllen

der Trommel zeigt der AEG ÖkoKombi Plus Feingefühl: Die OptiSense-Technologie passt die Waschlauer sowie den Energie- und Wasserverbrauch an die Waschlader an. Wenn die Kleidung lediglich eine Auffrischung statt einer Wäsche braucht, kann die SoftSteam Dampffunktion eingesetzt werden: Sie entknittert bereits getragene Kleidung, was unnötiges Waschen und Bügeln spart. Statt der üblichen Trockenheizung arbeitet der ÖkoKombi Plus Waschtrockner mit energiesparender Wärmepumpentechnologie. Diese benötigt, nach Angaben des Herstellers, 40 Prozent weniger Energie als vergleichbare Geräte der Energieeffizienzklasse A. Ein weiterer Vorteil der Wärmepumpentechnologie: Während des Trocknens wird kein Kühlwasser verbraucht. Somit sinkt der Wasserverbrauch auf nur noch 69 Liter für neun Kilogramm gewaschene und getrocknete Wäsche. Wird zu Beginn des Waschprogramms gleich das Trockenprogramm aktiviert, spart der Waschtrockner auch noch Zeit. Die Trocknung wird automatisch an den Waschvorgang angeschlossen, ohne die Wäsche aufteilen zu müssen. Die Kombi-Geräte der Linie AEG DualSense arbeiten ebenfalls sehr zeitsparend, wenn die Bluse oder ein Top nochmal kurz

in die Wäsche muss: Mit dem NonStop 60 min. Programm waschen und trocknen sie bis zu einem Kilogramm Wäsche innerhalb von 60 Minuten. Auch für große Aufgaben sind die Geräte geeignet: Bis zu 24 T-Shirts oder 30 Handtücher schaffen sie in einer Waschlader, das entspricht neun Kilogramm Wäsche. Die empfohlenen Verkaufspreise für die neuen Wasch-Kombi-Trockner von AEG betragen je nach Ausstattung zwischen 1.500 und knapp 2.000 Euro.

Trockner für empfindliche Stoffe

Empfindliche Stoffe und Materialien nehmen es oft übel, wenn sie nicht pfleglich und schonend getrocknet werden. Kleine Knötchen, Löcher im Gewebe oder Knitterfalten sind die Folge, wenn edle Teile auf die Leine oder den Kleiderbügel verbannt werden. Auch das Auswringen und flache Trocknen auf dem Frotteehandtuch ist meist keine Schonkur und strapaziert die Kleidungsstücke unnötig. „Viele Verbraucher vertrauen empfindliche Gewebe wie Seide und Wolle nicht ihren Wäschetrocknern an. In den Geräten aus der AEG ProTex Plus Serie mit Absolute-Care System können sie jedoch wesentlich schonender getrocknet werden als mit den üblichen Methoden“, sagt Michael Wolf, Produktmanager Wäschepflege bei Electrolux. Das bestätigt auch das Woolmark Blue-Zertifikat (vormals Woolmark Gold): Als bisher einzige Wäschetrockner auf dem Markt wurden AEG Geräte mit diesem Gütesiegel ausgezeichnet. Das Besondere an den AEG ProTex Wäschetrocknern: Sie verfügen über Trockenprogramme, die speziell auf unterschiedliche Materialien zugeschnitten sind – auch auf die Trocknung von Seide und Wolle. So garantieren die Luftführung und die Trocknung bei niedrigen Temperaturen eine schonende Behandlung der Fasern. Raum für Entfaltung bietet die extragroße ProTex Schontrömmel. Denn: Der zusätzliche Platz verhindert Knitterbildung und das Verknoten von Wäschestücken. Dank des ÖkoFlowSystem muss bei den AEG ProTex Wäschetrocknern nur noch ein Filter gereinigt werden. Der neu gestaltete 2-in-1 Filter sammelt alle Flusen, die während des Trocknens entstehen und hält sie sicher zurück. Nach dem Trocknen wird der Flusenfilter zur Reinigung wie üblich entnommen.

Die UVPs für die neuen Trockner betragen zwischen 1.259 und 1.449 Euro, und zudem gibt es das IFA Sondermodell TPFLEGE+IH für 1.219 Euro (UVP).



