



IFA Berlin
Halle 1.2
Stand 113

PURE

12.45

3 Year Warranty

DIGITALRADIO
Radio der Zukunft



PURE
www.pure.com



SAMSUNG

Samsung Home Appliances auf der IFA

Verbindung zwischen Mensch und Technik

Mit wegweisenden Innovationen bringt Samsung auf der IFA smarte Technologien in den Haushalt: Sie ermöglichen den Kunden die individuelle Gestaltung ihrer Lebensräume und verbinden starkes Design mit intelligenten Funktionen für ein Mehr an Komfort. Damit erhält der Fachhandel einzigartige Produkte, die das Verkaufen leicht machen. Ein markantes Beispiel dafür ist die neue Samsung WW9000 Crystal Blue, mit der das Prinzip der Waschmaschine neu gedacht wurde. Das

Die Crystal Blue Waschmaschine sorgt mit smarten Lösungen dafür, dass keine kostbare Zeit mehr verschwendet wird. Mit dem „Auto Sensing Wash“-Programm kann die Crystal Blue selbständig das richtige Waschprogramm und die Wassermenge auswählen und damit ein herausragendes Reinigungsergebnis erzielen. Das funktioniert über viele integrierte Sen-

soren, die das Gewicht der Lademenge ebenso wie ihren Verschmutzungsgrad erkennen und anhand dieser Informationen zuverlässig und individuell das ideale Programm ermitteln. Auch über die optimale Waschmitteldosierung muss man sich nun keine Gedanken mehr machen. „Auto Sensing Wash“ sorgt ganz automatisch für die richtige Menge an Waschmittel

High-Tech Gerät mit dem charakteristischen kristallblauen Bullauge kann dank seiner innovativen Netzwerkfähigkeit auch per Smartphone über die Smart-Home-App gesteuert werden. Durch zahlreiche intelligente Funktionen erzielt die Crystal Blue Waschmaschine nahezu vollautomatisch erstklassige Ergebnisse und erleichtert ihren Anwendern so den Alltag auf ganz neue Weise. Denn bei den smarten Innovationen von Samsung stehen der Mensch und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt.

und Weichspüler, gibt bei Bedarf mehr Waschmittel zu und passt die Wasch- oder Spülzeit an. Darüber hinaus bewältigen zahlreiche Spezialprogramme wie „Chefköche“, „Gärtner“, „Globetrotter“, „Spielende Kinder“, „Berufstätige“ oder „Junge Mütter“ schnell und sicher praktisch jede Waschaufgabe.

NEUHEITEN

BESUCHEN SIE UNS! / HALLE 6.1 - STAND 110
Show-Cooking und Verkostung vom Feinsten
- mit den Berliner Guerilla-Köchen
Felix Metzger und Max Jensen!



ESGE - UNOLD UNOLD UNOLD BC Berlin/Chefkoch
Zauberstab Care + Style Fan + Heat



Melitta

CAFFEO VARIANZA

Die Innovation für grenzenloses Genussvielfalt

My Bean Select® Dosierlöffel



IFA: Halle 4.1 Stand 208

Melitta macht Kaffee zum Genuss®
© Reg. Marke eines Unternehmens der Melitta Gruppe



IFA 2014: Neueste Trends für die vernetzte Welt

Das Zeitalter der Digitalisierung ist allgegenwärtig, wir leben mittendrin: ob Smartphone, Fernseher, Musik-Streams, das vernetzte Zuhause, smarte Hörgeräte oder Sportbegleiter. Eine gigantisch große Zahl dieser Produkte und Dienste feiert auf der IFA Weltpremiere. Die globalen Produktpremieren unterstreichen einmal mehr die Bedeutung der IFA als eine der weltweit erfolgreichsten Messe für die digitale Wirtschaft.

In 6 Tagen, an nur einem Ort – einen umfassenderen, müheloserem Überblick kann man nirgendwo sonst erhalten. Alle beteiligten Industrien, Handel, Konsumenten und Medien zusammenzuführen, lässt die IFA zum weltweit effizientesten Kommunikationstreffpunkt werden.

Wie werden wir in Zukunft leben? Was erwartet uns durch die Digitalisierung aller Lebensbereiche, und wie werden wir mit den daraus entstehenden Daten umgehen – technologisch, regulatorisch, unternehmerisch? Was passiert an den Schnittstellen zwischen personalisierter Medizin, Wearables und smarten Gesundheitsdienstleistungen? Wie sieht das vernetzte Zuhause der Zukunft aus?

Das vielfältige Angebot der IFA hilft dabei, sich in der komplexen, digitalen Welt zu orientieren. Ob es das vernetzte Haus des ZVEH, ZVEI und VDE im IFA TechWatch in Halle 11.1 ist, die IFA International Keynotes, bei denen die Digitalisierung unserer Lebensbereiche von den CEOs großer globaler Unternehmen persönlich vorgestellt wird, oder der neue Kongress „IFA+ Summit“ im CityCube Berlin – das Konferenzprogramm zur IFA wird so umfangreich und modern wie nie zuvor sein!

Lassen auch Sie sich mitreißen und genießen Sie die einzigartige Vielfalt der IFA mit ihren faszinierenden Marken und neuen Produkten!

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

Heitecker.

Ihr Jens Heitecker, Direktor IFA, Messe Berlin



Mit der Samsung Smart-Home-App wird das Smartphone zur bequem nutzbaren Fernbedienung.

Das schafft eine besondere Erleichterung für Waschmaschinenutzer, die das Waschen empfindlicher Kleidungsstücke nur sehr vorsichtig angehen. Von solchen Kunden gibt es mehr, als man denkt: Laut dem aktuellen Samsung Laundry Report handelt es sich um rund ein Drittel. Sie haben bereits schlechte Erfahrungen mit falsch ausgewählten Waschprogrammen gemacht und damit Ergebnisse erzielt, die sie nicht zufrieden stellten. Mit den smarten Lösungen der WW9000 können die Konsumenten praktisch nichts mehr falsch machen.

Die Samsung Crystal Blue ist nicht nur intelligent, sondern auch lernfähig. So errechnet sie anhand der gebotenen Daten nicht nur die richtige Einstellung, sondern kann sich über eine Erinnerungsfunktion auch häufig verwendete Programme merken. Sie werden dann beim nächsten Waschgang schnell wieder verfügbar gemacht. Zudem wäscht die Maschine auch bei kalten Temperaturen: Bereits ab 15°C ist mit der Schaum-Aktiv-Technologie eine zuverlässige Reinigung möglich. Mit dieser Technologie wird das Waschmittel bereits vor dem Waschgang aufgelöst und kann so ohne Verzögerung seine volle Kraft

entfalten. Das erzeugte Schaumpolster umhüllt die Kleidung sanft, so dass auch empfindliche Wäsche gründlich und zugleich schonend gereinigt wird. Selbst wasserabweisende Sport- und Outdoorkleidung wird so behutsam gewaschen, dass sie ihre Funktion länger behält. Das spart Zeit und Energie – und zwar bei gleicher Waschleistung.

Smarte Konnektivität

Mit schlichter Eleganz und smarterer Technik sorgt die Waschmaschine für nie gekannten Komfort und eine Funktionsweise, die den aktuellen Trends im Konsumentenverhalten entspricht: Unterwegs sein und bereits die Waschmaschine anstellen, auf dem Sofa liegen und dabei alle Funktionen über das Display kontrollieren können? Mit der Samsung Crystal Blue ist das nun möglich. So lassen sich wichtige Funktionen der Waschmaschine über die geräteübergreifende Samsung Smart-Home-App auch per Smartphone steuern, das damit zur bequem nutzbaren Fernbedienung wird. Hierfür muss lediglich die App aus dem Samsung App Store oder dem Google Play Store sowie ein Plug-In für die Waschmaschine heruntergeladen werden. Einmal installiert, ermöglicht die mobile App den zentralen Zugriff auf alle mit WiFi ausgestatteten Haushaltsgeräte von Samsung im selben Netz. „Wir möchten den Kunden mit unseren Premium-Waschmaschinen nicht nur ein professionelles Waschergebnis, sondern mit einer vom Smartphone bekannten Touch- und App-Bedienung auch ein zeitgemäßes, faszinierendes Nutzererlebnis bieten“, erklärte Andreas Seidler, Director Sales & Marketing Home Appliance Samsung Electronics GmbH.

Innovative Ästhetik

Bäder und Küchen sind in vielen Haushalten längst keine reinen Funktionsräume mehr. Deshalb ist es wichtig, dass die Inneneinrichtung den ästhetischen Ansprüchen der Nutzer genügt. „Immer mehr Kunden erwarten von Hausgeräten, dass sie sich harmonisch in ihr Raumambiente einfügen“, betonte Seidler. „Dabei sind ihnen Design und Funktionalität fast gleichbedeutend. Sie wünschen sich zu Recht, dass Wäschewaschen einfach und schnell zu erledigen



Crystal Blue: Ein ästhetisches Highlight, das Raum für mehr Individualität gibt.

ist. Genau diesen Wunsch erfüllt Samsung mit der Crystal Blue.“

Das tief leuchtende Blau der Fronttür erinnert an Wasser in seiner schönsten Form. Der attraktive Farbton wurde mit dem einzigartigem Crystal Gloss-Design von Samsung kreiert und bricht das Licht für ein beeindruckendes Farbspektrum. Das ausladende Bullauge reicht nahezu bis an den Rand des Frontrahmens und schafft so einen neuen visuellen Schwerpunkt. Neben seiner Ästhetik besticht das Design durch Funktionalität, denn die hohe Positionierung von Tür und Trommel vereinfacht auch das Befüllen der Maschine und das Entnehmen der Wäsche. Darüber hinaus sorgen Doppelscharniere für ein spielend leichtes Öffnen der Tür. Dank der Beleuchtung der Trommel gehen auch kleine Kleidungsstücke, wie etwa Socken, nicht mehr beim Waschgang verloren. Das völlig neue Design macht zudem eine schlanke



Das fünf Zoll (ca. 12,7 cm) große Full-Touch-Farbdisplay ermöglicht eine komfortable und sichere Bedienung.

Konstruktion möglich, die sich elegant in moderne Haushalte einfügt. Knöpfe und Schalter wurden bei der Samsung Crystal Blue durch ein fünf Zoll (ca. 12,7 cm) großes Full-Touch-Farbdisplay ersetzt, das eine ganz intuitive Navigation nach dem Smartphone-Prinzip möglich macht.

Zum herausragenden Design kommen Zuverlässig-

Spitzenwertung für Samsung Kühl-Gefrier-Kombination

Bei den in Ausgabe 08/2014 der Zeitschrift „test“ veröffentlichten Ergebnissen der Stiftung Warentest hat Samsung mit der A+++ Kühl-Gefrier-Kombination RB29FEJNBSA gemeinsam mit zwei anderen Geräten das beste Gesamtergebnis erzielt und die Note „Gut“ (1,6) erhalten. Insgesamt wurden 16 Kühl-Gefrier-Kombinationen getestet. Dabei überzeugte das Samsung Gerät die Tester vor allem mit seiner effizienten Kühlung und dem leisen Betriebsgeräusch. Auch der geringe Energieverbrauch und die leichte Handhabung wurden hervorgehoben.

Die Kühl-Gefrier-Kombination RB29FEJNBSA wurde in der Test-Kategorie „Kühlen“ mit der Note „Sehr Gut“ (1,4) bewertet. Besonders positiv fielen die starke Kühlung selbst bei höchster Auslastung und das besondere Kaltlagerfach auf. Hier können leicht verderbliche Lebensmittel wie Meeresfrüchte besonders gut bei -2 bis +3 Grad Celsius gelagert werden. Dank der NoFrost-Technologie muss der Kühlschrank nie wieder abgetaut werden.

Neben den Hauptfunktionen Kühlen und Gefrieren beeindruckte die RB29FEJNBSA auch durch ihre einfache Bedienung, die mit der Note „Gut“ (1,7) gewürdigt wurde. Die von Stiftung Warentest berechneten Stromkosten von insgesamt 850 Euro in 15 Jahren machten die RB29FEJNBSA zur günstigsten A+++ NoFrost Kühl-Gefrierkombination auf dem Markt, wofür die Tester die Benotung „Gut“ (1,7) in der Teil-Kategorie „Stromverbrauch“ vergaben. In der Kategorie „Geräusch und Vibration“ ging Samsung ebenfalls als Gewinner mit der Auszeichnung „Sehr Gut“ (1,2) hervor.



Stiftung Warentest, gut (1,6), zusammen mit 2 weiteren Geräten: Bosch KDE33AI40 und Siemens KD33EAI40; Ausgabe 08/2014, zum RB29FEJNBSA, im Test: Kühl-Gefrier-Kombinationen, 16 Standgeräte; Qualitätsurteil: 12x gut, 4x befriedigend



keit und Langlebigkeit: Denn der digitale Inverter-Motor kommt ohne Bürsten aus und hat damit weniger Verschleißteile.

„Samsung hat mit der Crystal Blue neue ästhetische und technologische Maßstäbe gesetzt – und so eine Waschmaschine konstruiert, die mit smarten Lösungen eine Verbindung zwischen Mensch und Technik

schafft“, resümierte Seidler. „Ungeahnte Sauberkeit trifft auf absolute Bedienerfreundlichkeit. So individuell und intuitiv war das Wäschewaschen noch nie.“



INHALT

Neuheiten für Samsung AVantgarde-Partner – Weitere Audio-Komplettlösungen	... 4
Die Samsung Erlebniswelt auf der IFA 2014 – Curved UHD in seiner ganzen Vielfalt	... 5
PoS-Aktuell – Nachrichten	... 6, 25, 27
Deutsche Telekom auf der IFA – Marketingstrategien für 100 MBit/s.	... 8
Grundig erweitert Ultra-HD Palette mit Vision 8 – Detailreich und bildgewaltig	...9
Die IFA Innovationen von Sony – Für Auge und Ohr	... 10



Toshiba setzt auf gut und günstig – Neue Smart-TV-Serien	... 12
PoS-Aktuell – Neuheiten	... 13, 23
Vestel mit großem Sortiment auf der IFA – Ausblick ins „virtuelle Haus“	... 14
Gigaset stellt neue App zur Kontaktübertragung vor – Vom Smartphone auf's Mobilteil	... 14
Panasonic auf der IFA: „A Better Life, A Better World“ – Die Premium-Marke	... 16
Yamaha mit Weltpremiere auf der IFA – Klangvolle Neuheiten	... 18
LG mit 4K-OLED-TV auf der IFA – „Neue Spielregeln“	... 19
Fugoo mit erstem Produkt unter eigener Marke – Go Anywhere Speaker	... 20
WOOX Innovations – Neue PoS-Konzepte	... 20

Connectivity, Video und Bilddienstleistungen im Fokus – photokina mit vielen neuen Themen	... 22
Siemens bringt netzwerkfähige Hausgeräte auf die IFA – Start in die Küche 2.0	... 24
Neue Gesichtspflegeprodukte von Beurer – Ausbau der Beautylinie	... 25
Kleine Geräte für kleine Haushalte – Die Küchen-Minis von WMF	... 26
 Die neuen Staubsauger – sparsam und leistungsstark	... 28
In den neuen Philips 9000 Rasierern stecken 75 Jahre Erfahrung – Die ultimative Rasur	... 30
Wagners Welt	... 31
PoS-MAIL @	... 31
Impressum	... 31

Neuheiten für Samsung AVantgarde-Partner



Die Partner des Fachhandelsprogramms AVantgarde werden von Samsung besonders unterstützt.

Die MS5-BG und MS7-BG Ständer, die auf den M5 bzw. M7 Lautsprecher abgestimmt sind, stehen jeweils auf einer schwarz lackierten Bodenplatte aus hochwertigem Sicherheitsglas, die optisch an die Formgebung des jeweiligen Multiroom-Speakers angepasst ist. Eine fein geschliffene und versiegelte Aluminiumsäule sorgt für eine elegante Silhouette und ermöglicht eine unsichtbare Kabelführung.

Das Samsung Multiroom System ist derzeit zu attraktiven Konditionen erhältlich: Dank einer Kooperation mit dem Musik-Streaming-Anbieter Deezer können Kunden, die ausgewählte Komponenten des Multiroom Systems in diesem Jahr erwerben, sechs Monate lang kostenlos in den Genuss eines Premium+ Abonnements des Streaming-Dienstes Deezer, der Zugriff auf



Die exklusiven Ständer MS5-BG und MS7-BG sind auf den M5 bzw. M7 Lautsprecher des Samsung Multiroom-Systems abgestimmt.

30 Millionen Titel erlaubt. Damit entfallen Abo-Gebühren in Höhe von rund 60 Euro. Seit Ende letzten Jahres unterstützt Samsung seine Fachhandelspartner durch das Programm AVantgarde mit individuell abgestimmten Maßnahmen. Die maßgeschneiderte Initiative richtet sich an Partner, die TV-, Audio- und Video-Produkte an einen besonders anspruchsvollen Kundenkreis verkaufen wollen. Samsung unterstützt diese Premium-Fachhändler mit einer jeweils eigenen Ansprechperson, vielfältigen Extraservices und hochwertigen PoS-Materialien. In regelmäßigen Produktschulungen zu den aktuellen Trends UHD, Curved und Multiroom stärkt Samsung die Beratungskompetenz seiner Partner und gibt ihnen starke Argumente für Verkaufsgespräche an die Hand. Auch auf der IFA betreut Samsung die AVantgarde Partner besonders intensiv: Sie können sich im Samsung Händlerzentrum in einer separa-

Samsung TVs bei Stiftung Warentest ganz vorn Erster Platz für Curved UHD

Beim jüngsten Smart TV-Test der Stiftung Warentest hat sich die führende Position von Samsung bestätigt: Fünf Smart TV-Modelle des koreanischen Elektronik-Giganten führen das insgesamt aus 26 Fernsehern bestehende Testfeld des Juli-Updates auf der Webseite der Stiftung Warentest an. Ganz vorne platzierte sich der Samsung Curved UHD TV UE55HU8590, der mit einer Gesamtnote von 1,6 die beste Wertung unter allen von der Stiftung Warentest in den letzten fünf Jahren getesteten Fernsehern erhielt.

Alle zehn jetzt unter die Lupe genommenen Samsung Smart TVs wurden mit dem Qualitätsurteil „gut“ bewertet. Auch der UHD TV UE55HU7590 liefert mit einer Gesamtnote von 1,8 ein überzeugendes Ergebnis.

