

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

September 2012

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

13. Jahrgang • 51612



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

Einmalig.
2160 Mal.

1 Fernseher.
12 Farben.
2160 Varianten.

**Der neue Loewe
Connect ID.**



Besuchen Sie
uns auf der IFA
in Berlin, Halle
6.2, Stand 201
oder auf
www.loewe.tv

LOEWE.

Intelligente Geräte machen das Leben einfach Die smarte Samsung IFA-Welt



Der Hightech-Fachhandel ist eingeladen, die neuen Produkte von Samsung am PoS erlebbar zu machen: Sie sind smart und erfüllen das Bedürfnis des Menschen nach Einfachheit. Diesem zentralen Gedanken verschreibt sich Samsung nicht nur bei CE-Geräten, sondern ebenfalls im Telekommunikationsbereich und im Bereich

Mit der Vernetzung des Sortiments von CE-Geräten auf der IFA 2012 in Halle 20 stellt Samsung das Thema Konnektivität anschaulich dar: Fernseher kommunizieren drahtlos mit Audio-Docks und anderen Geräten. Wir steuern den Smart TV mit der Kraft unserer Gesten und Stimme. Das 3D-Bild wird auf immer größeren Bildschirmen noch brillanter dargestellt und kunstvoll eingerahmt von Materialien in neuer, edler Anmutung. Dank integrierter Kamera und einem einfachen Anmeldevorgang spielen wir Spiele

am großen Bildschirm und sind gleichzeitig in Facebook & Co. aktiv.

Gute Unterhaltung ist, wenn man sich einfach gut unterhält. Was auf den ersten Blick wie eine Phrase daherkommt, ist bei näherer Betrachtung erstaunlich vielschichtig. Das Internet, die Cloud und soziale Netzwerke haben bereits die Art und Weise verändert, wie wir uns unterhalten. Wir können jederzeit ortsunabhängig miteinander kommunizieren. Wir können uns mit Hilfe moderner Technik ganz neu

Weißer Ware. Fernseher, digitale Kameras, Smartphones, Tablets, Waschmaschinen und Kühlgeräte sollen dem Menschen ermöglichen, innovative Technik bequem und einfach in jeder Lebenslage nutzen zu können. Was das bedeutet, können Verbraucher und Handelspartner in den Hallen 20 und 5.1 erleben.

mitteilen, indem wir jederzeit und überall auf Informationen, Bilder und Videos zugreifen und diese spontan mit anderen teilen. Wir können auf unkomplizierte Art gemeinsam Spaß haben oder uns informieren. Dieser Wert von Unterhaltung hat im wahrsten Sinne des Wortes auch einen ganz neuen Unterhaltungswert für jeden von uns. Voraussetzung dafür sind einfach zu bedienende, smarte Produkte, die optimal miteinander vernetzt sind – zu sehen bei Samsung auf der IFA 2012.

Beim Design smarterer Produkte steht dabei immer der Mensch mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt. Verbraucher möchten sich keine Gedanken darüber machen, welche Technologie sie nutzen und wie diese funktioniert. Sie möchten einfach ihre Ideen umsetzen und den Spaß daran mit anderen teilen. Konvergenz ist hierbei das entscheidende Prinzip. Kai Hillebrandt, Business Director CE bei Samsung Electronics, formuliert das so: „Einfachheit ist ein

**TREFFEN SIE
MADE IN GERMANY
AUF DER IFA
IN HALLE 21B**



**> TOSHIBA AUF DER IFA
HALLE 21A**

www.toshiba.de/ifa



TOSHIBA
Leading Innovation >>>



IFA auch 2012 weiter auf Wachstumskurs!

Aufbauend auf dem Erfolg der vergangenen Veranstaltung, ist die IFA auch 2012 weiter auf Wachstumskurs. Wir rechnen mit einer gegenüber dem Rekordvorjahr erneut steigenden Ausstellungsfläche. Neben den maßgeblichen Herstellern für Consumer Electronics und Hausgeräte, die teilweise ihre Ausstellungsbereiche vergrößern, werden auch neue Aussteller ihre Neuheiten präsentieren.

Die IFA ist das weltweit bedeutendste Ereignis für Handel und Einkäufer. Hier wird das Weihnachtsgeschäft für CE & HA vorbereitet, und zwar weit über Deutschland hinaus. Sowohl auf Fachbesucher-Seite als auch auf Medienseite hat sich die IFA zur globalen Nr. 1 entwickelt.

2012 zeigt die IFA, dass die digitale Revolution allgegenwärtig ist und für jeden Lebensbereich tiefgreifenden Wandel bedeutet. Für die Vielfalt an digitalen Inhalten und allorts mögliche Kommunikation verknüpft die IFA Hersteller, Handel und Publikum in einzigartiger Weise. Die ungebrochene Dynamik der Innovationen und das Interesse der Aussteller und Medien sowie begeisterte Konsumenten sorgen für Optimismus.

IFA ist Zukunft zum Anfassen und unerlässlich für Ihr Geschäft! Innovationen, Marken, Medien, Entertainment und Shows machen sie zum Höhepunkt des Jahres! Das gibt es nur in Berlin!

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

Heitecker.

Ihr Jens Heitecker

zentrales Bedürfnis des Menschen. Jedes einzelne Gerät muss einfach und intuitiv zu bedienen sein. Das muss aber auch geräteübergreifend möglich sein. Inhalte und Anwendungen müssen auf allen Plattformen funktionieren – unabhängig davon, ob über ein Smartphone, Tablet, Notebook oder einen Fernseher darauf zugegriffen wird. Der Mensch möchte Technik quasi nebenbei nutzen, während er sich auf Inhalte, Kommunikation und Interaktion konzentrieren und seine Erlebnisse genießen und teilen kann. Aus unserer Sicht ist Konvergenz die Antwort auf diese Bedürfnisse. Konvergenz ist ein zentraler, strategischer Baustein bei der Weiterentwicklung unserer Produkte und Lösungen.“ Für Samsung sind Produkte daher nur dann



Kai Hillebrandt, Business Director CE bei Samsung Electronics: „Konvergenz ist ein zentraler, strategischer Baustein bei der Weiterentwicklung unserer Produkte und Lösungen.“

ziellen App kostenlos 3D IMAX Filme aufrufen und on demand betrachten.

Steuerung mit Sprache und Gesten

Die klassische Fernbedienung ist bei der Bedienung nur noch eine von vielen Möglichkeiten, die neue Touch Control-Universalfernbedienung eine zweite. Aber auch das Smartphone kann der Steuerung des Fernsehers der Superlative dienen.

Völlig neu ist die innovative Sprach- und Gestensteuerung, die auch bei den Smart TVs der Serie ES8090 und ES7090 zur Verfügung steht. Mit intuitiven Sprachbefehlen und Handbewegungen schalten Zuschauer kom-



Der neue Smart TV UE75ES9090 ist mit 75 Zoll (189 cm) Bildschirmdiagonale das größte LED-TV-Gerät von Samsung und glänzt mit enormer Helligkeit und Kontraststärke für ungetrübten HD-Genuss auch in 3D.

smart, wenn sie drei Kriterien erfüllen: eine einfache und intuitive Bedienung, hochwertiges und funktionelles Design sowie die Möglichkeit, es mit anderen Geräten zu vernetzen.

75 Zoll großer Smart TV

Bestes Beispiel ist der ganz neue Smart TV UE75ES9090, der erstmals zur IFA einem breiten Publikum vorgestellt wird. Er ist mit 75 Zoll (189 cm) Bildschirmdiagonale das größte LED-TV-Gerät von Samsung. Ein hauchdünner Rahmen im eleganten Rose Gold One Design umschließt den brillanten Bildschirm und lässt den Fernseher wie ein Kunstwerk erscheinen. Ob elegant an der Wand hängend oder stehend auf einem Sideboard – Filme und TV-Sendungen wirken auf der gigantischen Bildfläche besonders realistisch. Vor allem 3D-Filme lassen die Zu-

schauser in faszinierende Bilderwelten eintauchen. Hierzu trägt die bekannt hohe Bildqualität aller Samsung Geräte entscheidend bei. Gerade waren wieder drei Fernseher von Samsung auf dem Siebertreppchen bei Tests der Stiftung Warentest – ausdrücklich wegen der brillanten Bildwiedergabe. Der UE75ES9090 setzt noch mal einen drauf und glänzt mit mehr Helligkeit und einem höheren Kontrast. Beides sind Voraussetzungen für buchstäblich ungetrübten HD-Genuss auch in 3D.

Dieses Erlebnis hängt immer weniger von den Angeboten der Sender ab, denn die Programme werden angeschaut, wann man will und so oft man möchte. Der vorinstallierte Zugriff der Samsung Smart TVs auf die umfassende Video-Bibliothek Maxdome macht das möglich. Über die übersichtliche Benutzeroberfläche Smart Hub lassen sich mit einer spe-

fortabel den Kanal um, ändern die Lautstärke oder greifen auf die zahlreichen TV-Apps zu. Über die integrierte Kamera – sie ist dezent im Rahmen versenkbar – werden nicht nur die Handbewegungen erfasst, mit ihrer Hilfe erkennt der Fernseher auch sein Publikum. So wird zum Beispiel jedes Familienmitglied, das sich zuvor ein persönliches Nutzerkonto angelegt hat, automatisch von der Kamera erfasst und inklusive seiner Social Media-Plattformen am TV angemeldet.

Auf spielerische Weise ist das neue Bedienkonzept beim Händler erlebbar, wenn der Kunde aus den Hunderten von TV-Apps für Zusatzdienste wie Musikfernsehen, Video-on-Demand-Angebote oder Nachrichten das Kultspiel „Angry Birds“ auswählt. Dieses mit einer Milliarde Downloads enorm er-

folgreiche Spiel für Smartphones lässt sich im Samsung TV App Store kostenlos auf den großen Bildschirm laden und garantiert viele Stunden Spielspaß – gesteuert lediglich mit Handbewegungen! Die App umfasst die erste Episode „Poached Eggs“ mit allen drei Kapiteln und insgesamt 63 Levels. Die App steht auch für alle Modelle der Samsung Smart TV Serien ES7090 und ES8090 zum Download bereit.

Alles kommuniziert mit jedem

Ob eigene Fotos von der Digitalkamera, Musik vom Smartphone oder Urlaubsvideos vom Notebook, dank AllShare Play erleben Verbraucher alle ihre Inhalte von kompatiblen Endgeräten in bril-

lante Inhalte abrufen. Die gerade mit der Samsung Smart Camera EX2F geschossenen Bilder erscheinen so im selben Moment auf dem großen Bildschirm im Wohnzimmer. Ebenfalls am großen Bildschirm führt die Familie via Skype ein Videotelefonat mit einem Familienmitglied, das mit dem Laptop unterwegs ist. Umgekehrt lassen sich TV-Inhalte ebenso leicht auf Galaxy Smartphones und Tablets wiedergeben. Mittels Smart View übertragen Anwender das laufende TV-Programm auf den Bildschirm der Mobilgeräte und können so flexibel überall in den eigenen vier Wänden oder sogar unterwegs ihre Lieblingssendung genießen.



SMART TV

lanter Qualität auf dem Samsung Smart TV. AllShare verbindet alle Geräte zum Heimnetzwerk und damit zu einem umfassenden Unterhaltungsangebot. Zuschauer können zudem direkt über den Fernseher auf eine kostenlose Cloud zugreifen und dort abgeleg-

Neue Klangwelten

Und was ist mit Tönen? Hier sorgen die neuen Audio Docks der Serie E750 für beeindruckende Klangwelten mit 100 Watt (RMS) Gesamtleistung. Sie verbinden traditionelles HiFi-Erlebnis

mit Hightech des 21. Jahrhunderts: Der integrierte Röhrenvorverstärker verleiht der Musikanlage eine besonders warme Klangfarbe. Auch optisch ist das Audio Dock ein Genuss. Während des Betriebs wird der Röhrenvorverstärker im Rhythmus der abgespielten Musik beleuchtet. Das schwarze oder braune hochglanzlackierte Holzgehäuse hat in jedem Wohnzimmer einen glänzenden Auftritt. An das innovative Dual Dock las-

sen sich sowohl Android- als auch iOS-Geräte bis zur Tablet-Größe andocken. Wenn Sie Ihren Galaxy S3 mit dem Audio Dock verbinden, können Sie den höchsten Musikgenuss mit dem hochqualitativen aptX(R)-Audiocodec erleben, so dass die Musik immer im Wohnzimmer spielt, egal wo das Speichergerät liegt oder steht. Auch der Fernsehklang wird so kabellos auf das Audio Dock übertragen. So kommt zur überragenden Bildqualität auch noch Sound in den besten Tönen.



Die gerade mit der Samsung Smart Camera EX2F geschossenen Bilder können mit AllShare drahtlos auf den großen Bildschirm des Samsung Smart TVs übertragen werden.

Sechs smarte Verkaufsargumente für einen ES9090, ES8090 oder ES7090

Dank Sprach- und Gestensteuerung kann man die Haupt- sowie die Smart TV-Funktionen des Geräts nutzen und diese einstellen – einfach mit der Stimme oder einem Fingerzeig. Eine eingebaute Kamera erkennt das Gesicht des Anwenders und meldet ihn automatisch in einem Schritt bei allen persönlichen Smart TV- und Internet-Konten an. Außerdem kann man über Skype per HD-Video telefonieren. Smart Hub bildet das Herz des Samsung Smart TV und liefert superschnellen Zugriff auf Online-Dienste wie Mediatheken, Apps und HD-Video-Streaming, zum Beispiel von Maxdome. Zu den exklusiven Diensten von Samsung gehören Family Story zur gemeinsamen Nutzung von Bildern und Nachrichten, ein Service für Kinder zur Unterhaltung und für die Bildung sowie ein Fitnessprogramm, damit alle in Form bleiben. Die Smart Evolution-Technologie sorgt dafür, dass der Smart TV für die Kunden zukunftssicher ist. Denn damit können sie in den kommenden Jahren ein „Evolution Kit“ mit aktuelleren, leistungsfähigeren Komponenten installieren. Explore 3D liefert kostenlose 3D-Inhalte wie Dokumentarfilme, Musikvideos und Sportberichte, während ein 2D-zu-3D-Konverter in Echtzeit herkömmliches Fernsehen und Fotos in beeindruckende 3D-Bilder umwandelt.

Vorführung zum Erlebnis machen

Für den Einzelhandel bedeutet das, dass es nicht genügt, den Samsung UE75ES9090 in eine Reihe mit vielen anderen TV-Geräten zu stellen. Zwar sticht er durch seine schiere Größe und Eleganz ohnehin aus der Masse heraus, auch die Brillanz der Bild Darstellung in 2D und 3D ist über jeden Zweifel erhaben. Aber um die Faszination von Konvergenz wirklich zu verstehen, müssen die Kunden erleben können, wie es sich anfühlt, den Fern-

POS-MAIL INHALT

Haier mit vollem Programm auf der IFA – Die smarte Alternative ... 6
UE-Aktuell ... 7, 12, 26, 29

Haushalt-Großgeräte Trends: „Smart Home“ Technologien für Effizienz und Bedienkomfort ... 8



Lifestyle- & Haushaltsgeräte ... 12

Die neuen Dimensionen von Cinema 3D Smart TV – LG steigt auf ... 13



Zusammenwachsen von Smart Home und Smart Office – Toshiba's Projekt Smart X ... 14

Loewe startet Online-Vertrieb: Gemeinsam mit dem Fachhandel ... 14

TP Vision mit weiteren Neuheiten auf der IFA – Innovationen mit Mehrwert ... 16

Panasonic mit deutlich vergrößertem IFA-Auftritt: Die Eco & Smart Offensive ... 18



„Mittelstand für Energieeffizienz“ – Energie-Check bei EP: Bodewitz ... 20

Vernetztes Entertainment auf 6.000 Quadratmetern: Der IFA Auftritt von Sony ... 22



JVC steigt in neues Marktsegment ein – Action mit Adixxion ... 26
UE-Neuheiten ... 28, 29, 30

Varta startet großes „Indestructible“ Gewinnspiel: Kreative Tester gesucht ... 30

Gigaset bringt erstes Festnetztelefon mit Touch-Display und Tastatur – Hybrid-Bedienung mit Komfort ... 32

Base entwickelt neues Produkt-Konzept Base X – Kunden entscheiden ... 32

Mehr als 275.000 Besucher auf der gamescom: Die Welt der Spiele ... 33

Wagners Welt ... 34

PoS-MAIL online: Ihr aktuelles Update ... 34

Impressum ... 34

seher mit Gesten zu steuern, Apps aufzurufen und Spiele zu spielen. Sie erfahren, wie das Tablet zur Fernbedienung mit Zusatzfunktionen wird, wenn auf ihm ergänzendes Material zur gerade laufenden Sendung angezeigt wird. Oder sie probieren aus, wie einfach es ist, das gerade am Bildschirm Betrachtete in Social Media Plattformen – mit Hilfe eines Smartphones für Texteingabe – zu kommentieren, nachdem man sich einfach am Smart Hub angemeldet hat. Und schließlich sollen die Kunden

hören, wie der satte Ton des DA-E750 das brillante Bild ergänzt. Damit sich der Kunde am Point of Sale ein allumfassendes Bild machen kann, wird Samsung für die Händler Trainingssessions anbieten, die genau solche Szenarien beinhalten. Samsung Kameras, Smartphones, Tablets usw. bilden dann mit dem Smart TV von Samsung eine Installation am PoS. So kann sich der Kunde ein vollständiges Bild machen von den Unterhaltungsmöglichkeiten der Zukunft, die es heute schon gibt.



Die neuen Audio Docks der Serie DA-E750 mit 100 Watt (RMS) Gesamtleistung verbinden mit ihrem integrierten Röhrenvorverstärker traditionelles HiFi-Erlebnis mit Hightech des 21. Jahrhunderts.



Diese neuen Samsung Produkte verstehen sich bestens:

Vernetzte Geräte

Die Design-Ikone **Samsung Smart TV UE75ES9090** ist das größte Samsung LED-TV-Gerät mit einer Bildschirmdiagonale von 189 cm, einem einzigartigen Rahmen und einem edlen Design in Rose Gold. Es bietet eine interaktive Steuerung über Sprache und Gesten sowie brillante Bildqualität. Zudem liefert es faszinierende, lebensechte 2D- und 3D-Bilder.

Der interaktive **Samsung Smart TV UE65ES8090** glänzt als LED-TV-Gerät der Premium-Klasse mit integrierter Sprach- und Gestensteuerung. Die 800 Hz Clear Motion Rate stellt Bewegungen beeindruckend präzise dar.

Für den nötigen satten Sound sorgen die **Audio Docks der Serie DA-E750**. Sie glänzen dank Röhrenvorverstärker mit außergewöhnlich lebendigem Klang. Dank innovativem Dual Dock für Android- oder iOS-Geräte, AllShare, Airplay und Bluetooth 3.0 spielt es keine Rolle, ob die Songs auf dem Smartphone oder Tablet, Notebook oder sogar Samsung Smart TV gespeichert sind.



Die vernetzte **SMART CAMERA EX2F** speichert dank WiFi-Funktionalität Fotos binnen Sekunden in der Cloud. Sie ist beliebig schwenkbar und enthält ein AMOLED-Display sowie ein 24-mm-Weitwinkelobjektiv von Schneider-Kreuznach.

Der kontaktfreudige **Optical Smart Hub** ist mobiler Mediaserver, DVD-Abspiel- und Aufnahmegerät in einem. Er ermöglicht die drahtlose Wiedergabe sowie Sicherung der Inhalte von kompatiblen Smartphones, Tablets oder Smart TVs.

Das **Galaxy SIII** ist für den Menschen gemacht und von der Natur inspiriert. Ein brillanter 12,19 cm HD Super AMOLED-Touchscreen, intelligente Kamerafunktionen, energieeffiziente Quad-Core-Performance und blickgesteuertes Display-Standby: Hier bleiben keine Wünsche offen.



Seriensieger mit brilliantem Bild und tollen Funktionen

Die Stiftung Warentest hat sieben aktuelle Samsung Smart TVs getestet und allesamt mit Noten von 1,9 bis 2,2 ausgezeichnet. In der aktuellen Ausgabe 08/2012 der Zeitschrift Test sind die Testergebnisse der Klassen 80 sowie 102 bis 107 cm Bildschirmdiagonale erschienen, während die Resultate der 117 cm-Klasse auf der Website der Stiftung Warentest veröffentlicht wurden.

In der Kategorie „LCD mit 102 bis 107 Zentimeter Bilddiagonale“ (40/42 Zoll) belegten die Samsung Smart TVs die Medaillenplätze. Alle drei wurden mit der Note „gut“ (1,9 bis 2,2) bewertet und verwiesen die Konkurrenz damit auf die hinteren Plätze. Der Dreifach-Sieg gelang auch aufgrund der brillanten Darstellung von HD-Inhalten, die bei zwei Samsung Modellen als einzige im Test mit „sehr gut“ bewertet wurden. Neben „Gold, Silber und Bronze“ in der Klasse der 40- bis 42-Zöller (102 bis 107 cm) holte Samsung auch Platz eins in der Kategorie „LCD mit zirka 80 Zentimeter Bilddiagonale“ (32 Zoll).

„Die einzigen Fernseher mit gutem Ton stammen aus dem Hause Samsung“, heißt es im aktuellen Heft. Einen weiteren Schwerpunkt legten die Prüfer auf die voreingestellte Bildqualität. Demnach gibt es im Heft nur fünf Geräte, die ein gutes Ergebnis ohne manuelle Nachjustierung liefern – und vier davon sind Samsung Modelle. Positiv bewerteten die Tester bei diesen Geräten zudem die gute, flüssige Anzeige von schnellen Bewegungen sowie bei den Modellen UE40ES7090, UE40ES8090 die Möglichkeit der Sprach- und Gestensteuerung.

Praktisch ins Internet

Ebenfalls gelobt wurde der uneingeschränkte drahtlose Zugriff auf das Internet. Wem für die Eingabe der Internetadressen die Fernbedienung zu langsam oder die virtuelle Tastatur und Apps auf dem Smartphone zu klein sind, kann auf Samsung zählen: „Alternative für Samsung-Modelle mit Sprachsteuerung: Sie verstehen Wörter. So können Zuschauer Texte bequem diktieren“, berichtet die Stiftung Warentest über den UE40ES7090 und den UE40ES8090. Und noch ein Vorteil: „Besonders leicht macht es Samsung: Die eingebaute Kamera erkennt Gesichter. Wer sein Facebook- oder Twitterpasswort im Fernseher speichert, gelangt ohne weitere Eingaben ins Netzwerk.“

Die beiden vorderen Plätze in der Kategorie der „LCD mit 102 bis 107 Zentimeter Bilddiagonale“ erreichten der UE40ES7090 und der UE40ES8090 (jeweils die Note 1,9), dicht gefolgt vom UE40ES6710 (2,2). Bei den Modellen mit 80 cm Bildschirmdiagonale (32 Zoll) war sein kleiner Bruder, der UE32ES6710, das Maß der Dinge.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass unsere Samsung Smart TVs die ersten drei Plätze in der Kategorie der 102 bis 107 cm Bildschirmdiagonale (40–42 Zoll) im aktuellen Test der Stiftung Warentest erreicht haben“, sagt Kai Hillebrandt, Business Director CE bei Samsung Electronics. „Auch Platz eins bei den 80-cm-Geräten mit einem Vorsprung von 0,5 Punkten und der in dieser Klasse einzigen Bewertung „gut“ freut uns sehr. Dies bestärkt uns, auch weiterhin Smart TVs mit intelligenten, neuartigen und für die Nutzer praktischen Funktionen sowie hoher Bild- und Tonqualität zu entwickeln.“

46-Zoll-Modelle im Online-Test

Im Zuge des Tests von Smart TVs hat die Stiftung Warentest auch drei Samsung-Modelle mit einer Bildschirmdiagonale von 117 cm (46 Zoll) unter die Lupe genommen: Der UE46ES7090 (Note 1,8), der UE46ES8090 (1,9) und der UE46ES6710 (2,1) wurden mit „gut“ bewertet, die ersten beiden Modelle in der Unterkategorie „Vielseitigkeit“ gar mit „sehr gut“.

Mit Samsung Hausgeräten den Alltag erleichtern

Auch bei den Hausgeräten stellt Samsung die Technik in Form von smarten Produkten in den Dienst des Menschen. Das bedeutet, intelligente Kühlschränke oder Waschmaschinen haben mehr zu bieten als nur die höchste Energieeffizienz. Innovationen wie die Schaum Aktiv-Technologie oder No Frost erhöhen die Qualität der Produkte und den Komfort in der Nutzung gleichermaßen. Damit können sie einen entscheidenden Beitrag für eine erhöhte Lebensqualität leisten. „Deshalb stehen bei der Entwicklung der Samsung Geräte der Mensch und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt“, erläutert Andreas Seidler, Head of Home Appliances bei Samsung Electronics GmbH. „Sie bieten intuitive Bedienung, verfügen über ein hochwertiges, modernes Design und arbeiten natürlich energieeffizient.“

Waschmaschinen mit Mehrwert

„Entsprechend liefern wir mit smarten Innovationen ständig Mehrwert, um die Lebensqualität der Kunden zu erhöhen“, ergänzt Seidler. „So reinigen etwa unsere Waschmaschinen dank Schaum Aktiv die Kleidung auch bei niedrigen Temperaturen und kurzer Programmdauer gründlich und schonend. Das spart nicht nur Energie, sondern auch Zeit. Selbst empfindliche Wäsche wie wasserabweisende Sportbekleidung wird dadurch sorgfältig sau-

ber und behält lange ihre Funktion.“

Ob Großfamilie oder Single-Haushalt: Das Waschmaschinenangebot von Samsung wird nahezu allen Bedürfnissen, Haushaltsgrößen und -budgets gerecht. Denn es enthält Geräte mit einem Fassungsvermögen von 1–6 kg bis hin zu 1–12 kg. Zusätzlich kann der Nutzer ohne schlechtes Umwelt-Gewissen auch wenige Kleidungsstücke waschen. Eine intelligente Mengenautomatik sorgt dafür, dass die Maschinen bereits ab 1 Kilogramm Ladung besonders wenig Wasser und Strom verbrauchen. Noch flexibler geht es kaum.