Waschen und Trocknen bei einem Wasserverbrauch von nur 69 Liter: Die neuen AEG Öko Kombi Plus Systeme schonen Umwelt und Textilien.

AEG Staubsaugerlinie: Vier grüne Modelle

AEG präsentiert auf der IFA 2015 vier neue Staubsauger-Modelle mit hervorragenden Energiewerten und komfortabler Ausstattung. Die Einführung der vier neuen Öko-Staubsaugermodelle kommt bei AEG nicht von ungefähr. Denn Ökologie ist seit langem ein wesentlicher Bestandteil der AEG-Markenphilosophie. Neben Energieeffizienz legt AEG großen Wert auf den Einsatz von recycelten Materialien. Das setzte das Unternehmen bereits 2008 bei seinem ersten, teilweise aus recycelten Materialien bestehenden Staubsauger um.



Der Ergorapido ÖKO 2in1 AG3014G ist der „grüne“ Bruder des beliebten kabellosen Handstaubsaugers.

Zu den IFA-Neuheiten gehört der flexible 2in1 Handstaubsauger Ergorapido, der ab September 2015 erhältlich ist. Der Ergorapido ÖKO 2in1 AG3014G ist der „grüne“ Bruder des beliebten kabellosen Handstaubsaugers. Er besteht zu mehr als 60 Prozent aus recyceltem Kunststoff und hat zudem ein effizientes Ladesystem, das sich automatisch abschaltet, wenn der Akku voll ist. Im Standby-Modus verbraucht das Gerät gerade einmal 0,3 Watt. Kraftvoll, sparsam, ökologisch hergestellt und dabei effektiv in Staubaufnahme und Handhabung ist der AEG PowerForce ÖKO APF6140. Zu 65 Prozent aus Recyclingkunststoff hergestellt, arbeitet dieses Modell dank AEG Powerflow-Technologie mit einem Luftführungssystem in Kombination mit Hochleistungsmotoren und bietet so eine starke Saugleistung.

72 dB – das entspricht der Lautstärke einer normalen Unterhaltung oder dem Arbeitsgeräusch des SilentPerformers ÖKO von AEG. Auch dieses Modell ist aus Recyclingkunststoff hergestellt und sorgt dank Powerflow-Technologie für Top-Reinigungsergebnisse. Im Einklang mit seiner sportlich-dynamischen Optik erzielt das neue beutellose Öko-Modell durch die Cyclonic-Technologie eine langanhaltend hohe Saugkraft, wobei die Schmutzpartikel durch Zentrifugalkräfte von der Luft getrennt werden und direkt in den Staubbehälter gelangen.



Dank Cyclonic-Technologie hat der neue SilentPerformer ÖKO eine langanhaltend hohe Saugkraft.



In diesem Jahr will Vestel auf der IFA an den beeindruckenden Auftritt des Vorjahres anknüpfen.

Vestel Group mit großem IFA-Auftritt „Am Puls der Zeit“

Nachdem die Vestel Group 2014 mit ihrem IFA-Stand erstmals eine ganze Halle füllte, steht auch in diesem Jahr die Halle 8.2 wieder ganz im Zeichen des türkischen Unternehmens. Auf 3.000 qm wird die gesamte Produktpalette aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Haushaltsgroßgeräten, Smart Home Lösungen und B2B Produkten zu sehen sein.

„Im letzten Jahr haben wir mit unserem neuen Messeauftritt viele IFA-Besucher überrascht“, erklärte Özcan Karadogan, Vestel Germany Geschäftsführer. „Denn wir haben dabei unsere Position als einer der führenden europäischen Hersteller von Weißer und Brauner Ware eindrucksvoll in Szene gesetzt. Daran wollen wir in diesem Jahr anknüpfen.“ Der Auftritt der Vestel Group geht darum über die Präsentation einzelner Produkte weit hinaus, denn es werden zukunftsweisende Möglichkeiten der Heimvernetzung demonstriert. Das verbindende Element bildet dabei das Smart Home, die vollautomatisierte Wohnung bzw. das intelligente Haus. Deshalb gibt Vestel in Berlin auch einen Ausblick auf die neuesten Smartphones und Tablets, die als mobile Steuerungselemente im Smart Home nicht mehr wegzudenken sind. Mit der Elektromobilität feiert zudem ein weiteres Zukunftsthema auf dem Vestel Stand Premiere: Das Unternehmen zeigt erstmals auf der IFA seine Ladestationen für E-Cars.