Das Flaggschiff-Modell HU8590 überzeugte in der getesteten 55 Zoll (138 cm) Variante die Tester vor allem beim Kernkriterium eines TV-Geräts: „Die Note für UHD lautet sehr gut“, heißt es in der Beschreibung von Stiftung Warentest. Auch die Tonqualität des Samsung Curved TVs erhielt von Stiftung Warentest die Bewertung „sehr gut“.

Auf den Plätzen zwei bis fünf des Vergleichstests blieben die Samsung Smart TVs nicht weit hinter dem Sieger zurück: Die Modelle UE46H7090 und UE55H8090 erhielten jeweils die Note 1,7; die Fernseher UE55H7090 und UE55HU7590 bekamen die Note 1,8. Zu diesen Platzierungen trugen die durchweg gute Bildqualität sowie die Vielseitigkeit der Geräte bei. So hoben die Prüfer etwa die Möglichkeiten zum zeitversetzten Fernsehen und zum Aufzeichnen digitaler Sendungen auf einer externen USB-Festplatte hervor.



Der Samsung Curved UHD TV UE55HU8590 erhielt mit einer Gesamtnote von 1,6 die beste Wertung unter allen von der Stiftung Warentest in den letzten fünf Jahren getesteten Fernsehern.

Weitere Audio-Komplettlösungen

Gemeinsam mit Spectral wird Samsung auf der IFA die Lautsprecherständer MS5-BG und MS7-BG für das Wireless Audio Multiroom System vorstellen. Die Neuheiten wurden exklusiv für die Teilnehmer des Fachhandelsprogramms AVantgarde entwickelt, die damit ihren Kunden elegante Komplettlösungen aus einer Hand anbieten können. Damit setzt Samsung die Zusammenarbeit mit dem Hersteller von Premium-Heimkinomöbeln fort, die mit dem Spectral Lowboard Scala SC1655, das genau zum Samsung UE65HU8590 Curved UHD TV und der Soundbar HW-H750/1 passt, in diesem Jahr erfolgreich gestartet ist.

raten AVantgarde Lounge über weitere Neuheiten informieren, für Standführungen anmelden sowie hochwertige PoS-Materialien für ihre Ladenflächen bestellen.

Interaktive UHD-Videoinstallation auf der IFA

Mit einer aufsehenerregenden Videoinstallation will Samsung auf der IFA demonstrieren, dass Heimkino nicht nur mit Technologie fasziniert, sondern auch durch eine emotionale Erfahrung komplexer Sinneswahrnehmungen begeistert. Das Digitalkunstwerk „Origin of the Curve“ des französischen Künstlers



Die Installation „Origin of the Curve“ soll die Vorteile der Curved Display Technologie mit der digitalen Kunst von Miguel Chevalier vereinen.

Miguel Chevalier wird in einer gebogenen Skulptur aus zahlreichen Samsung Curved UHD TVs lebendige graphische Muster in wechselnden Formen und Farben darstellen.

Der französische Künstler Miguel Chevalier ist als Pionier digitaler Kunst weltweit anerkannt und beschäftigt sich bereits seit 1978 mit dieser Kunstform. Seine aufsehenerregenden Installationen waren schon in Europa, Asien und Amerika auf vielen öffentlichen Plätzen und in Museen zu sehen. Während der IFA werden auf dem Samsung Stand im neuen City Cube Berlin täglich zwischen 10 und 16 Uhr Expertenführungen zu „Origin of the Curve“ stattfinden. Am 5. und 6. September wird Chevalier jeweils um 15 Uhr persönlich sein Werk präsentieren.



Die Samsung Erlebniswelt auf der IFA 2014

Curved UHD in seiner ganzen Vielfalt

Zum ersten Mal präsentiert sich Samsung auf der IFA in diesem Jahr im brandneuen Berlin CityCube. Beim Fokus-Thema UHD-TVs wird das Lineup nochmals erweitert. So ist es schon ab der UHD-Mittelklasse möglich, die spektakuläre Bildqualität des ultra-hochauflösenden Fernsehens mit der Faszination von Curved TV zu verbinden. Das weckt Begehrlichkeiten bei den Konsumenten und bringt Umsatz in den Fachhandel.

Die Nachfrage nach Fernsehern mit dem zukunftsweisenden Auflösungsstandard Ultra High Definition (UHD) steigt. Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) rechnet mit bundesweit über 200.000 verkauften UHD-TVs bis zum Ende dieses Jahres. Dabei ist klar: Je höher die Vielfalt an Modellen und Ausstattungsvarianten, desto flexibler können Fach-

händler in diesem dynamischen Wachstumssegment beraten und den Kunden das jeweils genau passende Gerät anbieten.

Spektakulär in jeder Klasse

„Wir glauben, dass die Verkaufszahlen von UHD-TVs sogar noch über den Prognosen der gfu liegen werden“,

IFA-Schwerpunkte und Trends

Samsung stellt in diesem Jahr auf der IFA erstmalig im neuen Berlin CityCube direkt neben dem Eingang Süd des Berliner Messegeländes aus. Auf über 6.000 Quadratmetern Standfläche werden Neuheiten aus allen Produktbereichen präsentiert. Neben Smart Home sind das wachsende Curved UHD TV Lineup sowie UHD-Inhalte zentrale Themen im CE Bereich. Im Bereich Audio wird zudem eine Erweiterung des Wireless Audio Multiroom Systems sowie eine Curved Soundbar passend zu den Curved UHD TVs vorgestellt. In dem neuen erweiterten Händlerzentrum können sich Partner im direkten Dialog mit den vertrieblischen Ansprechpartnern und Produktexperten von Samsung ausführlich informieren.



Kai Hillebrandt, Vice President
CE Samsung Electronics GmbH

Kai Hillebrandt zu Kundennutzen und UHD

Vor der IFA hatte PoS-MAIL Gelegenheit, zwei Fragen zum Auftritt von Samsung an Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH, zu stellen.

PoS-MAIL: Was kann der Fachhandel im TV-Bereich von Samsung auf der IFA erwarten?

Kai Hillebrandt: Auf der IFA liegt unser Schwerpunkt auf der UHD-Technologie. Wir präsentieren aber nicht nur neue Modelle, sondern legen großen Wert darauf, unseren Partnern besondere Verkaufsargumente aufzuzeigen. So erfahren unsere Partner im Berlin CityCube nicht nur alles Wichtige über die verschiedenen Geräte, sondern informieren sich gleichzeitig über die Vielfalt an UHD-Inhalten und Empfangsmöglichkeiten. Für den Fachhandel ist das die Gelegenheit, die Samsung UHD-Erlebniswelt und vor allem die Faszination unserer Curved UHD-TVs live zu erleben.

PoS-MAIL: Wodurch zeichnet sich die erwähnte UHD-Erlebniswelt aus?

Kai Hillebrandt: Für uns endet UHD nicht mit TV-Geräten. Unsere UHD-Erlebniswelt umfasst das Samsung UHD Video Pack, Videostreaming-Kooperationen, UHD-fähige Smartphones und unsere innovative Upscaling-Technologie. Das UHD Video Pack in Form einer 500-GB-Festplatte liefert 40 Filme und Dokumentationen in brillanter UHD-Qualität. Der Anschluss an den Fernseher erfolgt per USB 3.0-Schnittstelle. Auch UHD-Streaming und die Auslieferung von Videos in UHD-Qualität über das Internet treiben wir mit Kooperationspartnern voran. Wir stehen in Deutschland in den Startlöchern für ultrahochauflösendes Streaming. Mit diesen Beispielen geben wir den Fachhändlern überzeugende Argumente an die Hand, um den gängigen Vorbehalt gegen UHD, dass es noch keine Inhalte gäbe, zu entkräften.“

erklärte Kai Hillebrandt, Vice President CE Samsung Electronics GmbH. „Deswegen bauen wir unser Portfolio an UHD-TVs und Curved Modellen kontinuierlich aus.“ Mit dem HU6900 bietet Samsung ab 40 Zoll Bildschirmdiagonale einen preisgünstigen Einstieg in die UHD-Welt. Die neuen UHD TVs HU7100 und HU7200 ermöglichen den Kunden nun auch in der UHD-Mittelklasse die Wahl zwischen Curved und Flat Design.

Und auch im Luxussegment bringt Samsung das Curved-Design seiner Bildschirme in die S9-Serie und setzt dabei auf das 21:9 Format in UHD-Auflösung für Heimkino-Fans. Auf dem imposanten 105 Zoll (266 cm) messenden Display des S9W wird jeder Filmgenuss zur privaten Kinovorstellung. Das Seitenverhältnis von 21:9 kommt dem entgegen, denn es entspricht dem ursprünglichen Kinoformat und verstärkt die faszinierende Tiefenwirkung der Samsung Curved UHD TVs.

Telering startet neue Image-Kampagne



Auf den Postern wird zunächst auf die vermeintlichen Schwächen, dann aber auf die tatsächlichen Stärken des Fachhandels hingewiesen.

„Wer weiter denkt, kauft näher ein“. Dieses Motto, mit dem derzeit zahlreiche regionale Einzelhandelsverbände für den Einkauf vor Ort werben, ist auch ein Thema für die neue Image-Kampagne. Auf fünf großformatigen Postern, die in diesen Tagen kostenlos an alle 2.651 Fachhändler versandt werden, wird nicht nur die räumliche, sondern auch die menschliche Nähe hervorgehoben, die den stationären Fachhändler mit seinen Kunden verbindet.

Die Protagonisten der Motive sind einmal mehr die Empfehler, die derzeit den Werbeauftritt der Kooperation prägen. Indem sie in ihren Aussagen zunächst auf die vermeintlichen Schwächen der kleinen Fachgeschäfte hinweisen – beispielsweise auf höhere Preise und kleinere Ladenfläche – bringen sie die tatsächlichen Stärken der Fachhändler umso deutlicher auf den Punkt. Denn durch seine Nähe zum Kunden kann es sich kein Fachhändler leisten, minderwertige oder technisch nicht ausgereifte Produkte zu verkaufen oder nicht aktuell informiert zu sein.

„Wir wollen mit unseren Postern nicht die Schwächen von Großfläche und Internet kommunizieren“, erklärte telering-Geschäftsführer Franz Schnur die Idee, die hinter den Postern steckt. „Jammern und auf die anderen zeigen, das bringt uns nicht weiter. Unsere Fachhändler arbeiten und leben vor Ort, sind gut ausgebildet, kennen sich aus, man kann bei ihnen alles anfassen und ausprobieren. Das sind ihre ureigenen Vorteile, die wir mit diesen Motiven hervorkehren wollen.“

Melitta Nachhaltigkeitslabel

Ein Jahr nach dem Start des Nachhaltigkeitslabels „Mission eco & care“ zieht Melitta eine positive Bilanz: Das eigens entwickelte Label hat sich beim Kauf von Elektrokleingeräten etabliert. Bis jetzt sind die Produktbereiche Filterkaffeemaschinen, Kaffeefullautomaten, Wasserkocher und Milchaufschäumer geprüft und entsprechend mit dem Label ausgezeichnet. Mittelfristig plant Melitta, „Mission eco & care“ auf weitere Produktsegmente auszuweiten. Bei der Konzeption des Labels arbeitete Melitta eng mit einem externen und erfahrenen Partner zusammen. In einem vielschichtigen Prozess entstand ein eigenes Bewertungssystem, mit dem sich die Nachhaltigkeit eines Elektrokleingeräts in jeder der drei Produktlebensphasen prüfen lässt – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zum Lebensende. In der ersten Phase, der Herstellungsphase, werden Ressourcenverbrauch von Produkten, Produktion und Verpackung sowie insbesondere soziale Aspekte berücksichtigt. Die Kriterien der zweiten Phase, der Nutzungsphase, sind Energieeffizienz, Produktsicherheit und Lebensdauer. Recyclingbeziehungswise Entsorgungsmöglichkeiten des Produktes und der Verpackung kommen in die Bewertung der dritten Phase, dem Produktlebensende.

Nicht nur allein ökologische oder ökonomische Aspekte, sondern auch soziale und gesellschaftliche Indikatoren fließen in die Wertung des Melitta Labels ein. Dazu zählen unter anderem faire Arbeitsbedingungen, eine angemessene Entlohnung sowie Maßnahmen zum beruflichen Gesundheitsschutz und zur Arbeitssicherheit bei den eigenen und den Zulieferbetrieben.

Die Prüfung sämtlicher Kriterien und ihre Bewertung erfolgt durch unabhängige, externe Experten. Dabei dient ein festgelegtes, fiktives Idealprodukt als Vergleichsmaßstab. Dieses vereint die jeweils besten Werte aus der Produktlebenszyklus-Analyse in sich, die zum Zeitpunkt der Überprüfung am Markt verfügbar sind. Die Bewertung und Auslobung des erreichten Gesamtergebnisses erfolgt in Form eines Sterne-Systems, wobei ein Produkt maximal fünf Sterne erhalten kann. „Wir informieren den Verbraucher transparent



Martin Winkler bei LG Electronics

Martin Winkler wird ab dem 1. September die neu geschaffene Position des Senior Vice President Consumer Business bei LG Electronics (LG) übernehmen. Damit will sich das Unternehmen besser aufstellen und die Aktivitäten der Abteilungen Consumer Electronics mit Home Entertainment und Home Appliance, Mobile Communication, IT und Marketing kombinieren.

Winkler verfügt über umfangreiche Erfahrungen in führenden Positionen in den Bereichen Consumer Electronics und Telekommunikation und ist in der Branche bestens vernetzt. Zuletzt leitete er als Country Head bei Sony Deutschland bis zum 31. Januar dieses Jahres die Geschäfte des Elektronik-Unternehmens in Deutschland.

Bei LG will Winkler die Marke weiterentwickeln und Schwerpunkte bei der Implementierung einer nachhaltigen Distributionsstrategie setzen. „Mit dieser neuen Aufgabe bietet LG mir eine Herausforderung, die mich in vielerlei Hinsicht reizt“, erklärte Winkler. „LG ist ein dynamisches und innovatives Unternehmen mit unglaublichem Potential und kann als verlässlicher Partner des Handels, als starke Consumer Marke und als exzellenter Arbeitgeber noch viel mehr erreichen. Ich bin sicher, dass ich genau hier mit meinem Know-How und meiner Erfahrung bestmöglich unterstützen kann.“ Kiju Song, Präsident und CEO der LG Electronics Deutschland GmbH, kommentierte: „Nach mehreren Jahren in Deutschland und intensiven Gesprächen mit unseren Handelspartnern und Mitarbeitern kann ich sagen, wir haben verstanden und wir haben dazugelernt. Martin Winkler weiß genau, worauf es ankommt. Er hat bewiesen, dass er in der Lage ist, ein Unternehmen auf Erfolgskurs zu führen. Unsere Produkte erreichen bereits Bestnoten für Qualität und Design, nun ist es an der Zeit, die Organisation so auszurichten, dass wir auch von unseren Handelspartnern und Mitarbeitern Bestnoten erhalten: als verlässlicher Partner und attraktiver Arbeitgeber.“

und zeichnen auch Produkte mit wenig Sternen aus, wenn sie weniger gute Ergebnisse erreichen“, betont Jan Van Riet, Melitta Geschäftsführer. „Gerade die weniger guten Bewertungen sind Ansporn, unsere Produkte so weiter zu optimieren, dass sie dem „Best-in-Class“ so nahe wie möglich kommen.“

Sennheiser eröffnet Niederlassung in Südkorea

Mit der Eröffnung einer Niederlassung in Seoul, Südkorea, will Sennheiser in Zusammenarbeit mit örtlichen Vertriebspartnern den koreanischen Markt erschließen und Kunden in den Segmenten CE, Professional Systems und Integrated Systems bedienen. Geleitet wird die Sennheiser Electronic Asia von Ng Chee Soon, Präsident und Managing Director.

In Zusammenhang mit der Eröffnung der Niederlassung gab Sennheiser Electronic Asia bekannt, seine Marktanteile in Korea weiterhin zu steigern. Dazu will das Unternehmen seine Vertriebskanäle ausbauen, mit örtlichen Partnern bei der Eröffnung innovativer Konzeptshops und –verkaufspunkten zusammenarbeiten, die Sichtbarkeit der Marke erhöhen und seine Kundenbindungsprogramme für die Endnutzer ausbauen.

„Die Eröffnung der neuen Niederlassung von Sennheiser Electronic Asia in Südkorea spiegelt das Bekenntnis zu unseren örtlichen Kunden wieder und bringt ihnen die Expertise, die Erfahrung, den ausgezeichneten Kundendienst und die Qualität nahe, derentwegen Sennheiser weltweit bekannt ist“, so Daniel Sennheiser, CEO der Sennheiser Gruppe.

Samsung bis 2020 Weltweiter Olympischer Partner

Samsung und das Internationale Olympische Komitee (IOC) setzen ihre langjährige Partnerschaft fort: Samsung wird bis zum Jahr 2020 Weltweiter Olympischer Partner sein. Die Partnerschaft soll künftig neben dem Bereich Wireless Communications noch weitere Produktkategorien umfassen.

Im Rahmen der Partnerschaft wird Samsung im Bereich „Wireless Communications Equipment and Computing Equipment“ offizieller Sponsor der Olympischen Winterspiele Pyeongchang 2018



IOC-Präsident Thomas Bach (l.) und Jay Y. Lee, Vice Chairman bei Samsung Electronics, unterzeichnen feierlich die entsprechende Vereinbarung zur Verlängerung der Partnerschaft.

und der Olympischen Spiele Tokio 2020 sein. Die erweiterte Produktkategorie umfasst Smartphones, Tablets, Notebooks, PCs, weiteres Computerzubehör sowie Desktop-Drucker.

Die Verbindung zwischen Samsung und der Olympischen Bewegung nahm bei den Olympischen Spielen Seoul 1988 ihren Anfang, als das Unternehmen zum ersten Mal als lokaler Sponsor auftrat.

Seit den Olympischen Winterspielen Nagano 1998 ist Samsung Weltweiter Olympischer Partner in der Kategorie „Wireless Communications Equipment“.

Microsoft mit neuem Senior Director Retail Sales & Marketing



Thomas Kowollik

Ab sofort ist Thomas Kowollik neuer Senior Director Retail Sales & Marketing bei Microsoft Deutschland und verantwortet Vertrieb und Marketing der im Handel erhältlichen Microsoft Produkte Windows, Surface, Office, Office für Mac, Xbox, Games for Windows sowie des Microsoft PC Hardware Portfolios. Als Mitglied des Consumer Channels Group (CCG) Leadership Teams berichtet Kowollik an Gregor Bieler, General Manager CCG Microsoft Deutschland.