Intelligente Kühlgeräte

Auch der Kühlschrank soll heute intelligente, praktische Funktionen bieten. Zum Beispiel möchten ihn Verbraucher nie wieder abtauen müssen, da dies nur unnötig Zeit kostet und bei empfindlichen Lebensmitteln eine gewisse Organisation erfordert. Samsung Kühlgeräte erfüllen diesen Wunsch mit No Frost. Sie sorgen damit nicht nur für ein angenehmeres Leben, sondern schonen durch ihre hohe Energieeffizienz auch noch die Umwelt.

Zudem bleiben die Lebensmittel im Kühlraum lange frisch, und es werden keine Gerüche zwischen Gefrier- und Kühlteil übertragen. Das liegt an Twin Cooling Plus. Dabei handelt es sich um eine intelligente Steuerung der Luftfeuchtigkeit, die ausgewählte Modelle der aktuellen Side-by-Side (SbS)-Kühlgeräte enthalten. Sie bieten auf Wunsch auch einen

praktischen Wasser- und Eisspender für Würfel- und Crushed Ice sowie eine integrierte Hausbar. Diese wird von außen geöffnet, so dass die Kunden mit einem Griff ihre Getränke entnehmen können und die Kühle im Gerät verbleibt. Das neue Side-by-Side-Sortiment mit der Energieeffizienzklasse A++ bietet darüber hinaus auch No Frost bei allen Modellen.

„Unsere SbS-Modelle glänzen neben der flexiblen Innenausstattung mit modernen Funktionen auch durch edle Oberflächen und ein hochwertiges Edelstahl-Design“, erklärt Andreas Seidler. „Sie passen dadurch in jede aktuelle Küche und sprechen Konsumenten besonders an. Im Trend sind aktuell die sogenannten French-Door-Modelle. Samsung tritt in diesem Segment mit einem erweiterten Produktportfolio auf. Wir bauen unser Edelstahl-Sortiment aber auch bei den klassischen Kombi-Modellen aus. Hier stellen wir neue No Frost-Kühlgefrier-Kombinationen in der höch-



Andreas Seidler,
Head of Home Appliances
bei Samsung Electronics GmbH:
„Wir liefern mit smarten Innovationen
ständig Mehrwert, um die Lebensqualität
der Kunden zu erhöhen.“

ten Energieeffizienzklasse A+++ vor.“

Weitere Highlights auf der IFA

„Innovation, Qualität und Design – das sind die Ansprüche, die wir und unsere Kunden an das gesamte Sortiment stellen“, so Seidler. „Unsere Hausgeräte enthalten Funktionen, die aktuelle Bedürfnisse und Ansprüche der Konsumenten erfüllen. Und mit smarten Technologien bieten wir auch in Zukunft den Nutzern Mehrwert – sowie eine Innovation mehr.“

Wer sich vom Samsung Hausge-

räte Sortiment persönlich überzeugen möchte, kann es hautnah auf der IFA 2012 in der eigenen Halle 5.1 erleben. Der Fachhandel kann sich zudem im großzügigen und komfortablen Händlerbereich über zukunftsweisende Maßnahmen zur Förderung des Abverkaufs dieser intelligenten Produkte informieren. Der Messeauftritt von Samsung ist dabei wegweisend für das weitere Engagement des Unternehmens für Verbraucher und Handel, das auch über die IFA hinaus zu erwarten ist.



Samsung Waschmaschinen reinigen mit Schaum Aktiv die Kleidung auch bei niedrigen Temperaturen gründlich und schonend.



Das großzügige French Door-Format des Samsung RF-G23UERS beeindruckt mit seinen 520 l Nutz-inhalt bei gerade mal 90 cm Breite und praktischen Funktionen wie dem Wasser- und Eisspender.

Haier mit vollem Programm auf der IFA Die smarte Alternative

Mit zahlreichen Neuheiten will sich Haier auf der IFA als kompetenter Partner für den Hightech-Fachhandel profilieren. Dabei setzt der Weltmarktführer für Haushaltsgeräte nicht nur auf Innovationen in seinen Domänen Kühlen/Gefrieren und Waschen. Auch der TV-Bereich wird immer wichtiger: Hier positioniert sich Haier mit interessanten Produkten als margenstarke Alternative.

So sieht es William Cantara, der als Market Director DACH und Nordic für die seit sechs Jahren operierende deutsche Niederlassung verantwortlich ist: „Mit unserem aktuellen TV-Sortiment, das auf der IFA durch neue Produktlinien ergänzt wird, machen wir es dem Fachhandel möglich, Produkte mit einem außerordentlich guten Preis-/Leistungsverhältnis anzubieten und dabei wirklich Geld

549 Euro) bieten die Geräte USB-Aufnahme und Mediaplayer-Funktion und einen eleganten Rahmen in Brillant-Schwarz, der den TVs gemeinsam mit dem Glas-Standfuß einen hochwertigen Eindruck verleiht. Die Full-HD-Geräte arbeiten mit einer Bildwiederholungsrate (F2R) von 100 Hz (39“) bzw. 200 Hz (46“).

Augenfreundliche 3D-Erlebnisse mit passiver Technik (sechs Brillen gehören zum Lieferumfang) und Smart TV/HbbTV Internet-Konnektivität mit interessanten Diensten kennzeichnen die Full-HD LED-TVs der 700er-Serie, die in den Bildschirmgrößen 32“ (80 cm) und 42“ (107 cm) erhältlich sind und mit dem integrierten DLNA/WiFi-Modul den drahtlosen Zugriff auf das Internet oder das Heimnetzwerk erlauben. Der eingebaute Dreifach-Tuner macht die Geräte für DVB-T, DVB-C und DVB-S2 geeignet; USB-Mediaplayer und Aufnahme-Funktionen, zeitversetztes Fernsehen und elektronischer Programmführer runden die Ausstattung ab. Mit einem dynamischen Kontrastverhältnis von 6.000.000:1 und einer Bildwiederholungsrate (F2R) von 200 Hz (32“-Gerät) bzw. 400 Hz (42“-Gerät) spielen die Haier 700er TVs auch in Sachen Bildqualität in der Oberklasse.

Zukünftige Innovationen

Seine technologische Kompetenz im TV-Bereich wird Haier auf der IFA auch durch die Präsentation innovativer Technologien unterstreichen. Besonders futuristisch ist das Brainwave-TV – diese Fernseher werden durch Gehirnwellen gesteuert. Wie diese in Kooperation mit NeuroSky entwickelte Technologie funktioniert, kann man selbst erleben, indem man durch bloße Gedanken

Innovation: Die Bildschirme der Haier Transparent-TVs (im Projektstadium) sind im ausgeschalteten Zustand völlig durchsichtig.



Die Haier Z18HF-Serie von Full-HD LED-Geräten gibt es in den Bildschirmgrößen 39“ (99 cm) und 46“ (117 cm). Ausstattungsmerkmale wie USB-Aufnahme und Mediaplayer-Funktion sowie der elegante Rahmen in Brillant-Schwarz unterstreichen das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis.



eine Figur auf dem TV-Bildschirm steuert. Zusammen mit Gestensteuerung und einer integrierten Kamera werden so völlig neue Bedienungskonzepte möglich, auch wenn es bis zu ihrer Realisierung sicher noch einige Jahre dauern wird. Beeindruckend ist auch das Projekt Transparent-TV: Hier ist der Bildschirm im ausgeschalteten Zustand völlig durchsichtig – das Gerät sieht wie eine Glasscheibe mit schmalen Rahmen auf einem Standfuß aus. Diese Technik ist nicht nur für das TV-Segment interessant, sondern auch für den Kfz-Bereich und die Werbeindustrie. Auch ein 100-prozentig kabelloses 3D-TV wird auf dem Haier-Stand in Berlin zu sehen sein. Es benötigt nicht einmal ein Stromkabel, da es durch eine elektromagnetische Kopplungstechnologie mit Energie versorgt wird. „Es gibt viele Gründe, den Haier-Stand auf der IFA zu besuchen“, betonte William Cantara. „Dazu gehören natürlich auch unsere innovativen Neuheiten im Bereich Weiße Ware.“

Innovative Hausgeräte

Dass Haier auch auf der IFA neue Hausgeräte vorstellt, versteht sich von selbst. Denn der Weltmarktführer in diesem

Segment erzielt den größten Teil seines Umsatzes (im Vorjahr 23,3 Milliarden US-\$) mit Weißer Ware. Brandneu in Berlin ist die neue A+++ Kühl-Gefrierkombination, die sich nicht nur durch besondere Energieeffizienz auszeichnet, sondern mit ihrem Inverter-Kompressor auch sehr leise arbeitet und einen großzügigen Stauraum von 352 Litern bietet. Die intelligente NoFrost-Technik von Haier sorgt dafür, dass die Kälte gleichmäßig im Kühlschrank-Innen verteilt wird. So können die Lebensmittel an beliebiger Stelle platziert werden. Zusätzlich gibt es ein MyZone-Fach, dessen Temperatur individuell zwischen -2°C und +3°C eingestellt werden kann und das sowohl zum Auftauen als auch für rasches Auffrischen und das Kühlen bei 0°C genutzt werden kann. Eine LED-Lichtsäule erlaubt freie Sicht auf den gesamten Kühlschrank-Inhalt; die Bedienung erfolgt bequem über ein modernes vertikales Display. Die Haier A+++ Kühl-Gefrierkombination ist ab sofort zum empfohlenen Verkaufspreis von 1.649 Euro erhältlich.

Energieeffizient geht Haier auch das Thema Waschen an. Die neue 8 kg Frontlader-Maschine HW80-B1486 bietet bereits zum Preis von 679 Euro (UVP) die Energieeffizienzklasse A+++; die 7 kg Maschine HW70-B1486 kommt für 629 Euro (UVP) auf A++. Für besondere Hygiene sorgt bei beiden Geräten die von Haier entwickelte antibakterielle ABT-Behandlung von Waschmittelschublade und Türmanschette. Anders als punktuell angewendete

Antibakterien-Verfahren wirkt ABT dauerhaft und verhindert die Entstehung der gesundheitsgefährdenden Bakterien Pseudomonas Aeruginosa, Escherichia Coli und Staphylococcus Aureus zu 99,8 Prozent. Der AquaProtect Was-



Energieeffizient (A+++ und hygienisch dank antibakterieller ABT-Behandlung von Waschmittelschublade und Türmanschette; die neue 8 kg Frontlader-Maschine Haier HW80-B1486.

erschlauch und ein Überlaufsensor in der Bodenwanne sorgen für Sicherheit, der langlebige IC Motor läuft besonders leise. Neben dem Mix-Programm, bei dem unterschiedliche Wäsche-Arten in einem Waschgang zusammen gewaschen werden können, bieten die Geräte weitere Spezialprogramme und praktische Optionen wie das 15 Minuten Express Programm für bis zu 2 kg leichtverschmutzte Wäsche oder das Woolmark-zertifizierte Wollwaschprogramm. Mit einer Memo-Funktion können die am häufigsten benutzten Einstellungen gespeichert werden.



William Cantara, Haier Market Director DACH und Nordic: „Haier macht es dem Fachhandel möglich, Produkte mit einem außerordentlich guten Preis-/Leistungsverhältnis anzubieten und dabei wirklich Geld zu verdienen.“

zu verdienen. Bereits unsere Einstiegsmodelle bieten zeitversetztes Fernsehen und USB-Aufnahmefunktion, die höherwertigen Produktlinien nehmen mit Internet-Konnektivität und augenfreundlichem Passive-3D die aktuellen Trends auf. Die ungewöhnlichen Bildschirmgrößen in zwei Baureihen geben unseren Handelspartnern zudem die Möglichkeit, dem direkten Preisvergleich auszuweichen.“

Das trifft zum Beispiel auf die neue 800er-Serie zu, die Haier auf der IFA vorstellen wird. Die HD-ready-Einsteigergeräte gibt es nicht nur in der Standardgröße 32“ (80 cm), sondern als 29“- (74 cm) Gerät. Neben eingebautem DVB-T- und DVB-C-Tuner gehören USB-Aufnahme und Mediaplayer, elektronischer Programmführer und zeitversetztes Fernsehen zur Ausrüstung. Anspruchsvoller ist die bereits verfügbare Z18HF-Serie von Full-HD LED-Geräten, die es in den Bildschirmgrößen 39“ (99 cm) und 46“ (117 cm) gibt. Zum günstigen Preis (UVP für das 39“-Gerät:



Sennheiser: neue Geschäftsführung mit Doppelspitze

Seit dem 1. Juli 2012 besteht die Geschäftsführung von Sennheiser aus Ties-Christian Gerdes und Jochen Weymer. Gerhard Tammen, bisheriger Geschäftsführer soll als Vice President Sales künftig die Region EMEA (Europe, Middle East, Africa) verantworten. Zu den Verantwortlichkeiten von Weymer



Jochen Weymer (links) und Ties-Christian Gerdes bilden die neue Geschäftsführung bei Sennheiser.

gehören die Sales Segmente „Consumer Electronics“, „IT“, „Audiologie“, „Aviation“ und „Telecommunication“. Ties-Christian Gerdes ist durch die Neuorganisation zukünftig für die Bereiche „Professional Systems“, „Music Industry“ und „Integrated Systems“ zuständig. Der Standort in Georgsmarienhütte wird mit der Neuorganisation von Weymer geleitet, der nach wie vor den Hauptsitz Hannover als Geschäftsführer unter sich hat. Der Standort Barleben bleibt in der Verantwortlichkeit von Gerdes.

expert „Bester Elektromarkt 2012“

Gegen insgesamt sieben Elektromarktketten und Händler-Verbundgruppen, deren Service von Mai bis Juli untersucht wurden, hat sich expert als „Bester Elektromarkt 2012“ durchgesetzt. Im Fokus der Analyse, die im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt wurde, standen Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten, das Angebot sowie die Warte- und Öffnungszeiten. Jedes Unternehmen wurde zwölf Mal in verschiedenen Städten und Filialen von Testern



besucht. Als Gesamtsieger bot expert die höchste Beratungskompetenz und war auch in fast allen weiteren Analysebereichen sehr gut aufgestellt. Laut Studie berieten die expert Mitarbeiter sehr individuell und traten glaubwürdig sowie motiviert auf. Die getesteten expert Fachmärkte und Fachgeschäfte machten einen gepflegten Eindruck und strahlten eine angenehme Raumatmosphäre aus.

Wechsel in der Geschäftsführung bei Manfrotto

Lars H. Arnoldsen ist ab sofort neuer Country Manager der Manfrotto Distribution GmbH. Er löst Marcus Kunkel ab, der ab September neuen Aufgaben außerhalb Manfrottos nachgehen wird. Arnoldsen soll den strategischen Ausbau von Manfrotto als Anbieter von hochwertigem Foto- und Videozubehör im Fachhandel weiter vorantreiben. Schwerpunkt des 45-jährigen Vertriebsexperten soll ab sofort die verstärkte Distri-



Lars H. Arnoldsen (links) als neuer Country Manager von Manfrotto wird unterstützt von Heidi Binder, Leiterin Marketing.

bution in CE-Märkten sein, um die in 2011 begonnene Strategie Manfrottos konsequent weiterzuführen. Erfahrungen für die richtigen Distributionskanäle in Deutschland sammelte Arnoldsen bei Indesit – Europas führendem Hersteller von Haushaltsgeräten – wo er zuletzt sieben Jahre lang die Position des Regional Director North und Central Europe innehatte. Zuvor bekleidete Arnoldsen Managementpositionen bei Electrolux oder Zanussi.

Unterstützung bekommt Arnoldsen ab sofort von Heidi Binder (45), seit 1. Juli Leiterin Marketing Manfrotto Distribution GmbH. Diese Position wurde mit Binder neu geschaffen und unterstreicht die strategische Ausrichtung des Unternehmens zu verstärktem Dialog mit Handel und Konsument. Binder wird ab sofort für die Planung kategorieübergreifender Mar-

keting- und Kommunikationsmaßnahmen verantwortlich sein. Erfahrungen sammelte Binder als Head of Retail Marketing bei Twentieth Century Fox Home Entertainment sowie als Trade Marketing Manager bei Polaroid.

SodaStream: Trinkwassersprudler boomen

SodaStream, führender Hersteller von Trinkwassersprudlern mit Sitz in Limburg, hat das erste Halbjahr mit Rekordumsätzen beendet. Der Umsatz in Westeuropa (einschließlich Deutschland) konnte um 35% auf knapp 100 Millionen US-Dollar gesteigert werden. Die rasant steigenden Verkaufszahlen des weltweit aufgestellten Trinkwassersprudlerherstellers So-

daStream zeigen, dass die neu entwickelten Geräte-Modelle mit Glaskaraffen und Hightech-Design den Zeitgeist treffen, denn verantwortungsbewusster Genuss gehöre heute zu den wichtigsten Trends, betont das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Henner Rinsche, Geschäftsführer der deutschen SodaStream GmbH, erklärte dazu: „Die Zahlen stehen für den sensationellen Erfolg des SodaStream Systems. Unser Geschäftserfolg belegt ganz klar: Die grüne Revolution der Getränkeindustrie geht weiter vorwärts, trotz aller Abwehrmaßnahmen von PET-Getränkeriesen wie Coca-Cola & Co. SodaStream ist einfach die nachhaltige Alternative zu Wasser in umweltschädlichen PET-Flaschen – und aus gutem Grund Testsieger bei namhaften, unabhängigen Institutionen wie Stiftung Warentest und Öko-Test.“

www.grundig.de

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

Erstklassige Erlebnisse dank extra Bildprozessor.



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

AUS GUTEM
GRUNDIG
GRUNDIG

Haushalt-Großgeräte Trends

„Smart Home“ Technologien für Effizienz und Bedienkomfort

Zum fünften Mal werden sich die Top-Marken der Consumer Electronics- und der Elektro-Hausgeräte-Industrie gemeinsam auf der IFA präsentieren. Die aktuellen Hausgeräte rund um die Bereiche Kühlen, Gefrieren, Waschen und Trocknen machen das Leben im Haushalt nicht nur unkomplizierter, sie spiegeln auch Lifestyle-Trends wie Design wider und setzen neue Maßstäbe in Energieeffizienz und Ressourcenschonung. Das sind perfekte Themen für erfolgreiche Verkaufsgespräche.

Einfachste und ergonomische Bedienung, realisiert mit intelligenten elektronischen Steuerungen und Sensoren – bei Bedarf auch im Haus vernetzt – sind die Basis für Vielseitigkeit und Zuverlässigkeit. Waschmaschinen mit einer Vielzahl spezieller Programme rücken hartnäckigen Flecken zu Leibe, Spülmaschinen lassen keinen Wassertropfen für die effiziente und gleichzeitig schonende und perfekte Reinigung ungenutzt und Wäschetrockner sind mit Hilfe effektiver Wärmepumpentechnologie und selbstreinigender Kondensatoren sparsamer denn je. Beim Energieverbrauch äußerst sparsam und mit vielseitigen Zusatzausstattungen wie beispielsweise Null-Grad-Zone, Feuchtigkeitsregulierung, Luftfilter, getrennte Lagerbereiche oder integrierte Eiswürfel-Bereiter – so präsentieren sich die aktuellen Kühlschränke und Kühl-/Gefrierkombinationen. Als Solisten sind sie vielfach auch attraktive „Hingucker“ und Designobjekte.

Kühlen und Gefrieren

Auf der IFA-Agenda von Bosch steht der Beitrag des Unternehmens zum Gelingen der Energiewende in den privaten Haushalten. Laut GfK gehen aktuelle Studien davon aus, dass der

sofortige Ersatz des Gesamtbestands an Hausgeräten durch effiziente Best-Geräte allein in Deutschland eine Reduktion des heutigen Strombedarfs um 22 Mrd. Kilowattstunden zur Folge hätte. 2012 zeigt Bosch auf der IFA ein umfassendes Hausgeräte-Portfolio an besonders ressourcenschonenden Modellen. Als Ergebnis von kontinuierlicher Forschung und Entwicklung hat das Unternehmen aktuell so viele energieeffiziente Geräte im Angebot wie noch nie zuvor. Die Energiespar-Produkte erleichtern nicht nur den Alltag im Haushalt, sondern sind zudem auch nachhaltig. Ein IFA-Highlight ist die neue Einbaukältelinie SmartCool, die bereits als freistehende Linie ein Erfolg ist und jetzt auch für den Einbausektor auf den Markt kommt. Die neuen Einbaumodelle der

Energieeffizienzklasse A+++ sind sparsamer als eine Energiesparlampe: Sie benötigen gerade einmal 140 Kilowattstunden im Jahr, während eine Energiesparlampe auf 158 Kilowattstunden jährlich kommt (Vergleich zwischen einer 18 W Energiesparlampe = 157,68 kWh/Jahr und dem Bosch KIS77AD40 = 140 kWh/Jahr im 365-Tage/24-Stunden Betrieb). Die größten und, nach Angaben des Herstellers, zugleich auch sparsamsten NoFrost-Gefrierschränke auf dem europäischen Markt tragen ab sofort den Schriftzug Bosch: Das Unternehmen erweitert sein Portfolio supereffizienter Kältegeräte zum Herbst hin um neue, großzügige Gefrierschränke in 70 cm Breite und Höhen von 191, 176, und 161 cm. Was bereits von außen Eindruck macht, überzeugt im Inneren



Gemüse schmeckt am besten frisch vom Markt – und dank neuer Frischezonen während der Kühlung jetzt auch aus dem Kühlschrank.

durch ein enormes Fassungsvermögen: Volumina von 286 bis 360 Liter nehmen selbst die Vorräte einer Großfamilie auf. Die Vorteile der größeren Breite reichen aber weiter: Bei der Raumaufteilung hat Bosch bei seinen neuen Gefrierschränken auf maximale Flexibilität und Komfort gesetzt. Und beim Energieverbrauch können Haushalte je nach Anspruch unter Minimalverbräuchen der Energieklassen A+++ und A++ wählen. Für lebenslange Effizienz sorgt unter anderem die Anti-Vereisungs-Technologie NoFrost. Nie mehr abtauen zu müssen und dabei auch noch Energie zu sparen, ist das eine, die Lebensmittel im gesunden Kälteschlaf zu wissen das andere. NoFrost leistet nämlich auch einen entscheidenden Beitrag dazu, dass Eiskristalle und damit der lästige „Gefrierbrand“ kein Thema mehr sind. Die clevere Architektur der Fächer und Schübe macht sich ebenfalls für viel Frische stark. Das Innenleben der neuen Gefrierschränke ist besonders übersichtlich gestaltet. Viel Transparenz sorgt dafür, dass Lebensmittel nicht in Vergessenheit geraten, sondern rechtzeitig auf den Tisch kommen. Neben der großzügigen BigBox ist die VarioZone äußerst hilfreich: ein flexibel nutzbarer Bereich, der auf Wunsch eine XXL-Portion an Platz freigibt. Nicht nur die Boxen, sondern sogar die stabilen Glas-Ablageplatten können auf Wunsch leicht entfernt werden, um einem besonders großen Braten, mehreren Torten und sonstigem „Sperrgut“ Platz zu machen. Das Ge-

wicht spielt kaum eine Rolle – bis zu 30 Kilogramm tragen die Ablagen aus Sicherheitsglas problemlos.

Smart kühlen

„Open the door to Smart“ heißt es in diesem Jahr auf der IFA bei LG. Bereits im vergangenen Jahr präsentierte das Unternehmen die Zukunftsvorstellungen seiner Smart ThinQ-Technologien: Kernelement von ThinQ ist der Smart Manager, der aus dem Kühlschrank von LG ein vollständiges Lebensmittelmanagementsystem macht. Anwender sehen auf dem LCD-Bildschirm des Gerätes oder auf ihrem Smartphone, welche Lebensmittel im Kühlschrank vorhanden sind, wo sie gelagert sind und wann ihr Haltbarkeitsdatum abläuft. Konsumenten können aber auch individuell eine Verbrauchszeit für die gelagerten Lebensmittel festlegen. Läuft diese ab, informiert sie der Smart Manager dank der Frische-Überwachungsfunktion. Für noch mehr Unterstützung zur optimalen Lagerung der Nahrungsmittel im Kühlschrank stellt der Smart Manager einen Leitfaden mit Informationen zu verschiedenen Obst- und Gemüsesorten zur Verfügung.

Außerdem wird der intelligente Kühlschrank zu einem wahren Infotainment-Center mit Zugriff auf digitale Fotoalben, Kalender, Memos oder Nachrichten. Doch damit nicht genug: Über den integrierten Monitor loggen sich Nutzer ganz nebenbei auf Facebook



All Ihre Musik in bester Hi-Fi Klangqualität. Kabellos von Ihrem Smartphone oder Tablet.

Revolutionieren Sie Ihr Musikerlebnis zu Hause mit dem Philips Fidelio A9 Wireless Hi-Fi Lautsprecher. Steuern Sie alles einfach und bequem über den Touchscreen Ihres Smartphones oder Tablets. Greifen Sie auf Ihre digitale Musik aus dem Internet, von Ihrem Smartphone, Tablet oder aus Ihrer PC/MAC-Bibliothek zu und entdecken Sie ein neues Universum an Online-Musikdiensten. Hören Sie Musik, wie sie sein soll mit der neuen Fidelio Wireless-HiFi Range.

Begeistert von Sound



PHILIPS Fidelio

sense and simplicity

Teller statt Tonne

Gemüse, Obst und Milchprodukte – in deutschen Küchen landet jede Menge im Müll. Auf rund 82 Kilogramm weggeworfene Lebensmittel im Wert von etwa 250 Euro bringt es jeder einzelne von uns im Jahr, wie eine aktuelle Studie im Auftrag des Bundesverbrauchermisteriums ermittelt. Eine der vielen Ursachen: die falsche Lagerung von Nahrungsmitteln im Kühlschrank. Samsung zeigt, dass clevere Kühl-Konzepte die Verbraucher bei der richtigen Lagerung unterstützen können – für ein genussvolles und nachhaltiges Frischevergnügen. Wer auf das sachgemäße Kühlen von Lebensmitteln und das Einhalten der Kühlkette achtet, kann viele Abfälle vermeiden. Samsung Kühlgeräte bieten eine clevere Möglichkeit und machen die Aufbewahrung und das Management von Lebensmittel-Vorräten zur komfortablen und genussvollen Angelegenheit – Lebensmittelabfälle werden gezielt vermieden. Ganz gleich, an welcher Stelle im Kühlschrank die Leckereien aufbewahrt werden, durch ihr Multi-Flow-System halten sie dank zirkulierender Luft in ihrem Innern stets eine konstante, gleichmäßige Temperatur – bis in den letzten Winkel. Samsung gibt hierbei Tipps für das richtige Lagern und Kühlen, die beim Verkaufsgespräch nützlich sind.