„Vestel ist am Puls der Zeit – wo könnte man das besser unter Beweis stellen als auf der IFA“, so

Karadogan, für den die internationale Leitmesse in Berlin das Highlight im Jahr und eine wichtige Plattform für den Austausch mit Kunden ist. Die OEM-Kunden können sich vor Ort nicht nur über die Produktnews informieren, sondern direkt individuelle Spezifikationen diskutieren. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Vor allem in der Weißen Ware präsentiert Vestel auf der IFA zahlreiche neue Designvarianten und eine umfangreiche Farbpalette. Ganz neu ist eine Produktlinie, mit der Vestel den Trend des Nostalgie- und Retro- Designs mit elegant gestalteten Geräten aufgreift. Dazu kommen die Technologie-Themen Energieeffizienz und Vernetzung. So zeigt Vestel auf der IFA ein breites Sortiment von neuen A+++ und A+++ -70% Waschmaschinen und Geschirrspülern, die zum Teil WiFi-fähig und mit TFT-Displays ausgestattet sind.

Fernseher mit UHD und OLED

Auch im Bereich der Unterhaltungselektronik hat Vestel auf der IFA Innovationen im Gepäck. Dazu gehören neue Displaytechnologien wie UHD und OLED ebenso wie ein hochmodernes Design, bei dem Curved TVs und flache Geräte mit noch schmalen Rahmen elegante Akzente setzen. „Die UHD- und OLED-Qualität der TV-Geräte beeindruckt immer wieder aufs Neue, und ich freue mich schon jetzt auf die Reaktion unserer Kunden“, betonte Karadogan.

Auch die technische Ausstattung der neuen TV-Generation von Vestel ist auf der Höhe der Zeit: Die aktuellen Modelle sind schon jetzt mit dem zukünftigen DVB-T2-Standard kompatibel und erlauben über ihre Smart Home Oberfläche auch den Zugriff auf Video-Dienste wie Netflix und Maxdome.



Für Vestel Germany Geschäftsführer Özcan Karadogan ist die IFA das Highlight im Jahr.



Das Highspeed HDMI-Kabel Jubilee 1600 kann 3D-Signale in 4K-Qualität und Ethernet gleichzeitig übertragen.

Oehlbach mit Neuheiten zum 40-jährigen Firmenjubiläum Kabel und Elektronik

Im Jahr des 40-jährigen Firmenjubiläums stellt die Oehlbach Kabel GmbH in Halle 1.2 zahlreiche Neuheiten vor. Neben hochwertigen Kabellösungen sind auch neue Elektronikprodukte zu sehen, darunter DVB-T2-Antennen und D/A-Wandler. Zudem legt das Unternehmen eine neue Version des beliebten Kopfhörerständers in Form des Oehlbach Kopfes auf.

Im Bereich der High-End Kabellösungen bietet das optische Digitalkabel Easy Connect Opto.40 große Flexibilität und einen robusten Kunststoffmantel. Das Highspeed HDMI-Ka-

bel Jubilee 1600 bietet ausgezeichnete Leistung bei der AV- und Datenverkabelung: Neben 3D-Signalen in 4K-Qualität (wahlweise 50 oder 60 Hz) überträgt es gleichzeitig Ethernet mit bis zu 18 GBit/s und ist deshalb besonders gut für die Verbindung zwischen AV-Receiver und Smart-TV geeignet. Im Elektronikbereich stellt Oehlbach mit der Scope Max eine schlanke omnidirektionale Stabantenne vor, die DVB-T und DVB-T2 gleichzeitig empfangen kann. Zudem feiert mit dem DAC Edition 40 ein besonders kompakter, leistungsfähiger D/A-Wandler seine Premiere. In seinem Inneren konvertiert ein hochwertiger AKM AK4396 High Performance Stereo DAC Signale mit bis zu 192 Hz und 24 Bit. Die vergoldeten Kontakte

sorgen für die störungsfreie Verbindung, die Stromversorgung erfolgt wahlweise über einen 5V-Netzstecker oder USB.