Kowollik ist seit 2010 bei Microsoft und war zuletzt Director Interactive Entertainment Business (IEB) bei Microsoft Deutschland. In den letzten vier Jahren verantwortete er Vermarktung sowie Produktmanagement der Microsoft Xbox Hard- und Software, von Xbox Live, der Bewegungssteuerung Kinect sowie den Launch von Xbox One.

Kowolliks Nachfolge im Xbox Bereich übernimmt ab sofort Florian Liewer, der von Sony Europe Ltd. kommt, wo er zuletzt als Product Group Manager die Bereiche Notebooks, Tablets und digitale Lesegeräte für den deutschen Markt verantwortet hat. Liewer berichtet in seiner Funktion an seinen Vorgänger und neuen Senior Director Retail Sales & Marketing Thomas Kowollik.

Beurer: Facebook-Fanpage online

Ab sofort ist die Facebook-Fanpage des Ulmer Gesundheitsspezialisten Beurer online. Damit will das Unternehmen einen neuen Weg der direkten Kommunikation zum Kunden gehen und gezielt Informationen, Know-How und Wissenswertes rund um die Themen Gesundheit und Wohlbefinden liefern.

So sollen künftig regelmäßig Beiträge gepostet werden, um den Kunden einen tieferen Einblick in das Unternehmensgeschehen zu bieten und auf Unternehmensneuigkeiten aufmerksam zu machen.

Autentica Kaffeefullautomaten. Italienischer Kaffeegenuss in seiner ganzen Vielfalt.

LatteCrema
SYSTEM 



Perfekter Milchschaum
mit dem neuen
LatteCrema System™
von De'Longhi



Komfortabel und
intuitiv durch
großes Display und
Sensortouch-Bedienfeld



Neue Funktionen
Doppio+ und Long
für maximalen
Kaffeegenuss

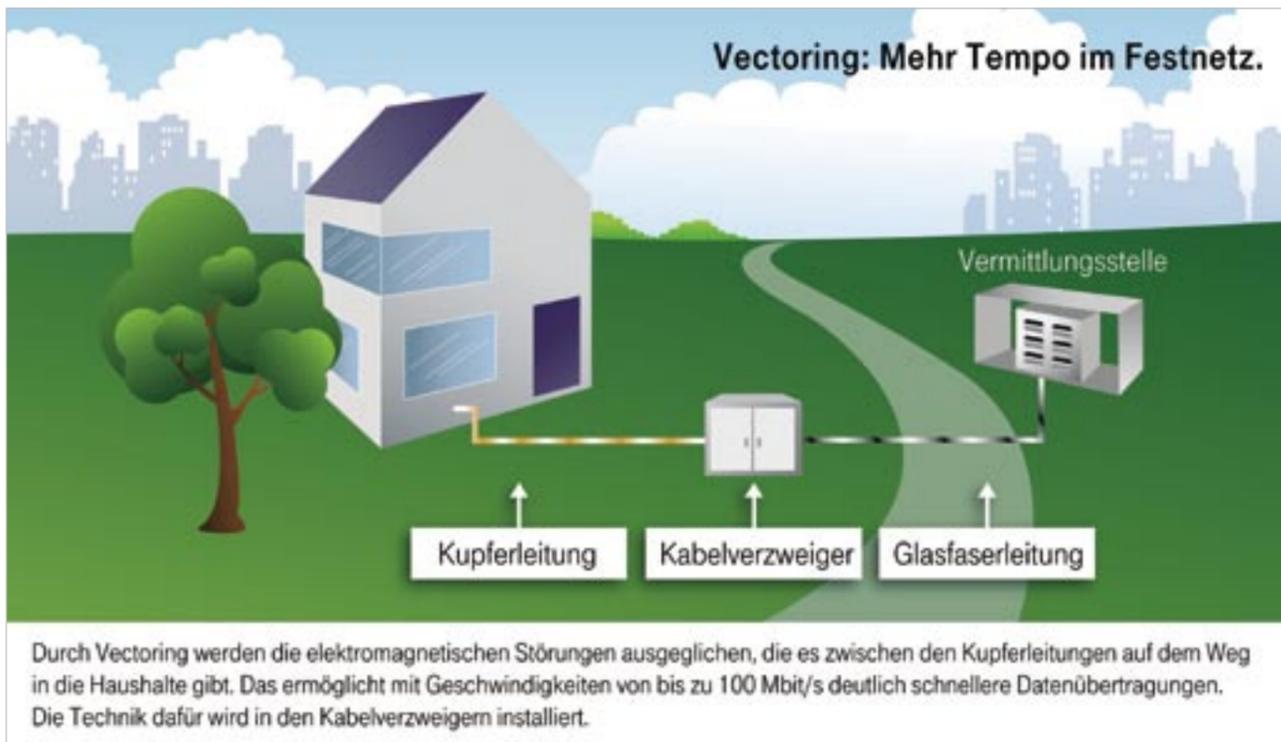
Außen klein, innen groß – die neuen Autentica Kaffeefullautomaten von De'Longhi bieten die ganze Vielfalt italienischer Kaffeespezialitäten auf nur 19,5 cm Breite. Mit edlem Design und innovativen Funktionen wie die Taste Doppio+ für einen extra starken Espresso und die Long-Funktion für traditionellen Kaffee. Das Top-Modell Autentica Cappuccino ist außerdem mit dem neuen LatteCrema System™ ausgestattet – für perfekten Milchschaum von luftig-leicht bis seidenweich.

De'Longhi
Better Everyday

Besuchen Sie uns auf der IFA in Halle 1.1 oder im Web unter www.delonghi.de

Deutsche Telekom auf der IFA

Marketingstrategien für 100 MBit/s.



Ende letzten Jahres startete die Telekom Deutschland in den ersten Städten die Vermarktung der innovativen Breitband-Technologie Vectoring (PoS-MAIL berichtete). Die Kunden in den betroffenen Ortsnetzen erfahren dabei einen rasanten Geschwindigkeitsanstieg bis auf VDSL 100. Das schnelle Netz wird natürlich auf dem IFA-Stand der Telekom in Berlin präsentiert.

Nach Genehmigung der Bundesnetzagentur ist unter Aufsicht der Deutschen Telekom seit 30. Juli die sogenannte Vectoring-Liste geöffnet, in der sich neben der Telekom selbst auch alle Wettbewerber eintragen können, wenn sie bestimmte Kabelverzweiger (KVZ) auf Vectoring mit bis zu 100 MBit/s im Down- und maximal 40 MBit/s im Upload aufrüsten wollen. Bis Ende 2016 sollen 24 Millionen Haushalte in Deutschland mit VDSL Vectoring versorgt werden, kündigten Michael Hagspühl, Leiter Marketing der Deutschen Telekom und Technik-Chef Bruno Jacobfeuerborn im Rahmen einer Pressekonferenz Ende Juli an. Neben ländlichen Regionen, in denen die Telekom in mehreren Tranchen seit Ende 2013 ihren Ausbau startete, wird das Netz kontinuierlich ausgebaut. „Wir wollen mit dem Mythos aufräumen, dass ausschließlich ländliche Gegenden mit dem schnellen Netz versorgt werden. Natürlich wird die Vectoring-Technologie sukzessive auch in Großstädten Einzug halten“, erklärt Bruno Jacobfeuerborn. Zusätzlich wollen Wettbewerber der Deutschen Telekom in den kommenden Jahren weitere elf Millionen Anschlüsse mit schnellem Internet versorgen können. „Wir möchten auch mit dem Mythos aufräumen, dass wir monopolisieren. Dort wo VDSL Vectoring zur Verfügung steht, steht der Anschluss auch Mitbewerbern, die entsprechende Wholesale-Verträge mit der Telekom haben, zur Verfügung“, so Jacobfeuerborn. „Wir verkaufen den Kunden nicht pfundweise Vectoring“.

VDSL Vectoring ist eine Erweiterung des bisherigen VDSL, das durch technische Kniffe die Geschwindigkeit erhöht.

Vectoring war auch der Begriff, der den Arbeitstitel der Deutschen Telekom und der Wettbewerber-Branchenverbände VATM, Breko und Buglas in den vergangenen Jahren prägte, als es um die Einführung der Technologie ging.

Doch mittlerweile ist der Begriff zu sperrig, heißt es seitens der Verantwortlichen. „Wir verkaufen den Kunden kein Vectoring, sondern Geschwindigkeit“, so Michael Hagspühl. Entsprechend werde der Begriff Vectoring auch nicht in der Werbung auftauchen, sondern die griffige Zahl 100 MBit/s.

Kein Aus für Glasfaserausbau

„Dass wir jetzt auf VDSL Vectoring setzen, heißt nicht, dass wir aus dem Glasfaserausbau aussteigen“, wollte Jacobfeuerborn im Rahmen des Starts von VDSL 100 mit dem dritten Mythos aufräumen. Das Glasfasernetz reiche zuerst zu den Kästen am Straßenrand. Später wolle man dann hier ansetzen und das Glasfaserkabel die letzten Meter bis zu den Kunden ins Haus führen. „Das ist der teuerste Teil des Netzausbaus.“

Entsprechende Ankündigungen der Telekom gab es schon.

Möglicherweise geht das Unternehmen auch nicht direkt in die Häuser mit der Glasfaser, sondern nur unter

den Bürgersteig vor der Haustür, die Technik kann dann nach Weiterausbau bis zu 500 MBit/s liefern.

Marketingmaßnahmen für VDSL 100

Um die Kunden in den Regionen, die VDSL 100 bekommen können, auf ihre neuen Möglichkeiten aufmerksam zu machen, will die Telekom schon die Ausbauarbeiten als Werbemaßnahme nutzen. So sollen die Kabelverzweiger zu Werbeflächen werden und auf den Ausbau aufmerksam machen. Außerdem sollen die Kunden durch lokale Werbemaßnahmen und Medien angesprochen werden. Auf der IFA gibt es auf den Telekom Messestand ebenfalls eine Vielzahl an Informationen zu diesem Bereich. Bis Ende des Jahres sollen drei Millionen Haushalte VDSL 100 buchen können. Das bedeutet auch zusätzliche Umsatzchancen für die Telekom-Partner im Fachhandel.

Als Zielgruppe für das schnelle Netz sieht die Deutsche Telekom vor Anwender, die viel Interaktion im Internet betreiben und Daten wie Fotos und Videos teilen. Bis zu sechs TV-Signale können über die High-speed-Leitung gleichzeitig übertragen werden, drei davon in HD.

Das ändert sich für Endkunden

Die Telekom will für VDSL 100 ohne Entertain regulär knapp 45 Euro berechnen. Bestandskunden können ihren VDSL-50-Anschluss für monatlich 5 Euro Aufpreis aufrüsten, für Neukunden soll es eine Tarifikation mit 34,95 Euro Grundgebühr für die ersten 6 Monate der Vertragslaufzeit geben, danach fallen 44,95 Euro an. Bei VDSL-Kunden mit Vectoring-fähigen Routern geschieht die Umstellung automatisch Änderungen am Router, Verkabelung oder Endgeräten sind für Kunden nicht notwendig Wenn in Ausnahmefällen trotz vorheriger intensiver Beratung kein Vectoring-fähiger Router vorhanden ist bleibt der Kunde trotzdem über ein ADSL-Profil weiter online.



Grundig erweitert Ultra-HD Palette mit Vision 8

Detailreich und bildgewaltig

Auf über 3.500 qm wird Grundig auf der IFA in Halle 23 mit zahlreichen Innovationen und Neuheiten seiner Position als einzige europäische Home Electronics Marke gerecht. Die Palette der Neuheiten reicht von Consumer Electronics über Elektrokleingeräte bis zu Haushaltsgroßgeräten. Im TV-Geschäft steht das Thema Ultra-HD im Mittelpunkt. Dabei sind die neuen Vision 8 Geräte die Stars im Grundig Sortiment.

Mit der Vision 8 UHD-Serie schafft Grundig neue Möglichkeiten für das Fernsehen von heute und morgen: Sie verbinden die hohe Auflösung mit zeitlosem Design und sind in verschiedenen Farbvarianten und Bildschirmgrößen erhältlich. Damit geben sie dem Fachhandel die Möglichkeit, eine breite Zielgruppe anzusprechen und Ultra-HD Fernseher für praktisch jeden Anspruch anzubieten. Denn die neue Vision 8 Familie erweitert das bestehende FineArts UHD-Sortiment in 65 und 55 Zoll um sechs attraktive Modelle.

Mehr Fernsehen, mehr Interaktivität

Die neuen Features der Geräte der Vision 8 UHD-Serie machen Fernsehen zu einem ganz neuen Erlebnis. In Ultra HD-Auflösung (3.840 x 2.160p) werden Bilder mit lebendigeren Farben, höherem Kontrast und realistischen Details erzeugt – auch in 3D. Zu der faszinierenden Bildqualität kommt erstklassiger Ton: Dank DTS StudioSound Technologie, einem integrierten Woofer und nach vorne strahlenden Lautsprechern steht der Klang der Geräte dem brillanten Bild in nichts nach. Die Technologie filtert zudem störende Nebengeräusche heraus und gleicht Schwankungen der Lautstärke, etwa beim Umschalten, zwischen Sendungen oder bei Werbung, selbsttätig aus.

Der integrierte Dual Core Prozessor sorgt nicht nur für flüssige Bilder, sondern macht auch die Bedienung deutlich einfacher und schneller. In nur drei Sekunden ist der



GRUNDIG UHD

Die TVs der Grundig Vision 8 UHD-Serie mit Dual Core Prozessor und interaktiven Features sind in den Größen 48 und 55 Zoll und in den drei Farbvarianten Schwarz, Silber und Weiß erhältlich.

Fernseher, auch mit Unterstützung der Fast-Boot-Technologie, vollständig betriebsbereit und ermöglicht rasantes Navigieren durch die Apps. Auch für den Trend zum Second Screen ist der Vision 8 UHD der ideale Begleiter. Der Inhalt eines mobilen Geräts kann über neue High-Speed-Verbindungen wie USB 3.0, Live Share und Mobile High-Definition leicht auf den großen Bildschirm gebracht werden. Durch die neue Gestensteuerung gehören unauffindbare Fernbedienungen und leere Batterien der Vergangenheit an: Einfache Handbewegungen übernehmen die Steuerung des TVs. Ein weiteres Verkaufsargument: Mit der erweiterten USB Recording 3.0 Funktion wird das Anschauen von Programmen aus verschiedenen Quellen und das gleichzeitige Aufnehmen möglich (z. B. DVB-T/C anschauen und DVB-S2 aufnehmen).



Mit der Football-App Fan Cloud können Zusatzinformationen zum Spiel abgerufen werden, ohne die Übertragung zu unterbrechen.

Cloud-Dienste und Football-App

Die Vision 8 TVs von Grundig bieten direkten Zugang zu sozialen Netzwerken und Cloud-Diensten wie Dropbox. Mit der Applikation „MyTVCloud“ können Bilder oder Multimedia-Dateien wie das letzte Urlaubsvideo problemlos und schnell auf dem Fernseher gezeigt werden. Eine besonderes Feature für alle, deren Herz rund ist, ist die Football-App Fan Cloud. Mit dieser App macht es Grundig möglich, während des Spiels zahlreiche Zusatzinformationen über das laufende Duell aufzurufen, ohne das Mitfiebern auch nur eine Sekunde unterbrechen zu müssen.

Horst Nikolaus, Grundig Geschäftsführer Vertrieb Attraktives Angebot für Handelspartner



„Wir setzen ganz klar auf das Thema Ultra-HD. Damit bauen wir unser Angebot schlüssig im oberen Segment aus. Mit UHD wird eine noch nie dagewesene Bildqualität erreicht, und Grundig wird bei diesem Zukunftsthema eine bedeutende Marktposition einnehmen, davon bin ich überzeugt. Deshalb werden wir mit einer breiten Auswahl an neuen UHD-TVs in die Saison 2014 gehen und unseren Handelspartnern ein hochattraktives Angebot auf der IFA präsentieren.“

Verkaufsargumente: Bildqualität und Sound

BILDQUALITÄT



FRONTALER SOUND



Genauso wie bei Full-HD gilt auch bei Ultra-HD: Für Konsumenten sind nicht nur das scharfe Bild, sondern auch der gute Ton eines TVs kaufentscheidend. Diese zwei wichtigen Argumente – exzellentes Bild und klarer Ton – vereint Grundig bei all seinen Ultra HD-Modellen. Der Sound strahlt frontal nach vorne aus und sorgt zusätzlich neben DTS StudioSound Technologie mit 60 Watt Ausgangsleistung und integriertem 30 Watt Woofer für ein sattes Audio-Erlebnis.

Die IFA Innovationen von Sony

Für Auge und Ohr

Mit zahlreichen Innovationen setzt Sony auf der IFA konsequent auf Wachstumssegmente. Bei den immer populärer werdenden 4K Ultra HD TVs ist die neue Bravia S90 Serie mit gebogenem Display im wahrsten Sinne des Wortes ein „Hingucker“ und beeindruckt zusätzlich mit packendem Surround-Sound. Im Audio-Bereich wird High-Resolution Audio mit einem neuen Walkman und einem neuen Kopfhörer mobil, und im Bereich Digital Imaging bringt Sony neue Umsatzträger für die Wachstumssegmente Action Cam, Smartphone-Fotografie und spiegellose Systemkameras.

Die neuen Bravia 4K Ultra HD TVs der S90-Serie sollen die neu gewonnene Dynamik von Sony im Fernsehgeschäft weiter verstärken. Tatsächlich hat sich Sony Deutschland seit Einführung der neuen Generation in den vergangenen Monaten wieder unter den Top 3 der großen Anbieter etabliert und einen zweistelligen Marktanteil zurückerobert. „Wir feiern in diesem Jahr ein echtes Comeback im TV-Markt“, erklärte Thomas Nedder, Country Head bei Sony Deutschland. „Die S90-Serie gibt uns nun zusätzlichen Rückenwind. Der Fernsehmarkt in Deutschland ist hart umkämpft, aber mit hochinnovativen Produkten wie unserem aktuellen Bravia 4K Ultra HD Lineup haben wir die besten Voraussetzungen, um hier zu bestehen und gemeinsam mit unseren Fachhandelspartnern weiter wachsen zu können. Denn in unserem Sortiment gibt es für jeden Kunden das passende Produkt.“

Die perfekte Kurve

Mit der neuen S90-Serie rundet Sony zur IFA das erfolgreiche Sortiment von Bravia 4K Ultra HD Fernsehern im wahrsten Sinne des Wortes ab. Während die Geräte der X85-Serie weiterhin Kunden begeistern, die schlanke und elegante Formen bevorzugen, und die X9-Serie in beeindruckender Weise im Wohnzimmer Präsenz zeigen kann, spricht die neue S90-Serie vor allem Heimkino-Enthusiasten an, die mit Hilfe eines sanft gebogenen Bildschirms in die hochauflösten Bildwelten regelrecht eintauchen möchten. Um Fotos und Filme in 4K Ultra HD Auflösung aus jedem Bildwinkel perfekt in Szene zu setzen, haben die Ingenieure von Sony den Krümmungsradius der gebogenen Bildschirme millimetergenau berechnet. So können die Anwender Fernsehbilder in höchster Qualität ohne Verzerrungen und störende Reflektionen genießen – und zwar in den Bildschirmgrößen 65 oder 75 Zoll bzw. 165 oder 190 Zentimetern.