- Für die meisten Lebensmittel gilt grundsätzlich: Eine sachgerechte Lagerung ist möglichst kühl (etwa 0 bis 7 Grad), aber frostsicher, nicht zu feucht, zu trocken und dunkel.
- Sämtliche Lebensmittel sollten möglichst gut verpackt aufbewahrt werden. Das schützt vor Austrocknen, Geruchsübertragungen und beugt einer gegenseitigen Übertragung von Keimen vor.
- Leicht verderbliche Lebensmittel wie Fisch, Fleisch und Wurst sollten in geschlossenen Behältnissen an der kältesten Stelle im Kühlschrank gelagert werden – oder komfortabel in den Samsung Frischeboxen und -zonen.
- Käse oder fertige Speisen werden am besten abgedeckt im oberen Bereich des Kühlschranks aufbewahrt.
- Getränke, Eier und Butter legt man idealerweise in die dafür vorgesehenen Spezialfächer der Kühlschranktür.
- Obst, Gemüse und Salate halten sich am längsten im Gemüsefach des Kühlschranks.
- Exotische Früchte wie Mangos, Papayas oder Bananen und Zitrusfrüchte sowie stark wasserhaltige Gemüse wie Gurken oder Tomaten werden besser nicht im Kühlschrank gelagert, da sonst die Vitamine verloren gehen.

ein, genießen Filme oder hören Musik über YouTube. Und all das funktioniert nicht nur über das integrierte LC-Display, sondern auch über Sprachsteuerung.

Panasonic setzt mit seinen neuen Stauraumwundern auf verschiedene Kühlzonen. Mit den voll ausziehbaren Schubladen bietet die neuste Premium Kühl-Gefrier-Kombi gleich drei davon mit individueller Temperatureinstellung. Im VitaminSafe bleiben Obst und Gemüse bei variabel einstellbaren 0 °C bis 5 °C und 95 Prozent Luftfeuchtigkeit länger frisch, Nährstoffe und Vitamine werden geschützt. Hierfür simulieren LEDs den Blau- und Grünanteil des Sonnenlichts und aktivieren so die natürlichen Schutzmechanismen von Obst und Gemüse. In der 0 °C-Zone lagern Frischfleisch und -fisch bei Temperaturen knapp über dem Gefrierpunkt und geringer Luftfeuchtigkeit bei optimalen Bedingungen. Kälteempfindliche Lebensmittel wie Wurzelgemüse oder Tomaten liegen in

der 5 °C-Frischezone mit hoher Luftfeuchtigkeit richtig.

Umweltfreundlich Spülen

Auch bei der Wahl eines neuen Geschirrspülers legen die Verbraucher besonderen Wert auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Mit der TimeSaver-Option in den neuen Topgeräten der AEG Favorit ProClean Geschirrspülers kann die Laufzeit des Spülgangs bei Bedarf um die Hälfte verkürzt werden. Die ProClean-Technologie garantiert optimale Reinigungsergebnisse auch bei voller Beladung. Gleichzeitig sind die neuen Geräte äußerst sparsam im Energie- und Wasserverbrauch. Die ActiveWater Eco2-Baureihe von Bosch verbindet das extrem sparsame Wassermanagement des ActiveWater Eco mit der mehrfach ausgezeichneten und in ihrer Wirkung bestätigten, Strom sparenden Zeolith-Trocknungstechnologie. Dabei wird das Silikatmineral Zeolith im Trock-

nungsprozess als Wasser- und Wärmespeicher eingesetzt. Mit einem Jahres-Stromverbrauch von 194 kWh und einem Jahres-Wasserverbrauch von 1.960 Litern im Eco-50-Normprogramm unterbietet der ActiveWater Eco2 den Grenzwert zur Energieeffizienzklasse A+++ um 10 Prozent.

Miele-Hausgeräte mit Smart-Grid-Technik („SG Ready“) nutzen automatisch den jeweils günstigsten Stromtarif eines Energieversorgers. Dies senkt die Stromrechnung und trägt dazu bei, regenerative Energien wie Sonnen- oder Windkraft effizienter zu nutzen. Nachdem Miele 2010 die weltweit ersten Waschmaschinen und Trockner mit „SG Ready“-Funktion eingeführt hatte, folgten vergangenen Herbst die Geschirrspüler. Die „Smart-Grid“-fähigen Geräte sind mit einem Kommunikations-Modul ausgestattet, das die Daten über die Stromleitung und das Miele-Gateway ins Internet leitet. In diesem Gateway sind auch die Stromtarife des Energieversorgers hinterlegt. Über die „Smart-Start“-Funktion des Gerätes kann der Benutzer den Zeitpunkt vorgeben, an dem das Programm spätestens beendet sein soll. Der eigentliche Programmstart erfolgt automatisch dann, wenn der Stromtarif am günstigsten ist. Geschirrspüler sind für Smart-Grid-Anwendungen besonders geeignet, weil einerseits die Nutzung vergleichsweise wenig zeitgebunden ist und



Siemens stellt bei seinen SpeedMatic Geschirrspülers neben fünf Standardprogrammen und turboSpeed20min noch zwei ergänzende Sonderfunktionen für individuelle Spülbedürfnisse zur Verfügung.

andererseits das fertig gespülte Geschirr beliebig lange im Geschirrspüler bleiben kann. Die Trocknung wird zudem durch die „AutoOpen“-Funktion perfektioniert. Hier öffnet sich nach Ablauf des Spülprogramms automatisch die Gerätetür, damit die feuchtwarme Luft aus dem Gerät entweichen kann. Zudem sind Smart-Grid-fähige Geschirrspüler auch mit dem Spül-Programm „ExtraLeise“ ausgestattet, dessen Geräuschwert nur 40 dB erreicht. So kann das Gerät auch in offenen Wohnküchen oder über Nacht problemlos laufen. Miele bietet vier Geschirrspüler mit Smart-Grid-Technik an, die teiler oder vollintegriert sind. Alle Modelle verfügen über die patentierte

3D-Besteckschublade und die gleichermaßen zweckmäßige wie optisch ansprechende LED-Innenbeleuchtung „BrilliantLight“. Sie erreichen die höchste Energieeffizienzklasse A+++ und begnügen sich, je nach Programm, mit einem Wasserverbrauch ab 7 Litern.

Besser spülen heißt es auch bei den speedMatic Geräten von Siemens. Wichtig ist dabei insbesondere das richtige Angebot für jeden Bedarf zu erzielen. Daher stellt Siemens den fünf Standardprogrammen Intensiv 70°C, auto 45°C–65°C, Eco 50°C, Sanft 40°C und turboSpeed20min. noch zwei ergänzende Sonderfunktionen zur Seite: Die Antwort auf die klassische Mischbeladung „Gläser im

Miele auf der IFA



Inspiration für alle Sinne verspricht der fünfte Miele-Auftritt auf der diesjährigen IFA. Auf rund 3.000 Quadratmetern präsentiert der Gütersloher Hausgerätehersteller in Halle 2.1. seine neuen Produkte und Technologien, eingebettet zum Beispiel in die kulinarischen Stationen des „Walk of Taste“ oder in die „Miele Fashion Days“.

Stilvoller Treffpunkt für die

Händlergespräche und den abendlichen Ausklang mit Live-Musik ist das beliebte „Miele Café“. Der „Walk of Taste“ bietet raffinierte Gaumenfreuden, von den „Miele Tafelkünstlern“ für die Besucher zubereitet.

Die vier Stationen orientieren sich an den vier klassischen Elementen Luft, Erde, Feuer und Wasser mitsamt den dazu passenden Geräten und Speisen. So gibt es zum Thema „Erde“ im Boden gewachsenes Gemüse, vitaminschonend zubereitet im Miele-Dampfgarer.

Der Bereich „Luft“ bietet krosses Brot aus dem Backofen mit Klimagar-Funktion. Hinzu kommen Produkt-Neuheiten wie der neue Premium-Staubsauger S8, der bereits vor Marktstart seinen ersten Designpreis erhalten hat, sowie weitere Highlights, zu denen Details erst zum Messeauftakt enthüllt werden.

Beim Thema „Intelligent Energie sparen/Vernetzte Hausgeräte“ bekräftigt Miele seine führende Position mit zukunftsweisenden Technologien. Diese entlasten Umwelt wie Geldbeutel und sorgen für noch mehr Komfort.

Abgerundet wird das aktuelle IFA-Portfolio durch attraktiv ausgestattete Aktionsmodelle. „Ich gehe davon aus, dass wir auch mit dieser IFA-Präsentation bei Händlern wie Endkunden eine sehr positive Resonanz haben werden“, sagt Christian Gerwens, Chef der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland.

Oberkorb – stark verschmutzte Töpfe, Pfannen und Auflaufformen im Unterkorb“ gibt die intensiveZone. Indem sie den Wasserdruck im Unterkorb verstärkt, spült sie das dortige Geschirr kräftig und schont dabei die empfindlicheren Teile in der oberen Etage. Immer dann, wenn es schneller gehen muss, lässt sich die varioSpeed-Option zuschalten. Alle Programme laufen damit schneller, bis doppelt so schnell – und Teller und Besteck stehen rechtzeitig wieder zur Verfügung. Eine Ausnahme bildet hier nur das turboSpeed20min. Programm, das stets in der Rekordzeit von 20 Minuten reinen Tisch macht. Dafür muss es lediglich einmal vorgeheizt werden. Bei jeder weiteren Ladung behält turboSpeed20min. sein Tempo auch ohne erneutes „Vorglühen“ bei. Das Extra Trocknen ist dabei in nur zehn weiteren Minuten erledigt.

Schonendes Waschen

Ab sofort hat der Begriff Waschtage wieder Bedeutung. Bei der neuen AEG Waschmaschine ProTex Plus L98609FL2 heißt das: zehn Kilogramm auf einen Streich. In der faserschonenden ProTex-

Schontrommel im XXL-Format lassen sich nicht nur besonders viele Wäschestücke effizient reinigen. Das Gerät ist auch ressourcenschonend, denn der Verbrauch ist 20 Prozent sparsamer, als der Grenzwert für die beste Energieeffizienzklasse A+++ vorschreibt. Mit den äußerst niedrigen Verbrauchswerten von 1,13 Kilowattstunden Strom und 69 Litern Wasserverbrauch für bis zu zehn Kilogramm Wäsche im Standard Programm Baumwolle Eco 60°C ist das neue Gerät in Sachen Energieverbrauch besonders attraktiv. Der deklarierte Jahresenergieverbrauch liegt bei nur 189 Kilowattstunden. Dank iFunktionen wie dem OptiSense-Waschsystem und der DirectSpray-Waschtechnik ist auch für die schonende Pflege empfindlicher Materialien gesorgt. Lieblingsstücke sehen noch länger aus wie neu. ProTex Plus garantiert schonendste Behandlung von Wolltextilien und ist deswegen von der Woolmark Company mit dem Woolmark Zertifikat in Gold ausgezeichnet worden.

Als intelligentes Programm kann auch iDOS von Bosch bezeichnet werden. Erstmals 2010 in Logixx8-Waschmaschinen vorgestellt, ist es beim Verbraucher

Dank des patentierten Dosierungsprogramms iDos von Bosch wird falsche Waschmitteldosierung vermieden und ein optimales, umweltschonendes Waschergebnis erzielt.

gut angekommen. iDOS löst das Problem: optimales Waschergebnis bei optimalem Waschmittel-, Wasser- und Energieverbrauch. Und das obendrein so, dass Reizungen der Haut durch Waschmittelrückstände möglichst ausgeschlossen sind. iDOS ersetzt die Über- und Unterdosierungen, wie sie immer wieder bei einer intuitiven Mengenberechnung auftreten, durch Exaktheit: Aus einem Vorratsbehälter fördern integrierte Präzisionspumpen genau die Menge han-

delsüblichen Flüssigwaschmittels, die für ein ideales Waschergebnis benötigt wird. Wie viel das genau ist, richtet sich nach der Wäschemenge, dem Verschmutzungsgrad sowie der Wasserhärte. In den Automatikprogrammen ermitteln hochsensible Sensoren zuverlässig den Wasser- und Waschmittelbedarf der Wäsche und übernehmen zusammen mit der komplexen Dosierarbeit auch die Auswahl der restlichen Waschparameter.



Effizient Trocknen

Das maschinelle Trocknen – auch von empfindlichen Textilien – ist mit dem neuen AEG ProTex-Trockner für Wäsche und Umwelt eine sanfte Angelegenheit. Der Wärmepumpentrockner ist besonders ressourcenschonend, denn er ist in der besten Energieeffizienzklasse A+++ eingestuft. Auch die neuen Wäschetrockner der HomeProfessional-Familie von Bosch erzielen optimal getrocknete und fasersgeschützte Wäsche bei möglichst niedrigem Energieverbrauch. So sorgt die sogenannte ActiveAir-Technologie – eine Kombination aus effizienter Wärmepumpentechnologie und großer, bis zu acht Kilogramm Wäsche fassender Trommel – für aktive Faserschonung. Vor allem aber passen sich zahlreiche Trockenprogramme den Ansprüchen diverser Fasern – von Jeans über Handtücher bis Kuscheltiere – an. Dass so viel Faserschonung nicht mehr, sondern sogar weniger Energie verbraucht, dafür sorgt im Geräteinneren der EcoSilence-Kompressor. Dieser schaltet sich dank modernster Technologien automatisch ab, wenn er nicht gebraucht wird.



VARTA Indestructible Built to Survive.



Nahezu unzerstörbar!

Garantierte Fallhöhe: 9 m
3AAA, 2AA, 3C und Head Lights

TEST AND WIN

Die große aufmerksamkeitsstarke Endkunden-Aktion! **Die Challenge:** Ist die Indestructible wirklich unzerstörbar? Jetzt eine von 125 Leuchten sichern und Testvideo einsenden.

AB 1. AUGUST 2012

www.built-to-survive.com

Ideal für ...



Outdoor-Aktivitäten ...



und im professionellen Bereich.





Für Milchschaum-Spezialitäten: Saeco Exprelia Evo

Die Exprelia Evo Edelstahl ist das neue Flaggschiff der Exprelia Reihe von Saeco und vereint nicht nur hochwertige Materialien, moderne technische Ausstattung sowie hohen Bedienkomfort, sondern ist vor allem auf die Anforderungen von Milch-basierten Kaffeespezialitäten wie Cappuccino oder Latte Macchiato zugeschnitten.



Die Saeco Exprelia Evo eignet sich besonders für die Zubereitung von Cappuccino und Latte Macchiato.

Der neue Automat verfügt über die patentierte H2-Technologie, mit deren Hilfe die Milch in kürzester Zeit erhitzt und auf Idealtemperatur gehalten wird. Die integrierte, abnehmbare Milchkaraffe kann nach der Nutzung einfach im Kühlschranks verstaut oder gereinigt werden. Die automatische Selbstreinigung des Milchsystems nach jeder Bedienung sowie die automatische Reinigung und Entkalkung des Kaffeevollautomaten tragen ebenfalls zum Bedienkomfort bei. Für Latte Macchiato Fans gibt es sogar eine eigene Taste.

Dank des Saeco Brewing Systems (SBS) kann die Intensität des Kaffee-Aromas auch während des Brühvorgangs nach den persönlichen Vorlieben eingestellt werden – von mild bis kräftig. Auch Temperatur und Menge des favorisierten Getränkes sind auswählbar. Das große OLED-Display ist leicht abzulesen. Beleuchtete Bedientaste, die das Display seitlich einrahmen, verstärken den hochwertigen Eindruck.

Einfache, komfortable Handhabung versprechen auch der frontale Zugang zu Satzbehälter und Brühgruppe und der höhenverstellbare Kaffeeauslauf. Die Brühgruppe ist leicht zu entnehmen und abzuspülen. Die Saeco Exprelia Evo ist ab Oktober zum UVP von 1.299,99 Euro erhältlich.

Neue Kühl-Gefrierkombination GS 9366 von LG

Die neue Kühl-Gefrierkombination GS 9366 von LG zeichnet sich durch modernes Design, innovative Features, niedrigen Energieverbrauch und grosses Fassungsvermögen aus. Das Gerät ohne störende Griffe kombiniert die Frontfarbe Brushed Steel mit Seitenteilen im Edelstahl-Look. Ein besonderes Ausstattungsmerkmal ist die Smart Eco Door, die sozusagen einen Kühlschrank im Kühlschrank ermöglicht. Hier gibt es genug Platz, um Milch und Marmelade für das Frühstück oder kleine Häppchen und einige Getränke für den Feierabend zu verstauen. Für die Entnahme muss dann nur noch die

Smart Eco Door geöffnet werden. So ist der Kälteverlust beim Öffnen der Tür gering, der restliche Kühlbereich bleibt gleichmäßiger temperiert, und der Energieverbrauch wird deutlich reduziert.

Komfortabel ist auch der nützliche Eis-, Crushed Ice- und Wasserspender. Auf Knopfdruck bietet das Modell je nach Wunsch gekühltes Wasser, Eiswürfel oder Crushed Ice. Die Wasserversorgung funktioniert wahlweise über einen integrierten Wassertank mit 3 Litern Fassungsvermögen oder den direkten Anschluss einer Wasserflasche. Dank dieser praktischen, internen Wasserversorgung kann das Modell überall im Raum frei platziert werden, die Installation einer Leitung entfällt.

Mit einem Nutzinhalt von 614 Litern bietet LGs neuer Side-by-Side nicht nur im Kühlbereich genug Platz für die Wocheneinkäufe, sondern auch im Gefrierbereich genug Raum für Vorräte. LED-Lichtleisten rücken den Inhalt des Side-by-Side Modells immer ins rechte Licht.

Der Linear Kompressor von LG sorgt für einen besonders niedrigen Energieverbrauch. Reibungspunkte, Kraftaufwand und Anlaufgeräusche werden reduziert, und der Energieverbrauch wird deutlich verringert. Eine verbesserte Isolierung sorgt darüber hinaus für weniger Kälteverlust, so dass der GS 9366 NECZ von LG auf die Energieeffizienzklasse A++ kommt. Der Kompressor ist nicht nur effizient und leise, sondern auch langlebig.



Total No Frost Komfort, ein besonderes Frischfach, jeweils für Obst und Gemüse bzw. für Fisch und Fleisch, runden das Komfort-Paket der neuen Kühl-Gefrierkombi von LG ab. Der Side-by-Side LG GS 9366 NECZ ist zu einem UVP von 2.499 Euro ab Oktober 2012 erhältlich.

Double-French Kühl- und Gefrierkombination von Sharp

Mit der neuen SJ-FS810V bringt Sharp eine besonders geräumige Double-French Kühl- und Gefrierkombination mit vier Türen auf den Markt. Anders als bei vergleichbar großen Side-by-Side Geräten ist bei der SJ-FS810V der Kühlbereich über dem Gefrier-Sektor angeordnet und



Der Sharp SJ-FS810V ist in Schwarz (Foto) und Silber erhältlich.

nicht daneben. Das hat den Vorteil, dass das am häufigsten genutzte Segment bequem in Sicht- und Griffhöhe zu erreichen ist.

Durch eine geschickte Konstruktion konnte auf einen Mittelsteg verzichtet werden, so dass für die Unterbringung der Lebensmittel 75 cm Breite uneingeschränkt zur Verfügung stehen. Die symmetrische Vier-Türen-Mechanik macht es möglich, bei Bedarf nur eine Tür zum Kühl- oder Gefrierbereich zu öffnen, um unnötiges Entweichen von Kälte zu vermeiden.

Schonende Haarentfernung mit Philips Lumea Precision Plus



Philips stellt mit dem Lumea Precision Plus jetzt ein Gerät für Frauen vor, das mit Hilfe von Licht unerwünschten Haarwuchs unkompliziert, zuverlässig und vor allem langanhaltend entfernt.

Eine regelmäßige Anwendung alle vier bis sechs Wochen reicht nach Unternehmensangaben aus, um langanhaltend glatte Haut zu erzielen. Neben dem Aufsatz für Beine, Achseln und Bikinizone verfügt das Gerät über einen kleineren Spezialaufsatz mit zusätzlichem UV-Filter für die Anwendung im Gesicht. Mit dem Lumea Precision Plus verkürzt sich die notwendige Behandlungsdauer deutlich durch die Kombination aus einem größeren Anwendungsfenster, dem neuen Slide & Flash Modus und einer schnelleren Intervallabfolge zwischen den einzelnen Lichtimpulsen. Die längere Akkulaufzeit reicht für mindestens 370 Lichtimpulse und ermöglicht so eine komplette Körperanwendung (Beine, Arme, Achselhöhlen, Bikinizone und Gesicht) ohne Unterbrechung. Zudem wurde die Gesamtleistung auf 100.000 Lichtimpulse erhöht. Damit hält die High-Performance Blitzlampe von Philips Lumea Precision Plus ein ganzes Produktleben lang, so dass keine weiteren Folgekosten entstehen.

Auch im Design setzt der Sharp SJ-FS810V neue Akzente: Die rahmenlose Glasfront mit integriertem Touch Control Panel ist ausgesprochen schick und passt gut in moderne Wohnumgebungen.

Zur Ausstattung gehören ein System zur automatischen Herstellung von Eiswürfeln und das von Sharp entwickelte Plasmacluster-Ionen-Verfahren zur Reduzierung unerwünschter Stoffe in der Luft des Kühlschranks. Der Sharp SJ-FS810V hat die Energie-Effizienzklasse A+ und ist ab September zum UVP von 2.799 Euro in den Farbvarianten SL (Silber) und BK (Schwarz) erhältlich.

Hersteller von Smartphones werden auf der photokina-Aktionsfläche ihr Portfolio ebenso vorstellen wie Netzanbieter und App-Hersteller. HTC, als bekannter Smartphone-Hersteller, präsentiert sich im Rahmen von Mobile Imaging als Premium Partner.

Pos Aktuell

Spectaris präsentiert Technologietrends auf der photokina

Auf der photokina wird der Industrieverband Spectaris, der die deutschen Hersteller für Imaging + Phototechnik vertritt, erneut ein Technologieforum präsentieren. Vertreter namhafter Forschungsinstitute und Unternehmen werden aktuelle Imaging-Trends und Technologien vorstellen. Zu den Themen gehören u. a. die Möglichkeiten der Lichtfeldfotografie, Augmented Reality sowie das Digiscoping als Alternative in der Naturfotografie.

Dr. Lennart Wietzke von Raytrix wird das Geheimnis der Lichtfeldfotografie enthüllen, die mit dem Chip-Award 2012 als Innovation des Jahres ausgezeichnet wurde. In Lichtfeldkameras stecken hunderttausende Mini-Fotoapparate, von denen jeder nur einen Lichtpunkt aufnimmt. Erst nach dem Fotografieren legt eine Software fest, welche Bildbereiche fokussiert werden sollten. So werden aus einer Aufnahme beliebig viele verschiedene Bilder. Wietzke zeigt, wie das gleiche Prinzip mit einer 3D-Video-Kamera funktioniert. Für Mikrodisplays, die auf organischen Leuchtdioden (OLED) basieren, wird in den kommenden Jahren der Durchbruch für Multimedia-Anwendungen erwartet, u. a. bei Video- und Daten-Displays. Diese Technologie hat mit dem vom Fraunhofer COMEDD entwickelten OLED-Mikrodisplay Eingang in erste Consumer-Produkte gefunden, z. B. als elektronische Sucher in Kameras, die als Augmented Reality-Lösung u. a. in der mobilen Kommunikation sowie in der Touristeninformation eingesetzt werden können. Dr. Uwe Vogel wird auf dem Technologieforum einen Prototyp demonstrieren.

Digiscoping macht das Fotografieren kleinster Motive aus der Entfernung möglich und erlaubt durch die Verbindung von Fernoptik und Digitalkamera neue Aufnahmemöglichkeiten, die unter den Naturfotografen jedoch noch wenig bekannt sind. Prof. Dr. Wolfgang Walkowiak von der Universität zu Köln erläutert die Leistung und Kosten des Digiscoping im Vergleich zu einer Spiegelreflexkamera mit Telekonverter.

„Mobile Imaging“ auf der photokina

Smartphones mit Kamera- und Videofunktion bereichern immer stärker die Foto- und Imagingbranche. Mobile Endgeräte, die mit 8 Megapixeln und mehr, BSI-Sensoren sowie umfangreicher Kamera-Software und vielen Apps ausgestattet sind, gelten als „Immer-dabei-Kameras“, die mit ihren Auflösungen fotografischen Ansprüchen gerecht werden. Die photokina greift dieses Thema auf und präsentiert auf einer Sonderfläche mit Infotainment-Charakter und vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten die verschiedenen Aspekte des Mobile Imaging.

Für Martin Kang, Head of Marketing DACH bei HTC, lag die Entscheidung für eine Premium-Partnerschaft auf der Hand: „Die photokina ist eine ideale Plattform für professionelle Fotoexperten ebenso wie für passionierte Hobbyfotografen aus aller Welt, um sich über die Trends und neuesten Technologien in der modernen Fotografie auszutauschen und zu informieren. Einer dieser Trends ist ohne Zweifel Mobile Imaging, der aus der wachsenden Nachfrage nach leistungsfähigen und gut ausgestatteten Smartphones hervorgeht. An dieser Stelle kommt HTC ins Spiel: Wir haben bei unseren Smartphone-Innovationen dieses Jahr u. a. den Schwerpunkt auf die Kamera gelegt. Die HTC One-Produktfamilie schöpft das Kamerapotenzial voll aus, und das möchten wir auch allen Besuchern der photokina zeigen.“

Neben seinen neuen Produkten wird HTC auch im begleitenden Rahmenprogramm präsent sein und beispielsweise die Fragen der Vernetzungsmöglichkeiten ebenso thematisieren wie den Einfluss des Smartphones auf die Art und Weise, wie heute fotografiert wird. Laut Kang habe sich die Ästhetik des Bildes durch das Smartphone generell verändert: „Es wird einfach lockerer mit dem Medium umgegangen, eine Art ‚Lomo-Mentalität‘ hat sich hier breit gemacht.“

Die Mobile Imaging Fläche ist in der Halle 5.2, Stand D 10/D 12 zu finden.