Der DAC Edition 40 ist ein besonders kompakter D/A-Wandler.

Ein besonderes Highlight ist die Neuauflage des berühmten Oehlbach Kopfes. Die komplett überarbeitete Version des Kopfhörer-Ständers spiegelt das Feedback zahlreicher Kunden wider und fällt deshalb etwas größer aus als die bisherige Variante. Endkunden haben auf dem Oehlbach Stand zudem die Möglichkeit, sich an einem Internet-Terminal mit dem Oehlbach Kabel-Konfigurator vertraut zu machen. Das praktische Online-Tool ermöglicht es, ganz einfach das passende Produkt für ein individuelles AV-, IT- oder sonstiges Setup zu finden. Der intuitive Guide führt schnell und präzise durch das Oehlbach Portfolio und gibt anschließend eine Empfehlung für die benötigten Kabel, Steckdosen und/oder Elektronikprodukte.



Neu aufgelegt: Der legendäre Oehlbach Kopf.



Unold zeigt auf der IFA seine neuen praktischen Helfer aus dem Bereich Elektrokleingeräte. Neu im Sortiment sind Back- und Grillgeräte, Blitzkocher, Standmixer und ein besonders schneller Toaster.

Für alle, die es eilig haben oder den leckeren Geschmack von getoastetem Brot nicht abwarten können, gibt es jetzt von Unold die patentierte Turbo-Toast-Funktion. Der neue Unold Toaster Turbo röstet Bratscheiben und Brötchen blitzschnell und gilt, nach Angaben des Unternehmens als einer der schnellsten Toaster der Welt. Dank stufenlos einstellbarem Röstgrad kann für jeden Geschmack das passende Toast geröstet werden. Die Liftfunktion erleichtert das Entnehmen der Bratscheibe. Das Gerät arbeitet mit 4 Funktionen (Toasten, Auftauen, Aufwärmen und Stoppen) und hat natürlich auch einen Brötchenaufsatz.

Der Backmeister

Neu im Unold Programm ist auch der Backmeister im Edelstahlgehäuse. Mit dem Gerät kann man nicht nur Brot backen, es lässt sich damit auch Marmelade kochen und Nudelteil herstellen. Durch 16 Programme für Brotteig bis

1.000 g, für Marmelade / Konfitüre und für Nudelteil wird die Zubereitung in der keramisch beschichteten Backform zum Kinderspiel. Alle Programme sind auch für glutenfreies Brot geeignet. Das Gerät hat eine Warmhaltefunktion bis zu 60 Minuten. Ein Messbecher, ein Hakenspieß und leckere Rezepten sind im Lieferumfang enthalten.



Täglich frische News: www.pos-mail.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Wasserkochen per Zigarettenanzünder

Für alle, die unterwegs nicht auf ihren heißgeliebten Kaffee und Tee oder eine schnelle Suppe verzichten möchten, ist der Blitzkocher Auto mit 0,5 Liter-Volumen der ideale Begleiter. Denn der Wasserkocher aus gebürstetem Edelstahl überzeugt Camper, Trucker und mobile Menschen mit vielen praktischen Details: für 12/24 V~ umschaltbar, abgedecktes Heizelement zur leichten Reinigung, automatische Abschaltung bei kochendem Wasser, Überhitzungsschutz und Kabelaufbewahrung direkt am Behälter. Auch hier wurde an höchste Praktikabilität gedacht: Das Zubehör (2 Tassen, 2 Löffel und Behälter für Zutaten wie Zucker, Instant-Kaffee oder Tütensuppe) lässt sich einfach im Kocher stapeln. Inklusive Aufbewahrungsbeutel.



Jetzt Termin vormerken!