Für besonders naturgetreue Farbwiedergabe sorgt auch bei der S90-Serie die Triluminos-Technologie von Sony, mit deren Hilfe die Bravia TVs deutlich mehr Farben darstellen können als andere Fernseher. Gesättigte Rottöne,

kräftiges Grün und tiefes Blau kommen in besonderer Klarheit auf die Bildschirme, die selbst kleinste Farbnuancen sauber wiedergeben.

Die 4K Ultra HD TVs der S90-Serie sind mit dem bewährten 4K X-Reality Pro Prozessor von Sony ausgestattet, der auch Filme aus dem laufenden TV-Programm oder aus anderen Quellen auf die 4K Qualität hochrechnet. Bei diesem Upscaling wird nicht einfach die Anzahl der Pixel gesteigert, sondern die Bilder werden auf der Basis einer umfangreichen Datenbank genau analysiert und gezielt aufbereitet. Damit auch der Sound der TVs der außerordentlichen Bildqualität entspricht, verbaut Sony in der neuen Serie ein 4.2 Multi-Angle Live Speaker System. Die raffiniert ausgerichteten Lautsprecher verteilen den Sound gezielt im Raum. Dabei werden mit Hilfe der ClearAudio+ Technologie alle Toninformationen des originalen Multi-Channel Mixes genutzt, um beeindruckenden 360° Surround-Sound zu erzielen. Für satte Bässe sind die TVs der Bravia S90-Serie mit Dual Low-Frequency Woofern ausgestattet. Für noch mehr Tiefe gibt es die wahlweise in Schwarz (SWF-BR100B) oder Weiß (SWF-BR100W) erhältlichen, kabellosen Subwoofer, die auch den Ohren ein kompromissloses Heimkino-Erlebnis ermöglichen.

High-Resolution Audio für unterwegs

Mit High-Resolution Audio hat sich in den letzten Jahren ein Musik-Standard etabliert, der audiophilen Maßstäben gerecht wird und den Hörern das Gefühl gibt, sie wären selbst im Aufnahme-studio oder beim Live-Konzert dabei. Mit dem neuen Walkman NWZ-A15 von Sony können Musikfreunde dieses Tonerlebnis jetzt auch unterwegs

genießen. Der taschengroße Player weckt schon durch sein hochwertiges, elegantes Design Begehrlichkeiten. Im Inneren des nur 43,6 x 109,0 x 8,7 mm kleinen Gerätes steckt der einzigartige S-Master HX Digitalverstärker von Sony, der auch die enormen Datenmengen breitbandiger Audioformate mit besonderer Präzision verarbeitet. Zudem kommen weitere HiFi-Komponenten der Spitzenklasse zum Einsatz. Die weitgehende Verwendung hochreiner, bleifreier Lote sorgt für nuancenreichen Klang mit ausgewogenen Tiefen, Mitten und Höhen. Die Stromversorgungsleitungen wurden mit verdickten Drähten verstärkt, um die Impedanz zu verringern, Verzerrungen zu mindern und tiefe, volltönende Bässe zu erreichen. Auch das robuste Gehäuse aus Aluminiumspritzguss trägt zur Reduzierung von störendem Rauschen und zur Stabilisierung der Klangwiedergabe bei.

Nicht nur bei der Wiedergabe von High-Resolution Audio



Im schlanken, eleganten Gehäuse des neuen Walkman NWZ-A15 steckt High-Resolution Audio-Technologie.



Die neuen Bravia 4K Ultra HD TVs der S90-Serie mit gebogenem Display bieten neben 4K Ultra HD Bildqualität auch packenden Surround-Sound.





patible Walkman- und Xperia-Modelle, PCs, iPod, iPad und iPhone. Der S-Master HX Digitalverstärker trägt zur sauberen Wiedergabe bei, die mit einer Akkuladung (komfortabel via USB) bis zu 7,5 Stunden lang möglich ist.

Imaging-Innovationen

Mit den objektivförmigen Cyber-shot Kameras QX100 und QX10 eröffnete Sony auf der IFA 2013 eine völlig neue Art der Smartphone-Fotografie. Auf der IFA wird jetzt mit der Cyber-shot QX30 die nächste Generation präsentiert. Sie macht den Verbindungsaufbau mit kompatiblen Smartphones wie dem Sony Xperia Z, Z1 und Z2 deutlich schneller und stabiler, bietet Full HD Videofähigkeit (60p) und ein G Objektiv mit 30-fachem Zoombereich, dessen Brennweite 24 bis 720 Millimeter im Kleinbildformat entspricht. Eine Log-on Autofokus-Funktion macht es möglich, das einmal scharf gestellte Motiv zu verfolgen, wenn es sich bewegt (nur im Foto-Modus); Serienbilder sind mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10 Bildern pro Sekunde möglich. Gegen Verwacklungen hilft der eingebaute optische SteadyShot Bildstabilisator, der auch bei der Aufnahme von Videos eingesetzt werden kann. Die neueste Version der PlayMemories Mobile App bietet neben einer neuen Benutzeroberfläche zahlreiche neue Funktionen.

Im wachstumsstarken Segment der Action Cams stellt Sony mit dem HDR-AZ1 ein besonders kompaktes Modell vor, das mit Abmessungen von 24,2 x 36,0 x 74,0 mm um ein Drittel kleiner und mit einem Gewicht von 62,5 g um ein Drittel leichter ist als der erfolgreiche HDR-AS100V. Mit seinem 11,9 Megapixel Exmor R CMOS Sensor und dem Zeiss Tessar Ultraweitwinkel-Objektiv mit einem Winkel von 170 Grad nimmt der HDR-AZ1 Full HD Videos mit der hohen Datenrate von 50 Mps im XAVCS Format auf und ist auch für Highspeed-Aufnahmen (120p) geeignet. Zum Lieferumfang gehört die neue LiveView Fernbedienung RN-LVR2V, die wie eine Uhr am Arm getragen wer-



Die neue Cyber-shot QX30 macht Smartphone-Fotografie mit 30x Zoom möglich.

den kann und gleichermaßen zur Bildkontrolle über das Farbdisplay dient und zur Bedienung des Camcorders genutzt werden kann. Mit dem eingebauten GPS-Modul wird der Ort des Einsatzes präzise festgehalten. Die neue Ustream Technologie macht sogar das Teilen der Aufnahmen in Echtzeit in Form von Livestreamings möglich.



Der neue Action Camcorder HDR-AZ1 ist um je ein Drittel kleiner und leichter als der erfolgreiche HDR-AS100V.

Auch der neue Action Camcorder ist mit der neuen PlayMemories Mobile 5.0 App kompatibel. Zum Lieferumfang gehört die neue Actioncam Movie Creator Software, mit der die aufgenommenen Filme schnell und einfach bearbeitet und direkt über das Internet und soziale Netzwerke geteilt werden können.

Dateien, sondern auch beim Abspielen von CD-Aufnahmen mit niedrigerer Bitrate oder von stark komprimierten MP3-Dateien sorgt der Walkman NWZ-A15 für faszinierende Tonqualität. Denn mit der Digital Sound Enhancement Engine (DSEE) HX stellt er die hohen Frequenzen, die durch die Komprimierung verloren gegangen sind, wieder her und hebt die Qualität hörbar an. So können die Anwender ihre gesamte Musiksammlung fast in High-Resolution Qualität genießen. Der interne 16 Gigabyte Speicher kann mit microSD-Speicherkarten erweitert werden.

High-Resolution Kopfhörer

Die passende Ergänzung zum neuen Walkman NWZ-A15 ist der neue High-Resolution Kopfhörer MDR-1A von Sony mit integriertem D/A-Wandler. Er glänzt nicht nur mit edlem Design, sondern auch mit seiner technischen Ausstattung: So kann der MDR-1A Hi-Res Signale von bis zu 192 kHz/24 bit oder DSD 2,8 MHz/5,6 MHz verarbeiten. Die automatische Eingangswahl ermöglicht die einfache Verbindung mit zahlreichen portablen Geräten, darunter kom-



Hochwertig: Der neue High-Resolution Kopfhörer MDR-1A von Sony.

Neue Systemkamera

Für das wachsende Marktsegment der spiegellosen Systemkameras zeigt Sony auf der IFA erstmals die Alpha 5100. Gemeinsam mit ihrem Schwestermodell Alpha 5000 ist sie die weltweit kleinste Systemkamera mit APS-C Sensor, eingebautem Blitz und WiFi/NFC. In dem kompakten Gehäuse bietet sie fast so viel Ausstattung wie die Alpha 6000 und ein besonders attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

Der „Fast Hybrid-Autofokus“ arbeitet mit 179 Autofokuspunkten, die praktisch die gesamte Fläche des 24,3 MP Exmor APS-C CMOS Sensors abdecken, um das Motiv scharf abzubilden. Dabei hält der AF auch mit schnellen Bewegungen Schritt. Bei Portraits stellt die Kamera auf Wunsch automatisch direkt auf die Iris im Auge scharf, zudem sind die Festlegung des Schärfepunkts und das Auslösen durch Berührung des Displays möglich.

Die Bilddaten werden mit dem Bionz X Bildprozessor verarbeitet, der auch in der Profi-Kamera Alpha 7 eingesetzt wird. Er sorgt für wirksame Rauschunterdrückung und zeigt seine Leistungsfähigkeit auch beim Videofilmen: Die Alpha 5100 kann bewegte Bilder im neuen XAVC S Format mit 50 Mbit/s in Full HD aufnehmen. Serienfotos können mit einer Geschwindigkeit von 6 Bildern/s mit Schärfenachführung aufgenommen werden (max. 75 Bilder hintereinander). Der Lichtempfindlichkeitsbereich umfasst ISO 100 - 25.800 (Video: ISO 100 - 12.800).

Über das 3"/7,6 cm große, um 180° neigbare, berührungsempfindliche Display mit 921.600 Bildpunkten lässt sich die Alpha 5100 komfortabel mit einem Finger bedienen. Fotos oder Videos können per WiFi schnell auf Smartphones und Tablets (Android und iOS) übertragen werden – bei kompatiblen Mobilgeräten ist der Verbindungsaufbau via NFC durch einfaches Berühren mit der Kamera möglich. Mit der „Smart Remote Control“ kann das Smartphone oder Tablet auch als Fernauslöser genutzt werden. Der Funktionsumfang der Alpha 5100 lässt sich mit den teilweise kostenpflichtigen PlayMemories Camera Apps von Sony erweitern. Sie bieten z. B. Hilfestellung auf dem Weg zu besseren Fotos oder ermöglichen witzige Effekte.

Als passendes Zubehör zur Kamera bietet Sony eine modische Tasche, wahlweise in schwarz oder braun, sowie eine Fernbedienung an. Die Alpha 5100 ist ab September in den Farben Silber, Schwarz und Braun zum Preis von 499 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 649 Euro (UVP mit SEL-P1650) oder 899 Euro (UVP mit SEL-P1650 und SEL-55210) erhältlich.



Die Alpha 5100 von Sony ist in Schwarz, Braun und Weiß erhältlich.

Toshiba setzt auf gut und günstig

Toshiba hat für die IFA zwei neue Smart-TV Modellreihen angekündigt. Die neue T5 Smart-TV-Serie mit Energieeffizienzklasse A++ soll mit besonders hoher Bildqualität auch anspruchsvolle Kunden ansprechen, bietet aber auch Zugriff auf ein großes Angebot von On-Demand-Inhalten. Umfassende Netzwerkfunktionen kennzeichnen die neue Toshiba L6463-Serie. Beide Produktfamilien bieten ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

Neue Smart-TV-Serien

Neben 800 Hz AMR+ (Active Motion Rate+) Technologie und 3D-Wiedergabe in Full HD-Qualität bieten die Fernseher der Toshiba T5-Serie verbesserte Bildeinstellungen im Kino-Modus. Um die Detailschärfe zu erhöhen, werden hier einzelne Farben angepasst; auch der Weißwert wird angehoben. Da die Fernsehgeräte auch mit leistungsfähigen Prozessoren ausgestattet sind, ist es möglich, 2D-Inhalte in 3D-Bilder zu konvertieren. Zum Lieferumfang gehören zwei leichte, aktive 3D-Shutterbrillen, die über Bluetooth mit dem TV verbunden werden.

Die T5-Modelle bieten Zugriff auf ein großes Angebot an On-Demand-Inhalten. Nutzer können über den Open Browser mit praktischer Lesezeichen-Funktion im Internet surfen, Videos auf YouTube entdecken oder sich Fernsehprogramme und Filme dann ansehen, wann sie möchten. Darüber hinaus stehen Angebote wie Musik- und Nachrichten-Apps sowie Wetter Widgets zur Verfügung.

Mit dem integrierten Netzwerkmedia-Player können Musik, Videos und Fotos aus dem Heimnetzwerk wiedergegeben werden. Neben den beiden USB-Ports haben die Geräte vier HDMI-Anschlüsse, über die sich auch Inhalte von einer Spielekonsole, Set-Top-Box oder einem DVD- und Blu-ray-Player wiedergeben lassen. Über „Personal Video Recording“ (PVR) ist es möglich, Sendungen

auf einer externen Festplatte aufzuzeichnen. Die Toshiba T5 Smart TVs sind ab September in den Größen 40" (UVP: 699 Euro) und 48" (UVP: 899 Euro) erhältlich.



Die Geräte der neuen Toshiba L6463-Serie bieten Zugriff auf das erweiterte App-Angebot der neuen Toshiba „Smart-TV-Cloud“ Plattform.

Neue „Smart-TV-Cloud“ Modelle

Die zwei Modelle (42/107 cm und 47 Zoll/119 cm) der neuen Toshiba L6463 Smart-TV-Serie sind mit einem Full HD-Display mit einer Bildwiederholungsrate von 200 Hertz ausgestattet und bieten umfassende Smart-TV Funktionen. Dazu gehört das erweiterte App-Angebot der neuen Toshiba „Smart-TV-Cloud“ Plattform, darunter Video-on-



Die neuen Toshiba T5 Smart TVs haben ein schwarzes Gehäuse mit schmalen Rahmen; der Standfuß ist aus Metall.

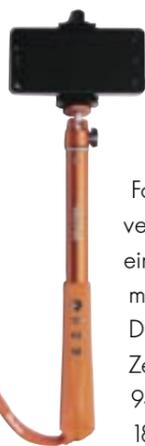
Demand-Dienste sowie diverse Mediatheken und Unterhaltungsangebote. Praktisch ist die MediaGuide Replay Funktion, die automatisch die Vorlieben des Anwenders lernt und passende Programme aufzeichnet, wenn der Fernseher im Standby-Modus ist. Dafür muss lediglich eine USB-Festplatte mit dem Gerät verbunden werden. Mehrere Nutzer können sich unabhängig voneinander anmelden und ihre eigenen Playlisten erzeugen.

Die Geräte der neuen L6463-Serie sind mit vier HDMI-Schnittstellen, USB, einem PC-Eingang und WiFi ausgestattet. Über Intel Wireless können Inhalte von kompatiblen Notebooks kabellos auf dem Fernseher angezeigt werden. Auch das drahtlose Abrufen von Medien aus dem Heimnetzwerk ist möglich.

Die Smart-TVs der Toshiba L6463-Serie kosten 649 Euro (UVP 42 Zoll) bzw. 849 Euro (UVP 47 Zoll) und sind ab sofort verfügbar.

PoS-Aktuell

Selfie Stick von Rollei



Neben dem neuen Rollei Selfie Tripod Set und dem Rollei Selfie Clip bringt Rollei auch den Selfie Stick, eine Armverlängerung mit integriertem Auslöser für Smartphones, auf den Markt. Mit Hilfe des neuen Selfie Sticks können Fotos oder Videos aus ungewöhnlichen Perspektiven entstehen. Der Rollei Selfie Stick verfügt über einen eingebauten Auslöser, der sich über Bluetooth mit dem Smartphone verbindet.

Der Rollei Selfie Stick ist eingefahren nur etwa 30 Zentimeter lang, kann aber bis auf eine Länge von 945 Millimeter ausgezogen werden und wiegt nur 185 Gramm. Dank abnehmbarem Karabinerhaken und Handschlaufe kann der Stick zudem sicher

befestigt werden. Kompatibel ist der Rollei Selfie Stick mit iOS 5.0 und höher sowie Android 2.3.6 und höher. Außerdem können dank 1/4-Zoll-Gewinde auch andere Kameras mit bis zu 500 Gramm montiert werden. Der Rollei Selfie Stick ist ab September für 54,99 Euro (UVP) in den Farben Schwarz, Blau, Grün und Orange erhältlich.

Das Selfie Tripod Set von Rollei besteht aus einem Tischstativ, einer Smartphone-Halterung und einer Bluetooth-Fernbedienung. Damit kann das Smartphone auf dem Stativ platziert werden und mit der Fernbedienung aus bis zu zehn Metern Entfernung über die Foto- oder Musik-App des Handys ausgelöst werden. Kompatibel ist die Fernbedienung mit iPhone, iPad oder iPod touch. Das mitgelieferte Tischstativ Rollei SY-310 kann ohne die Smartphone-Halterung auch mit anderen digitalen Kameras bis zu 1,5 Kilo verwendet werden. Das Rollei Selfie Tripod Set ist ab September für 54,99 Euro (UVP)

erhältlich. Passend zum Rollei Selfie Stick und dem Rollei Tripod Set gibt es zusätzlich den Rollei Selfie Clip, eine Smartphone-Halterung, die speziell für alle Produkte mit 1/4-Zoll-Schraube konzipiert ist. Die robuste und stabile Halterung für Smartphones bis zu einer Breite von 8,5 Zentimetern schützt das Gerät dank weicher Polsterung vor Kratzern. Der Rollei Selfie Clip ist ab September für 16,99 Euro (UVP) erhältlich.