Die neuen Dimensionen von Cinema 3D Smart TV

LG steigt auf

Der IFA-Auftritt von LG in Halle 11.2 steht unter dem Motto „AboveandBeyond“, was man treffend mit „Höher und Weiter“ übersetzen kann. Tatsächlich hat das Unternehmen gute Gründe, sich als Aufsteiger des Jahres zu fühlen: Soeben hat die European Imaging and Sound Association EISA LG nicht nur mit einem Award für das beste Smart TV der Gegenwart ausgezeichnet, sondern auch mit einem für die Zukunft. Und die heißt bei LG auf der IFA OLED.



Als bestes Smart TV würdigte die EISA den 55LM960V Nano LED Fernseher von LG.

Mit dem Display Achievement Award feierte die EISA in diesem Jahr den LG OLED Fernseher 55EM970V als technischen Durchbruch. Dabei spielte zum einen die revolutionär gute Bildqualität eine Rolle, die LG mit der WRBG-Technologie erzielt. Im Unterschied zu anderen OLED Technologien wird hier zusätzlich zu den drei Primärfarben RGB ein weißes Subpixel eingesetzt, das eine besonders saubere und lebendige Farbwiedergabe ermöglicht. Der so erzielte Farbraum ist deutlich größer, als es der HDTV-Standard vorschreibt, und wird mit den speziellen Algorithmen der von LG entwickelten Color-Refiner-Technologie dem Empfinden des menschlichen Auges angepasst. Die Schärfe des OLED Displays ist ohnehin über jeden Zweifel erhaben.

Die EISA Jury würdigte aber nicht nur die Bildqualität und das mit 4 mm „Dicke“ sensationell schlanke Design des 55“ OLED TVs. „Gekrönt wird diese revolutionäre Entwicklung mit dem ultrakompakten Receiver-, Verstärker- und Lautsprecher-System, das in den Fuß des Fernsehers eingebaut ist“, stellte die EISA Jury fest. „OLED ist keine ganz neue Bildschirm-Technologie, aber LG ist der erste Hersteller, der ihre Vorteile in einer Bildschirmgröße für

den Konsumenten bringt, die perfekt für das Wohnzimmer geeignet ist.“

Die Auszeichnung kommt für LG genau zum richtigen Zeitpunkt: Denn auf der IFA dürfte feststehen, wann der OLED TV im vierten Quartal lieferbar sein wird. Der Preis wird um 8.000 Euro liegen.

Cinema 3D-Konzept bestätigt

Mit dem EISA Award für den 55LM960V Nano LED-Fernseher bestätigte die European Imaging and Sound Association auch die Cinema 3D-Strategie des Unternehmens. „Für viele Hersteller ist 2012 das Jahr des Smart TV, aber LG hat es geschafft, nicht nur praktische Apps zu integrieren, um Inhalte aus dem Internet zu empfangen; LG hat diese Features auch schnell zugänglich gemacht und mit der verbesserten Magic Remote Fernbedienung mit Voice Control zudem die Bedienung vereinfacht“, stellte die Jury fest.



Die Magic Remote Fernbedienung mit Voice Control vereinfacht die Bedienung deutlich.

„Natürlich zeichnet sich LG's Nano LED-Bildschirm auch durch hohe Bildqualität aus, mit exzellentem Schwarz, hohen Kontrasten und natürlicher Farbwiedergabe. Mit Cinema 3D bietet LG eine 3D-Lösung für die ganze Familie – vier leichte, komfortable Brillen gehören zum Lieferumfang. Zudem ist der LG 55LM960V eines der elegantesten Fernsehgeräte und sieht auch gut aus, wenn er ausgeschaltet ist.“

84“ Ultra Definition

Dass sich LG nicht auf den aktuellen Lorbeeren ausruhen will, wird die Präsentation einer weiteren Innovation auf der IFA zeigen: Dort zeigt der Hersteller ein 84“ großes LED-Gerät mit Ultra Definition. Der LG 84LM960V bietet eine Bildschirmdiagonale von 2,15 m, die der Fläche von 4 42“-HD-Fernsehern entspricht. Das ergibt eine Auflösung von 8 Millionen Pixeln (3.840 x 2.160) und dank Polarisationstechnologie ein hervorragendes 3D-Erlebnis in Full-HD-Qualität.

„Die Auszeichnungen für unsere Innovationen zeigen, dass wir im Bereich Home Entertainment in



diesem Jahr erneut Grenzen überwinden konnten“, sagte Michael Wilmes, Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH. „Die IFA ist für uns eine hervorragende Gelegenheit, um Kunden, Presse und Händler gleichermaßen mit unseren innovativen Produkten zu begeistern.“



Mit dem Display Achievement Award feierte die EISA den LG OLED Fernseher 55EM970V als technischen Durchbruch. Dabei wurde nicht nur die Bildqualität, sondern auch das schlanke Design hervorgehoben.



Docking Stationen mit sattem Sound

Einen klangvollen Auftritt werden auf der IFA die neuen Docking Stationen haben, die LG vor wenigen Wochen auf den Markt gebracht hat. Die vier Modelle ND8520, ND5520, ND4520 und ND1520 zeichnen sich durch sattem Sound und klares Design aus.

Herzstück der neuen Serie ist die in klassischem Weiß mit feiner Gitterstruktur gehaltene ND5520, die über zwei separate Docks für Android-basierte Smartphones sowie iPod & Co. verfügt. Außerdem ermöglicht die Anlage Streaming via Bluetooth. Im Gerät sind zwei hochwertige Lautsprecher (für Stereo-Sound) verbaut, wie sie üblicherweise nur im Heimkinobereich eingesetzt werden. Auch wenn die ND5520 selbstverständlich über eine Fernbedienung verfügt, bietet sie dem Kunden den Komfort einer Smartphone App, mit der die Bedienung ganz einfach ist. Mit drei Klicks wird die Bluetooth-Verbindung hergestellt. Auf Wunsch startet die App automatisch, sobald das Smartphone angedockt wird. Die einzelnen Docking Stationen verfügen über unterschiedliche Features, die auf verschiedene Anforderungen zugeschnitten sind. Bei den LG-Modellen ND8520 und ND4520 kann via Bluetooth auf Dateien von Android-Geräten zugegriffen werden. Die ND8520 zeichnet sich durch ein ausgefallenes Würfel-Design in elegantem Schwarz aus und verfügt sogar über Airplay-Unterstützung. Die kompakte ND4520 ist im Batteriebetrieb mobil. Und der handliche Radiowecker ND1520 verfügt über eine Schlummerfunktion.

Die Geräte sind ab sofort im Handel erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlungen: ND8520: 299 Euro, ND5520: 199 Euro, ND4520: 149 Euro, ND1520: 99 Euro.



Die Docking Station ND5520 von LG verfügt über zwei separate Docks für Android-basierte Smartphones sowie iPod & Co.

Zusammenwachsen von Smart Home und Smart Office

Toshibas Projekt Smart X

Unter dem Motto „be inspired, be connected“ präsentiert Toshiba auf der IFA 2012 neue Produkte und Zukunftsvorstellungen rund um Smart-Home und Smart-Office. Dabei demonstriert das Unternehmen, wie diese beiden Themenbereiche immer unkomplizierter zusammenwachsen.



Toshiba YL985G

Laut Toshiba ist das Jahr 2012 ein Jahr der richtungsweisenden Neuheiten, die den Markt der Elektronikindustrie prägen werden: 3D ohne Brille ermöglicht neue Dimensionen, Bildinhalte zu konsumieren. Das neue Betriebssystem Windows 8, so heißt es seitens des Unternehmens, wird die Nutzung von mobilen Geräten maßgeblich verändern und neue Hardwarelösungen hervorbringen. Zur IFA hat Toshiba das Projekt Smart-X aufgelegt, um die optimale Verbindung unterschiedlichster elektronischer Produkte sicherzustellen und gleichzeitig die Besonderheiten der einzelnen Produkte auszubauen. Die neuen Aufgaben des Fernsehers verlangen nach smarten Lösungen, mehr Rechenleistung und höheren Auflösungen. Nachdem Toshiba bereits in diesem Jahr mit dem 55ZL2G den ersten Fernseher mit

der vierfachen Full-HD-Auflösung auf den Markt gebracht hat, zeigt das Unternehmen auf der IFA weitere Modelle dieser Kategorie. Die erhöhte Auflösung kommt zum einen der Bildqualität zugute, ermöglicht auf der anderen Seite aber auch die gleichzeitige Darstellung verschiedener Inhalte, wie beispielsweise Webseiten mit Hintergrundinformationen zum laufenden Programm. Zudem stellt Toshiba mit der Full-HD YL985G-Serie eine fast rahmenlose Produktreihe vor, in der eine neue, hochleistungsfähige Prozessor-Plattform zum Einsatz kommt. Damit wird die Navigation in den Menüs beschleunigt und die Leistung der einzelnen Apps im Internetportal Toshiba Places merklich erhöht. Insbesondere die Leistungsstärke des Webbrowsers profitiert von



Das 7,7-Zoll-Tablet AT270 mit AMOLED-Display erlaubt per Fingerstreich den schnellen Zugriff auf Apps, Daten und E-Mails.

dieser zusätzlichen Prozessorleistung. Die Gestaltung des Gehäuses der YL985-Serie ist in Zusammenarbeit mit dem Studio Jacob Jensen Design entstanden. Toshiba kooperiert bereits seit mehreren Jahren erfolgreich mit den dänischen Designern, die vor allem für ihre klaren, puristischen Entwürfe bekannt sind. Die YL985G-Serie wird ab dem vier-

ten Quartal dieses Jahres in Bildschirmgrößen von 55, 47 und 42 Zoll erhältlich sein.

Smarte Business- und Consumer-Highlights

Toshiba wird auf der IFA auch diverse mobile Geräte mit Windows 8 präsentieren. Die neue Version von Microsofts Betriebssystem ermöglicht durch die auf Fingerbedienung optimierte Metro-Oberfläche schnellen, intuitiven Zugriff auf Apps, Daten, E-Mails oder Chats. Damit die diversen Inhalte auch richtig zur Geltung kommen, wird Toshiba mit dem AT270 ein 7,7-Zoll- (19,6 cm) Tablet mit AMOLED Display präsentieren. Ebenfalls neu im Programm ist das AT300-103. Ausgestattet

mit Android 4.0, Ice Cream Sandwich und der neuesten NVIDIA Tegra 3 CPU, bietet das silberfarbene Tablet im strukturierten Gehäusedesign eine umfassende Auswahl an Schnittstellen. Zudem wird die gesamte Ultrabook-Familie auf dem Toshiba Stand zu sehen sein, darunter der Satellite U840W, das weltweit erste Ultrabook im 21:9-Cinematic-Format sowie Modelle der Satellite U840, Satellite- und Portégé Z930-Serien.



Der Satellite U840W ist laut Toshiba das weltweit erste Ultrabook im 21:9-Cinematic-Format.

Loewe startet Online-Vertrieb Gemeinsam mit dem Fachhandel

Ab 1. September 2012 werden die Loewe Produktlinien Xelos, Connect ID und die kleinformigen Connect Fernsehgeräte auch über die Online-Plattform Otto.de zu kaufen sein. Der Fachhandel wird bei Auslieferung und Service eingebunden.

Dadurch solle den Loewe-Partnern im Fachhandel das große Potenzial neuer Kunden zugute kommen, das auf traditionellem Weg nicht erreicht werden könne, erklärte das Unternehmen. Auf der Otto Webseite kann sich der Kunde über sein Loewe Wunschprodukt informieren und es mit dem Loewe Online-Konfigurator nach seinen individuellen Vorgaben zusammenstellen. Er bestellt anschließend sein persönliches Home Entertainment System online bei Otto.de. Außerdem gibt er sein individuelles, kosten-

pflichtiges Dienstleistungs-Paket in Auftrag, das von der bloßen Anlieferung des Gerätes bis zur komfortablen Aufstellung mit Einweisung des Kunden reicht. Anhand der Postleitzahl der Kundenadresse wird der nahegelegene, von Loewe für die Vermarktung autorisierte Fachhändler informiert und mit der Auslieferung der Ware beauftragt. Der Händler bringt das von Loewe auf den Weg gebrachte Gerät direkt zum Kunden und installiert es mit dem geordneten Dienstleistungspaket. Je nach Loewe Produkt

geht ein angemessener Anteil des Ertrags an den Handelspartner. Außerdem erhält der Händler ein Dienstleistungs-Honorar von bis zu 199 Euro je Kunde.

Alle autorisierten Händler können sich für diese neue Online-Partnerschaft registrieren lassen. Die Premium-Händlergruppe media@home der Einkaufsgruppe Euronics habe sich bereits geschlossen für dieses Konzept ausgesprochen, erklärte dazu Euronics Vorstand Benedict Kober: „Euronics wird das Konzept vom Start weg begleiten. Denn es bietet eine optimale Ergänzung zur Kundenansprache in unseren stationären Fachgeschäften und deren hoher Service- und Dienstleistungskompetenz.“

Loewe im 1. Halbjahr deutlich verbessert

Der Umsatz der Loewe AG ist in den ersten sechs Monaten 2012 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6% auf 125,6 Mio. Euro gestiegen. Durch das höhere Umsatzvolumen und die verbesserte Bruttoergebnismarge konnte Loewe im ersten Halbjahr 2012 die Verluste deutlich verringern und erzielte ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -2,2 Mio. Euro nach -7,8 Mio. Euro in der Vergleichsperiode des vergangenen Jahres.

„Wir liegen beim Umsatz über dem Vorjahresniveau und konnten die positive Ergebnistendenz fortsetzen. Und das in einem europäischen Markt für LCD-TVs, der wertmäßig um 10% zurückgegangen ist“, so fasste der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Oliver Seidl, die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2012 zusammen.

Weiterhin erfreulich ist die Geschäftsentwicklung im Produktbereich Audio/DVD durch die neuen Loewe Audiodesign-Lösungen. Der Umsatz mit diesen Produkten stieg im ersten Halbjahr um 13% auf 12,1 Mio. Euro. Im TV-Geschäft hat vor allem die im zweiten Quartal 2012 eingeführte neue Produktfamilie Connect ID zur positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung beigetragen. Die Auslandsmärkte verzeichneten mit Umsätzen in Höhe von 44,7 Mio. Euro einen Rückgang um 13%. Im wichtigsten Markt Deutschland konnte der Premiumhersteller aber seine Umsätze um 20% auf 80,9 Mio. Euro deutlich steigern.

Dadurch erhöhte Loewe nach Wert seinen Marktanteil in Europa bei LCD-TV bis Anfang Juni 2012 von 3,2% im Vorjahr auf 4,4%. In Deutschland legte der wertmäßige Marktanteil von 7,5% auf 9,7% zu.

Auch wenn die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen Europas vor allem das Loewe Geschäft im Ausland belasten, bietet der Markt für großformatige LCD-TVs im Premiumsegment ab 1.500 Euro nach Ansicht der Loewe Verantwortlichen mittelfristig gute Chancen. Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet das Unternehmen deshalb weiterhin mit einem Umsatzwachstum und einer deutlichen Ergebnisverbesserung.

photokina

World of imaging

KÖLN | 18. – 23. SEPTEMBER

2012

Tickets online
kaufen und bis zu

37%
sparen!

www.photokina.de

DER PFLICHTBESUCH FÜR PROFIS.

Experten aus Industrie und Handel, Hersteller, Dienstleister, professionelle Anwender und Fotobegeisterte: Alle treffen sich auf der globalen Leitmesse der Branche. Nutzen Sie diese gebündelte Fachkompetenz zum Networking und informieren Sie sich über aktuelle Technik und die neuesten Trends – hautnah und aus erster Hand. Keine andere Messe bündelt so viele Technologien, keine andere Plattform deckt den kompletten Workflow rund um das Thema Bild ab: von der Bildaufnahme über die Bildbearbeitung bis hin zur Bildausgabe.

Willkommen auf der photokina 2012!

TP Vision mit weiteren Neuheiten auf der IFA Innovationen mit Mehrwert

Bei seinem ersten IFA-Auftritt präsentiert TP Vision die umfassende Produktpalette von Philips TVs in Halle 22 auf einem mehr als 5.000 Quadratmeter großen gemeinsamen Stand mit Philips Consumer Lifestyle. Mit einer neuen High-End-Produktlinie, neuen Design-Modellen und einer neuen Einsteiger-Serie hat das Unternehmen guten Grund für einen selbstbewussten Auftritt. Dazu trägt auch der jüngste Gewinn von zwei EISA-Awards bei.

„Wir freuen uns auf die IFA 2012“, erklärte Markus Brendel, Marketing Direktor DACH bei TP Vision, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Die Messe ist eine gute Gelegenheit, den Kontakt zu unseren Fachhandelspartnern zu intensivieren und zu unterstreichen, dass Philips TV für Innovation und Wert-schöpfung steht.“



Markus Brendel,
TP Vision Marketing
Direktor DACH

Die IFA markiert den offiziellen Start der neuen 9000er-Serie, die mit ihrer weiter verbesserten LED/LCD-Technologie Maßstäbe in der Bildqualität setzt. Dass dieser Anspruch berechtigt ist, hat soeben die Verleihung des EISA-Awards für den 46PFL9707 als bestes LCD-TV bewiesen.

Das Gerät bietet nicht nur umfassende Smart TV-Funktionen, sondern überzeugt durch erstklassige Bildqualität in 2D und 3D. Direktes LED-Backlight mit verfeinertem Local Dimming sorgt für besonders



Das elegante Äußere des neuen Design-Modells Philips 47PFL6907K wird nicht nur durch den schmalen Rahmen, sondern auch den schlanken Fuß unterstrichen, der den Fernseher geradezu „schweben“ lässt.



hohen Kontrast mit tiefem Schwarz und brillanter Helligkeit. Bildschirmreflexionen werden durch den verbesserten Moth-Eye-Filter nochmals reduziert. Auch bei der 3D-Wiedergabe zeigt sich der Philips 46PFL9707 innovativ: Die neue Flicker-Free-Technologie der Brillen mit 75 Hz ermöglicht den uneingeschränkten und komfortablen 3D-Genuss auch bei vorhandenem Umgebungslicht. „Mit dieser Technik ist es uns gelungen, die hohe Auflösung der Shutter-Technologie auf einem Komfort-Niveau zu realisieren, das bislang der Polarisationstechnik vorbehalten war“, erklärte Markus Brendel. Zur IFA erhält der preisgekrönte 46-Zöller der 9000er-Serie noch einen großen

Bruder: Mit dem 60“ (152 cm) großen 60PFL9707 will Philips auch beim aktuellen Trend zu immer größeren Bildschirmen ein wichtiges Wort mitreden.

Neues Design-Modell

Nach der Ankündigung der neuen Philips DesignLine Edge TV-Serie im Juli bringt Philips TV zur IFA mit dem 47PFL6907K ein 47“ (119 cm) großes Smart TV in edlem Schwarz auf den Markt. Das praktisch rahmenlose Ambilight-Modell bietet LED-Technik mit Pixel Precise HD und 600 Hz Perfect Motion Rate für brillante und klare Bilder, 3D-Wiedergabe (Polarisation) mit Konvertierung von 2D-Inhalten, Tiefenan-

Rodja Krückmeyer, Philips TV Sales Director DACH

„Der Fachhandel braucht eine starke Nummer 2“



Rodja Krückmeyer, TP Vision Sales Director DACH

Über die Zusammenarbeit mit dem Hightech-Fachhandel hat PoS-MAIL mit Rodja Krückmeyer, Sales Director DACH bei TP Vision, gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Krückmeyer, zur IFA ist TP Vision ein halbes Jahr alt. Ist der Neustart der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel in Sachen Philips TV gelungen?

Rodja Krückmeyer: Von einem Neustart kann man eigentlich nicht reden, denn wir sind ja de facto als Philips Betriebsteil TV schon am 1. Oktober 2011 aufgetreten, bevor wir am 1. April 2012 mit dem neuen Unternehmen TP Vision gestartet sind. Auch die Besetzung des Managements und die Kontinuität in der Außendienst-Betreuung hat dem Fachhandel von Anfang an signalisiert, dass wir die Zusammenarbeit in der bewährten Form fortsetzen. Dieses

Signal ist von unseren Partnern sofort verstanden worden, und wir sind sehr dankbar für die große Loyalität und Unterstützung, die wir von unseren Kunden erfahren haben. Dazu hat natürlich auch beigetragen, dass unsere neue Produktpalette im Frühjahr eindeutig bewiesen hat, dass die Innovationskraft von Philips TV auch unter den neuen Vorzeichen die richtigen Akzente im Markt setzt. Auch die in diesem Frühjahr und Sommer eingeleiteten Verbesserungen bei der Unterstützung unserer Handelspartner haben ihre Wirkung nicht verfehlt.

PoS-MAIL: Welche Verbesserungen waren das?

Rodja Krückmeyer: Mit unserem Selektiv-Konzept, das die Vermarktung fast aller Ambilight-Modelle, nämlich der 7000er-, 8000er- und 9000er-Serie, auf unsere Selektiv-Partner konzentriert, haben wir eindeutig gezeigt, dass es bei TP Vision nicht um Stückzahlen um jeden Preis geht, sondern vor allem um eine vernünftige Wertschöpfung. Denn genau das brauchen unsere Handelspartner. Auch die Einstellung des Direktverkaufs von Fernsehgeräten über den Philips Online Shop hat das Vertrauen unserer Handelspartner weiter gestärkt. Besonders erfolgreich war die Einführung des neuen Service-Konzeptes, mit dem wir den Endkunden und dem Handel eine äußerst schnelle und unkomplizierte Abwicklung von Garantiefällen bieten. Der Fachhandel profitiert von diesem Konzept gleich doppelt: Zum einen dient es der Kundenzu-

friedenheit, wenn das defekte Gerät entweder vor Ort repariert oder im Single Swap Verfahren sofort ausgetauscht wird. Zum anderen können Händler für begleitende Maßnahmen, zum Beispiel die Abholung des defekten Geräts beim Konsumenten oder die Leihgerätstellung, mit TP Vision eine Pauschale abrechnen. Alle genannten Maßnahmen sind bei unseren Handelspartnern hervorragend angekommen.

PoS-MAIL: Trotzdem haben Sie zunächst Marktanteile verloren.

Rodja Krückmeyer: Das ist leider richtig, denn wir haben unsere neuen Ambilight-Geräte leider rund zwei Monate später auf den Markt gebracht als geplant. Deshalb konnten wir bedauerlicherweise von der erhöhten Nachfrage vor der Fußball-EM nur beschränkt profitieren.

PoS-MAIL: Welche Gründe hatte die Verspätung?

Rodja Krückmeyer: Es kamen einige unglückliche Umstände zusammen, die die Fertigstellung der Software für die neuen Geräte verzögert haben. Das Problem ist aber inzwischen gelöst, und wir sind voll lieferfähig.

PoS-MAIL: Die Verzögerung hatte also nichts mit dem Übergang von Philips zu TP Vision zu tun.

Rodja Krückmeyer: Nein, nicht das geringste. Eine

passung und Zwei-Spieler Fullscreen Gaming-Funktion sowie die umfassenden Angebote von Philips Smart TV Premium. Mit Hilfe der optionalen Philips TV Kamera (PTA317/00) ist auch die Skype-Telefonie mit exzellenter Video- und Soundqualität vom Sofa aus möglich.

Neu bei Philips TV wird auf der IFA auch eine neue Einsteiger-Serie sein – und zwar mit LED-Technik und Smart TV-Funktionen. „Damit nimmt Philips TV Abschied von der LCD-Technik mit CCFL-Backlight“, erklärte Brendel. „Alle Philips TVs haben nun LED-Technologie und bieten Smart TV-Funktionalität.“

Nachhaltig „grün“

Auch bei den „grünen“ Technologien sind Philips TVs vorn: Praktisch alle aktuellen Geräte entsprechen den Energieeffizienzklassen A, A+ oder A++. Das ist kein Zufall, denn Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Teil der Unternehmensstrategie. Und das nicht erst seit gestern: Soeben zeichnete die EISA zum dritten Mal hintereinander einen Philips Fernseher als „Green TV des Jahres“ aus. In diesem Jahr gewann mit dem 55PFL6007 erstmals ein Ambilight Modell. Ausschlaggebend für die Preisvergabe war nicht nur die Energieeffizienz, sondern auch die nachhaltige Produktion. Besonders den effizienten Einsatz von Edelmetallen in den Leiterplatten hob die EISA-Jury hervor.

„Unser IFA-Auftritt bestätigt erneut unsere Strategie der ‚Meaningful Innovation‘“, betonte Markus Brendel. „Sie beinhaltet, dass wir Innovationen nicht um ihrer selbst willen entwickeln, sondern nur dann auf den Markt bringen, wenn sie für uns und unsere Handelspartner und die Endkunden einen echten Mehrwert bedeuten. Mit unseren umfassenden Smart TV-Funktionalitäten, Energieeffizienz, Nachhaltigkeit und natürlich dem Alleinstellungsmerkmal Ambilight haben wir hervorragende Themen,

neue Geräte-Generation wird ja lange im Voraus geplant und entwickelt. Und die Gründe lagen zum Teil auch außerhalb des Einflussbereiches von TP Vision. Aber wie gesagt, das ist vorbei. Unsere Marktanteile sind bereits im Juli wieder so deutlich gestiegen, dass wir unseren angestammten zweiten Platz in der Rangliste der großen Hersteller bei LCD-TVs nicht nur behalten konnten, sondern noch gestärkt haben.

POS-MAIL: Was macht Sie so zuversichtlich?

Rodja Krückmeyer: Unsere guten Konzepte für den Fachhandel und unsere Produktpalette, die wir zur IFA nochmals deutlich verbessern – im Einstiegsbereich ebenso wie bei den Design-Modellen und in der absoluten Oberklasse. Wir sind bei der Bildqualität Spitze, wir haben mit Ambilight ein Alleinstellungsmerkmal, und wir bieten Smart TV-Funktionalitäten, die wirklich keinen Vergleich zu scheuen brauchen. Unsere enge Zusammenarbeit mit Philips Lifestyle Entertainment stellt zudem sicher, dass auch die Peripherie stimmt. Das sind auf dem hart umkämpften TV-Markt hervorragende Voraussetzungen, die auch von unseren Handelspartnern anerkannt werden. Der Fachhandel braucht im TV-Geschäft eine starke Nummer 2, und da ist Philips erste Wahl.