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories, dynamics, innovations“

Medisana mit neuen Gesundheitsprodukten auf der IFA

Mehr Fitness mit Connect

Auf der IFA wird Medisana die erfolgreiche Connect-Familie weiter vergrößern.



Der Gesundheitsspezialist Medisana tritt auf der IFA mit zahlreichen Neuheiten an. Im Mittelpunkt stehen dabei die Medisana-Connect-Produkte, der Beddit Schlafsensoren und die neuartige Massagerolle PowerRoll. Zur Unterstützung der Nachfrage hat sich das Unternehmen zudem ein prominentes Testimonial gesichert: Starkoch Horst Lichter hat in Berlin seinen ersten Auftritt als neuer Markenbotschafter von Medisana.

Die innovativen Connect-Produkte von Medisana ermöglichen es den Nutzern bereits seit einiger Zeit, ihre Gesundheits- und Vitaldaten immer und überall im Blick zu halten: Alle erfassten Daten können via Bluetooth Smart (4.0) an die VitaDock+ App von iOS oder Android-Geräten übertragen werden. So ist es leicht, einen Überblick über die Bewegungsaktivität, Blutdruckwerte oder das Körpergewicht zu behalten: VitaDock+ bietet viele Features wie zum Beispiel das tägliche Aktivitätsdiagramm oder eine 14-Tage-Blutdruckübersicht. Das Magazin „connect“, Europas größte Zeitschrift zur Telekommunikation, hat die VitaDock+ deshalb 2014 als App des Jahres in der Kategorie „Gesundheit & Fitness“ ausgezeichnet. Neu im Connect-Programm ist der Beddit Schlafsensoren zur Messung und Analyse von Schlafgewohnheiten. Dabei werden unter anderem Herzschlag, Atemfrequenz, Bewegungen und Geräusche erfasst. Jeden Morgen ermittelt die VitaDock+ App dann den persönlichen Schlaf-Score, gibt Tipps und Verbesserungsvorschläge professioneller Experten und hilft so, Schlafqualität, Fitness und Lebensgefühl zu verbessern. Dabei arbeitet der wissenschaftlich erprobte Sensor mit patentierten Algorithmen. Beddit misst kleinste Atem- und Herzschlag-Bewegungen (Ballistokardiografie) und verwandelt sie in verlässliche Schlaf- und Wellness-Daten. So werden etwa die Einschlafzeit und die Leicht- und Tiefschlafphasen analysiert – Atemfrequenz und individuelle Schnarcherkennung inklusive. Die jahrelange Forschung rund um das neue Produkt sorgt nach Angaben von Medisana für Messergebnisse in Schlaflaborqualität.

Massagerolle für Sportler

Die neue Massagerolle PowerRoll unterstützt Sportler beim Aufbau sowie bei der Erholung und Regeneration ihrer Mus-

keln. Das Besondere an dem Produkt ist die innovative Tiefenvibration. Denn Medisana kombiniert bei der PowerRoll die Druckmassage durch Eigengewicht mit einer tiefenwirksamen Vibrationsmassage. Dieser Effekt ist sofort spürbar. Mit Hilfe eines übersichtlichen Trainingsplans kann die PowerRoll mit Übungen in den vier Bereichen Kraft/Stabilität, Wake-Up, Aktivierung/Vorbereitung sowie Regeneration systematisch zur Steigerung



Die neue Massagerolle PowerRoll unterstützt Sportler beim Aufbau und bei der Regeneration ihrer Muskeln.

der Fitness eingesetzt werden. Dabei wird vor allem das myofasziale Gewebe – die tiefliegende Muskulatur und deren bindegewebige Hülle – angeregt und die Durchblutung gefördert. Das ist wichtig, denn gerade in diesem Gewebe treten, z. B. durch Überanstrengung oder einseitige Belastungen, oftmals schmerzhafte Verhärtungen und Verspannungen auf. Die Medisana PowerRoll ist dazu

geeignet, Verspannungen vorzubeugen und dabei einen schnellen Muskelaufbau sowie eine schnelle Muskelregeneration zu erzielen.