TechniSat bringt zur IFA zwei neue DigitRadios

Zur IFA bringt TechniSat die beiden neuen DigitRadios 100 IR und 250. Damit umfasst das Sortiment mittlerweile zehn DigitRadio Modelle. Das Angebot reicht von mobilen Radios im Taschenformat über stationäre Digitalradios mit iPhone Dock und integriertem WLAN zum Empfang tausender Internetradiosender bis hin zu per App steuerbaren Highend-Geräten.

Das bluetooth-fähige DigitRadio 100 IR mit großem Display kann, einmal mit der Anlage verbunden, das bestehende Audiosystem um besten DAB+ Empfang erweitern und ermöglicht per WLAN Zugang zu tausenden von Internetradio-Sendern oder zu Dateien im Netzwerk (UPnP). Mit der Fernbedienung lässt sich das Digitradio 100 IR auch bequem vom Sofa aus steuern. Das DigitRadio ist zum UVP von 129,99 erhältlich. Das Digit-

Radio 250 ist ein kompaktes Radio mit beleuchtetem, zweizeiligem LCD-Display, sattem Stereo-Sound und bester DAB+ Digitalqualität. Mit Hilfe des automatischen Suchlaufs speichert das Gerät die Radiosender bequem im Senderspeicher. Die ausziehbare Teleskopantenne sorgt für exzellenten Empfang. Ein Klinkeanschluss ist ebenfalls integriert – die elektronische Lautstärkeregelung schont dabei die Ohren. Das Gerät ist zum Preis von 54,99 Euro (UVP) verfügbar.

Auf der IFA präsentiert TechniSat mit dem DigitRadio 210 IR und DigitRadio Classic zwei weitere DAB+ Neuheiten. Das DigitRadio 210 IR (UVP 109,99 Euro) bietet neben dem DAB+ Empfang durch die integrierte WLAN-Funktionalität Zugang zu tausenden von Internetradio-Sendern. Es kann mobil sowie stationär betrieben werden. Das beleuchtete Dot-Matrix LC-Display zeigt Sendernamen sowie Zusatzinformationen, 8 Favoritenspeicher für UKW- und DAB+ Radiostationen runden die Ausstattung ab.

Das DigitRadio Classic zeichnet sich durch ein schickes Retro-Design im edlen Klavierlack-Finish aus und bietet zwei eingebaute Lautsprecher mit je 15W Ausgangsleistung. Das Gerät kann Musik über Bluetooth streamen; eine externe Musikquelle kann über 3,5 mm AUX-IN Audio-Eingang oder den USB-Port angeschlossen werden. Der UVP für das DigitRadio Classic beträgt 169,99 Euro.



DigitRadio Classic



DigitRadio 210 IR



DigitRadio 250



DigitRadio 100 IR

Liebherr bringt Farbe in die Küche

Auf der IFA in Halle 2.1 stellt Liebherr energieeffiziente Kühl- und Gefriergeräte in modernen Farben vor. Neben dem Schwerpunkt BioFresh werden auch Kühl- und Gefriergeräte in hochwertigem Design präsentiert. So ist z. B. der Kühlschrank CU 3311 in den Farbvarianten Waterblue, Avocadogrün, Orange, Feuerrot, Perlkupfer und Cappuccino erhältlich.

Am Liebherr Stand können die Besucher per Buzzer für ihre Lieblingsfarbe abstimmen. Das Ergebnis trägt dazu bei, in welchen der sechs Farben Liebherr-Kühlschränke im Handel erhältlich sein werden, heißt es in einer Pressemitteilung.

Neue Philips Avance Küchenmaschine

Die neue Philips Avance Küchenmaschine aus hochwertigem Material im Retro-Look mit sieben Geschwindigkeiten und Impulsfunktion bietet einen 900-Watt-Motor sowie vielseitiges Zubehör und erledigt zahlreiche Zubereitungsarten mit Hilfe des schwenkbaren Rührarms im Handumdrehen.



Das sogenannte planetarische Rührsystem der Avance dreht sich in einer einzigartigen Rück- und Vorwärtsbewegung, statt einfach „nur“ im Kreis. Dabei rotiert das Rührwerkzeug etwas versetzt um die Mittelachse der Rührschüssel. So werden alle Bereiche der Schüssel erreicht und die Zutaten gut durchmischt.

Die große, stabile Metallschüssel der Philips Avance Küchenmaschine hat vier Liter Fassungsvermögen und kann bequem bis zu 1.300 Gramm Teig kneten. Dank des Metallgriffs ist sie leicht zu tragen und auszugießen – nützlich ist auch der mitgelieferte Spritzschutz. Je ein hochwertiger, speziell entwickelter Metallkethaken, Schneebesen und Flachrührer aus Edelstahl erledigen auch anspruchsvolle Zubereitungen. Sie rasen leicht durch eine einfache Drehung ein. Der schwenkbare Rührarm lässt sich einfach zum Wechseln oder Entfernen der Aufsätze seitlich nach hinten hochklappen und kann mit einer Hand wieder geschlossen werden. Dank abgerundeter Kanten und verdeckter Scharniere ist er besonders gut zu reinigen. Die Avance Küchenmaschine bietet umfangreiches Zubehör: Der leistungsstarke Mixbecher-Aufsatz (1,25 Liter) mit 4-Sterne-Messer mixt Obst, püriert Gemüse und zerkleinert mühelos Eis.

Der Küchenmaschinen-Aufsatz hat ein Fassungsvermögen von 1,5 Litern und verfügt über drei verschiedene Scheiben zum Schneiden, Raspeln oder Reiben. Getrocknete Früchte, Kaffeebohnen, Pfefferkörner oder Kräuter werden einfach mit Hilfe des Mühlenbehälters zerkleinert. Für frisch gepressten Saft in wenigen Minuten sorgt der handliche Zitruspressen-Aufsatz. Individuelle Fleischspezialitäten gelingen mit dem selbsteinziehenden Fleischwolf-Aufsatz.

Die Philips Avance Küchenmaschine ist ab September zum UVP von 369,99 Euro erhältlich.

Gorenje auf der IFA

Gorenje wird auf der IFA auf rund 810 qm in Halle 1.1 aktuelle Neuheiten präsentieren. Im Mittelpunkt steht eine neue Generation von energieeffizienten Geräten zum Kochen und Backen, die in den Ausführungen Essential, Advanced oder Superior erhältlich sein werden.

Ebenfalls zum IFA Ausstattungsportfolio gehört auch die IonGeneration bei Kühl- und Gefriergeräten, die, mit Hilfe eines neuen Kühlsystems MultiFlow 360°, eines sensorgesteuerten Temperaturmanagement AdaptTech sowie eines innovativen IonAir-Systems Lebensmittel länger frisch hält, um Total NoFrost und FrostLess Kühl-Gefrier-Kombinationen mit neuer Höhe (2 m) ergänzt wird.

Alle Gorenje Kühlgeräte in Inox werden künftig über hochwertige Echt-Edelstahlüren verfügen. Weitere, kultige Modelle der Retro Collection in trendiger Farbgebung light blue und inox gehören ebenso zum IFA-Ausstellungsportfolio 2014 wie die neuen, farbigen 8 kg-Modelle der SensoCare Waschmaschinen und Trockner mit umweltfreundlicher SensorIQ Technologie in knalligem Rot und Orange.

AEG Neuheiten für Kochen und Wäschepflege

Auf der IFA stellt AEG in Halle 4.1/101 zahlreiche Neuheiten aus den Bereichen Kochen und Wäschepflege vor. Dazu gehören Multidampfgarer, Induktionskochfelder und Dunstabzugshauben sowie für das Segment Wäschepflege neue Wäschepumpentrockner mit Woolmark Blue Zertifikat.

Der neue AEG ProCombi Plus ist der erste Multi-Dampfgarer, der automatisch dampfgart, backt, schmort, brät und sogar mit Sous Vide-Funktion ausgestattet ist. So muss nur eingestellt werden, was für ein Gericht sich im Multi-Dampfgarer befindet und dann der Startknopf betätigt werden. Das Gerät wählt dank innovativer Technologie die Ofenfunktion, Temperatur und Garzeit von ganz alleine aus. Der AEG ProCombi Plus spart so nicht nur Geld für teure Restaurantbesuche, son-

dern zaubert schnell aromatische und gesunde Gerichte, heißt es in einer Pressemitteilung.

Mit dem intuitiv bedienbaren Induktionskochfeld AEG MaxiSense Combi können Hobbyköche braten, kochen oder warmhalten: Durch 20 kleine Induktionsspulen können bis zu drei Töpfe und Pfannen zeitgleich auf der FreeZone Flächeninduktion stehen und individuell bezüglich Programm und Temperatur kontrolliert werden.

Passend zur Einführung des neuen EU-Energielabels bringt AEG ab dem 1. Januar 2015 neue energiesparende Dunstabzugshauben auf den Markt, die als Insel-, Wand-, oder Kaminhauben optisch perfekt in jede Küche passen.

Die neuen AEG ProTex Wäschetrockner sind jetzt mit der AbsoluteCareTechnologie ausgestattet: Sie schützt die Wäsche schon beim Trocknen vor Verschleiß, Verblassen und Schrumpfen und setzt so nach Herstellerangaben neue Standards bei der Kleiderpflege. Das beweist auch das Woolmark Blue-Zertifikat, erklärt das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Philips Sonicare als Pink Edition

Die neue Philips Sonicare DiamondClean Schallzahnbürste kommt im September als Pink Edition auf den Markt, dessen Ladestation mit induktiver Auflade-Technologie einem formschönen Zahnputzglas gleicht. Auf Reisen kann die Sonicare auch im pink-farbenen Reiseetui aufbewahrt werden, das mit einem USB-Anschluss ausgestattet ist und zum Aufladen an jede Steckdose oder jeden Laptop angeschlossen werden kann.

Mit fünf verschiedenen Putzeinstellungen wie „Clean“ für hervorragende Putzleistung, „White“ zur Entfernung von Verfärbungen, „Polish“ zur sanften Aufhellung, „Gum Care“ zur Stimulation und Massage des Zahnfleisches und „Sensitive“ für besonders empfindliche Zähne und Zahnfleisch sorgt die DiamondClean neben einem dynamischen Flüssigkeitseffekt auch für ein tiefenreines Mundgefühl. Über das LED-Display wird die jeweilige Putzeinstellung in einem leuchtenden Grün angezeigt. Die Auswahl erfolgt intuitiv: Einfach so oft auf den An/Aus-Schalter drücken, bis das gewünschte Programm hell leuchtet. Die Bürstendöpfe, die sich der natürlichen Zahnform anpassen, gibt es in den Größen Mini und Standard. Das Verblassen der farbigen Borsten zeigt an, wann sie ausgetauscht werden müssen.

Der UVP für die Pink Edition beträgt 209,99 Euro.



Von Oktober bis Ende Dezember spendet Philips von jeder verkauften Pink Edition drei Euro an die Krebsorgansiation Pink Ribbon.

www.photokina.de

photokina

World of imaging
KÖLN | 16.–21. SEPTEMBER

2014

ENTDECKEN SIE DIE VIELEN WELTEN DES IMAGING.

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

Der Pflichtbesuch für Profis.

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



#photokina



twitter

koelnmesse

Vestel mit großem Sortiment auf der IFA Ausblick ins „virtuelle Haus“



Der Curved UHD TV von Vestel hat eine Bildschirmdiagonale von 55".

„Vor 20 Jahren startete Vestel mit einem 50 qm großen Messestand auf der IFA“, kommentierte Vestel Germany Geschäftsführer Özcan Karadogan den Messeauftritt. „Die Präsenz, die wir in Berlin zeigen können, ist beeindruckend und demonstriert unsere Stärke“. Die eigene Halle und die gemeinsame Präsentation aller Produktbereiche bringe deutliche Vorteile: „Zum einen rückt die Weiße Ware stärker in den Fokus, zum anderen haben wir die Gelegenheit, das wichtige Thema Smart Home anschaulich und umfassend zu demonstrieren.“

So soll ein virtuelles Haus als Mittelpunkt des Messestands die Heimvernetzung erlebbar machen. Dort werden u.a. die Ultra High Definition LED TVs von Vestel gezeigt, die es auch als 55"-Modelle mit gebogenem Bildschirm gibt. Auch die auf 3D basierende Dual View Funktion gehört zur Ausstattung von Vestel Fernsehern: Dabei können Zuschauer mit Hilfe von Polarisationsbrillen gleichzeitig je eines von zwei unterschiedlichen Programmen auf dem

Mit einem 3.000 qm großen Stand auf der IFA will die Vestel Group ihre Position als einer der größten europäischen Hersteller von Weißer und Brauner Ware unterstreichen. Erstmals präsentiert das türkische Unternehmen ein umfassendes Sortiment in den Bereichen Unterhaltungselektronik und Haushalts-großgeräte sowie B2B Produkten wie Public Displays, Hotel-TV und LED-Leuchten.

TV sehen – ein Feature, das auch Gamer zu schätzen wissen.

Gesteuert wird das vernetzte Heim mit mobilen Endgeräten, die Vestel seit diesem Jahr im Produktportfolio hat: Auf der IFA werden dafür Tablet PCs in den Größen 7, 8 und 10,1" sowie Smartphones eingesetzt. Auch im Bereich Weiße Ware setzt Vestel auf Vernetzung, denn neue Hausgeräte lassen sich mit dem Smart-TV, Smartphone und Tablet fernsteuern. Für den neuen Einbaufen mit Ready Cook Funktion sind dabei bereits 50 Rezepte mit der passenden Temperatur und Garzeit hinterlegt. Auf dem TFT Display des Geräts kann man sehen, wie das fertige Ergebnis aussieht.

Die neue Waschmaschine mit 8 kg Volumen ist nicht nur netzwerkfähig, sondern nach Angaben von Vestel auch die sparsamste ihrer Klasse. Sie bietet A+++ Energieeffizienz und verbraucht mit 58 kWh im Jahr rund 70% weniger Strom als herkömmliche Modelle. Möglich wird das durch die Pyrojet-Technologie, die das Wasser besonders schnell aufheizt.

Mit den neuen Technologien will Vestel einen wichtigen Beitrag dazu leisten, das vernetzte Haus populärer zu machen. „Die Branche wartet sehnlich darauf, dass sich



Auf dem TFT Display des neuen Einbaufens von Vestel kann man sehen, wie das fertige Gericht aussieht.

Smart-Home-Lösungen beim Endkunden durchsetzen“, erklärte Karadogan. „Die technische Entwicklung ist bereits sehr weit fortgeschritten, es fehlt aber die Initialzündung.“ Sicherlich sei auch die Tatsache, dass smarte Produkte eher in höheren Preisklassen zu finden seien, ein Grund für das Zögern der Konsumenten. „Das Produktlineup, das Vestel zur IFA einführt, wird mit seinem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis ein neues Preissegment öffnen und schließlich smarte Produkte auch für die breite Masse interessanter machen“, so der Vestel Germany Geschäftsführer.

Gigaset stellt neue App zur Kontaktübertragung vor Vom Smartphone auf's Mobilteil

Mit der neuen App ContactsPush macht Gigaset die einfache Übertragung von Smartphone-Kontakten auf Festnetz-Mobilteile möglich. Das bedeutet deutlich mehr Komfort für den Nutzer, die auf beiden Plattformen eine einheitliche Kontaktliste nutzen können. Für Gigaset ist die App ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung eines eigenen Ecosystems aus Hard- und Software.

Die neue ContactsPush App ermöglicht die einfache Übertragung von Smartphone-Kontakten auf Gigaset Mobilteile, die an IP-Basen betrieben werden. Sie ist kompatibel mit Android- (ab 4.x oder höher) und iOS-Geräten (ab 6.x oder höher) und kos-

Mit der neuen App ContactsPush von Gigaset können die Kontaktdaten von Smartphones ganz einfach auf verschiedene Gigaset Festnetz-Mobilteile, z. B. das C430 IP, übertragen werden.

tenlos im Google Play Store oder Apple App Store verfügbar. Damit sind alle Kontakte nun überall zur Hand, egal ob man mit dem Smartphone unterwegs ist oder zu Hause im Festnetz telefonieren möchte. „Die App bringt große Komfortvorteile“, erklärte Torsten Velker, Leiter Home Solutions bei Gigaset. „Anwender müssen zukünftig keine Zeit mehr damit verschwenden, Kontakte manuell vom Smartphone auf das Mobilteil ihres Festnetztelefons zu übertragen. Auch die mühsame Kontaktsuche auf verschiedenen Geräten ist vorbei.“



Die Verbindung zwischen Smartphone und Festnetztelefon wird von der App über das heimische WLAN-Netzwerk hergestellt. Die im lokalen Netzwerk befindlichen DECT-Basisstationen C610 IP, C430 IP, DL500A, DX600A, DX800A, bzw. die daran angemeldeten Mobilteile werden schnell gefunden und angesprochen. Nachdem das gewünschte Telefon ausgewählt wurde, können die Kontakte direkt aus dem Smartphone übertragen werden. Der Nutzer kann dabei bis zu sechs Mobilteilen wählen und wahlweise die gesamte Kontaktliste oder einzelne Kontakte übertragen.

Die ContactsPush App bietet volle Kompatibilität mit Apple iPhones ab der vierten Generation sowie den Samsung Smartphones Galaxy S4, S4 mini, S3 und S2. Zahlreiche andere Android-basierte Smartphones werden ebenfalls unterstützt.

Eine Übertragung der Smartphone Kontakte ist aktuell mit den Gigaset Mobilteilen C300H, C59H, C610H, C430H, C530H, E630H, SL400H, SL910H möglich.