POS-MAIL: Herr Krückmeyer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

die dem Handel nachvollziehbare Verkaufsargumente bieten.“

Um diese Verkaufsargumente den Fachhandelspartnern rechtzeitig zur Weihnachtssaison im Detail nahezubringen, geht TP Vision ab Ende September wieder „auf die Straße“. Gemeinsam mit Philips Consumer Lifestyle sind Schulungsaktivitäten an 18 Standorten geplant, um das Verkaufspersonal mit den neuen Geräten vertraut und für den Verkauf fit zu machen. Dafür, dass die Kunden in die Geschäfte kommen, wird TP Vision im vierten Quartal mit umfassenden Online-Kampagnen und Printwerbung sorgen. Zudem ist für Ende November eine besonders aufmerksamkeitsstarke Promotion-Aktivität geplant,

die gemeinsam mit einem starken Partner von der Philips Smart TV-Plattform durchgeführt werden soll. Auf der IFA kann der Fachhandel auch über diese Aktion Einzelheiten erfahren.

Der Philips 46PFL9707 wurde von der EISA als „European LCD TV 2012–2013“ ausgezeichnet.



Jetzt online registrieren

Ab 1. Oktober gibt es ein Zeichen für stabilen Erfolg

Gigaset tut etwas, um Ihnen als Handelspartner langfristig stabilen Erfolg zu ermöglichen. Autorisierte Fachhändler haben die Möglichkeit, bei unseren Vertrags-Distributoren oder den Einkaufskooperationen expert, EP: oder EURONICS Gigaset-Produkte für den Weiterverkauf im beratenden Fachhandel zu beziehen.

Autorisieren Sie sich unter: www.gigaset-autorisierung.de, denn ab dem 1. Oktober können Sie grundsätzlich nur noch als autorisierter Fachhändler von einer starken Marke mit vielen Vorteilen profitieren.

Panasonic mit deutlich vergrößertem IFA-Auftritt

Die Eco & Smart Offensive

Auf der IFA 2012 belegt Panasonic erstmalig die komplette Halle 5.2 des Berliner Messegeländes. Damit ist der mehr als 6.000 Quadratmeter große Stand über 1.000 Quadratmeter größer als im Vorjahr. Hier wird unter dem Motto „Eco & Smart“ gezeigt, wie CE-Produkte, Hausgeräte und Energielösungen ineinander greifen, um einen ökologischen und gleichzeitig smarten Lifestyle zu ermöglichen.



Ob in 2D oder 3D, die LED-LCD (links) oder NeoPlasma Smart Viera TVs von Panasonic bieten ausgezeichnete Bildqualität.

Die IFA kommt für Panasonic genau zum richtigen Zeitpunkt: Nach dem schweren vorigen Geschäftsjahr kehrte das Unternehmen im ersten Quartal der neuen Berichtsperiode wieder in die Gewinnzone zurück. Die im Frühjahr formulierte neue Produktstrategie zeigt Früchte: In praktisch allen wichtigen Segmenten von Consumer Electronics über Weiße Ware bis zu Kameras hat Panasonic in den vergangenen Monaten seine Marktanteile deutlich ausgebaut. Auch im TV-Geschäft kommt Panasonic gut voran: Das im Frühjahr auf den Markt gebrachte, komplett neue Smart Viera Sortiment wurde vom Hightech-Fachhandel und den Konsumenten hervorragend aufgenommen. So konnte Panasonic nicht nur mit den neuen Viera Neoplasma Modellen seine traditionell führende Position im Plasma-Segment bestätigen, sondern auch mit den innovativen Viera IPS LED-LCD Fernsehern seinen Marktanteil um fast 50 Prozent steigern. Hier zählt sich aus, dass Panasonic nicht nur die Produktpalette auf Bildschirmgrößen von bis zu 139 cm/55" ausgebaut hat, sondern zugleich mit stilvollem Design, perfekter Bildqualität in 2D und 3D und umfassenden Vernetzungsfunktionen neue Zielgruppen anspricht.

Die Referenz-Klasse

Ein Blick auf die WT50-Serie als Referenz-Klasse der neuen Smart Viera IPS LED-LCD TVs zeigt, warum Panasonic in diesem Segment seine Marktanteile so deutlich steigern konnte: Neue Technologien wie 1.600 Hz Backlight Scanning und ein neuer IPS Phasenfilter stellen eine exzellente Bildqualität mit kontrastreicher Wiedergabe, natürlichen Farben und hoher Schärfe auch bei schnellen Bewegungen sicher. Das speziell für diese Fernseher entwickelte V-Audio Pro Surround 2.1-System sorgt dabei für einen satten, natürlichen Rundum-Klang, der nicht hinter der Bildqualität zurückbleibt.

Auch die Smart Viera Funktionen in dieser Produktfamilie entsprechen höchsten Ansprüchen: Dafür hat Panasonic mit dem Dual-Core Pro 4 den leistungsfähigsten Viera Prozessor aller Zeiten eingebaut. Er macht mit zwei Kernen die Geräte multitasking-fähig. So kann man zum Beispiel mit Hilfe der App Social Networking TV gleichzeitig ein Programm verfolgen und sich auf Twitter oder Facebook in einer separaten Programmleiste mit Freunden darüber austauschen – in Echtzeit.

Wegweisendes Design

Die neue Generation der Smart Viera IPS LED-LCD TVs entspricht voll dem Smart TV-Schönheitsideal „schlank und schön“. Die WT50-Modelle sind gerade einmal 2,7 cm tief und setzen mit einem nur 10 mm breiten Metallrahmen einen unaufdringlichen und hochwertigen optischen Akzent. Falls der Fernseher nicht an die Wand montiert wird, macht er auf dem neugestalteten, eleganten Standfuß eine gute Figur.

Damit die Funktionsvielfalt einfach zu bedienen ist, hat Panasonic für die WT50-Serie (und für die Neoplasma-TVs der VT50-Serie mit dem selben Funktionsumfang und Bildschirmgrößen bis zu 165 cm/65") ein völlig neues Bedienkonzept entwickelt. Mit dem neuen Viera Touch Pad Controller werden die Geräte gesteuert, indem der Anwender lediglich mit dem Finger über die Oberfläche der Fernbedienung gleitet. Das fühlt sich so an, als habe man den großen Bildschirm direkt in der Hand. Mit Hilfe der kostenlosen Viera Remote App können die neuen Premium-Fernseher auch über iPad, iPhone und Android-Smartphones bzw. Tablets gesteuert werden.

Eco & Smart

Das Unternehmensziel, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit in alle Lebensbereiche zu implementieren, setzt Panasonic auch bei den Smart Viera TVs um. Sie bieten zahlreiche Energiespar-Funktionen, sind langlebig, leicht zu recyceln und werden so schadstoffarm produziert wie irgend möglich. Die LED-LCD TVs der WT50-Serie bringen es auf die Energieeffizienzklasse A+.

Der vernetzte Haushalt

So passen auch die Smart Viera TVs gut zum Panasonic IFA Motto „Eco & Smart“, unter dem das

Unternehmen auf der IFA seine Vision eines vernetzten Haushalts präsentiert und dabei den Hightech-Fachhandel besonders unterstützt. 50 Prozent der Standfläche sind dem Händler-Zentrum gewidmet. Hier können sich Fachhändler in aller Ruhe über das komplette Sortiment im Bereich Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte informieren und auch die wegweisenden Energielösungen von Panasonic erleben. Diese werden auf dem Messestand zwischen den Bereichen „Haushalts- und Küchenprodukte“ und „AV-Produkte“ in der Corporate Zone gezeigt, die zentral gelegen ist und sozusagen die Brücke zu einem smarten und



eco ideas

Zum ersten Mal zeigt Panasonic auf der IFA den besonders energieeffizienten Wärmepumpentrockner NH-P80G1.

gleichzeitig ökologischen Lifestyle schlägt.

Lifestyle für Haus und Küche

Um Ökologie geht es natürlich besonders bei den Panasonic Haushaltsgeräten, die auf dem vergrößerten Stand prominent präsentiert werden, ohne dass der AV-Auftritt dadurch beschränkt wird. Zum ersten Mal wird hier der besonders energieeffiziente Wärmepumpentrockner NH-P80G1 gezeigt, dessen Energieverbrauch den in der derzeit niedrigsten Energieeffizienzklasse A vorgegebenen Wert um 60% unterschreitet und damit bestens zu den A+++ Waschmaschinen der VB4-Serie passt. Er macht die

Wäsche auch ohne Weichspüler flauschig.

Die neuen Kühl- und Gefriergeräte von Panasonic kombinieren Umweltfreundlichkeit mit gutem Aussehen. So kommt der Side-by-Side Kühlschrank NR-B53VW1 in stilvollem Design in Hochglanzweiß und hochwertiger Ausstattung auf die sparsame Energieeffizienzklasse A++.

Mit der Bestnote A+++ für geringen Stromverbrauch wartet die neue Kühl- und Gefrierkombination NR-B32FE2 auf, deren edles Design mit Edelstahlfront auch in anspruchsvoll gestaltete Wohnumgebungen passt.

Um Lifestyle für Küche und Haushalt geht es auch bei den kleineren Panasonic Geräten: Die für ihr

Design mehrfach ausgezeichnete doppelseitige Dampfbügeleisen-Serie NI-W900 bringt die in Japan bereits populäre Zwei-Wege-Bügelsohle jetzt auch nach Deutschland. Und für den gelungenen Start in den Tag stellt Panasonic auf der IFA eine neue Frühstücksserie im Premium-Design vor; sie besteht aus einer Kaffeemaschine (NC-ZF1), einem Toaster (NT-ZP1) und einem Wasserkocher (NC-ZK1). Mit klaren Formen, Edelstahl und hochwertigen, transluzenten Materialien im Farbtrend Grau wurde sie für Menschen entwickelt, die Premium-Design und ausgewählte Materialien schätzen.



Lifestyle für die Küche: neue Frühstücksserie im Premium-Design; sie besteht aus einem Wasserkocher, einem Toaster und einer Kaffeemaschine.

Panasonic Managing Director Werner Graf:

Wir bleiben Fachhandelspartner Nummer 1

Auf dem IFA-Stand von Panasonic ist ein besonders großer Bereich den Kontakten mit dem Hightech-Fachhandel gewidmet. Hier will das Unternehmen seinen Partnern deutlich machen, dass die „Eco & Smart“-Produktpalette nicht nur bei den Konsumenten ankommt, sondern auch dem Fachhandel eine hohe Wertschöpfung ermöglicht. PoS-MAIL hat mit Panasonic Managing Director Werner Graf über die Hintergründe gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Graf, Panasonic gehörte in diesem Frühjahr zu den japanischen Elektronik-Unternehmen, die durch hohe Verluste in die Schlagzeilen gerieten. Anfang August konnten Sie für das erste Quartal ein deutlich besseres Ergebnis vorlegen. Welche Gründe gibt es für diese schnelle Trendwende?

Werner Graf: Tatsächlich haben wir das letzte Geschäftsjahr mit dem größten Verlust der Unternehmensgeschichte abgeschlossen und konnten damit nicht zufrieden sein. Allerdings muss man dieses Ergebnis sachlich betrachten: Die Verluste wurden zum einen von den Folgen der Naturkatastrophen in Japan und Thailand und zum anderen von hohen Abschreibungen im Zusammenhang mit der Übernahme von Sanyo verursacht. Es handelte sich also im Wesentlichen um einmalige Faktoren, die im neuen Geschäftsjahr nicht mehr auftreten. Zudem haben wir unsere Effizienz gesteigert und mit einer besonders großen Zahl neuer Produkte die ungebrochene Innovationskraft von Panasonic bewiesen. Das unterscheidet uns vielleicht von anderen Herstellern: Die Verluste im Vorjahr waren kein Zeichen einer strukturellen Schwäche. Deshalb war es möglich, kurzfristig in die Gewinnzone zurückzukehren und nach einem Minus von 316,2 Milli-

onen Euro in der Vorjahresperiode im ersten Quartal einen Netto-Gewinn von 133,1 Millionen Euro zu erzielen. Das Betriebsergebnis wies dabei im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum von fast 600 Prozent auf und erreichte 401,4 Millionen Euro.

PoS-MAIL: Aber der Umsatz ist im ersten Quartal weiter gesunken.

Werner Graf: Tatsächlich ging der Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 6 Prozent auf 18,9 Milliarden Euro zurück. Das positive Ergebnis zeigt aber, dass die verstärkte strategische Ausrichtung auf wachstums- und vor allem wertschöpfungsintensive Produktbereiche wie Home Appliances und Umwelttechnologien Früchte trägt. Auch im Bereich Consumer Electronics ist es uns gelungen, mit einer sehr wertorientierten Smart Viera Generation unsere Marktposition deutlich zu verbessern.

PoS-MAIL: Wie drückt sich das in Zahlen aus?

Werner Graf: Wir haben laut GfK bei den Flat-TVs auf Wertbasis im Juni den zweiten Platz erreicht. Dabei sind wir mit fast 60 Prozent Marktanteil bei Plasma weiterhin die klare Nummer 1 und konnten uns im LCD-Segment dank unserer neuen Smart Viera LED-LCD Geräte-Generation bereits auf die dritte Position (nach Wert) vorarbeiten. Das bedeutet, dass wir unseren Marktanteil hier innerhalb eines Jahres um knapp 50 Prozent gesteigert haben.

PoS-MAIL: Wie ist Ihnen das gelungen?

Werner Graf: Zum einen natürlich durch die technische Qualität der Geräte, die in Sachen Bildqualität, Vernetzung, Bedienung und Design neue Maßstäbe setzen. Dabei hat sich die neue Strategie ausgezahlt, auch bei LED-LCD größere Bildschirmformate einzuführen und so auf eine



Panasonic Managing Director Werner Graf: „Wir haben laut GfK bei den Flat-TVs auf Wertbasis im Juni den zweiten Platz erreicht.“

Doppelstrategie mit Plasma zu setzen. Ein weiterer wichtiger Faktor ist unsere ungebrochene Zusammenarbeit mit dem stationären Fachhandel. Panasonic ist unter den fünf führenden Herstellern die einzige Marke, der es gelungen ist, im Juni auf Wertbasis einen höheren Marktanteil beim stationären Fachhandel zu erreichen als im Internet. Das beweist auch unsere wertschöpfungsorientierte Strategie: Unsere Handelspartner wissen, dass sie mit den Smart Viera TVs nicht nur erstklassige Geräte verkaufen, sondern auch Geld verdienen können.

PoS-MAIL: Nun geht es bei der vernetzten Unterhaltungselektronik bekanntlich nicht nur um die Fernseher. Wie sind Sie mit Ihrer Marktposition in den anderen Segmenten zufrieden?

Werner Graf: Auch bei den Peripheriegeräten ist Panasonic erfolgreich unterwegs. Wir sind laut GfK die Nummer 1 bei den Micro-Anlagen, wo sich unser breites Lineup mit den HC- und PM-Serien ausgezahlt hat. Wir bleiben die absolute Nummer 1 bei DVD-Recordern und sind bei den Blu-ray-Playern wertmäßig die Nummer 2.

Dabei haben wir mit dem DMP-BDT220/221 das Nummer-1-Hitlistenmodell in Sachen Wert im Programm. Auch der Premium-Player DMP-BDT500 verkauft sich sehr gut. Das freut nicht nur uns, sondern auch den Fachhandel, denn mit diesen hochwertigen Geräten kann man gute Renditen erzielen. Ich bin ganz zuversichtlich, dass wir nach Einführung der Kabelmodelle bei den Blu-ray-Recordern und -Playern im September wieder den Spitzenplatz in der Rangliste einnehmen können.

PoS-MAIL: Gilt das auch für die Weiße Ware?

Werner Graf: Hier ist das Ziel eines Spitzenplatzes in Europa und Deutschland sicher noch etwas verfrüht, aber wir sind gerade in diesem Segment hoch ambitioniert. In Japan und Asien gehört Panasonic ja schon seit Jahrzehnten zu den führenden Hausgeräte-Herstellern. In diesem Segment setzen wir vor allem auf energieeffiziente und umweltschonende Produkte. Das ist für Ihre Leser ein weiterer guter Grund, unseren Messestand zu besuchen: Innovationen wie der neue Side-by-Side Kühlschrank, die neuen Kühl-/Gefrierkombinationen der Energieeffizienzklassen A++ und A+++ , energieeffiziente Trockner und vieles mehr bieten dem Hightech-Fachhandel hervorragende Verkaufsargumente. Panasonic hat das Ziel, bis 2018 zum führenden Unternehmen für grüne Innovationen in der Elektronik-Industrie zu werden. Das wollen wir gemeinsam mit dem Fachhandel realisieren, und zwar zum beiderseitigen Nutzen: Denn „Eco & Smart“ ist ein hervorragendes Argument für den Fachhandel, um wertschöpfungsstarke Produkte zu verkaufen und damit mehr Geld zu verdienen.

PoS-MAIL: Herr Graf, wir danken Ihnen für dieses Interview.

„Mittelstand für Energieeffizienz“

Energie-Check bei EP: Bodewitz

Ihre Kunden rund um Unterhaltungselektronik über energiesparende Technik zu informieren, ist für Gerlinde und Jürgen Müller, Inhaber von EP: Bodewitz in Grevenbroich, Alltag. Aber wie sieht es mit der eigenen Werkstatt und Verkaufsfläche aus? Vieles setzen die beiden Fachhändler bereits um – sie haben schon früh Energiesparlampen genutzt und schalten Vorführgeräte nach Ladenschluss komplett aus. Jetzt erhalten sie im Rahmen des Projektes „Mittelstand für Energieeffizienz“ weitere fachkundige Beratung und waren der erste Teilnehmer beim Energieeffizienz-Check des Mittelstandsverbundes.

„Das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz ist für uns von großer Bedeutung. Dabei ist uns der professionelle Blick von außen wichtig, weil im Alltag mögliche Schwachstellen schlicht und einfach übersehen werden und manches Verbesserungspotenzial nicht genutzt wird“, erklärt Jürgen Müller seine Gründe zur Projektteilnahme. Er und seine acht Mitarbeiter bieten auf 350 Quadratmetern Verkaufsfläche nicht nur eine attraktive Produktauswahl im Bereich Unterhaltungselektronik, sondern auch umfassende Serviceleistungen dank eigener Meisterwerkstatt. Denn auch das ist für das Traditionsunternehmen, mit mehr als 50 Jahren Erfahrung, ein Stück Nachhaltigkeit: Geräte zu reparieren statt sie wegzuworfen.

Der erste Schritt zu noch mehr Energieeffizienz bei EP: Bodewitz ist die kostenlose Potenzialanalyse, um Einspar- und Verbesserungspotenziale zu ermitteln. Dem



Dr. Jörg Ehmer, Sprecher des Vorstands ElectronicPartner, ist von der Idee der externen Analyse überzeugt: „Gemeinsam mit geschulten Profis den PoS zu überprüfen, hilft dem Fachhandel nicht nur dabei, sich umweltbewusst aufzustellen, sondern spart letztendlich neben Energie und Strom viel Geld.“

folgen gegebenenfalls Initialberatungen und Detailberatungen, die für das jeweilige Unternehmen über die KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) gefördert werden. Für das Beratungsprojekt, das der Mittelstandsverbund initiiert hat,



Als Pilotpartner des bundesweiten Programms des Mittelstandsverbundes unterstützt die Verbundgruppe ElectronicPartner ihre angeschlossenen Fachhändler beim Energiesparen. (v. l.) Jürgen Müller, Inhaber EP: Bodewitz, Dr. Ludwig Veltmann, Hauptgeschäftsführer Der Mittelstandsverbund, Gerlinde Müller, Inhaberin EP: Bodewitz, Dirk Knipp, Geschäftsführer SVEA Energy Concepts, Wilfried Hollmann, Präsident Der Mittelstandsverbund, und Michael Heller, Vertriebschef ElectronicPartner

stehen durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit über drei Jahre Fördermittel in Höhe von rund zwei Millionen Euro zur Verfügung.

Dr. Jörg Ehmer, Sprecher des Vorstands ElectronicPartner, ist von der Idee der externen Analyse überzeugt: „Gemeinsam mit geschulten Profis den PoS zu überprüfen, hilft dem Fachhandel nicht nur dabei, sich umweltbewusst aufzustellen, sondern spart letztendlich neben Energie und Strom viel Geld.“ Die Verbundgruppe ElectronicPartner unterstützt die

Im Interesse des Mittelstandes

Der Mittelstandsverbund ist der politische Spitzenverband der kooperierenden mittelständischen Unternehmen aus Handel, Handwerk und Dienstleistungsgewerbe in Deutschland und Europa. Unter seinem Dach vereint der Verbund rund 230.000 mittelständische Unternehmen in etwa 320 Verbundgruppen. Der Mittelstandsverbund hat den Auftrag, die Verbundgruppen und ihre Mitglieder zu fördern und bei der Initiierung weiterer überbetrieblicher Zusammenarbeit zu unterstützen. Das Ziel der Interessenvertretung ist, Nachteile der Klein- und Mittelbetriebe gegenüber den Großbetriebsformen auszugleichen. Der Mittelstandsverbund bekämpft bürokratische und kartellrechtliche Hemmnisse und setzt sich in Berlin und Brüssel für eine kooperations- und mittelstandsfreundliche Politik ein. Er wirkt dabei als Informationsverbund und als Kommunikationszentrale der Verbundgruppen. Als Mitglied wichtiger Organisationen und Gremien, wie z. B. dem Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), der „Arbeitsgemeinschaft Mittelstand“, dem Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverband (DGRV) und dem Europäischen Verband der Verbundgruppen (UGAL) gewinnt der Verbund stetig weiteren Einfluss auf die deutsche und europäische Politik.

Initiative „Mittelstand für Energieeffizienz“

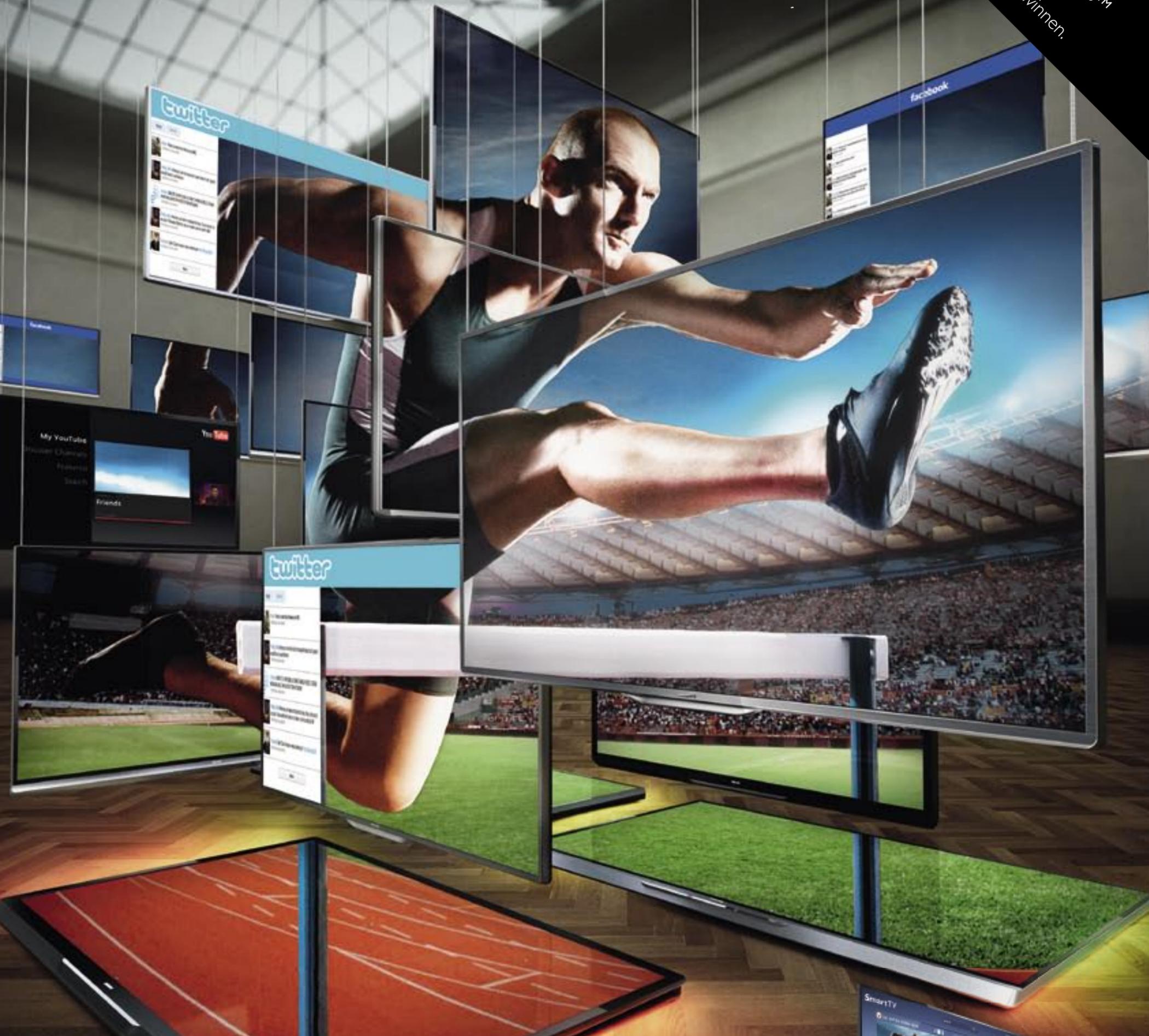
Investitionen zur Einsparung von Energie sind notwendig, um die wachsende Fixkostenbelastung zu reduzieren und um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Viele kleine Handels- und Handwerksunternehmen haben hier noch Nachholbedarf – auch da es ihnen an vertrauenswürdigen Informationen und fachkundiger Unterstützung auf dem Weg zu einem sparsameren Energieverbrauch mangelt. Den Verbundgruppen kommt bei der Steigerung der Energieeffizienz eine Schlüsselrolle zu: Immer mehr Kooperationen erkennen die erheblichen Potenziale von Investitionen in diesem Bereich und unterstützen ihre Mitgliedsunternehmen bei der Einsparung von Energie. Laut einer Umfrage des Mittelstandsverbundes halten 60 Prozent der Befragten die Senkung des Energieverbrauchs bei ihren Mitgliedern für sehr wichtig, nur 4 Prozent erachten Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz als unwichtig. 57 Prozent der Kooperationen bieten bereits erste Unterstützungsangebote an, 53 Prozent wollen ihre Investitionen hier weiter ausbauen. Der Mittelstandsverbund hat ein umfangreiches Beratungsprojekt für die 230.000 angeschlossenen mittelständischen Handels- und Handwerksunternehmen initiiert. Mit Hilfe des Projektes „Mittelstand für Energieeffizienz“, für das der Verband Zuwendungen vom Bundesumweltministerium in Höhe von rund 2 Millionen Euro erhält, sollen in enger Zusammenarbeit mit den Verbundgruppen die folgenden Ziele erreicht werden: Der CO₂-Ausstoß der 230.000 Unternehmen soll um insgesamt 5,7 Millionen kg reduziert werden, um die Zielerreichung im Rahmen der Nationalen Klimapolitik der Bundesregierung zu unterstützen. Hierbei sollen die Energiekosten der mittelständischen Handels-, Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen um 30 Prozent gesenkt werden. Die Mittelständler sollen somit noch wettbewerbsfähiger werden. Dabei ist es dem Mittelstandsverbund wichtig, Betriebe und Mitarbeiter für das Thema „Energie sparen“ zu sensibilisieren.

angeschlossenen Fachhändler beim Thema Nachhaltigkeit intensiv. So steht beispielsweise ein sorgfältig ausgewähltes Produktportfolio, das von ökologisch produzierten Kabeln bis zur Photovoltaik reicht, zur Verfügung. Zusätzlich hat ElectronicPartner eine Energiespar-App entwickelt, mit der Fachhändler die Umwelt- und Kostenvorteile effizienterer Geräte für ihre Kunden veranschaulichen können.

„Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit dem Mittelstandsverbund diese Kooperation vorstellen kön-

nen. Sie ist für uns ein weiterer wichtiger Schritt, um dem Fachhandel im Themenfeld Umweltfreundlichkeit zur Seite zu stehen“, bewertet Dr. Jörg Ehmer die Zusammenarbeit. „Ich bin sehr zuversichtlich, dass es uns gemeinsam gelingen wird, mit unserem Projekt den Mittelstand als Deutschlands Innovations- und Wachstumsmotor Nummer eins nachhaltig zu stärken – und für die Zukunft zu wappnen“, so Dr. Ludwig Veltmann, Hauptgeschäftsführer des Mittelstandsverbundes ZGV in Berlin.

Schnell online gehen
und mitmachen!
Mit videodirecty und Philips auf
www.philips.de/tv-promotion
tolle **THE DARK KNIGHT RISES™**
Fanpakete und exklusive
Download-Gutscheine gewinnen.



Unser Triathlon: Fernsehen, Surfen und Chatten.

Mit Smart TV können sich Ihre Kunden Internet und unzählige Apps direkt auf den Bildschirm holen. Mit einem der umfangreichsten Smart TV-Pakete überhaupt werden Philips Fernseher zu vollwertigen Medienportalen: Sie ermöglichen es Online-Inhalte zu zeigen, Musik, Fotos und Videos vom Tablet, Smartphone oder Notebook zu streamen und TV-Sendungen auf Wunsch auf einer externen Festplatte aufzuzeichnen. Außerdem im Angebot: Video-on-Demand, Musikservices, Spiele, Social Networking und mehr. Ausführliche Informationen finden Sie auf www.philips.de/tv.



PHILIPS
sense and simplicity

Vernetztes Entertainment auf 6.000 Quadratmetern Der IFA Auftritt von Sony

Mit zahlreichen Innovationen zeigt Sony auf seinem 6.000 Quadratmeter großen Stand in Halle 4.2 vernetztes Entertainment der Extraklasse. Hier kann der High-Tech-Fachhandel live erleben, wie seine Kunden die vielfältigen Angebote des Sony Entertainment Networks in erstklassiger Bildqualität und mit sattem Sound genießen können – und zwar mit intuitiver Bedienung. Ein ganz besonderes Highlight neben neuen Bravia Fernsehern: Der Deutschlandstart von Google TV.

„Hochinnovative TV-Technologien, spannende IT-, Digital Imaging- und Audio-Produkte, Neuigkeiten vom Sony Entertainment Network sowie Entertainment at its best – dies und noch mehr erwartet unsere Handelspartner auf unserem 6.000 Quadratmeter großen Stand in Halle 4.2“, erklärt Martin Winkler, Country Head Sony Deutschland. „Die IFA ist die perfekte Plattform, um die langjährige erfolgreiche Partnerschaft zwischen dem Fachhandel und Sony kontinuierlich zu pflegen und auszubauen. Wir freuen uns daher über den Besuch unserer Handelspartner und bieten neben individuellen Gesprächen auch ausführliche Produktpräsentationen, Standführungen und gezielte Produktschulungen an.“

Als erster Anbieter von Unterhaltungselektronik bringt Sony Internet-Erlebnisse mit Google TV auf die Bildschirme in deutschen Wohnzimmern. Möglich wird das mit dem Internet-Player NSZ-GS7 von Sony, dessen enorme Rechenpower Internetseiten und Onlineprogramme schnell und



Mit dem Sony Internet-Player NSZ-GS7, dessen enorme Rechenpower Internetseiten und Onlineprogramme schnell und flüssig darstellt, kommt Google TV perfekt auf den Bildschirm. Der neue Controller macht mit dem Touchpad die Bedienung leicht; auf seiner Rückseite befindet sich eine komplette Tastatur für Texteingaben.



Das neue TV-Flaggschiff BRAVIA HX955 bietet mit Full LED und Local Dimming brillante Bildqualität.

flüssig darstellt. Nach der Eingabe des Suchbegriffs in den Google Chrome Browser werden die relevanten Links und Programme schnell gefunden. Zusätzlich greift das Gerät auf das vielfältige Angebot von Apps und Spielen in Google Play zu. Natürlich funktioniert das dank WiFi drahtlos, und mit dem neu entwickelten Controller ist auch die Bedienung keine Hexerei. Auf der einen Seite dieser neuen Art von Fernbedienung befindet sich ein Touchpad, mit dem der Mauszeiger komfortabel gesteuert wird. Die andere Seite bietet eine hintergrundbeleuchtete vollständige Tastatur zur schnellen Eingabe von Suchbegriffen.

Wer keine Fernbedienung nutzen möchte, lädt sich die kostenlose App „Media Remote“ auf sein Smartphone oder Tablet (Android oder iOS) und navigiert damit durch die vielfältigen Angebote. Der Google TV Internet Player von Sony ist auch für die drahtlose Wiedergabe von Musik, Filmen und Fotos von Note-

books, Tablets, iPods, iPads und Android-Geräten geeignet und greift selbstverständlich auf das Sony Entertainment Network zu. Mehr als 15 Millionen Songs bei Music Unlimited und das umfassende Blockbuster Programm bei Video Unlimited lassen bei den Abonnenten keine Langeweile aufkommen. Mit Hilfe der intelligenten Imaging-Lösung PlayMemories ist auch der schnelle Zugriff auf Fotos und Videos in der Cloud möglich, die automatisch im richtigen Format für BRAVIA TVs, Tablets, Smartphones, PCs oder Notebooks dargestellt werden.

Der neue Google TV Internet Player NSZ-GS7 ist ab September zum Preis von 199 Euro (UVP) verfügbar.

Neues BRAVIA TV Flaggschiff

Damit die vielfältigen Online-Programme in bester Bildqualität genossen werden können, stellt

Sony mit dem neuen BRAVIA HX955 einen neuen High-End-Fernseher mit vollflächiger LED-Hintergrundbeleuchtung und Local Dimming vor. Einzelne Bildelemente können so auf dem 55 oder 65 Zoll großen Bildschirm abgedunkelt oder verstärkt werden. Der dadurch erreichte Kontrastumfang spielt besonders bei dunklen Szenen seine Stärken aus. Sie werden realistischer dargestellt. Die hohe Rechenleistung der neuen, weiterentwickelten X-Reality PRO Bildprozessoren macht es dem HX955 möglich, das Bild in wenigen Millisekunden zu analysieren und zu verbessern.

Der WiFi-fähige BRAVIA HX955 ist ab November 2012 verfügbar; die UVPs betragen 2.999 Euro für das 55 und 4.999 Euro für das 65 Zoll Gerät.

Das Entertainment Tablet

Mit dem neuen Android-Tablet Xperia Tablet S bringt Sony auf der IFA ein hochklassiges Gerät für mobiles Entertainment auf den Markt. Es ist nicht nur schlank,



Das neue Android-Tablet Xperia S ist nicht nur schlank, leicht und wasserabweisend, sondern sieht mit seinem Aluminium-Gehäuse auch ausgesprochen gut aus.

leicht und wasserabweisend. Die xLOUD- und Clear Phase-Technologien von Sony sorgen auch für hervorragenden Sound. Das neue Xperia Tablet S bietet direkten Zugriff auf das Sony Entertainment Network mit Music Unlimited und Video Unlimited sowie den PlayStation Store und ist dank seiner integrierten Web Camera mit acht

Megapixeln auch für Skype HD Telefonie geeignet. Es kommt mit unterschiedlichen Speicherkapazitäten zu Preisen (UVP) von 399 Euro (16 GB/WLAN), 499 Euro (32 GB/WLAN), 519 Euro (16 GB/WLAN & 3G) und 719 Euro (64 GB/WLAN & 3G) auf den Markt.

Heimkino-Receiver mit kabelloser Internet-Anbindung

Als erster Receiver von Sony geht der neue STR-DN1030 kabellos ins Netzwerk und verbindet sich als neue Medienzentrale im Wohnzimmer mit Computern, Smartphones, Tablets und dem Internet. Auch AirPlay beherrscht das neue Gerät. Natürlich hat auch der neue Heimkino-Receiver Zugriff auf das Sony Entertainment Network und streamt zum Beispiel die Videos von Video Unlimited direkt auf den Bildschirm. Für den Anschluss verschiedener Geräte stehen fünf HDMI-Eingänge zur Verfügung.

Mit 7.2 Kanälen mit jeweils 120 Watt bietet der STR-DN1030 Leistung satt. Dabei kann die Wieder-

gabe mit Hilfe des komfortablen Einmess-Systems „Advanced Digital Cinema Auto Calibration“ perfekt an die individuellen Gegebenheiten im Wohnzimmer bzw. Heimkino angepasst werden. Dabei spielt das Gerät seine Stärken nicht nur bei der Wiedergabe von Soundtracks aus, die vom leisen Flüstern bis zu explodie-

atmetern n Sony



Als erster AV-Receiver von Sony geht der neue STR-DN1030 kabellos ins Netzwerk.

renden Raumstationen für realistische Impressionen sorgt. Spezielle Sound-Programme bieten auch maßgeschneiderten Ton für Jazzmusik, Sportübertragungen oder Klassikkonzerte. Sogar das exakte Klangbild der Berliner Philharmonie ist im neuen AV-Receiver von Sony gespeichert.

Der STR-DN1030 kommt im September 2012 auf den Markt und kostet 599 Euro (UVP).

PC, Handy oder Tablet auf den Lautsprecher im ganzen Haus. Dank AirPlay ist auch das Streamen von iOS-Geräten direkt aus der iTunes-Bibliothek möglich. Für raumfüllenden Klang sorgt die 360° Technologie, die bereits am einzigartigen Design des Lautsprechers erkennbar ist. Und da das Gerät über einen Akku verfügt, ist der Einsatz nicht nur auf das Haus beschränkt: Eine volle Akkuladung bietet bis zu fünf Stunden Musik im Garten oder auf dem Balkon. Der Lautsprecher SA-NS510 von Sony ist ab sofort zum Preis von 349 Euro (UVP) verfügbar.

Super Sound für unterwegs

Mit der neuen MDR-1 Serie stellt Sony auf der IFA neue Premium-



Mit der neuen MDR-1 Serie stellt Sony auf der IFA neue Premium-Kopfhörer vor.



Der neue WiFi Lautsprecher SA-NS510 ermöglicht die drahtlose Übertragung der Musik von PC, Handy oder Tablet im ganzen Haus.

Kabelloser Musikgenuss

Mit dem neuen Lautsprecher SA-NS510 von Sony können Konsumenten ihre Lieblingsmusik jetzt ohne Kabelsalat in jedem Raum des Hauses genießen – die integrierte Wi-Fi-Funktion ermöglicht die Übertragung der Musik von

Martin Winkler, Country Head Sony Deutschland: „Die IFA ist die perfekte Plattform, um die langjährige erfolgreiche Partnerschaft zwischen dem Fachhandel und Sony kontinuierlich zu pflegen und auszubauen.“



Kopfhörer vor, die auch unterwegs erstklassigen Musikgenuss gewährleisten. Durch die Verwendung von hochwertigen Materialien bieten die neuen Bügel-Kopfhörer einen hohen Tragekomfort und sind robust und leicht zugleich. Das elegante Design ist unterwegs in der Stadt garantiert ein Hingucker und sorgt dank der mit flüssigkristallinem Polymer beschichteten 40 Millimeter Membran für eine besonders präzise Klangwiedergabe.

Dafür hat Sony besondere HD-Treibereinheiten entwickelt, die einen ultrabreiten Frequenzbereich von vier Hertz bis 80 Kilohertz darstellen können. Eine besondere Kombination aus High-Compliance-Membran und leichter Schwingspule erzeugt satte, kraftvolle Tieftöne und erweiterte Höhen und wird so den Anforderungen an hochaufgelöste Musikwiedergabe gerecht.

Vernetzt und individuell: die neue NEX-5R von Sony



Mit der NEX-5R stellt Sony auf der IFA seine erste Systemkamera mit WiFi-Funktion vor. Das spiegellose Modell beinhaltet eine weitere Neuheit: Als erste Systemkamera kann sie mit Hilfe von Apps den individuellen Vorlieben ihres Besitzers angepasst werden.

Dazu stellt Sony auf der PlayMemories Plattform kostenlose Apps bereit, die wie bei einem Smartphone auf der Kamera installiert werden können. Unter anderem stehen die Fernbedienungs-App „Smart Remote Control“, mit der die Kamera via Smartphone gesteuert werden kann, „Photo Retouch“ zur Bildbearbeitung und „Direct Upload“, um die gemachten Fotos schnell über das Internet zu teilen von Beginn an zur Verfügung. Weitere Apps sind in Planung.

Die neue NEX-5R von Sony bietet neben der Netzwerkfähigkeit auch verbesserte Leistung. So arbeitet der Autofokus besonders schnell und präzise, denn Sony hat in dieses Modell zwei Autofokus-Systeme eingebaut. Der Phasenauffokus misst den Abstand zum Motiv, der Kontrastautofokus erledigt dann an der richtigen Stelle die präzise Feinabstimmung. Im „Speed Priority Continuous-Mode“ schaltet die NEX-5R automatisch auf ein nachführendes Phasendetektionssystem um, um auch Motive, die sich sehr schnell bewegen, in einer Geschwindigkeit von bis zu zehn Bildern pro Sekunde scharf einfangen zu können.

Ebenfalls neu bei der NEX-5R ist die Verschlussautomatik für bessere Full HD Videos. Sie verlängert bei schlechten Lichtverhältnissen und Aufnahmen in Innenräumen automatisch die Belichtungszeit, so dass auch unter diesen Bedingungen helle und brillante Filmaufnahmen gelingen. Von der NEX-5N übernommen hat die NEX-5R den großen APS-C Sensor mit 16,1 Megapixeln, den Bionz Bildprozessor und die sehr hohe Lichtempfindlichkeit von maximal ISO 25.600.

Gleichzeitig mit der neuen Kamera stellt Sony vier E-Mount-Wechselobjektive vor, die den neuen Fast Hybrid Autofokus unterstützen. Darunter sind drei Zoom-Objektive mit den Brennweiten 18-55 Millimeter, 55-210 Millimeter und 18-200 Millimeter sowie das besonders lichtstarke Sonnar-T* Objektiv mit F1.8.

WAS WÄRE DIE IFA OHNE

INNOVATIVE PRODUKTE ERKENNEN SIE



Die offiziellen Partner des Plus X Award:



digitalMarkt

homeTec



Familienheim
Garten



i-fidelity.net



infoboard.de

inwohnen



markkundesign

POS-MRIL



smart
homes

spoke



IE INNOVATIONEN?

AN DIESEN SIEBEN GÜTESIEGELN:



Teilnahme unter
www.plusxaward.de

JVC steigt in neues Marktsegment ein Action mit Adixxion

Mit der neuen Action Kamera Adixxion steht bei JVC auf der IFA der Einstieg in ein neues, dynamisches Marktsegment im Mittelpunkt. Denn die Nachfrage nach robusten, handlichen Full-HD-Kameras, die bei praktisch allen Freizeitaktivitäten Live-Bilder schießen, wächst rasant. Allerdings lässt die Ausstattung vieler Action-cams zu wünschen übrig – viele haben außer Objektiv, Sensor und Speicher nicht viel zu bieten. Dagegen bietet JVC mit der Adixxion eine robuste Lösung für Fotos und Videos ohne Kompromisse.

Die neue Adixxion GC-XA1 ist sofort einsatzbereit, hat einen integrierten Bildschirm (3,8 cm), bietet ein Super-Weitwinkelobjektiv plus Bildstabilisator, kann WiFi und liefert hochauflösende Videos und Fotos in brillanter Full-HD-Qualität. Damit verfügt sie über alle Voraussetzungen für faszinierende Live-Bilder beim Biking, Motorsport, Skydiving, Kiting, Skaten, Surfen, Tauchen, Wildwasserfahren, Skisport oder Snowboarding. Dabei kann der kompakte Alleskönner in der Hand gehalten oder auf den Helm, das Bike, das Board oder das Auto montiert werden. Ihre Nehmerqualitäten verdankt die JVC Action Kamera Adixxion GC-XA1 dem Vierfach-Schutz, mit dem sie auch die härtesten Aktionen klaglos übersteht. Sie ist bis zu 5 Meter Tiefe wasserdicht, beim Fallen aus bis zu 2 Meter stoßfest, staubdicht und bis -10°C kälteresistent. Ihre Oberfläche aus einer kratzfesten, besonders griffigen Gummi-Textur schützt die Kamera



Bis 5 m wasserdicht, stoßfest, mit Bildstabilisator und Digitalzoom: Die JVC Action Kamera Adixxion GC-XA1 ist für dynamische Action-Videos und Fotos bestens ausgestattet.

und erleichtert das Handling in schwierigen Situationen. Dabei wiegt sie komplett nur 126 Gramm, passt in eine Hand, liefert einen klaren, ungedämpften Ton und erlaubt den freien Blick auf das Display und die ungehinderte Nutzung der vorhandenen Anschlüsse. Für erstklassige Aufnahmen ist die GC-XA1 mit einem Super-Weitwinkelobjektiv (170°) ausgestattet, dessen sichtbarer Bildwinkel (FoV) im HD960-Modus 152° beträgt. Damit sind nicht nur faszinierende Sportaufnahmen realisierbar, sondern auch großartige Panoramabilder, wie sie sich z. B. beim Kiting, Segelfliegen oder Modellflug ergeben. Praktisch ist beim bewegungsintensiven Action-Einsatz der zuschaltbare Bildstabilisator (A.I.S.), der Verwacklungen und Vibrationen ausgleicht. Darüber hinaus ermöglicht der 5-fach-Digitalzoom, das Geschehen heranzuholen und so spannende Details zu dokumentieren.

Videos und Fotos in Top-Qualität

Die kompakte JVC Action Kamera liefert Videos in Full-HD-Qualität

(1.920 x 1.080/30p). Alternativ sind auch Aufnahmen in „HD960“ (1.280 x 960/30p), „HD60“ (1.280 x 720/60p) und anderen Formaten möglich. Je nach gewählter Auflösung und SD/SDHC/SDXC-Speicherkarte reicht die Kapazität von maximal 9,5 Stunden Full-HD-Video bis zu 47 Stunden Material im WVGA-Modus. Auch Zeitrafferaufnahmen in Intervallen von 1 und 5 Sekunden sind möglich. Die Quick-Time-kompatiblen MP4-Dateien lassen sich durch den Mini-USB-Anschluss (2.0) auf PCs, Macs sowie gängigen Smartphones abspielen. Die Verbindung mit HD-Bildschirmen erfolgt über die eingebaute Mini-HDMI-Buchse. Mit ihren Bildern, die eine Auflösung von bis zu 5 Megapixeln (JPEG) aufweisen, macht die GC-XA1 auch als Fotokamera eine gute Figur.

Integrierte WiFi-Schnittstelle

Ein besonders gutes Verkaufsargument für die neue JVC Action Kamera ist die eingebaute WiFi-Funktion für die drahtlose Verbindung zum Smartphone. Über dessen Display können die Aufnahmen

einfach und schnell kontrolliert werden, auch wenn die Kamera schon montiert ist. Auch die Steuerung der Basisfunktionen der Kamera ist vom Smartphone aus möglich. Mit der WiFi-Verbindung können die Videos und Fotos zudem „live“ über WLAN-Netzwerke, mobile Hotspots oder Datentransfer an einen PC gesendet oder in soziale Netzwerke hochgeladen werden. Zudem kann die GC-XA1 auch als Webcam eingesetzt werden.

Umsatzmöglichkeiten mit Zubehör

Die Bedienung der GC-XA1 ist sehr einfach: Die Einstellungsmöglichkeiten sind Ein/Aus, REC, Zoom +/-, Menü und Play. Für die flexible Nutzung von Befestigungsmöglichkeiten verfügt die Adixxion über Stativgewinde auf zwei Seiten. Zum Lieferumfang gehören neben Akku und USB-Kabel eine Brillenhalterung zum Befestigen der Kamera am Brillenbügel, eine flexible Halterung, die auf ebenen und gekrümmten Oberflächen (z. B. Helmen) mit dem mitgelieferten 3M Doppelklebeband haftet, plus zwei Schutzlinsen und eine LCD-Schutzfolie. Als optionales Zubehör kann der Fachhandel ein 40-Meter-Tauchgehäuse, eine Röhren- und Lenkerbefestigung, ein Floating Strap (Schwimmpolster) sowie eine weitere Brillenhalterung, eine flexible Halterung, Schutzlinse, Ersatzakku und einen Netzadapter anbieten.

Die unverbindliche Preisempfehlung für die sofort lieferbare Action Kamera JVC Adixxion GC-XA1 beträgt 349 Euro (inkl. MwSt.).

Der Smartphone-Receiver fürs Auto

Auf der IFA wird JVC auch den neuen Smartphone/Multimedia-Receiver KWNSX1 präsentieren, der bereits auf der Amicom für Aufsehen sorgte. Die wichtigste Besonderheit des Gerätes ist die innovative MirrorLink-Funktion, die es ermöglicht, Inhalte und Funktionen eines Smartphone-Displays auf dem berührungsempfindlichen 15,5-cm-Monitor des Receivers zu spiegeln und so die Funktionsbereiche Unterhaltung, Kommunikation und Navigation besonders komfortabel und sicher zu nutzen. Die MirrorLink-Funktion ist per „Car Mode“ mit Samsung/Android oder Nokia/Symbian Smartphones verwendbar, iPhones werden mit dem „App Link Mode“ eingebunden. Die Aktivierung des „Car Mode“ erfolgt über eine auf das Handy downloadbare App und das Anwählen der MirrorLink-Funktion am Receiver. Je nach Smartphone-Typ erscheint die „Car Mode“-Anzeige auf dem



Die innovative Mirror-Link-Funktion macht es möglich, Inhalte und Funktionen eines Smartphone-Displays auf dem berührungsempfindlichen Monitor des Receivers zu spiegeln.

Display des KWNSX1 in der gewohnten Anmutung. So wird z. B. die Oberfläche eines Samsung Smartphones mit seitlich und unten angeordneten, aktivierten Softtasten dargestellt; bei Nokia Geräten werden dagegen „Up/Down“-Tasten eingeblendet. Den Hauptteil des Receiver-Displays nehmen drei große Softtasten ein, nämlich „Music/Location/Phone“ (Samsung/Android) bzw. „Call/Drive/Music“ (Nokia/Symbian). Damit werden die drei wichtigsten Funktionsbereiche des Smartphones bzw. des KWNSX1 und deren Untermenüs aktiviert und bedient. Mit dem „Car Mode“ kann man auch auf Apps zugreifen, die speziell für Anwendungen im Auto konzipiert sind.

Mit dem zum Lieferumfang gehörenden Bluetooth-Adapter und Kabelmikrofon kann der Fahrer je nach Ausstattung seines Handys verschiedene Funktionen nutzen, z. B. Freisprechen, Audio-Streaming, AVRCP-Profil, Zugriff auf Handy-Telefonbuch und alphabetische Suche, Übernahme Handy-Telefonbuch, SMS Empfangsbestätigung, Wählen per Spracherkennung sowie Steuerung von Internetradio Apps per AVRCP-Profil. Bei der Verwendung von BlackBerry Smartphones kann mit Hilfe des „Drive Change Mode“ (Laufwerkmodus) zwischen dem internen Speicher und der SD-Speicherkarte des BlackBerrys als Quelle umgeschaltet werden. Der neue JVC Multimedia-Receiver KWNSX1 ist mit einem hochwertigen DVD/CD-Player, einem 4 x 50 Watt MOS-FET-Leistungsverstärker, einem HS-IVI-Tuner mit RDS-Funktion sowie einem parametrischen 3-Band iEQ ausgestattet. Die unverbindliche Preisempfehlung für das ab sofort verfügbare Gerät beträgt 599 Euro.

POS Aktuell

Bitkom: Online-Anteil aller verkauften Fernseher seit 2007 mehr als verdoppelt

Nach Angaben des Bitkom wird bereits fast jeder fünfte Fernseher in Deutschland über das Internet bestellt, während der Online-Anteil an verkauften Fernsehern im Jahr 2007 bei 6% lag. „Die Bedeutung des Internets als Vertriebskanal für Unterhaltungselektronik hat eine kritische Größe erreicht“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder. „Selbst technologisch sehr hochwertige Produkte wie 3D-Fernseher verkaufen sich online sehr gut.“ Immer mehr stationäre Einzelhändler reagieren auf das sich ändernde Verbraucherverhalten. Sie eröffnen eigene Webshops, nutzen das Internet als Werbekanal und überzeugen ihre Kunden mit Zusatzdienstleistungen, die Online-Shops nicht anbieten. Gründe für den anhaltenden Boom des E-Commerce sind die steigende Verbreitung von schnellen Internetzugängen und die immer übersichtlicher und bequemer werdenden Online-Shops. Zudem versprechen sich die Verbraucher Preisvorteile von einem Kauf im Netz. Die höchsten Anteile beim Internetverkauf von Unterhaltungselektronik erzielen in Deutschland DVD-Player mit einem Online-Anteil von 25 Prozent und Digitalkameras mit 22 Prozent. Dagegen werden nur 11 Prozent aller Aufnahmemedien und Speicherkarten im Internet gekauft. Den niedrigsten Online-Anteil erzielen Set-Top-Boxen mit 9 Prozent.