„Nimm's leichter mit Lichter“

Mit dem bekannten und beliebten Spitzenkoch und Entertainer Horst Lichter bekommt die Marke Medisana ab September ein prominentes Gesicht: Der sympathische Küchenchef wird neuer Markenbotschafter für den Spezialisten im Home Health Care-Markt.

„Nimm's leichter mit Lichter“ heißt die neue Werbekampagne, die ab September dieses Jahres startet. Sie umfasst neben TV-Werbung, Print und Online auch PR sowie eine umfassende Unterstützung am PoS. Horst Lichter steht dabei für den Produktbereich Gesundheitskontrolle des Neusser Unternehmens. Dass der Starkoch dafür besonders geeignet ist, hat einen weithin unbekannten Grund: Lichter hat Krisen durchlebt wie kaum ein anderer und steht deshalb für ein Leben voller Brüche, das von einem großen Lebenswillen geprägt ist. „Wir freuen uns sehr, mit Horst Lichter einen Sympathieträger für unsere Marke gewonnen zu haben“, kommentierte Stefanie Skupin, Marketing-Leiterin bei Medisana. „Der Mann mit dem Bart, dem das Thema Gesundheit sehr wichtig ist, ist der Entertainer unter Deutschlands Spitzenköchen. Er hat die rheinische Frohnatur in die Küchen gebracht, denn wo Lichter kocht, wird gelacht.“



Der sympathische Starkoch Horst Lichter ist neuer Markenbotschafter von Medisana.



Der neue Beddit Sensor wird einfach auf der Matratze befestigt, um die Schlafgewohnheiten zu analysieren. Die App hilft dann mit Tipps und Verbesserungsvorschlägen, die Schlafqualität zu verbessern.



#CES2016

A hand holding a robotic arm, with a drone and birds in the background. The text "SCIENCE MINUS the FICTION" is overlaid in large blue letters.

SCIENCE MINUS *the* FICTION

AUF DER CES SCHREIBEN DIE INNOVATIONEN IMMER NEUE GESCHICHTEN.
FÜR IHR EIGENES KAPITEL MÜSSEN SIE HIN. JETZT ANMELDEN!

CES® 2016 JAN. 6-9, 2016

TECH EAST • TECH WEST • TECH SOUTH
LAS VEGAS, NV

JETZT ANMELDEN auf CESweb.org



THE GLOBAL STAGE FOR INNOVATION

PRODUCED BY
 CEA

IFA Beauty-Neuheiten von Philips

Internationales Thema Schönheit

Um die Vorlieben der Kundinnen besser kennenzulernen hat Philips in einer weltweiten Studie, dem Global Beauty Index, zum ersten Mal über 9.000 Frauen in neun Ländern zum Thema Schönheit befragt. Die IFA bietet für das Unternehmen eine ideale Plattform, um Neuheiten vorzustellen, die große Zielgruppen ansprechen – nicht zuletzt weil Schönheitspflege und technische Innovation nah beieinander liegen.



Der Anspruch an Innovation wächst rasant – unterstützt durch die schnelle und grenzenlose Verbreitung von Schönheitstrends, -tipps und -ratschlägen rund um den Globus. Die von Philips initiierte Studie sollte deshalb auch herausfinden, ob Frauen der Ansicht sind, dass die Schönheitsbranche mit dieser neuen Realität Schritt gehalten hat. Wie definieren Frauen Schönheit, welchen Einfluss hat sie auf ihren Alltag, welche Erwartungen haben sie an sich selbst, und inwieweit unterscheiden sich diese von denen der Gesellschaft und Schönheitsbranche? Die Ergebnisse der Studie belegen: Es gibt große Unterschiede zwischen, aber auch innerhalb der Kulturen. Viele Frauen fühlen und agieren zum Teil widersprüchlich, sind schwer greifbar und können nicht ohne weiteres in feste Kategorien eingeteilt werden. So möchten Frauen zum Beispiel selbstbewusst sein und das Gefühl haben, selbst ihre Definition von Schönheit zu kontrollieren – gleichzeitig spüren sie aber deutlich, dass die gesellschaftlichen Standards zur Schönheit erdrückend sein können.