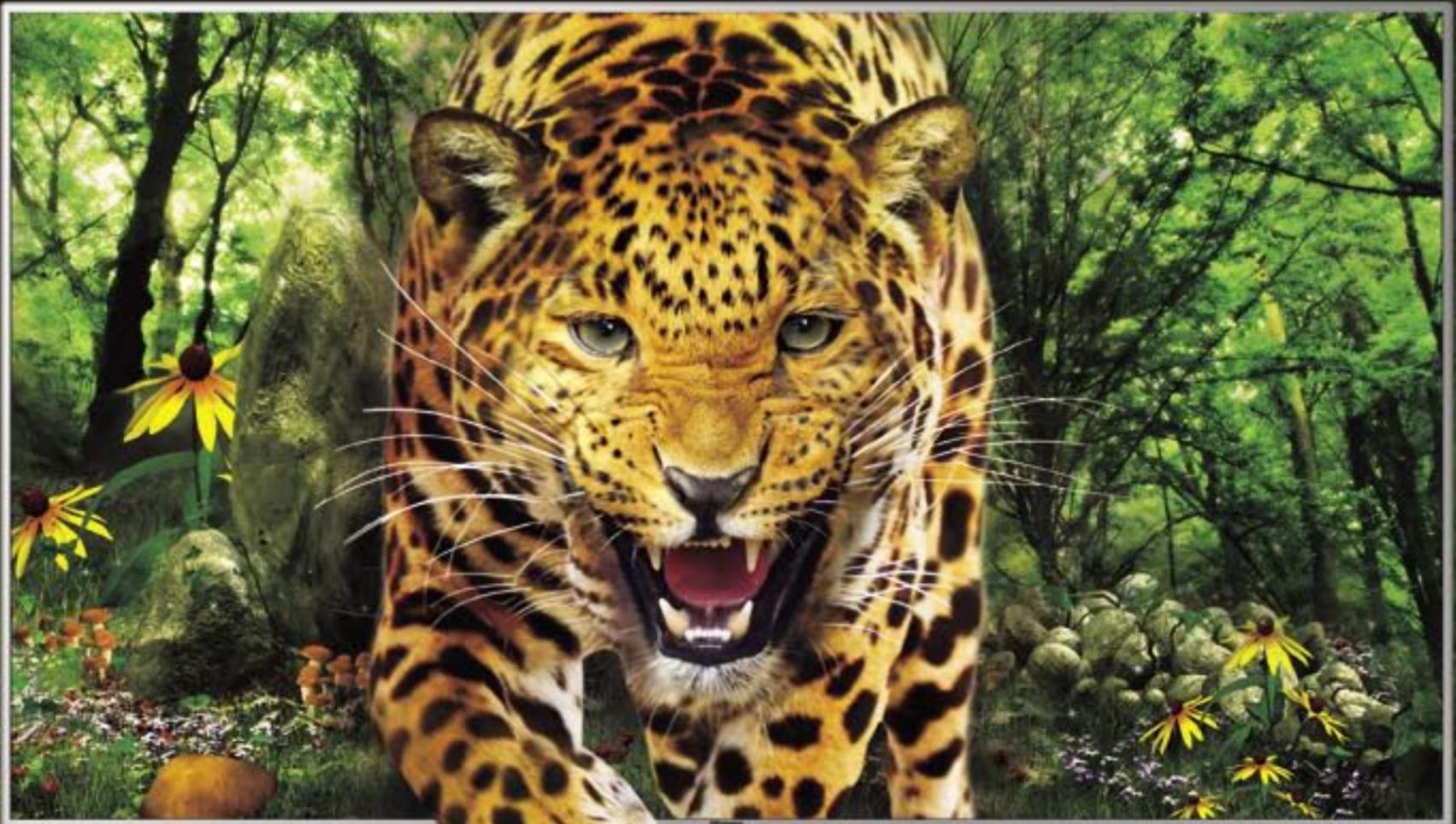
„Die ContactsPush App ist ein weiterer Baustein in unserer Zukunftsoffensive, die wir bereits im Jahr 2012 auf den Weg gebracht haben“, betonte Velker. „Mit neuen Produkten wie Tablets, Smartphones und Gigaset elements im Bereich des Connected Living werden wir auch zunehmend mehr Software anbieten.“

Hisense



ULED TV

DISCOVER THE POWER OF TRUE COLOUR



Erlebe ULED auf der IFA



**Halle 6.2b
Stand 202**

Official Premium-Partner of FC Schalke 04



Hisense

Panasonic auf der IFA: „A Better Life, A Better World“

Die Premium-Marke

Auf 6.100 qm in Halle 5.2 präsentiert Panasonic auf der IFA ein umfassendes Portfolio von digitaler Unterhaltungselektronik über Hausgeräte bis zu professionellen Business-Lösungen. Bei den Neuheiten setzt das Unternehmen einen eindeutigen Akzent auf das Premium-Segment, um sichtbaren Nutzen für die Konsumenten mit hoher Wertschöpfung für den Fachhandel zu verbinden. Prägnante Beispiele dafür sind die neuen 4K UHD Viera TVs mit integriertem SAT>IP Server und High-Resolution Audio Produkte. Auch die Bedeutung von Hausgeräten steigt.

Mit den neuen 4K UHD TVs der Viera AXW904 (in den Bildschirmgrößen 55"/139 cm und 65"/164 cm) und dem gigantischen XW944 in 85"/214 cm präsentiert Panasonic neue Flaggschiffe im TV-Sortiment. Sie machen mit ihrer High-End Ausstattung nicht nur das spektakuläre Qualitätspotential von 4K UHD deutlich, sondern setzen auch Maßstäbe bei der Vernetzung und im Design.

Nach der erfolgreichen Einführung der weltweit ersten Fernseher mit SAT>IP Client, der die flexible Verteilung von DVB-S und DVB-T Signalen im heimischen Netzwerk ermöglicht, bieten die AXW904 und XW944 Viera TVs eine weitere Weltneuheit: Sie sind die ersten Fernseher, die nicht nur mit einem SAT>IP Client, sondern auch mit einem integrierten SAT>IP Server ausgestattet sind. So können sie nicht nur TV-Signale aus dem Heimnetzwerk entschlüsseln, sondern auch das per Satellit-Kabel oder Antennen empfangende Programm ohne zusätzliche Settop-Box für die Nutzung im ganzen Haus bereitstellen. Auch der eingebaute Twin HD Triple Tuner mit zwei CI+ Slots und USB-Recording steht für vielfältige Empfangsmöglichkeiten.

Noch bessere Bildqualität

Mit ihrer neuen technischen Ausstattung heben die Viera TVs AXW904 und XW944 die ohnehin faszinierende 4K UHD Bildqualität nochmals auf ein höheres Niveau. Möglich wird das durch weiter verbesserte Bildverarbeitung mit dem ultraschnellen Quad Core Pro 5 Prozessor. Das neue Ultra Bright Panel erzielt mit den Technologien Studio Master Drive, Studio Master Control und Local Dimming Ultra (XW944: Ultra Dimming Pro) plastische Bilder mit überzeugenden Details und fein abgestuften Farben. Die 3.000 Hz bls IFC-Technologie sorgt für hohe Schärfe auch bei schnellen Bewegungsabläufen, und zwar bei TV-Übertragungen ebenso wie bei Filmen von Blu-ray Disk/DVD oder Inhalten aus dem Internet. Die neuen Geräte sind isf-zertifiziert, so dass die überragende Bildqualität noch weiter verbessert werden kann. Das überzeugende 4K UHD Seh-Erlebnis wurde bereits durch die Auszeichnung mit dem begehrten THX 4K Display Zertifikat bestätigt.

Begleitet wird das brillante Fernseh-Erlebnis durch



Auch im Design ein Statement für die Premium-Strategie: das neue 4K UHD TV-Flaggschiff Viera AXW904.

VR Audio Master Surround 2.1 Sound, der das Kinoerlebnis mit beeindruckender Klangwiedergabe unterstützt. Dass die neuen 4K UHD Viera TV Flaggschiffe mit den aktuellen Technologien wie TV Anywhere, MyStream, der Info Bar und dem nochmals verbesserten Voice Assistant ausgestattet sind, versteht sich von selbst. Das elegante, zeitlose Design der Geräte fügt sich harmonisch in jede Wohnumgebung ein und unterstreicht auch im ausgeschalteten Zustand den Premium-Charakter der Fernseher.

Die 4K UHD Viera TVs der AXW904 und XW944 Serie kommen Ende Oktober auf den Markt. Die Preise stehen noch nicht fest.

Premium in Full HD

Auch für das Full HD Segment bringt Panasonic mit der ASW804 Serie neue Premium-Produkte auf den Markt. Die Nachfolgemodelle der vielfach ausgezeichneten DTW60 Serie sind in den Bildschirmdiagonalen 47"/119 cm, 55"/139 cm und 60"/151 cm erhältlich und wie viele neue Viera Modelle mit dem SAT>IP Client ausgestattet. Der Hochleistungsprozessor Hexa Processing Engine und 1.800 Hz bls Bildverarbeitung sorgen für scharfe Wiedergabe rasanter Action-Szenen, Supreme Contrast, Local Dimming und Advanced Colour Spectrum erzeugen kon-

trastreiche, farbstarke Bilder. Auch die Tonqualität des eingebauten VR-Audio Pro Surround 2.1 Systems entspricht dem hohen Anspruch. Netzwerkfunktionen wie TV Anywhere und Remote Sharing, intuitive Bedienung mit my Home Screen und dem Programm-Assistenten MyStream sowie die digitale Pinnwand Info Bar komplettieren die Ausstattung.

Die Full HD Viera TVs der ASW804 Serie sind ab sofort zu Preisen von 1.599 Euro (UVP 47"), 1.999 Euro (UVP 55") oder 2.599 Euro (UVP 60") erhältlich.



Im Full HD Segment treten die Viera TVs der ASW804 Serie die Nachfolge der vielfach ausgezeichneten DTW60 Serie an.

Christian Sokcevic, Panasonic Managing Director DACH

Innovationen für den Fachhandel

Christian Sokcevic, seit dem 1. April 2014 Panasonic Managing Director DACH, erlebt seine erste IFA in dieser Funktion. PoS-MAIL hat ihn gefragt, was er von der Messe für Panasonic erwartet.



Christian Sokcevic: „Im hart umkämpften TV-Markt konnten wir unseren zweiten Platz nach Wert ausbauen.“

PoS-MAIL: Herr Sokcevic, in welcher Verfassung kommt Panasonic auf der IFA an? Wie hat sich Ihre Marktposition in den letzten Monaten entwickelt?

Christian Sokcevic: Uns geht es hervorragend. Wir sind erfolgreich ins Geschäftsjahr gestartet und konnten unseren starken zweiten Platz in der Branche nicht nur halten, sondern sogar ausbauen. Mit den tollen Innovationen und Produkten, die wir nun auf der IFA und später im Monat auch auf der photokina zeigen werden, können wir auch die zweite Hälfte des Geschäftsjahres und das Weihnachtsgeschäft selbstbewusst angehen.

PoS-MAIL: Welche Produktbereiche haben dazu besonders beigetragen?

Christian Sokcevic: Wir konnten gleich in mehreren Bereichen punkten, was mich besonders freut. Damit sind wir in turbulenten Zeiten wie diesen breiter aufgestellt. Im hart umkämpften TV-Markt konnten wir unseren zweiten Platz nach Wert ausbauen. Gerade während der WM und des damit verbundenen TV-Geschäfts ist dies eine großartige Nachricht.

Auch in anderen Bereichen der braunen Ware haben wir an Boden gewonnen: Unser Multiroom System, die ALL Serie, wurde von Händlern und Kunden positiv angenommen. Überhaupt geht unsere Strategie auf: Bei DVD- und Blu-Ray Recordern sind wir mit über 30 Prozent Marktanteil dank konkurrenzloser Ausstattung auf Platz 1. Hier haben wir ein Riesengewinn erlebt und präsentieren nun pünktlich zur IFA neue Modelle mit neuen Funktionen wie Key

Erfolgreiche Premium-Strategie

Nicht nur im TV-Geschäft hat die konsequente Mehrwert-Orientierung von Panasonic in diesem Jahr Früchte getragen. In der Kategorie DVD & Blu-Ray dominieren die umfassend ausgestatteten Player und Recorder mit über 30 Prozent Anteil (auf Wertbasis) den Markt. Im Imaging-Segment lagen die Lumix Kompaktkameras von Panasonic im Juli 2014 mit einem Marktanteil (auf Wertbasis) von 25,3 Prozent auf dem ersten Platz. Dabei war im Foto-Kanal bei einem Marktanteil von 34,4 Prozent (auf Wertbasis) mehr als jede dritte verkaufte Kompaktkamera eine Lumix. Im wachsenden Segment der spiegellosen Systemkameras (DSLM) belegte Panasonic mit 21,6 Prozent Marktanteil den zweiten Platz und kam im Foto-Kanal sogar auf 23,2 Prozent.



Mit Premium-Geräten wie dem BST940 dominiert Panasonic den Markt für DVD & Blu-Ray Player und Recorder.

Word Recording. Im Markt der Kompaktkameras konnten wir mit hochwertigen Modellen wie etwa der LX oder TZ-Serie und den Bridgekameras der FZ-Serie den ersten Platz nach Wert sichern. Unsere Produkte bieten einen echten Mehrwert gegenüber der Fotofunktion eines Smartphones, deshalb gibt es dafür auch Kunden. Ähnlich verhält es sich bei den spiegellosen Systemkameras: Wir sehen uns in diesem Bereich als Innovationsführer und konnten bislang mit jedem neuen Lumix G Produkt die Messlatte etwas höher schieben. Deshalb sind wir auch in diesem Markt mit einem zweiten Platz vorne mit dabei.

PoS-MAIL: Der TV-Markt hat sich ja im zweiten Quartal durch die Fußball-WM etwas erholt. Die Preise sinken aber leider weiter. Trifft das auch für die Viera TVs von Panasonic zu? Welche Entwicklung erwarten Sie für das vierte Quartal?

Christian Sokcevic: Wie schon gesagt, haben wir gerade in der Hochzeit des WM-Geschäfts unsere Marktanteile nach Wert erhöht. Das bedeutet, dass der beratende Fachhandel unsere Premiumprodukte erfolgreich vermitteln konnte. Unsere Mehrwertstrategie geht also auf: Innovationen, von denen die Kunden profitieren, weil sie auch intuitiv nutzbar sind, kommen an. Auf der IFA gehen wir genau diesen Weg weiter und präsentieren mit unserem neuen Flaggschiff, dem Viera AXW904, den ersten TV mit Sat>IP Server. Wir erwarten deshalb nicht zuletzt auch im TV-Markt ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft.

PoS-MAIL: Wie stellt sich der Bereich Weiße Ware auf dem Panasonic IFA Stand dar? Welche Neuheiten sind Ihrer Meinung nach besonders wichtig?

Christian Sokcevic: Die Bedeutung der Weißen Ware für unser Geschäft wächst seit Jahren beständig. Beim Besuch unseres IFA Standes wird diese Entwicklung schnell sichtbar: Rund die Hälfte unseres Standes zeigt unsere neuesten Produkte aus diesem Bereich. Weil auch der Handel unsere Produkte annimmt, werden wir unser Sortiment beständig erweitern. Auch hier wollen wir im Premium-Segment besondere Akzente setzen.

PoS-MAIL: Das Thema Smart Home wurde im Vorfeld der IFA von Verbänden und Herstellern immer wieder erwähnt. Wie ist Panasonic auf diesen neuen Markt vorbereitet? In welchem Zeitrahmen erwarten Sie nennenswerte Umsätze in diesem Segment?

Christian Sokcevic: Wir beschäftigen uns seit Jahren sehr detailliert mit den Möglichkeiten der Vernetzung. In Fujisawa in Japan demonstrieren wir vom vollständig vernetzten Haus bis zur vollständig vernetzten Stadt, was möglich ist. Dennoch ist nicht alles, was funktioniert, auch für Endkunden geeignet oder sinnvoll. Bevor wir also Funktionen oder Ausstattungen auf den Markt bringen, prüfen wir, ob sie unseren Kunden einen echten Mehrwert bringen und ob sie intuitiv anwendbar sind. Nehmen Sie als Positivbeispiele unsere ALL Serie oder die Funktion TV Anywhere, die wir für unsere aktuellen Viera Fernseher anbieten: Beides ist leicht zu bedienen, sie nutzen die Cloud zum Vorteil unserer Kunden und machen zudem Spaß. So etwas setzen wir natürlich um. Anwendungen, die nur um des Labels „Smart“ Willen und ohne jeden Vorteil für Kunden auf den Markt kommen, wird es bei uns auch zukünftig nicht geben.

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

Der Kopfhörer HD10 ist der erste Over-Ear-Kopfhörer von Panasonic mit High-Resolution Audio Technologie.



High-Resolution Audio

Nach der erfolgreichen Einführung des erweiterbaren AllPlay Multi Room Audio Systems im Sommer wird Panasonic auf IFA auch im Wachstumsmarkt High-Resolution Audio Akzente setzen. Eine Neuheit ist schon bekannt: Das Kopfhörer-Modell HD10 ist der erste Over-Ear-Kopfhörer des Unternehmens mit der revolutionären Technologie.

Beim HD10 sorgt ein 50 mm HR Wandler für eine brillante Akustik mit tiefen, voluminösen Bässen und besonders klaren Höhen. Für die Fertigung der Klangkörper verwendet Panasonic eine neue Hochpolymer-Membran mit Mehrschicht-Technologie, die aus 201 Schichten besteht und die Steifigkeit verbessern sowie den Klangverlust reduzieren soll.

Ein neu entwickeltes Spulendesign maximiert die magnetische Flussdichte und ermöglicht so eine exakte Wiedergabe des elektrischen Signals. Dank der Verwendung neuer vibrationsarmer Materialien bei der Rahmenkonstruktion werden Resonanzen weitgehend minimiert und eine exakte Tonwiedergabe ermöglicht. Der HD10 lässt sich einfach an jede Kopfform anpassen. Das Kopfband ist nicht wie üblich nur vertikal, sondern zusätzlich auch horizontal verstellbar.

Der Kopfhörer RP-HD10 ist ab September 2014 für 249,99 Euro (UVP) erhältlich.

Mehr Platz für Hausgeräte

Etwa die Hälfte des IFA Standes von Panasonic ist dem Segment Hausgeräte gewidmet, das für den japanischen High-Tech-Hersteller weiter an Bedeutung gewinnt. In diesem Jahr hat das Unternehmen mit einer neuen Kühl-/Gefrierkombination und zwei besonders energieeffizienten Waschmaschinen bereits wichtige Akzente gesetzt und auch weitere interessante Kleingeräte für die Küche vorgestellt. In Berlin ist mit weiteren Neuheiten zu rechnen, die den Premium-Anspruch von Panasonic auch im Segment Weiße Ware konsequent umsetzen sollen.



Die Ausstellungsfläche für Hausgeräte wird bei Panasonic auf der IFA 2014 noch größer. Eine der Neuheiten in diesem Bereich ist die A+++ Kühl-/Gefrierkombination NR-BD31 mit 322 Litern Nutzinhalt und einer besonders familienfreundlichen Innenaufteilung. Auf ausziehbaren Glasablagen, in höhenverstellbaren Türfächern, einem FreshCase für Obst und Gemüse, einem Chillerfach für Fisch und Fleisch sowie drei TK-Schubladen sind Lebensmittel gut aufgehoben.