Christian P. Illek neuer Microsoft Deutschland Chef

Christian P. Illek übernimmt ab Mitte September den Vorsitz der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland



und tritt damit die Nachfolge von Ralph Haupter an, der seit dem 1. Juli die Position des CEO Greater China Region innehat. Illek war bislang Geschäftsführer Marketing der Telekom Deutschland GmbH und verantwortete dort u. a. alle Marketingaktivitäten für Privat- und Geschäftskunden in Deutschland sowie die internationale Produktentwicklung für Festnetz, IPTV, konvergente und Geschäftskunden-Angebote der Deutschen Telekom AG.

Vor seiner Berufung als Geschäftsführer Marketing T-Mobile im Mai 2009 und zum Bereichsvorstand T-Home Anfang 2007 arbeitete er in verschiedenen Führungspositionen bei Bain & Company und Dell sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz. Christian P. Illek studierte Chemie und Betriebswirtschaftslehre in Düsseldorf und München und begann seine berufliche Laufbahn 1989 an der Münchner Universität.



**Wenn aus technischer Neugier
pure Leidenschaft entsteht.**

Metz Taros

So lässt sich echte Begeisterung fürs Fernsehen wecken: Der Metz Taros vereint anspruchsvolle Technologie mit elegantem Design. Seine klaren Linien setzen in jeder Umgebung einen unverwechselbaren Akzent. Modernste LCD-Technik mit LED-Technologie liefert eine erstklassige Bildqualität, die zusammen mit dem zwei-Wege-Lautsprechersystem höchsten Ansprüchen gerecht wird. Zudem sorgen zahlreiche Zusatzfunktionen wie zeitversetztes Fernsehen für eine besonders komfortable Bedienung. Entdecken Sie technische Perfektion „Made in Germany“, die schnell zu einer wahren Faszination wird. – Ihr Metz Fachhändler zeigt Ihnen gern, wie faszinierend Fernsehen sein kann!



Metz Taros LCD-TV



Ausstattung und Lieferfähigkeit modellabhängig.

Technische Perfektion ■ Sicher in die Zukunft ■ Bedienfreundlichkeit ■ Ausgezeichnete Qualität ■ Bequemer Service

Metz – immer erstklassig.

www.metz.de

UE



Neue 3D-Multimedia-brille cinemizer OLED von Zeiss

Zur IFA stellt Carl Zeiss die neue 3D-Multimedia-brille cinemizer OLED vor. Mit einem integrierten Akku und einem Gewicht von knapp 120 Gramm ist das „Kopfkino“ für den mobilen Einsatz optimiert und lässt sich per HDMI, Cinch-Videokabel oder optionalem iPod/iPhone-Adapter mit zahlreichen Ge-



räten verbinden, etwa mit Spielekonsolen wie Xbox 360 oder Playstation 3, Blu-ray-Player oder Smartphones. Die großzügige Dioptrieneinstellung pro Auge ermöglicht auch Brillenträgern eine problemlose Benutzung der Multimedia-brille.

Die cinemizer OLED ist ab sofort zum UVP von 649 Euro erhältlich.

Becker kündigt ICE Navi-Serie an

Becker stellt die beiden neuen Navis Becker Ready 45 ICE und Becker Ready 50 ICE vor. Mit der speziellen Funktion Becker SituationScan, dem neuentwickelten Fahrspurassistenten Pro 3D und der integrierten Bluetooth-Freisprecheinrichtung navigieren die Geräte komfortabel und sicher durch den Straßenverkehr. Ihr modernes Design in Gletscherweiß macht sie auch für hochwertige Fahrzeuge geeignet.

Die Navis der Becker Ready ICE Edition gibt es mit 4,3 (10,9 cm) oder 5 Zoll (12,7 cm) großem reflektionsarmen Touchscreen im 16:9-Format, das von einer edlen Front in modernem Gletscherweiß umrahmt wird. Neben dem bereits vorinstallierten



Das moderne Design in gletscherweiß macht die Becker ICE-Edition auch für hochwertige Fahrzeuge geeignet.

Kartenmaterial für 44 europäische Länder sind die neuen Navis mit der Funktion Becker SituationScan ausgestattet, die ständig die aktuelle Fahrtsituation in Abhängigkeit von Routenfortschritt und aktueller Geschwindigkeit analysiert. Bei erheblichen Abweichungen werden dem Fahrer Alternativrouten vorgeschlagen. Zudem wird er mit weiteren hilfreichen Informationen versorgt, jetzt auch bei der Annäherung an eine Landesgrenze. Der Fahrspurassistent Pro 3D zeigt bei Spurwechseln die wählende Fahrspur in einer mit-

laufenden Fullscreen 3D-Animation an. So wird vorausschauendes Fahren auch bei mehreren kurzfristig aufeinander folgenden Spurwechseln einfach. Zusätzlich erleichtert wird die Orientierung des Fahrers durch die 3D-Kartenansicht von Gelände und markanten Gebäuden. Auch die Text-to-Speech Sprachansagen orientieren sich jetzt stärker an der natürlichen Umgebung und beziehen wichtige Orientierungspunkte wie Brücken oder große Kreuzungen in den Ansatext ein.

Dank der Lernenden Navigation sind die Navis auch intelligent: Neben der Berücksichtigung historischer Verkehrsdaten werden von allen teilnehmenden Becker Kunden anonymisierte, nutzerspezifische Fahrtinformationen gesammelt und ausgewertet und den Anwendern für eine optimierte Routenberechnung zur Verfügung gestellt. So können Stellen mit einem hohen Staurisiko tages- und uhrzeitabhängig automatisch umfahren werden.

Zusätzlich ist im Lieferumfang die Software Becker Content Manager enthalten. Sie dient der bequemen Konfiguration der Navis am PC sowie dem Einkauf von zusätzlichem Kartenmaterial und weiteren Extras. Bei einer Online-Registrierung der Produkte innerhalb von 30 Tagen nach der ersten Inbetriebnahme ist ein kostenloses Online-Update auf das aktuelle Kartenmaterial sowie ein Rabatt auf das Karten-Abonnement für Europa inklusive.

Das Becker Ready 45 ICE und das Becker Ready 50 ICE sind ab Anfang Oktober 2012 zu einer UVP von 159 bzw. 179 Euro erhältlich.

Neuer Dualband Cloud Router von D-Link

Der Netzwerkexperte D-LINK bietet mit dem Dualband Cloud Router DIR-865L aus der Amplify-Produktserie mehr Tempo beim drahtlosen Surfen. Die innovative 802.11ac Technologie ermöglicht einen Durchsatz von bis 1,75 GBit/s. Als Cloud-Router lässt sich der DIR-865L zudem komfortabel über die mydlink Cloud-Plattform bedienen und verwalten.

Dazu liefert D-Link intelligente Apps für Android-/iOS-Smartphones und Tablets. Sie ermöglichen einen schnellen Zugriff auf das mydlink-Portal und sortieren die zahlreichen Funktionen des DIR-865L zu einem übersichtlichen Angebot. Unterstützt werden zahlreiche Sicherheitsfunktionen wie die Kontrolle der am Router angemeldeten Benutzer und die Abwehr von unbefugten Zugangsversuchen. Zudem bietet der Dualband Cloud Router über die D-Link SharePort-App ein äußerst schnelles Streaming von Musik und Videos zu einem Endgerät. Ein eigener USB 2.0 Anschluss dient als universeller Massenspeicher-Zugang. Durch die 802.11ac Dualband Technologie kann man



Die neue Lumix G5 Spiegellos auf SLR-Niveau

Die Nachfrage nach spiegellosen Systemkameras wächst weltweit rasant. In Japan hat der Verkauf dieser Modelle im Januar bereits den von DSLRs übertroffen, auch in Deutschland werden die DSLM (= Digital Single Lens Mirrorless; so nennt Panasonic jetzt diese Kategorie) immer beliebter. Neuheiten wie die Lumix G5 sollen diesen Trend unterstützen. Panasonic hat die neue spiegellose Systemkamera als Alternative zu digitalen Spiegelreflexkameras positioniert.

Im Vergleich zur G3 wurde bei der Lumix G5 die Auflösung des neuen Live-MOS-Sensors auf 16 Megapixel gesteigert. Der weiterentwickelte Venus Engine Bildprozessor macht die Kamera deutlich schneller als die G3; die von 60 auf 120 B/s verdoppelte Auslesefrequenz sorgt für eine Fokussiergeschwindigkeit, die nach Angaben von Panasonic selbst High-End-SLRs mit Phasen-Detektionssystemen übertrifft. Bei Highspeed-Fotoserien kommt die Lumix G5 auf bis zu 6 B/s im AFS-Modus bei voller Auflösung, mit elektronischem Verschluss sind sogar 20 B/s mit 4 Megapixeln möglich. Bei der neuen „Silent Shutter“-Funktion ermöglicht der elektronische Verschluss zudem praktisch geräuschloses Auslösen.

Der elektronische Live-View-Sucher mit 1,44 Millionen Bildpunkten und einer Vergrößerung von effektiv 0,7x kann im automatischen Wechsel mit dem dreh- und schwenkbaren 7,5 cm/3,0“ LCD-Monitor mit 920.000 Bildpunkten genutzt werden. Neu ist die Möglichkeit, das berührungsempfindliche Display auch als Touchpad zur AF-Positionierung zu nutzen, während man gleichzeitig durch den elektronischen Sucher schaut. Die Schärfe kann so ganz einfach per Fingertipp auf einen bestimmten Teil des Bildausschnittes gelegt werden. Das funktioniert auch beim Videofilmen und ermöglicht professionell anmutende Effekte, denn die Schärfe kann während der Aufnahme von einem Detail auf ein anderes verlagert werden.



Mit einem Fingertipp auf das dreh- und schwenkbare Touchscreen kann die Schärfe auf jeden beliebigen Punkt des Motivs gelegt werden.

Die Videoqualität wurde im Gegensatz zur G3 deutlich verbessert, denn die Lumix G5 zeichnet bewegte Bilder im Full-HD Standard mit 1.920 x 1.080 Pixeln jetzt progressiv im 50p-Modus auf. Dadurch werden feine Details oder Motive, die sich sehr schnell bewegen, deutlich schärfer wiedergegeben. Während der Videoaufnahme kann jederzeit auch ein Foto gemacht werden, indem einfach der Auslöser betätigt wird.

Die „Extra Tele Conversion“-Funktion erweitert virtuell den Zoombereich des angesetzten Objektivs bis zum Faktor 4,8, und zwar wegen der geringeren Videoauflösung ohne Beeinträchtigung der Bildqualität. Die Filme können wahlweise im platzsparenden AVCHD progressive Format oder als MP4-Dateien aufgezeichnet werden.

Neue Features

Neben verschiedenen Automatik-Funktionen, darunter die intelligente Automatik iA und iA+, gibt es bei der Lumix G5 acht zusätzliche Kreativ-Modi und eine HDR-Funktion, bei der mehrere Fotos mit unterschiedlicher Belichtung nacheinander aufgenommen und anschließend zu einem ausgewogenen Einzelbild kombiniert werden.

Diese Leistungsdaten sollen zeigen, dass die DSLM-Klasse inzwischen dem klassischen SLR-Konzept nicht nur ebenbürtig ist, sondern sogar Vorteile bietet, mit denen das aus analogen Zeiten stammende DSLR-Konzept nicht Schritt halten kann. „Beim DSLM-Konzept geht es nicht nur darum, durch den Verzicht auf den Spiegel das Leistungsprofil einer Systemkamera in einem kleineren Gehäuse als einer DSLR zu realisieren“, betont Michael Langbehn, Manager PR/CSR/Sponsoring bei Panasonic. „Das DSLM-Konzept ist DSLRs vielmehr überlegen, denn es wurde von Anfang an für die Aufnahme digitaler Bilder und Videofilme entwickelt.“

Die Lumix G5 ist ab August zum Preis von 649 Euro (UVP – Gehäuse) sowie in verschiedenen Kit-Konfigurationen von 749 bis 949 Euro (UVP) erhältlich.



Mit der neuen Lumix G5 will Panasonic das klassische DSLR-Segment angreifen.

gleichzeitig auf einem Frequenzband im Internet surfen und E-Mails abholen, während über das andere Frequenzband Filme übertragen, VoIP-Telefonate geführt und Online-Spiele gespielt werden. Über die SharePort-App klappt das nahtlos mit mobilen Endgeräten: Sie streamt die komplette Medienbibliothek ganz einfach auf Apple- oder Android Smartphones sowie Tablets. Im Zusammenspiel mit dem 802.11ac USB-Adapter DWA-182, der bald auf den Markt kommen soll, werden nach Angaben von D-Link auch ältere Endgeräte in der Lage sein, die volle Gigabit-Geschwindigkeit im WLAN umzusetzen.

Darüber hinaus verfügt der Dualband Cloud Router über schnelle drahtgebundene Anschlüsse. Vier Gigabit-Ethernet Ports und ein Gigabit-LAN Anschluss sorgen für durchgehend schnelle Verbindungen vom Internet bis zum Endgerät. Dazu wurden zahlreiche energie-sparende Techniken eingebaut, um die Stromaufnahme so niedrig wie

möglich zu halten. Die Einrichtung des Routers ist mit der D-Link QRS App (Quick Router Setup) sehr einfach. Mit 802.11ac hält Gigabit-Tempo Einzug in das drahtlose Netzwerk. Der neue Standard nutzt dafür mehrere Frequenzbänder gleichzeitig und verbessert die bisher bei 802.11n eingesetzten Modulationsverfahren. Trotzdem bleibt die Technik abwärts-kompatibel mit den bestehenden und weit verbreiteten Standards 802.11 a/b/g/n. So übertragen Benutzer des DIR-865L 450 Mbit/s über 802.11n im 2,4 GHz Band, während parallel eine 1.300 Mbit/s schnelle Übertragung mit 802.11ac auf dem 5 GHz Band läuft. Verschiedene Optimierungen wie Beamforming, bei der die Funkwellen möglichst exakt auf den Empfänger ausgerichtet werden, tragen ihr Übriges zur schnellen WLAN-Leistung bei. Der DIR-865L ist ab sofort verfügbar und kostet 244 Euro (UVP).

Hannspree SL-Serie auch in Weiß

Hannspree bietet den SL24DMBW 24“ Fernseher aus der SL-Serie jetzt



auch in Weiß an. Das Gerät bietet Time-Shift, personalisierbare Videorekorder-Funktion und integrierten DVB-T-Tuner. Darüber hinaus können dank HDMI-Anschluss auch Spielkonsolen oder Blu-ray-Player eingesetzt werden.

Ein traditioneller Scart-Anschluss ermöglicht auch die Verwendung älterer Geräte, für den PC oder Laptop gibt es eine VGA-Schnittstelle; auch ein ISB-Port ist vorhanden.

Das Full HD-Display (1.080p) mit LED-Backlight bietet 5 ms Reaktionszeit, gute Blickwinkel von 160 Grad, einen X-Kontrast von 3.000.000:1 (1.000:1-Typ) und Full-HD-Auflösung. Die Lautsprecher mit 2 x 3 Watt sorgen für einen anständigen Ton. Der UVP für den Hannspree SL24DMBW mit 59,9 cm (23,6“) beträgt 219 Euro.



UE

Neue Objektivvorsätze von S+M Rehberg

Der Hamburger Zubehörspezialist S+M Rehberg hat jetzt das Objektiv-Set Olloclip für iPhone & Co. vorgestellt. Olloclip ist eine 3in1-Objektivlösung aus echtem Glas mit drei Brennweiten in einem Gehäuse aus hochwertigem Aluminium.

Der Olloclip, kompatibel mit iPhone 4 und iPhone 4s, wird einfach auf das iPhone gesteckt und ist sofort einsatzbereit. Je nachdem, in welcher Richtung der Olloclip auf das iPhone gesteckt wird, stehen ein FishEye-Objektiv mit einem 180° Bildwinkel, ein Weitwinkelobjektiv zur Verdopplung des Bildwinkels des iPhone Kameraobjektivs oder ein Makroobjektiv für Nahaufnahmen ab 1,3 cm zur Verfügung. Zur Verwendung als Makroobjektiv wird einfach der Weitwinkelvorsatz abgeschraubt.



Der Olloclip wird einfach auf das iPhone (Modell 4 oder 4S) gesteckt.



Online-Musikdienste wie Last.fm empfängt sowie Dateien aus PC- oder Mac-basierten Archiven abspielt. Sieben HDMI-Eingänge, von denen einer an der Front untergebracht ist, unterstützen 3D sowie Aufwärtsskalierung und Pass-Through bis zu 4k zur Verbesserung von Bildmaterial mit geringerer Auflösung. Darüber hinaus ist der SR7007 in der Lage, ARC (Audio Return Channel) von entsprechend kompatiblen TV-Einheiten wiederzugeben. Über seine 3 HDMI-Ausgänge wiederum besteht die Möglichkeit, einen Fernseher, einen Projektor und bei Bedarf ein weiteres Gerät mit einem anderen Signal (z. B. im Raum nebenan) gleichzeitig mit Videomaterial zu versorgen. Die Marantz Dynamic Expander Version 2 (M-DAX2) sorgt dafür, dass komprimierte Dateien und MP3-Files optimiert werden, die von iDevices (per USB), von CD oder über den optionalen RX101 Bluetooth Receiver abgerufen werden. Der SR7007 von Marantz ist ab sofort in den Farben Schwarz und Silber-Gold zum UVP von 1.600 Euro erhältlich.

Exilim mit „runden Ecken“

Casio hat drei neue Digitalkameras angekündigt, die in verschiedenen Farben und mit unterschiedlichen Oberflächendesigns erhältlich sein werden. Die neuen Exilim Modelle EX-N1, EX-N10 und EX-N20 haben abgerundete Gehäuse und sollen dadurch besonders gut in der Hand liegen. Beim Designkonzept wurde nicht nur auf die Farbe, sondern auch auf das Material und die Oberflächenbehandlung Wert gelegt.



Die glänzende Beschichtung der Exilim N10 erinnert laut Casio Pressemitteilung „an eine Maniküre“.

CMF Design nennt Casio dieses Konzept, das die drei Elemente Color (Farbe), Material und Finishing (Oberflächenbehandlung) kombiniert, um besonders attraktive Designs zu erzeugen. So soll es den Konsumenten ermöglichen werden, die Kamera auszuwählen, die ihrem individuellen Geschmack am besten entspricht und mit dem ganz persönlichen Lebensstil harmonisiert.

Alle drei Kameras sind mit einem 16,1 Megapixel CCD-Bildsensor, 5-fach Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 26 mm und HD-Movie Funktion ausgestattet. Die Exilim

EX-N1 wird in den drei auffallenden Farbvarianten Peppermint Blue, Candy Pink und Vanilla White angeboten. Die leuchtenden Farben sind mit schwarzen Elementen kombiniert; außerdem gibt es zwei „einfache“ Farbvariationen in Black Lightning und Red Thunder, mit attraktiven, keramik-ähnlichen Glanzelementen.

Die Exilim EX-N10 fällt durch ihr elegantes Steppdesign auf, dessen Muster so wirkt, als ob es in die Innenseite der durchsichtigen Gehäusebeschichtung graviert wurde.

Diese glänzende Beschichtung, die laut Casio an eine Maniküre erinnert, soll Frauen gefallen, die ihre Kamera auch als Accessoire tragen. Es werden drei Farbvarianten angeboten: lebhaftes Pink Sapphire, edles Gold Topaz und zeitloses Black Onyx.

Die Exilim EX-N20 wurde mit einer strukturierten, lederähnlichen Oberfläche versehen, die gut in der Hand liegt. Dies soll der Kamera einen dezenten Look geben, um Kunden anzusprechen, die es klassisch und hochwertig mögen. Der Objektivring und die Grifffläche tragen mit ihrem Metallic-Silber-Finish zum hochwertigen Erscheinungsbild der Kamera bei. Sie ist in den drei Farbvarianten Havana Brown, Venice Blue und Marakesh Red erhältlich.

Die Exilim N-Serie ist ab sofort verfügbar; die empfohlenen Preise lauten 99 Euro (EX-N1) und 119 Euro (EX-N10 und EX-N20).

Wechsel im Marketingteam von LG

Jens-Olaf Offhaus, bisheriger Marketingleiter IPS bei LG Deutschland, ist zum 1. Juli zum Head of Strategic



Jens-Olaf Offhaus ist neuer Head of Strategic Marketing für den Geschäftsbereich Mobile Communication bei LG.

Marketing für die Business Unit Mobile Communication ernannt worden. Seine frühere Position übernimmt der bisherige Channel Marketing Manager Frank Sander. Offhaus, der vor seiner Zeit bei LG unter anderem im Produktmanage-

ment bei Procter & Gamble aktiv war, forcierte im letzten Jahr maßgeblich die strategische Ausrichtung des Marketings im Unternehmensbereich Information Systems Products. In seiner neuen Funktion berichtet er an Oliver Kinne, Sales und Marketing Director LG Mobile. Sander, der seit 2010 das Channel-Marketing des Unternehmens verantwortete, ist in seiner neuen Position für den weiteren erfolgreichen Ausbau des Geschäfts mit Monitoren, Commercial Displays, Projektoren und Blu-ray-Laufwerken verantwortlich. Vor seinem Engagement bei LG war er unter anderem im Produktmarketing und im Sales für Unternehmen wie Tandberg Data, Infotrend und Maxdata tätig.



Frank Sander übernimmt Offhaus' Position als Marketingleiter IPS.

Consumer Electronics-Branche wächst im ersten Halbjahr 2012 um 6,1%

Die Consumer Electronics-Branche in Deutschland erzielte im ersten Halbjahr 2012 mit 13,2 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Wachstum von 6,1 Prozent. Das ergibt sich aus dem Consumer Electronics Markt Index CEMIX, einem Gemeinschaftsprojekt des Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), der GfK Retail and Technology GmbH und der gfu – Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH. Die klassische Unterhaltungselektronik wuchs um 4,9 Prozent, der Produktbereich der privat genutzten Telekommunikation um 17 Prozent; mit privat genutzten IT-Produkten wurden dagegen 1,5 Prozent weniger umgesetzt.

Die sportlichen Großereignisse Fußball-Europameisterschaft und Olympische Spiele haben dem Geschäft mit Fernsehgeräten deutliche Impulse gegeben. So wurden im ersten Halbjahr 2012 in diesem Segment 3,1 Milliarden Euro umgesetzt, 13,8 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2011. Der Zuwachs bei den Stückzahlen betrug 14,1 Prozent auf 4,986 Millionen Stück. Dabei setzte sich der Trend zu hochwertigen TV-Geräten und großen Bilddiagonalen weiter fort. Rund 55 Prozent der im ersten Halbjahr verkauften TV-Geräte haben einen Internet-Anschluss, alle verkauften Geräte sind HD-tauglich und rund 34 Prozent der verkauften Geräte sind für 3D-Wiedergabe ausgestattet.

Zuwächse gab es in der ersten Jahreshälfte auch bei den Set-Top-Boxen aufgrund der Abschaltung der analogen Satelliten-Übertragung am 30. April 2012. 4,5 Millionen Stück (+ 91,1%) stehen für einen Umsatz von 382 Millionen Euro (+ 51,8%). Umsatzrückgänge gab es in den Bereichen digitale Kameras (- 1,2%), Camcorder (- 20,4%), Personal Audio (- 7,9%) und Videogames (- 10,9%). Dagegen verzeichneten die Bereiche Home Audio (+ 4,0%) und Zubehör (+ 26,2%) Zuwächse.

Im Produktsegment der privat genutzten Telekommunikation gaben die universellen Smartphones weiter den Takt vor. Mehr als acht Millionen Stück (+ 31,3%) sorgten für einen Umsatz von knapp 2,9 Milliarden Euro (+ 31,3%). Klassische Mobiltelefone sind mit 3,6 Millionen Stück (- 31,2%) und einem Umsatz von 228 Millionen Euro (- 46,5%) deutlich weniger gefragt.

Wie im ersten Quartal begonnen, setzte sich der Umsatzrückgang in der Kategorie der privat genutzten IT-Produkte fort. Wachstum zeigen nur die Tablet-PCs mit 1,1 Millionen verkauften Stück (+ 167,5%) und einem Umsatz von 524 Millionen Euro (+ 138,1%).

Mit einem Umsatzvolumen von erstmals knapp 29 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2012 erwarten die Marktforscher ein Wachstum von mehr als vier Prozent. Dazu sollen alle drei Bereiche (Unterhaltungselektronik, privat genutzte TK und IT) mit Zuwächsen beitragen. Nach den sportlichen Großereignissen Fußball-Europameisterschaft und Olympische Spiele im ersten Halbjahr erwarten die beteiligten Verbände im zweiten Halbjahr Impulse von der IFA.

Varta startet großes „Indestructible“ Gewinnspiel Kreative Tester gesucht

Die „Indestructible“-Leuchten von Varta gelten als präzise, stark und unzerstörbar. Beim „Indestructible“-Gewinnspiel, das ab September stattfindet, sind eigene kreative Testmethoden gefragt, die die Robustheit der Leuchten auf die Probe stellen sollen. Der Gewinner wird mit 1.250 Euro belohnt.

Die laut Hersteller nahezu unzerstörbaren „Indestructible“-Leuchten mit ihrem extrem widerstandsfähigen und ansprechenden Produktdesign überstehen selbst einen Fall aus bis zu neun Metern Höhe. Deshalb sind sie auch für Outdoor-Aktivitäten oder die harte Arbeit auf dem Bau geeignet. Eine Legierung aus Aluminium und Titan verleiht den Stablampe, die Varta in sechs Varianten anbietet, ein äußerst widerstandsfähiges und spritzwassergeschütztes Gehäuse. Der im Verschlussdeckel liegende Ein-Aus-Knopf rundet das ergonomische Design ab, das ganz auf den anspruchsvollen Einsatz bei extremer Belastung ausgerichtet ist. Leuchtstärken von bis zu 140 Lumen und Leuchtweiten von bis zu 160 Metern machen die „In-

destructible“-Serie von Varta Consumer zu Erfolgsmodellen. Diese Merkmale der „Indestructible“-Serie führten auch zu Auszeichnungen von unabhängiger Seite. So gewannen die „Indestructible“-Leuchten im Frühjahr den begehrten PlusX-Award als „Beste Taschenlampe des Jahres 2012“ und erhielten die Siegel „High Quality“, „Design“ und „Funktionalität“.