So stimmen zum Beispiel nur 33 Prozent der befragten Japanerinnen zu, dass man Schönheit selbst definiert, im Vergleich zu Ländern wie Deutschland (78 Prozent), Russland (81 Prozent) und Polen (86 Prozent). Gleichzeitig sagen 76 Prozent der deutschen Frauen, dass sie sich durch die Schönheitsbranche immer noch zu sehr unter

Druck gesetzt fühlen, auf eine bestimmte Weise auszu-sehen. „Wir waren überrascht, dass das Thema Schönheit auf der Welt so unterschiedlich wahrgenommen wird. So finden sich zum Beispiel nur 24 Prozent der befragten Japanerinnen schön, in Deutschland sind es immerhin 55 Prozent, den Spitzenplatz belegen Inderinnen mit 91 Prozent“, so Astrid Meisner, Senior Marketing Manager Beauty & Skincare bei Philips Consumer Lifestyle DACH. „Wir bei Philips möchten Frauen mit unseren smarten Produkten, Technologien und Innovationen die Möglichkeit bieten, ihre tägliche Beauty-Routine ständig zu verbessern.“

Strahlendes Aussehen dank VisaPure Advanced

Ab September erweitert Philips mit VisaPure Advanced seine erfolgreiche Hautpflege-Familie. Dieses neue Mitglied bietet drei wichtige Funktionen: Der Bürstenkopf-Aufsatz reinigt die Haut, nach Angaben von Philips, zehn Mal gründlicher als von Hand. Ein Massage-Aufsatz regt die Durchblutung an und entspannt die Muskeln. Der Fresh-Eyes-Aufsatz sorgt dafür, dass die Augenpartie am Morgen frisch und wach aussieht.



Der VisaPure Aufsatz wurde gemeinsam mit Experten für japanische Gesichtsmassage entwickelt.

Mit dem VisaPure Advanced erweitert Philips seine Hautpflege-Serie.



Dank der besonderen DualMotion-Technologie – eine Kombination aus Rotation und Vibration – ist die Hautreinigung besonders gründlich. 17.000 seidig weiche Fäden reinigen die Haut in nur 60 Sekunden porentief, Make-up-Rückstände und abgestorbene Hautzellen werden zuverlässig entfernt. Der Aufsatz zur revitalisierenden Massage wurde gemeinsam mit Experten für japanische Gesichtsmassage entwickelt. „In Japan gehört die Gesichtsmassage zu unserer täglichen Schönheitspflege, denn sie strafft das Hautbild und verleiht einen strahlenden Teint“, so die japanische Massage-Expertin Chico Shigeta. Zwei weltweit bekannte Massagetechniken standen Pate bei der Entwicklung: Die sogenannte ‚Pet-rissage‘ liefert eine Tiefenmassage, die zum einen die Durchblutung anregt und zum anderen die Muskeln entspannt. Die Technik ‚Tapotement‘ ist für ihre sanften Klopfbewegungen bekannt. Gemeinsam erreichen sie das, was Hände allein nicht schaffen: Dank des eleganten und funktionalen Kopfdesigns mit fünf kleinen Kugeln fühlt es sich an, als würden 750 Fingerspitzen pro Minute sanft die Haut massieren. Das belebende Massageprogramm verbessert die Lymphdrainage, dauert nur drei Minuten und darf mehrmals in der Woche durchgeführt werden.

Pro Curler für schöne Locken

Viele Frauen hätten gern Locken – und das möglichst einfach, schnell und haarschonend. Der neue Philips Pro Curler zaubert ganz natürliche Looks und liefert Styling-Ergebnisse in Profi-Qualität wie frisch vom Friseur. Ob weiche Wellen, voluminöse Locken oder die Korkenzieher-Variante – alles nur eine Frage der Einstellung. Die



Der neue ProCurler ermöglicht unkompliziertes Haarstyling im Handumdrehen.