Yamaha mit Weltpremiere auf der IFA Klangvolle Neuheiten



Die neue TV-Soundstage SRT-1000 von Yamaha erzeugt authentischen 5.1 Surround Sound und ist für Fernseher bis zu 55 Zoll Bildschirmdiagonale geeignet.

Auf über 500 Quadratmetern Standfläche in Halle 1.2 will Yamaha auf der IFA spannende neue Produkte für HiFi und Heimkino präsentieren. Das zehnjährige Jubiläum der Digital Sound Projector Technologie wird mit der Einführung eines neuen Spitzenmodells gefeiert, mit der Vorstellung einer neuen TV-Soundstage gibt es eine Weltpremiere. Für's Heimkino gibt es neue High-End-Receiver.

Mit der TV-Soundstage SRT-1000 führt Yamaha eine Neuheit ein, die den kraftvollen, realistischen Raumklang der Digital Sound Projector Technologie mit einem flachen, dezenten Gehäuse verbindet und so unter dem TV-Gerät Platz findet. Mit 8 Beam-Lautsprechern und zusätzlichen Tieftönern auf jeder Seite des Gehäuses erzeugt der SRT-1000 authentischen 5.1 Surround Sound. Das Yamaha Sounddeck ist mit einer Breite von 78 cm und einer Tiefe von 38 cm für Fernseher bis zu 55 Zoll Bildschirmdiagonale geeignet. Alternativ findet es mit nur 7,7 cm Höhe problemlos in einem Regal Platz.

Das Design mit einer Kombination aus edlem ‚Hairline-Finish‘ und schwarzglänzender Umrandung der Front und der Seitenteile entspricht der hochwertigen Technik der SRT-1000. Der einfache Anschluss mit nur einem Kabel und die Bedienung mit der Systemfernbedienung oder einer kostenlosen App machen die Installation und den Betrieb komfortabel.

Jubiläumsmodell Yamaha YSP-2500

Vor zehn Jahren stellte Yamaha mit dem YSP-1 den ersten Sound Projector vor, um durch die gezielte Nutzung von Reflexionen im Raum aus nur einem länglichen Lautsprechergehäuse authentischen Surround Sound auch in Umgebungen zu bringen, in denen keine hinteren Lautsprecher aufgestellt werden können. Inzwischen gibt es verschiedene Modelle mit 8 bis 40 gerichteten Beam-Lautsprechern sowie integriertem oder kabellosen Subwoofer. Beim Jubiläumsmodell YSP-2500 sorgen 16 Beam-Lautsprecher für authentischen 7 Kanal Surround Sound, während ein kabelloser Subwoofer kraftvollen Bass beisteuert. Auf Wunsch können die gerichteten Hochtöner auch dazu genutzt werden, um den Stereobereich zu erweitern

oder die Hörposition gezielt zu beschallen. Cinema DSP ermöglicht mit 10 verschiedenen Programmen die zum jeweiligen Charakter passende Wiedergabe von Musik, und Sound von Filmen oder Videospiele. Auch die Technologien Clear Voice und UniVolume sind eingebaut, um für besonders gute Sprachverständlichkeit und gleichbleibende Lautstärke aus allen Quellen zu sorgen.

Neue High-End-Receiver

Mit der neuen Aventure-Serie präsentiert Yamaha auf der IFA hochwertige AV-Receiver für Heimkino-Umgebungen. Der RX-A1040 bringt mit 170 Watt pro Kanal kraftvollen 7.2 Surround Sound ins Heimkino-Wohnzimmer, der RX-A2040 leistet jeweils 220 Watt auf neun Kanälen. 9.2-Raumklang bringt der RX-A3040 mit 230 Watt pro Kanal auf die Ohren und kann bei Bedarf auf 11.2 Surround Sound erweitert werden.

Bei allen drei Modellen setzt Yamaha besonders hochwertige, handselektierte Bauteile ein. Das Chassis im edlen Design ist nach klanglichen Gesichtspunkten konzipiert und reduziert mit seiner starren Konstruktion Vibrationen. Beim RX-A2040 und beim RX-A3040 sorgt ein H-förmiger Innenrahmen für zusätzliche Stabilität. Zudem setzt Yamaha auf die A.R.T.-Wedge-Vibrationsdämpfung, um unverfälschten Hörgenuss zu garantieren. Das Spitzenmodell RX-A3040 verfügt darüber hinaus über vergoldete Lautsprecheranschlüsse für eine optimale Verbindung.

Mit einem komplett symmetrischen Verstärker Aufbau erzeugen die neuen Aventure Receiver eindrucksvollen Klang bei Filmen, Musik und Gaming. Neben einer Ultra Low Jitter PLL-Schaltung kommen besonders hochwertige DACs von ESS zum Einsatz: Im RX-A1040 ist ein ES9006 verbaut, der RX-A2040 verfügt über gleich zwei der Qualitäts-DACs. Das Top-Modell RX-A3040 nutzt für die sieben Hauptkanäle besonders leistungsstarke ES9016 DACs mit 192 kHz/32-bit und ES9006 DACs für die Präsenz-Kanäle. Das Ergebnis ist ein außerordentlich großer Dynamikumfang und ein hervorragendes Signal-Rausch-Verhältnis.

Die neuen Geräte sind mit allen gängigen HD-Audioformaten kompatibel und unterstützen sowohl Dolby True HD und DTS-HD Master Audio als auch Dolby Digital Plus und DTS-HD High Resolution Audio. Beim RX-A2040 und beim RX-A3040 hat Yamaha erstmals den zukunftsweisenden Dolby Atmos Standard integriert, der seit 2012 in ausgewählten kommerziellen Kinos eingesetzt wird. Dieses Format ermöglicht die punktgenaue Platzierung von Tonquellen – unabhängig von der Position des Hörers.



Der Sound Projector YSP-2500 ist mit 16 Beam-Lautsprechern ausgestattet.

Mit den neuen Aventure-Modellen lassen sich sFLAC und WAV-Dateien mit 192 kHz und 24-bit als auch Apple Lossless wiedergeben. RX-A2040 und RX-A3040 verbessern mit dem High Resolution Music Enhancer die Musikalität dieser Formate noch weiter. Die Tonqualität komprimierter Audiodateien wie MP3 wird mit dem Compressed Music Enhancer erhöht.

Ein integriertes WiFi-Modul macht bei den neuen Aventure-Receiver High-Res-Audiostreaming mit 192kHz/24-bit aus dem Heimnetz sowie via Apple AirPlay und Yamaha MusicPlay möglich. Zudem können alle wichtigen Streaming-Dienste von Spotify über Napster bis zu Juke genutzt werden. Mit kompatiblen Mobilgeräten ist zudem das Streaming per HTC Connect möglich, über MHL kann neben Audio auch Video in Full HD Auflösung direkt an den AV-Receiver übertragen werden.

Die neuen Receiver können Videos in 3D und im 4K/ Ultra HD Standard wiedergeben und unterstützen die neueste HDMI-Generation sowie Video-Upscaling mit 50/60p. Beim RX-A2040 und beim RX-A3040 werden Bilddetails und Kanten mit Resolution Enhancement verbessert, eine Video-Signalsteuerung für Kontrast, Helligkeit und Sättigung ist ebenfalls integriert. Yamahas einzigartige Klang-

Das Chassis der neuen Aventure AV-Receiver, hier das Modell RX-A3040, wurde nach klanglichen Gesichtspunkten konzipiert und reduziert mit seiner starren Konstruktion Vibrationen. Alle drei neuen Modelle können mit der kostenlosen AV Controller App gesteuert werden.



feldverarbeitung Cinema DSP 3D sorgt im RX-A1040 mit 17 Voreinstellungen für den passenden Ton bei Musik, Filmen und Spielen, der RX-A2040 bietet 23 Programme. Im Topmodell RX-A3040 sorgt Cinema DSP HD3 durch die Nutzung von zwei Cinema DSP Systemen und verlustfreier Dekodierung von 192-kHz-Signalen für ein besonders eindrucksvolles Surround Sound Erlebnis.

Die Einrichtung der Lautsprecher ist mit Yamahas automatischem Einmess-System YPAO R.S.C. einfach. Ab dem RX-A2040 steht ein noch empfindlicheres Messmikrofon zur Verfügung, beim RX-A3040 ist zudem eine dreidimensionale Winkeleinmessung integriert. Die Steuerung der AV-Receiver erfolgt mit der Systemfernbedienung oder via Smartphone oder Tablet mit der kostenlosen AV Controller App für iOS und Android.

Die neuen Aventure Receiver sind ab sofort lieferbar und kosten 1.099 Euro (UVP RX-A1040), 1.499 Euro (UVP RX-A2040) bzw. 2.099 Euro (UVP RX-A3040).

LG mit 4K-OLED-TV auf der IFA

„Neue Spielregeln“

Mit dem Verkaufsstart der weltweit ersten OLED-TVs mit 4K Ultra HD-Auflösung hat LG nach eigener Aussage bereits vor der IFA einen weiteren entscheidenden Schritt in die Zukunft des Fernsehens gemacht. Im koreanischen Markt können die in Bildschirmgrößen 65 (166 cm) und 77 Zoll (196 cm) erhältlichen Geräte bereits seit einigen Wochen vorbestellt werden. Auch in den nordamerikanischen und europäischen Kernmärkten soll der neue Fernseher bald verfügbar sein. LG rechnet damit, dass der Umsatz mit OLED-TVs bereits in einigen Jahren den von LCD-Geräten überholen wird.

Die neuen LG 4K-OLED-TV-Modelle 77EC980V und 65EC970V bieten nach Angaben von LG die derzeit beste Display-Technologie im Markt: ein gebogenes Panel, das sich aus Dioden zusammensetzt, die natürliches Licht in Ultra HD-Qualität ausstrahlen. Damit sei der 4K-OLED-TV „die Zukunft des Fernsehens“ betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

„Der LG 4K-OLED-TV ist ein Höhepunkt des technisch Machbaren und damit ein neues Paradigma, das die Dynamik des TV-Markts für zukünftige Technologien verändern wird“, erklärt Hyun-Hwoi Ha, Präsident und CEO der LG Home Entertainment Company. „Als nächster evo-



Mit den neuen 4K-OLED-TV-Modellen will LG die Spielregeln auf dem TV Markt grundlegend verändern.

lutionärer Schritt in der Displaytechnik werden OLEDs eine wichtige Rolle bei der Umgestaltung unserer Branche spielen. Ich bin zuversichtlich, dass sich mit 4K-OLEDs die Spielregeln grundlegend verändern werden.“

Auch bei den neuen 4K-OLED-TVs von LG wird die von LG Display entwickelte proprietäre Vier-Farb-Pixel-Technologie WRGB eingesetzt. 33 Millionen Sub-Pixel stellen naturgetreue Farben und ein nahezu unendliches Kontrastverhältnis dar. Die selbstleuchtenden Pixel erzeugen zum einen besonders kräftige, helle und natürliche Farbtöne, zum anderen ein tiefes, sattes Schwarz, wenn sie

nicht aktiv sind. Durch seine schnelle Reaktionsrate werden Bewegungen ohne Flackern oder Unschärfe wiedergegeben.

Der schlanke, geschwungene Bildschirm des LG 4K-OLED-TVs steht auf einem stilvollen, blattförmigen Standfuß, lässt sich aber auch an der Wand montieren. Das von LG in Zusammenarbeit mit den Audioexperten von Harman Kardon entwickelte Multi-Kanal Ultra-Surround-Sound-System liefert eine hohe Audioleistung, die mit der Bildqualität der Fernseher mithalten kann. Bereits auf der diesjährigen Consumer Electronics Show (CES) wurden die LG 4K-OLED-TVs mit dem „Best of Innovations“-Award ausgezeichnet. Die Geräte wurden rund um die bedienungsfreundliche webOS-Plattform konzipiert und bieten eine Reihe von praktischen Features und Funktionen. Dabei haben die Entwickler besonderen Wert auf einfaches Anschließen, einfaches Umschalten und einfaches Suchen und Finden („Simple Connection, Simple Switching, Simple Discovery“) gelegt. webOS wurde kürzlich von der European Imaging and Sound Association (EISA) für seine außergewöhnlich intuitive Benutzeroberfläche ausgezeichnet.

„Der Umsatz im OLED-TV-Segment wird in einigen Jahren den Umsatz von LCD-Geräten überholen“, sagte Hyun-Hwoi Ha voraus. „Bei der OLED-Technologie liegen die Vorteile auf der Hand. Es gibt keine Verschlechterung der Bildqualität, und Themen wie Bildunschärfe, Verzeichnung und Farbverlust, wie sie bei gebogenen LED-Geräten vorkommen, treten bei gebogenen OLED-TVs einfach nicht auf. Dadurch stellen 4K-OLED-TVs in Bezug auf Farbwiedergabe, Kontrast, Detail und Blickwinkel einen hervorragenden Mehrwert für den Verbraucher dar.“

Neues HiFi Audio Multi Room System

Mit dem neuen Music Flow bringt LG ein drahtloses Lautsprechersystem auf den Markt, das aus den drei Lautsprechern H3, H5 und H7, dem Soundbar Modell HS6 und der Netzwerk-Bridge R1 besteht. Die zugehörige LG Music Flow App, mit der alle in Haus oder Wohnung genutzten Systemkomponenten gesteuert werden können, erlaubt die zentrale Verwaltung der Musikbibliothek, auch wenn diese auf mehreren Geräten wie Laptop, Smartphone oder NAS gespeichert ist. Zudem empfiehlt die App Musiktitel, erstellt spezifische Wiedergabelisten, bietet einfachen Zugang zu zahlreichen Internet-Radioprogrammen und kann auch als Smartphone Music Player dienen.

Die LG Music Flow-Modelle H7 (70W), H5 (40W) sowie das Netzwerk-Bridge Modell R1 werden nach der IFA ab Anfang September auf den deutschen Markt kommen. Das LG Music Flow-System mit dem Modell H3 (30W) und dem Sound Bar-Modell HS6 (320W) wird zu einem späteren Zeitpunkt verfügbar sein.

Zu den Funktionen des neuen Multi Room-Systems gehört z. B. „Auto Music Play“, mit dem Nutzer beim Betreten ihres Hauses die zuvor vom Smartphone aus gehörte Musik automatisch auf den LG Music Flow Lautsprechern fortsetzen können. Durch die Integration von HomeChat können sie auch schon von unterwegs aus Song- und Playlist-Empfehlungen abfragen.

Ein weiteres Feature des Systems ist der volle Zugriff auf ihre digitalen Musiksammlungen. Durch eine bequeme Suchfunktion können sie ihre gespeicherten Musiktracks finden und auf allen über das WiFi-Netzwerk mit dem LG Music Flow-System verbundenen internetfähigen Geräten abspielen. Mit der „Mood Station“-App-Funktion werden bestimmte Titel empfohlen oder automatisch Playlists erstellt, die zur persönlichen Stimmung des Anwenders passen. Zudem bietet die App Zugang zu lokalen Internet-Streaming- und -Radio-Diensten wie etwa Spotify, Deezer oder Napster.

Das LG Music Flow-System kann mit zusätzlichen Lautsprechern leicht erweitert werden. Der Multi Room-Modus erlaubt die gleichzeitige Ausstrahlung des selben Musikstücks auf allen angeschlossenen Lautsprechern, z. B. während einer Party, aber auch die Wiedergabe unterschiedlicher Programme in jedem Zimmer. Der L/R Stereo-Modus sorgt für ein intensives Klangerlebnis, der Home Cinema-Modus für die angemessene Wiedergabe des Tons zum Film.

Das LG Music Flow Lautsprechersystem besteht aus den drei Lautsprechern H3, H5 und H7, dem Soundbar Modell HS6 und der Netzwerk-Bridge R1. (Original Pressefoto LG)



Fugoo mit erstem Produkt unter eigener Marke

Go Anywhere Speaker

Fugoo feiert auf der IFA eine besondere Premiere: Das kalifornische Technologie-Unternehmen, das sich seit 30 Jahren auf die Entwicklung von High-Tech Produkten für weltweit führende Unternehmen der Elektronikbranche konzentriert, wird das erste Produkt unter eigenem Namen präsentieren: die Fugoo Bluetooth Wireless Speaker. Den Vertrieb an den Fachhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat die Münchener Constecc GmbH übernommen.

Die tragbaren Lautsprecher kombinieren ausgezeichnete Klangtreue, Langlebigkeit und Portabilität mit außergewöhnlichem Style. Zudem sind sie wasser-, schnee-, sand- und stoßfest und zeigen mit 40 Stunden Akkulaufzeit hohe Ausdauer. Mit verschiedenen Mounting-Systemen kann man sie praktisch überall befestigen und mit Hilfe der zusätzlichen Fernbedienung bequem steuern.



Die Fugoo Bluetooth Wireless Speaker stehen in drei Varianten zur Verfügung, die den Core mit unterschiedlichen Hüllen kombinieren: v.l. Style, Sport und Tough.

In den zunächst drei Varianten, die sich jeweils durch die austauschbare Hülle unterscheiden, steckt dasselbe Herzstück: der „Core“-Lautsprecher mit zwei Tweetern, zwei Woofern und zwei passiven Radiatoren. Damit erzeugen die Boxen einen Schalldruck von 95 dB mit sauberen Höhen und vollen Bässen und bieten durch ihre spezielle Anordnung laut Hersteller 360° Sound. Dank des eingebauten Mikros können die Lautsprecher auch als Freisprecheinrichtung genutzt und mit Siri, Windows Phone und Google Now bedient werden.

Für die Fugoo Bluetooth Wireless Speaker werden drei Hüllen angeboten, die ausgetauscht werden können und für zusätzlichen Schutz sorgen. Fugoo Style (Maße: 53 x 165 x 66 mm/ UVP 199,99 Euro inkl. Core) in klassisch elegantem Look schützt mit seiner Kohlefaser-verstärkten Harzhülle den Core-Lautsprecher zusätzlich vor Stößen und Wasser. Fugoo Sport (Maße: 59 x 187 x 73 mm/ UVP 199,99 Euro inkl. Core) ist noch widerstandsfähiger und kann an Fahrrädern, Stangen, Riemen etc. befestigt werden. Der Fugoo Tough (Maße: 61 x 198 x 73 mm/ UVP 229,99 Euro inkl. Core) kombiniert die Kohlefaser-verstärkte Harzhülle mit massivem Aluminium, ist damit auch für den harten Einsatz geeignet und bietet zahlreiche Befestigungsmöglichkeiten.