Der Härte-test

Im Zeitraum September bis November 2012 bietet Varta Konsumenten nun die Möglichkeit, die Leuchten selbst auf Herz und Nieren zu testen. Hierfür können sich Interessierte ab August 2012 online unter www.built-to-survive.com registrieren. Die Schnellsten erhalten kostenlos eine von 125

„Indestructible“-Leuchten für ihren individuellen Härte-test. Im Rahmen des Gewinnspiels sind die Teilnehmer dazu aufgefordert, eigene Test-Ideen zu entwickeln und in einem kreativen Video festzuhalten. Sobald das persönliche Testvideo erstellt ist, kann es zwischen Anfang September und Ende November 2012 in die Galerie von www.built-to-survive.com



Eine Legierung aus Aluminium und Titan verleiht den „Indestructible“-Leuchten ein äußerst widerstandsfähiges Gehäuse.



Beim Gewinnspiel sind kreative Ideen zum Testen der „Indestructible“-Leuchten gefragt.

hochgeladen werden. Wer die Vorverlosung der 125 Testleuchten verpasst und seine eigene Varta „Indestructible“-Leuchte für das Video verwendet hat, bekommt diese bei Einsendung eines Videos ersetzt.

Im Dezember 2012 wird aus den eingereichten Videos durch ein öffentliches Voting das beste Testvideo gewählt. Einfach auf www.built-to-survive.com klicken und für ein Video voten. Das Video mit den meisten Votes gewinnt – der kreative Tester erhält ein Preisgeld in Höhe von 1.250 Euro. Die Teilnehmer auf den folgenden 20 Plätzen erhalten ein Varta „Indestructible“-Shirt.

UE



Drei neue Full-HD-Digital-kameras von Rollei



Die neue zoomstarke Allrounderin Rollei Powerflex 360 Full-HD ist mit einem lichtstarken F: 1:3,4 bis 5,7 Superzoom-Objektiv mit einer Brennweite von 22,5 bis 810 mm (KB) ausgestattet.

Zur IFA erweitert Rollei seine Powerflex Serie um drei neue Digitalkameras mit Full-HD-Videofunktion. Spitzenmodell ist die Powerflex 360 Full-HD mit einem 36-fach Superzoom-Objektiv. Dazu kommen die Rollei Powerflex 550 Full HD und die Powerflex 700 Full HD. Die neue zoomstarke Allrounderin Rollei Powerflex 360 Full HD ist mit einem lichtstarken F: 1:3,4 bis 5,7 Superzoom-Objektiv mit einer Brennweite von 22,5 bis 810 mm (KB) und optischem Bildstabilisator, 18 Megapixel Sony 1/2,3" Sensor und 3,0" TFT-LC-Display ausgestattet. Im überraschend kompakten Gehäuse mit den Maßen 111 x 126,5 x 88 mm bietet sie neben der Full-HD-Videofunktion (1.920 x 1.080p) auch 33 Motivprogramme inklusive Panorama sowie HDR und einstellbaren Weißabgleich. Die Kamera, die vor allem für Bridge-Einsteiger gedacht ist, kommt Anfang November in der Farbe Schwarz zum Preis von 369,99 Euro (UVP) auf den Markt. Das hochwertige Rollei Apogon-Objektiv der neuen Rollei Powerflex 550 Full HD mit optischem Bildstabilisator deckt den Brennweitenbereich von 26–130 mm ab. Sie ist mit einem 14 MP CMOS-Sensor und einem 2,7 Zoll Farbdisplay (6,85 cm, 230 K Pixel) ausgestattet. Das Kameraleichtgewicht (ca. 100 g, Maße: 93,3 x 55,4 x 19,96 mm) bietet Full-HD-Videofunktion

(1.920 x 1.080p), 31 Motivprogramme, HDR-Funktion und Fischaugeneffekt. Ab Mitte September ist die Powerflex 550 Full HD in den Farben Rot, Silber und Schwarz für 129,99 Euro (UVP) erhältlich. Schnelles Auslösen und eine Super-Macro-Funktion mit einem Mindestabstand von nur einem Zentimeter kennzeichnen die Powerflex 700 Full HD. Die HDR-Funktion ermöglicht auch bei besonders kontrastreichen Motiven Aufnahmen mit ausgezeichneter Detailzeichnung. Zur Ausstattung der Kamera mit den Abmessungen 98,8 x 57,1 x 21,9 mm gehören ein 12-Megapixel-Sensor, ein F3,3–5,9 8-fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 24,5–198 mm (KB), Full-HD-Videofunktion und 1 Gigabyte interner Speicher. Das 3" (7,62 Zentimeter) große Farbdisplay hat 460 K Pixel. Die Powerflex 700 Full HD ist ab Ende September in den Farben Silber und Schwarz zum Preis von 149,99 Euro (UVP) verfügbar.

Neue DAB+ Digitalradios von TechniSat



Mit den jetzt von TechniSat vorgestellten DAB+ Digitalradios DigitRadio 200 und DigitRadio 300 lassen sich 14 inzwischen fast deutschlandweit ausgestrahlte Programme, zusätzliche Regionalprogramme und zahlreiche digitale Zusatzdienste hörbar erleben. Das Spitzenmodell der neuen Familie, das DigitRadio 500, ist besonders für den Empfang von DAB+, DAB, UKW und Internetradio sowie die Wiedergabe von Streaming-Angeboten im Heimnetzwerk geeignet. Mit dem portablen DAB+ DigitRadio 200 ist sowohl stationärer als auch mobiler DAB+ und UKW-Empfang möglich. Das Gerät mit elegantem Äußeren bietet gute Klangqualität und jeweils 10 Speicherplätze für digitale und UKW-Radiostationen. Der integrierte Lithium-Polymer-Akku (LiPo) erlaubt bis zu zehn Stunden Mobilbetrieb. Über das mitgelieferte 9-V-Netzteil lässt sich das Mobilradio aber auch stationär verwenden. Das DigitRadio 200 ist ab sofort zum UVP von 79,99 Euro erhältlich. Neben hervorragendem Klang dank Equalizer und integrierter Bassreflextube bringt das DigitRadio 300 auch praktische Sleep Timer- und Radioweckfunktionen mit. Sein vierzeiliges, beleuchtetes LC-Display zeigt den Sendernamen und zahlreiche Zusatzinformationen. Über seinen integrierten Line-Out-Ausgang lässt sich das DigitRadio 300 problemlos mit der heimischen Audio-Anlage verbinden.

Es ist ab sofort zum Preis von 149,99 Euro (UVP) lieferbar. Das Spitzenmodell der DAB+ Digitalradio Familie von TechniSat ist das DigitRadio 500. Es ist für den Empfang von DAB+, DAB, UKW und Internetradio sowie der Wiedergabe von Streaming-Angeboten im Heimnetzwerk geeignet. Über das 3,5"-Farbdisplay mit Touchscreen-Funktionalität sind neben Sendernamen und Zusatzinformationen auch die digitalen DAB+ Zusatzdienste nutzbar. Die Anbindung an das Internet kann über die WLAN- oder LAN-Schnittstelle erfolgen. Dann stehen dem Hörer zusätzlich zu den DAB+, DAB und UKW-Sendern über 11.000 Internetradiosender zur Verfügung. Hinter einem ausfahrbaren Schiebemechanismus verbirgt sich eine iPod/iPhone-Dockingstation. Bei 30 W Stereo-Ausgangsleistung sollen zwei integrierte BMR-Schallwandler mit hoher Bandbreite und ein über alle Frequenzen äußerst gleichmäßiger Abstrahl für perfekte Digitalradio-Qualität sorgen. Das DigitRadio 500 ist seit Mitte August zum UVP von 259,99 Euro erhältlich.



Das Spitzenmodell der DAB+ Digitalradio Familie von TechniSat ist das DigitRadio 500.

Powerline-Adapter von Sagemcom



Sagemcom führt mit dem F@st Plug 500 Premium seinen ersten Powerline-Adapter in Deutschland ein. Während die hohe Datenübertragungsrate des Adapters (500 Mbit/s) den Zugriff auf Audio-/Video-Streaming ermöglicht, sorgt die integrierte Steckdose dafür, dass Peripheriegeräte wie Set-Top-Box, Spielekonsole, PC oder Media-Player jederzeit Stromanschluss finden. Der 256 Gramm leichte Adapter verfügt für den Direktanschluss eines PCs oder anderer Peripheriegeräte über eine Gigabit-Ethernet-Schnittstelle und ist kompatibel mit Internet-Routern. Für gesicherte Datenübertragung sorgt eine AES-Verschlüsselung (128 Bit). Die Installation des F@st Plug 500 Premium ist äußerst einfach. Zum Lieferumfang gehören zwei Ethernetkabel und eine Schnellanleitung („Quick Start Guide“). Powerline-Adapter wie der Sagemcom F@st Plug 500 Premium senden Daten über die Stromleitung und modulieren hierfür ein entsprechendes Frequenzsignal. Damit ein Netzwerk via Stromleitung eingerichtet werden kann, sind immer zwei Adapter nötig: ein Gerät zum Senden und eines zum Empfangen der Daten. Der F@st Plug 500 Premium ist voll kompatibel mit 200 Mbit/s Powerline-Adaptoren, so dass das Netzwerk entsprechend ausgebaut werden kann. Der F@st Plug 500 Premium ist ab sofort verfügbar und kostet (UVP) für zwei Adapter 149,99 Euro.

27. – 28. Februar 2013, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more ... SMART“

Gigaset bringt erstes Festnetztelefon mit Touch-Display und Tastatur

Hybrid-Bedienung mit Komfort



Mit klassischer Tastatur und Touch-Display: das Gigaset S820

Gigaset bringt mit dem Gigaset S820 das erste Festnetztelefon auf den Markt, das ein Touch-Display mit einer klassischen Tastatur in einem Gerät vereint. Neben der Hybrid-Bedienung machen auch die Individualisierbarkeit und das neue Anrufmanagement das Telefonieren mit dem neuen Gerät besonders komfortabel.

Das resistive Touch-Display mit 6,1 cm Diagonale dient beim Gigaset S820 dem direkten Zugriff auf die wichtigsten Funktionen wie Anruflisten oder Adressbuch. So können sechs Einstellungs- und Anwendungsoptionen, die der Benutzer individuell zusammenstellen kann, direkt und ohne

vorheriges Navigieren durch das Telefon-Menü abgerufen werden. Die Tastatur des S820 dient dem schnellen Wählen von Nummern, dem Editieren der Adressbuch-Einträge und den Zifferneingaben für die Weckzeit oder Uhr.

„Die Kombination beider Bedienphilosophien mit Touch & Tasten bietet dem Konsumenten eine neue und flexible Art der Telefonie zu Hause. Mit dem Gigaset S820 stellen wir die Innovationskraft von Gigaset unter Beweis, bieten den Anwendern einen spürbaren Mehrwert, nämlich Individualität und Komfort, und geben dem Handel mit einem Premium-Produkt Impulse für Umsatz und Wertschöpfung“, so Maik Brockmann, Mitglied der Geschäftsführung der Gigaset Communications GmbH.

Das S820 bietet ein neues komfortables Anrufmanagement. So können anonyme Anrufe durch Stummschaltung nicht weiter stören und werden lediglich optisch angezeigt; Anrufe von Teilnehmern, die in einer Sperrliste eingetragen sind, werden auf Wunsch sogar komplett verhindert. Die Weiterleitung von Anrufen auf das Mobiltelefon oder die Benachrichtigung per SMS bei neu eingegangenen Nachrichten auf dem Anrufbeantworter sind weitere Beispiele für die Komfortfunktionen der neuen Serie.

Mit der frei verfügbaren Software Gigaset QuickSync lassen sich auch Outlook-Kontakte mit zugeordneten Bilddateien zwischen Computer und dem Adressbuch des Mobilteils S820H synchronisieren. Dafür muss das Mobilteil

via Bluetooth oder Mini-USB mit einem PC bzw. Mac verbunden werden. Das interne Adressbuch bietet Platz für bis zu 500 Einträge mit vier unterschiedlichen Rufnummern, die im vCard-Format gespeichert werden. Alle Einträge sind mit individuellen Ruftönen und Bildern belegbar.

Das Hybrid-Festnetztelefon ist auch als S820A mit einem integrierten Anrufbeantworter erhältlich, der über eine Aufnahmezeit von bis zu 55 Minuten verfügt. Eingehende Nachrichten werden über ein blinkendes Symbol auf der Basisstation signalisiert, die Bedienung des Anrufbeantworters erfolgt über das Mobilteil. Zur Systemerweiterung bietet Gigaset das Mobilteil S820H an, welches an den Basisstationen S820 und S820A mit vollem Funktionsum-

fang betrieben werden kann. Alle Varianten des S820 ermöglichen eine Sprech- und Stand-by-Zeit von bis zu 20 bzw. 250 Stunden. Das Gigaset S820 verfügt über die für den Hersteller typischen DECT-Merkmale ECO-Modus und ECO-Modus Plus. Durch einfache Aktivierung des ECO-Modus' reduziert sich die Funkleistung der Basisstation um 80%. Mit dem ECO-Modus Plus ist das Gerät im Standby-Betrieb sogar gänzlich strahlungsfrei.

Das Gigaset S820 wird ab Ende September in der Farbe Schwarz für 119,99 Euro (UVP) erhältlich sein, das S820A mit Anrufbeantworter zum Preis von 139,99 Euro (UVP) und das Erweiterungsmobilteil S820H zum Preis von 119,99 Euro (UVP).

Base entwickelt neues Produkt-Konzept Base X

Die Kunden entscheiden

Mit Base X hat Base ein Produktkonzept entwickelt, das die Vorteile von Postpaid- und Prepaid-Angeboten zu einem neuen Konzept vereint. Es ist Unternehmensangaben zufolge im intensiven Austausch mit vielen hundert Mobilfunk-Nutzern und auf Basis ausgiebiger Trend- und Konsumentenforschung entstanden.

Das neue Base Produkt-Portfolio bietet in der Testphase drei unterschiedliche Kommunikationspakete mit attraktiven Leistungen für einen Nutzungszeitraum von sechs Monaten. Der Einstieg ist simpel: Der Kunde sucht das Paket nach eigenem Bedarf einfach wie ein Handyzubehör beim Fachhandel aus und bezahlt an der Kasse. Anschließend kann er einfach die SIM-Karte in sein Mobil-/Smartphone einlegen, registrieren und starten. Nach Ablauf des Nutzungszeitraums kann das Paket nach Belieben verlängert werden.

Die Kunden können zwischen einem Internet-Paket als reinem Datentarif (60 Euro) und einem Sprach- und SMS-Paket mit unterschiedlichem Leistungsumfang (90 Euro) wählen. Zudem gibt es ein Komplettpaket für

Internet, SMS und Telefonie (120 Euro). Alle Base X Pakete haben eine Nutzungszeit von sechs Monaten

und werden direkt beim Kauf vollständig für den gesamten Zeitraum bezahlt – danach können sie einfach für einen beliebigen Zeitraum verlängert werden. Die Base X Website oder die Base X App bieten einen schnellen Überblick über die verschiedenen Base X Pakete.

Die App für iOS und Android ermöglicht das bequeme Buchen und Kündigen von weiteren Optionen sowie ein einfaches und schnelles

Aufladen des Guthabens für die Nutzung von Leistungen außerhalb des ursprünglich erworbenen Pakets. Jedes Produktpaket kann bis zu einem Tag vor Ende des Nutzungszeitraums per Base X App, online oder über die Hotline gekündigt werden.

Unter dem vorläufigen Namen „Base X“ ist das neue Base Produkt seit Anfang August in den 380 Base-eigenen Shops und in ausgewählten Partnershops erhältlich – später sol-

len die Kunden über die Weiterentwicklung entscheiden. Im Dialog mit Kunden und Mobilfunkinteressierten holt der Mobilfunkanbieter in der jetzt anlaufenden Pre-Launch-Phase Feedback zum neuen Produkt ein. Dies kann über den Base Blog, die Base Facebook-Seite, in Mobilfunkforen, über klassische Marktforschung oder über den Base Twitter-Kanal abgegeben werden.

So bindet Base seine Kunden und die gesamte Mobilfunk-Community im Sinne des „Crowd-Product-Development“ aktiv in die Gestaltung des neuesten Projekts ein: Sie entscheiden mit über die Fortführung, die Benennung, das Design und die finale Ausgestaltung der Base X Produktvarianten.

„Eine Innovation ist schließlich kein unternehmerischer Selbstzweck, sondern dient der Erfüllung von echten Kundenwünschen. Wir stehen im regelmäßigen Dialog mit unseren Nutzern und haben sie in den letzten zwölf Monaten aktiv in die Produktentwicklung von Base X mit eingebunden“, erklärte Jürgen Rösger, Chief Marketing Officer der E-Plus Gruppe.



Die Kunden können zwischen einem Internet-Paket als reinem Datentarif, einem Sprach- & SMS-Paket mit unterschiedlichem Leistungsumfang und einem Komplettpaket für Internet, SMS und Telefonie wählen.

Mehr als 275.000 Besucher auf der gamescom



Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung Koelnmesse GmbH, kommentierte: „Die gamescom hat erneut ihre internationale Strahlkraft in Sachen Business und Entertainment unter Beweis gestellt.“ Mehr als 5.300 Journalisten aus 54 Ländern berichteten fünf Tage lang aus Köln. Ein Trend der gamescom 2012 war, dass Games immer stärker

Sie präsentiert als internationale Leitmesse alle Arten, Aspekte und Plattformen von Games“, erklärte Dr. Maximilian Schenk, Geschäftsführer des BIU. „Unser herzlicher Dank gilt der Gamer-Community, den Besuchern, Ausstellern, Partnern, der Stadt Köln, dem Land Nordrhein-Westfalen, unserem Partnerland Südkorea und besonders der Koelnmesse. Wir alle

die Aufenthaltsqualität für unsere Konsumenten und die Community deutlich steigern können. Das innovative Ticketingkonzept für einzelne Messetage und das Einlassmanagement haben reibungslos funktioniert und tragen entscheidend zur qualitativen Verbesserung der Veranstaltung bei.“

In der business area auf der gamescom trafen sich rund 24.500 Fachbesucher aus der europäischen und internationalen Industrie. Dabei präsentierte sich das Partnerland Südkorea mit mehr als 20 Unternehmen auf einem Ländergemeinschaftsstand. Zusammen mit den weiteren Ländergemeinschaftsständen China, Frankreich, Großbritannien, Iran, Kanada, Mexiko, Niederlande, Polen, Skandinavien, Spanien, Taiwan sowie erstmals Ungarn und Österreich vergrößerte die gamescom damit ihre internationale Reichweite deutlich. Die angrenzende entertainment area der gamescom verwandelte das Kölner Messegelände erneut in einen riesigen interaktiven Spielplatz. Zahlreiche Aussteller vergrößerten ihre Ausstellungsflächen deutlich. Auch abseits der Monitore und Gamestations kamen die gamescom-Besucher auf ihre Kosten. Neuheiten wie das „gamescom trailer cinema powered by LG“ oder das „cosplay village“ waren



BIU Geschäftsführer Dr. Maximilian Schenk und Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse, waren mit dem Verlauf der gamescom sehr zufrieden.

die Themen des Alltags aufnehmen, wie etwa die völlige Vernetzung der Menschen durch internetfähige Smartphones. Weitere Trendthemen der Industrie waren neben PC- und Konsolenspielen, Online- und Browser-Games vor allem Mobile und Social Games. Browser-Games machen in grafischer Hinsicht einen großen Sprung nach vorne und bleiben hinter vielen AAA-Titeln nicht mehr zurück.

Neben eigens für mobile Anwendungen entwickelten Games erobern darüber hinaus klassische Games den Smartphone- und Tablet-PC-Markt. Für das Gesamtjahr 2012 prognostiziert der Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) ein Plus von sechs Prozent beim Absatz von Games. „Das Konzept der gamescom ist aufgegangen:

können auf die gamescom 2012 sehr stolz sein – daran wollen wir 2013 anknüpfen.“ Für Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse GmbH, steht die erfolgreiche Weiterentwicklung des Messekonzepts im Vordergrund: „Wir haben die gamescom als internationale Business- und Neuheitenplattform ausgebaut und gleichzeitig



Mobile Spiele erobern, wie hier bei LG, den Smartphone-Markt.

Die Welt der Spiele

Die vierte Ausgabe der gamescom endete am 19.8. mit einem sehr guten Ergebnis. Mehr als 275.000 Besucher, davon rund 24.500 Fachbesucher (+14%) aus 83 Ländern (2011: 71), erlebten die mit Spannung erwarteten Neuheiten und Weiterentwicklungen der mehr als 600 Aussteller (+8 Prozent) aus 40 Ländern (+1). Auf 140.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche (+15%) zeigten die Aussteller mehr als 330 Welt-, Europa- und Deutschlandpremierer (+10%).



Locker: Noah Becker (rechts) und Gerald Böse (Vorsitzender der Geschäftsführung Koelnmesse) auf der gamescom Party 2012.

nur zwei Highlights des Rahmenprogramms, das erneut vom gamescom congress und dem gamescom campus angeführt wurde. Ein besonderer Erfolg waren u. a. die zahlreichen Games-Unternehmen und Ausbildungsinstitutionen, die jungen Menschen die

aus Europa und der Welt nach Köln. Das diesjährige gamescom festival trug die Welt der Spiele und beste musikalische Unterhaltung erneut in das Herz der Stadt Köln. Mehr als 120.000 Besucher feierten, spielten und tanzten zwischen Neumarkt, Rudolfplatz und Frie-



Im mobilen Trend: Sony PS Vita

Games-Industrie als Arbeitgeber vorgestellt haben. Den erneut perfekten Rahmen für die gamescom 2012 boten auch in diesem Jahr die Entwicklerkonferenz „Game Developers Conference Europe“ (GDCE) und das gamescom festival im Herzen der Stadt Köln. Als Europas führende Konferenz für Spieleentwicklung lockte die GDC Europe erneut rund 2.000 Entwickler und Industrievertreter

senplatz. 13 Bands auf der Hauptbühne am Hohenzollernring sorgten für echte Festival-Atmosphäre. Auf diesen Plätzen und dem Ringabschnitt tauchten die Festival-Besucher in die virtuellen Spielwelten von Sony, Ubisoft, Activision und Electronic Arts ein, die zahlreiche Spielestationen auf dem gesamten Festivalareal präsentierten. Die nächste gamescom findet vom 21.08. bis 25.08.2013 statt.

PoS-MAIL ONLINE

Ihr aktuelles Update

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



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

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

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

*Sweet,
Smart, Home*

Dass die Fernseher smart sind, wissen wir ja bereits. Auf der IFA sollen wir jetzt erleben, dass alle anderen Geräte im Haus auch noch smart werden, ob wir wollen oder nicht. Ich finde das gut, weil ich immer dafür bin, dass der Hightech-Fachhandel etwas Intelligentes zu verkaufen hat. Ich bin sogar dafür, dass er es intelligent verkauft, aber das ist ein anderes Thema. Und obwohl ich nie bügele, finde ich Bügeleisen, die den Stoff von allein erkennen und die richtige Temperatur einstellen, geradezu sensationell. Wenn ich einmal bügeln müsste, dann bestimmt mit so einem Ding, damit der Rauchmelder still bleibt.

Was mir aber Sorgen macht in meinem smarten Haushalt, pardon: Smart Home, ist die Sache mit dem Web 3.0, auch „Internet der Dinge“ genannt. Zehn Milliarden unterschiedliche Geräte sind schon heute miteinander über das Internet verbunden, gab Samsung kürzlich bekannt. Bis zum Jahr 2020 sollen es 50 Milliarden Geräte sein. Man muss sich das einmal vorstellen: Dass TVs, PCs, Tablets und Smartphones miteinander reden, dass auch die Kamera gelegentlich eine Bemerkung einwirft, das ist ja ok. Aber wollen wir wirklich, dass der Toaster hinter unserem Rücken mit der Waschmaschine Kontakt aufnimmt, die am Ende dabei über den Zustand meiner Unterhosen ablästert? Bekommen die smarten Hausgeräte dann auch eine eigene Facebook-Seite? Und was lesen wir dann da? „Franz Wagners Waschmaschine hat das Programm beendet?“ „Franz Wagners Wäschetrockner gefällt das!“

Ich bin wirklich gespannt, wie die smarte Geschichte weitergeht. Schon das ist ein guter Grund, nach Berlin zu fahren – nicht nur für mich, sondern hoffentlich auch für Sie. Wer nicht fährt, den bestraft der smarte Toaster.

Herzlichst Ihr Franz

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Thomas Blömer, DGPh.

Redaktion:

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

Anzeigen:

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



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb:

Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt
Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635



*Visionen für die Zukunft.
Da müssen Sie hin.*

DONNERSTAG, 8. JANUAR - FREITAG, 11. JANUAR 2013, LAS VEGAS, NEVADA * ANMELDUNG UNTER CESWEB.ORG



JETZT ANMELDEN

Die neue Wert-Anlage



iPhone®/iPod® sind nicht im Lieferumfang enthalten.

Seit mehr als 40 Jahren setzen bahnbrechende Bose Innovationen die gültigen Standards für die Home Entertainment-Zukunft. Viele dieser Meilensteine markieren heute die Spitze des technologisch Machbaren.

So verbindet die Bose Forschung im neuen VideoWave® II Entertainment System das Beste aus zwei Welten und setzt ganz neue, zukunftsweisende Maßstäbe für das große Home Cinema- und Musikerlebnis in jedem Wohnzimmer. Es ist jetzt im eleganten Design mit hochwertigem Aluminiumrahmen und mit 46" oder 55" Bildschirmdiagonale erhältlich.

Bose® Systeme sind heute schon die beste Investition in die Home Entertainment-Zukunft – einfach unvergleichbar, weil es nichts Vergleichbares gibt.

Machen Sie jetzt den entscheidenden Schritt in Ihr erfolgreiches Home Entertainment-Geschäft.
Sprechen Sie mit Ihrem Bose Außendienstmitarbeiter.

BOSE®