Titanium-Beschichtung sorgt dafür, dass sich das Gerät schnell aufheizt und schützt das Haar gleichzeitig vor Schäden; der bürstenlose Motor verhindert ein Verhaken der Haare. Das Gerät ist in nur 30 Sekunden einsatzbereit. Dank der wärmeisolierenden Lockenkammer besteht keine Verbrennungsgefahr. Mit Hilfe seines ergonomischen und leichten Designs lässt sich der Curler auch angenehm am Hinterkopf anwenden – eine Region, die sonst häufig schwierig zu frisieren ist. Das zwei Meter lange Kabel ermöglicht einen großen Aktionsradius, nach 60 Minuten schaltet sich das Gerät automatisch aus. Zwei nützliche Helfer sind mit an Bord: Ein Strähnenunterteiler hilft dabei, immer die gleiche Haarmenge zu wählen, mit dem Reinigungszubehör wird die Lockenkammer sauber gehalten. Der leichte, elegante Pro Curler in Schwarz/Gold kommt im Oktober in den Handel.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

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

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Endlich: Die Kasse zahlt

Als Rentner ist man ja naturgemäß etwas älter als viele andere Leute. Deshalb fragt man sich manchmal, ob man überhaupt noch in diese Gesellschaft passt, zum Beispiel, wenn man liest, dass die AOK Nordost ihren Mitgliedern beim Kauf eines Wearables 50 Euro dazu gibt. Die Krankenkassen-Fürsten denken wahrscheinlich, dass man seltener krank wird, wenn man beim Joggen seine Herzfrequenz misst oder von einer App eine digitale Ohrwatsche bekommt, weil man zuviel Pommes gegessen hat. Ich bin kein Krankenkassen-Fürst, und deswegen denke ich: Die haben einen an der Klatsche.

Richtigen Profis fällt da Besseres ein. Da war zum Beispiel der Herr von der Allianz, der auf den gfu Insights & Trends Konferenzen vor der IFA die Chancen von Wearables, Sensoren und Apps für die Versicherungen, ach nein für die Versicherten, beschrieb. Der Mann mit dem klangvollen Titel „Head of Innovation“ war vor Freude ganz aus dem Häuschen, dass man mit einem Wearable und einer App von der Versicherung eine nachhaltige Lebensstil-Änderung bei fitness-resistenten Genussmenschen oder arbeitsbessenen Workaholics erreichen könnte – zum Beispiel durch persönliches Coaching. Freuen Sie sich drauf: Wenn Sie demnächst ein Bier trinken, haben Sie auf Ihrer Apple Watch eine Nachricht, dass Ihr Versicherungsbeitrag deshalb um 2,50 Euro angehoben wird. Ob pro Monat oder pro Bier, wird man sehen.

Übrigens erwarten Experten, dass im nächsten Jahr die Zusatzbeiträge für die Krankenkassen steigen werden – wegen der gestiegenen Kosten im Gesundheitswesen. Und dank der AOK Nordost wissen wir auch, warum die Kosten gestiegen sind. Ich frage denn bei Apple, Samsung oder Sony mal nach, ob die zu den höheren Beiträgen auch einen Zuschuss leisten. Oder ich kaufe mir eine Apple Watch und lasse mich von der Kasse persönlich coachen, wie man es vermeiden kann, sich über einen solchen Mist tot zu lachen oder tot zu ärgern.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

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



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

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

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

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

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

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



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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte
geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder
und Manuskripte wird keine Verant-
wortung übernommen. Rückporto ist bei-
zufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher
Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-
gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 31615-0635

Panasonic

**MEIN 4K MULTITALENT.
MEINE LUMIX G70.**

LUMIX G



WENN AUS 4K VIDEOS FASZINIERENDE FOTOS ENTSTEHEN

Plötzlich ist er da – der entscheidende Moment für ein großartiges Foto. Dank der 4K Foto-Funktion der neuen LUMIX G70 werden Sie ihn nie mehr verpassen. Denn ab sofort können Sie aus jedem Video-Frame ein brillantes 8 Megapixel Bild gewinnen. Wie gut, dass die G70 spiegellos und dadurch viel handlicher als herkömmliche DSLR-Kameras ist. Spätestens jetzt werden Sie dieses Modell in keinem Urlaub missen wollen.

Entdecken Sie Ihren idealen Reisebegleiter auf panasonic.de/lumixg

LUMIX G