WOOX Innovations verstärkt Auftritt im Fachhandel

Neue PoS-Konzepte

Mit neuen Konzepten für die Präsentation der Philips Audio Produkte im Geschäft verstärkt WOOX Innovations die Unterstützung für die Partner im Fachhandel. So wurden für die Fidelio Audio Produkte besonders hochwertige Wandelemente und Möbel entwickelt, die den hohen Anspruch der Produkte unterstreichen.

Dabei werden Materialien eingesetzt, die sich auch bei den Fidelio-Produkten selbst wiederfinden, z. B. Aluminium,

Leder und Holzapplikationen. Die Demonstrationsfähigkeit der ausgestellten Produkte unterstützt dabei die Beratungskompetenz des Fachhandels und setzt wichtige Impulse für eine positive Kaufentscheidung. Bei Testeinsätzen in Pilotmärkten wurde die Wirksamkeit des Präsentationskonzepts bereits bestätigt. Der Roll-out erfolgt in ausgesuchten Partner-Outlets im dritten Quartal 2014. Bereits seit Mai dieses Jahres bietet WOOX Innovations seinen Fachhandelspartnern einen Service zur Pflege der Kopfhörer-Platzierung. Mit speziellen Behangplänen, die eine Empfehlung für das beste Sortiment enthalten, kann

die Effizienz der eingesetzten Fläche deutlich gesteigert werden. Dabei werden kaufrelevante Kriterien berücksichtigt und in klarer Struktur für die Kunden umgesetzt. Diese Konzept führe gemeinsam mit einer optischen Aufwertung der verfügbaren Regalfläche zu steigenden Abverkäufen, erklärte der Hersteller.

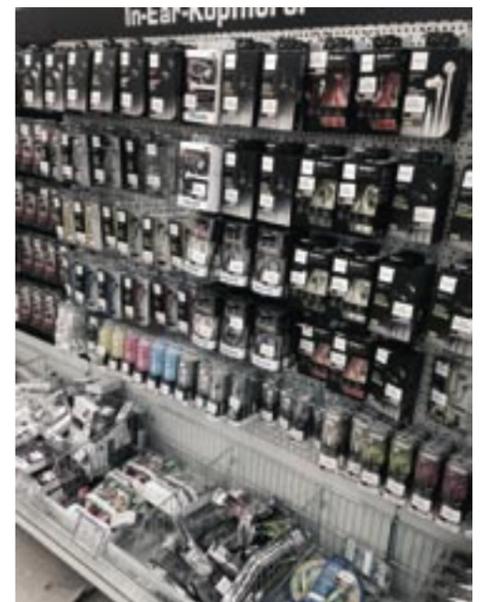
Mit einem einfach aufzubauenden Rückwand- und Regalauflage-Set, das mit einem präparierten iPad mini ausgestattet ist, bietet WOOX Innovations Handelspartnern jetzt eine attraktive Lösung für die Vorführung der DJ-Konsole M1X und des in Zusammenarbeit mit dem DJ Armin van Buuren entwickelten Profi-DJ Kopfhörers A5PRO an. Auf dem iPad sind die Djay-App und GEMA-zertifizierte Demo-Songs bereits vorinstalliert. Als kleinere Lösung ist zusätzlich ein Regal-Display für den A5PRO DJ-Kopfhörer erhältlich.



Die neuen Präsentationsmöbel für das Fidelio-Sortiment werden dem Premium-Anspruch der Produktlinie gerecht.



Zur Demonstration der DJ-Konsole M1X und des Profi-DJ Kopfhörers A5PRO sind die neuen Präsentationsmöbel mit einem präparierten iPad ausgestattet.



Die richtige Platzierung von Philips Kopfhörern kann den Umsatz deutlich steigern.



HEUTE SEHEN, WAS MORGEN PASSIERT. VIER TAGE LANG.

Die 2015 International CES. Hier kommen die Global Player in Innovation, Business und Technologie zusammen - auf dem einzigartigen Event, der die Zukunft schon jetzt zeigt. Und zwar so, wie Sie es noch nie erlebt haben. Jetzt anmelden auf CESweb.org

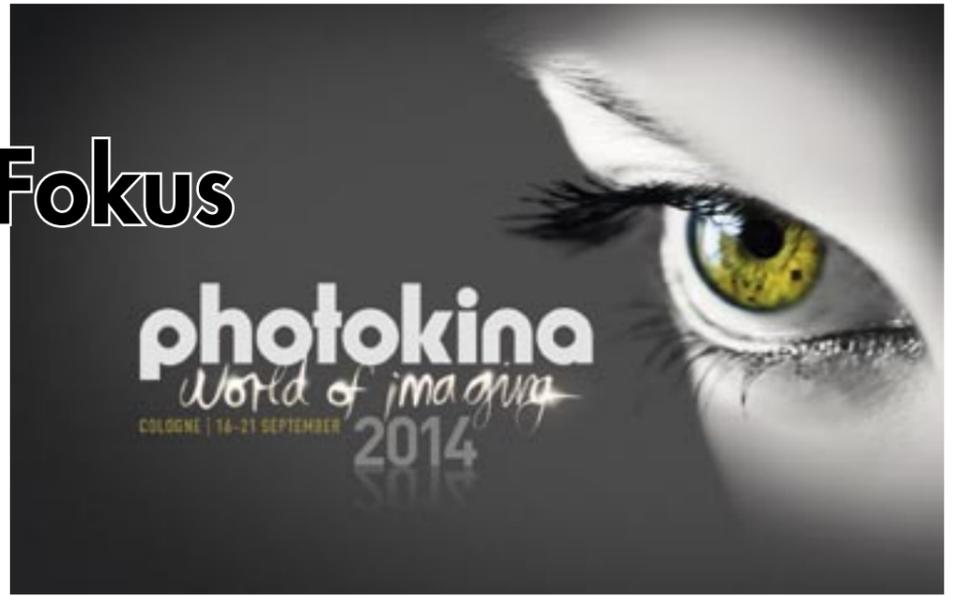
2015 International
CES
THE GLOBAL STAGE FOR INNOVATION

PRODUCED BY
CEA

6. - 9. Januar 2015
LAS VEGAS, NEVADA
CESWEB.ORG
#CES2015

Connectivity, Video und Bilddienstleistungen im Fokus

Die rückläufige Nachfrage nach Kameras bedeutet nicht, dass der Foto- und Imagingmarkt kleiner wird. Mit dieser Aussage sehen die Veranstalter, Koelnmesse und Photoindustrie-Verband, gute Vorzeichen für die photokina 2014, die vom 16. - 21. September in Köln stattfindet. Neben den traditionellen Produktbereichen nimmt die Messe auch die neuen Marktsegmente ins Visier: Vernetzung, Smartphones und die steigende Bedeutung bewegter Bilder sollen in diesem Jahr eine große Rolle spielen.



Rund 1.000 ausstellende Unternehmen aus ca. 40 Ländern werden in Köln erwartet. Dabei haben alle führenden Unternehmen der Branche bereits ihre (zum Teil vergrößerten) Stände gebucht – von Canon, Epson, Sigma und Leica über Samsung, Sony, Nikon und Panasonic bis hin zu Olympus, Fujifilm und Zeiss. Ein deutlich größeres Angebot als bisher ist in den Bereichen Actioncams, Filmen und Video und Vernetzung zu erwarten. Neben Actioncam-Marktführer GoPro ist auch der Internet-Gigant Google erstmals auf der photokina vertreten. Das Unternehmen wird seine Produkte und Dienstleistungen nicht nur auf einem repräsentativen Stand in Halle 9 zeigen, sondern ist auch Sponsor der Aktionsfläche im Außenbereich. Dort können die Messebesucher bei spektakulären Aktivitäten wie Skyshooting oder Aquazorbung die Actioncams verschiedener Hersteller testen und die Bilderergebnisse direkt über das Internet teilen.

photokina mit vielen neuen Themen

menwelt mit Angeboten rund um die Bearbeitung von Bildern. Alle Angebote und Dienstleistungen für Finishing, Druck und Präsentation finden sich unter der Überschrift „show your world“.

Diese Themenwelten sind nicht räumlich zusammengefasst, sondern werden an den Ständen der jeweiligen Aussteller entsprechend etikettiert. Zudem helfen spezielle Prospekte, die vorab aus dem Internet geladen oder vor Ort mitgenommen werden können, bei der Orientierung.

Video, Smartphones und mehr

Die steigende Bedeutung von bewegten Bildern und Videos spiegelt sich auf der photokina in einem vergrößerten Angebot von Produkten zur Aufzeichnung von Filmen wieder. Neben Actioncam-Hersteller GoPro konnten die Veranstalter auch den Profikamera-Anbieter Blackmagic als Neuaussteller gewinnen. Zudem wird mit Software und Zubehör die gesamte Prozesskette des Filmens gezeigt. Auch im Rahmenprogramm wird das Thema eine wichtige Rolle spielen.

Auch der Trend zur Vernetzung von Geräten untereinander und mit dem Internet wird in Köln von allen Seiten beleuchtet. So wird auf der Sonderfläche „photokina communities“ unter der Überschrift „be mobile, be in action, be connected“ ein spannendes Action- und Bühnenprogramm geboten. In diesem Bereich werden auch App-Hersteller und Anbieter rund um die Trendthemen Action-Fotografie und Connectivity das Publikum ansprechen.

Dem Imaging-Phänomen Smartphone räumt die photokina 2014 besonders großen Raum ein. In Kooperation mit dem auf Marktforschung im Bereich der mobilen Fotografie spezialisierten Unternehmen Suite 48 Analytics, Los Altos, CA, USA, wurde ein Programm von Vorträgen, Workshops und Seminaren zusammengestellt. Hier gibt es Informationen über die wichtigsten Entwicklungen auf dem Smartphone-Markt, Überblicke über Foto-Apps und wertvolle Tipps für App-Entwickler. Den Auftakt bildet am zweiten Messetag (17. September) ein „Mobile Photography News Announcements Roundup“ mit Neuheiten und Trends aus dem Smartphone-Markt. Internationale Fachjournalisten, Analysten und Anbieter werden die Produkte bewerten und ihren möglichen Einfluss auf die Branche diskutieren.

Ein spannendes Thema der photokina 2014 wird die Lichtfeldfotografie mit dem neuen Aussteller Lytro sein. Auch der

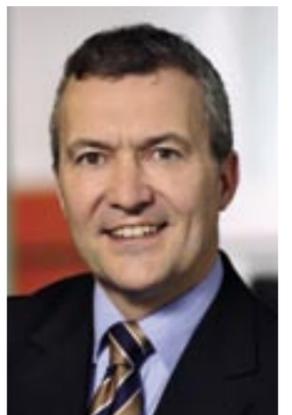
Einfluss neuer 3D-Techniken auf die Branche wird sich in Köln widerspiegeln. So werden neuartige Kamerasysteme mit 3D-Aufnahmetechnik und Monitore zur Darstellung dieser Bilder ebenso gezeigt wie 3D-Drucker im Einsatz.

Interessenten für Fernoptik werden beim „photokina weitblick“ wieder verschiedene Greifvögel des Wildgeheges Hellental beobachten können. Hier schlägt die Messe auch einen Bogen zum wachsenden Segment Actioncams: Einer dieser Vögel wird mit einem solchen Aufnahmegerät ausgerüstet, um seinen Anflug live auf einer Leinwand zu dokumentieren.

Angebote für den Fachhandel

Für den Fachhandel hält die photokina wieder besonders umfangreiche Angebote bereit. Sie reichen vom Online-Ticketshop für die schnelle und unkomplizierte Registrierung über besondere Reiseangebote bis zu den GfK Market Briefings mit aktuellen Hintergrundinformationen zu internationalen Marktentwicklungen. In der International Buyers Lounge finden Fotohändler während der gesamten Messe ständig aktualisierte Informationen, können sich auf Gespräche vorbereiten und mit Unterstützung durch das fachkundige Messteam Termine koordinieren und sich Gesprächspartner vermitteln lassen. Die Lounge ist täglich von 9 bis 19 Uhr geöffnet und kann so jeweils eine Stunde vor Messebeginn und nach Messeschluss genutzt werden.

„Die photokina wird erneut allen Marktteilnehmern eine klare Orientierung für die Weiterentwicklung des Marktes geben und neue Geschäftsmodelle sowie wegweisende Produkte und Dienstleistungen für Foto, Video und Bildkommunikation präsentieren“, betonte Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbands. „Durch die drei zentralen Themen Connectivity, Video und Dienstleistungen rund um Foto und Video gewinnt die photokina neue Aussteller – und unsere Branche weiter an Breite.“



Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbands: „Unsere Branche gewinnt weiter an Breite.“



Markus Oster, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse GmbH: „Wie keine andere Veranstaltung bringt die photokina Industrie, Handel, professionelle Anwender und fotobegeisterte Endverbraucher zusammen.“

„Die photokina ist weit mehr als die Präsentation einzelner Aussteller“, erklärte Markus Oster, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse GmbH. „Sie greift das Thema Imaging in seiner Gesamtheit auf und unterstreicht den emotionalen Aspekt, den das Bild in der Gesellschaft einnimmt. Hier werden Innovationen gezeigt sowie zukunftsweisende technologische Entwicklungen und Trends in den Fokus gesetzt. Wie keine andere Veranstaltung bringt die photokina Industrie, Handel, professionelle Anwender und fotobegeisterte Endverbraucher zusammen.“

Fünf Themenwelten

Um das breitere Portfolio der photokina übersichtlich zu präsentieren, greifen fünf Themenwelten auch den emotionalen Aspekt der Fotografie auf. So finden sich Kameras, Objektive und Aufnahmegeräte in der Themenwelt „capture your world“. „light up your world“ steht für Licht, Blitze und Stative. Angebote, die das Speichern und Übertragen von Bildern und Daten betreffen, werden unter „share your world“ zusammengefasst. „create your world“ ist die The-

Limitierte Sonderedition von sonoroStereo verfügbar

Ab Mitte Oktober kommt die limitierte Sonderedition des kompakten Stereo-Musiksystems mit Bluetooth, sonoroStereo, in der Trendfarbe Taupe auf den Markt. Darüber hinaus wird sonoroStereo in Mattschwarz ab Ende September verfügbar sein.

sonoroStereo zeichnet sich durch ein stilvolles Design, neueste Audiotechnologie, höchsten Bedienkomfort sowie ein außergewöhnliches Klangerlebnis aus. Das 2.1 Lautsprechersystem mit integriertem Hochleistungs-Subwoofer sorgt zusammen mit dem digitalen Soundprozessor (DSP) nach Herstellerangaben für ein Stereo-Souderlebnis der Extraklasse.

Neben einem CD-Player bietet sonoroStereo DAB/DAB+/FM Digitalradio, eine Lade- und Musikwiedergabe-Funktion über USB-Port und einen 3,5 mm Klinkeneingang für den Anschluss externer Audioquellen. Über einen zusätzlichen RCA Aux-In können auch TV-Geräte & Co. angeschlossen werden. Der UVP für sonoroStereo in Mattschwarz bzw. Taupe beträgt 699 Euro.

beyerdynamic bringt zur IFA neues Richtrohrmikrofon

Mit dem beyerdynamic MCE 85 bringt das Heilbronner Unternehmen jetzt ein Kondensator-Richtrohrmikrofon auf den Markt, das zur Anbringung an Fernseh- und Filmkameras bzw. Camcordern sowohl für Außen- als auch Inneneinsätze geeignet ist und dank der speziellen Bauform Störschall, der seitlich oder von hinten einfällt, wirkungsvoll ausblendet.

Das schlanke Mikrofon mit hochwertiger Elektret-Kondensatorkapsel und integrierter Trittschalldämpfung ist in zwei Ausführungen verfügbar: Für den Betrieb mit einer externen Spannungsversorgung, beispielsweise über einen Camcorder, ist die phantomgespeiste Variante MCE 85 PV vorgesehen, während das Modell MCE 85 BA sowohl per Phantomspannung versorgt als auch mit einer 1,5 V Batterie betrieben werden kann. Das MCE 85 BA besitzt einen An/Aus-Schalter (für den Batteriebetrieb) sowie eine Kontroll-LED, die Auskunft über den Zustand der Batterie gibt. Das Modell MCE 85 BA ist in einer speziellen Edition als „Full Camera Kit“ erhältlich, das alle wichtigen Zubehör- und Adapterteile sowie einen robusten Kunststoffkoffer beinhaltet. Als optional erhältliches Zubehör gibt es unter anderem ein Blitzschuh-Set und ein Adapter von XLR auf Stereo-Miniklinke.

Die unverbindliche Preisempfehlung für das MCE 85 PV beträgt 189 Euro und die batteriebetriebene Variante MCE 85 BA 199 Euro. Das Modell MCE 85 BA ist auch als „Full Camera Kit“ mit umfangreichem Zubehör erhältlich.

Blaupunkt bringt Tablet zum Fernsehen

Blaupunkt hat das neue Android (Version 4.2.2) Tablet Endeavour 1001 DVBT angekündigt, das mit integriertem DVB-T- beziehungsweise DVB-T2-Modul den Empfang zahlreicher Fernsehprogramme ermöglicht. Zur weiteren Ausstattung gehören ein großes Multitouch-Display (10,1"), Stereolautsprecher, Bluetooth, ein MicroSD-Kartensteckplatz und Mikrofon sowie je eine Front- und Rückkamera. Internetverbindungen sind über WLAN 802.11 b/g/h oder 3G-Surfstick möglich. Mit dem integrierten Mini-HDMI-Anschluss kann das Endeavour 1001 DVBT auch als Zuspeler für Fernsehgeräte, Monitore oder Projektoren fungieren.

Die 10,1"/25,5 cm messende Diagonale des kapazitiven Bildschirms mit einer Auflösung von 1024 x 600 Pixeln macht das neue Blaupunkt-Tablet zum bislang größten der Marke. Das ist ein Verkaufsargument für Kunden, die besonderen Wert auf den mobilen TV-Empfang legen. Obwohl in Deutschland und Frankreich erst 2016 mit dem Empfang von DVB-T2-Signalen zu rechnen ist, ist das Endeavour bereits jetzt hierfür ausgestattet. Sobald die entsprechenden Signale empfangen werden können – wie zum Beispiel heute schon in Großbritannien und Dänemark – kann das Tablet automatisch auf das jeweils geeignete Format zugreifen.

Abhängig vom Ausbau des jeweiligen Regionalnetzes können alle über DVB-T ausgestrahlten Programme empfangen werden. Die Akkukapazität von 10.000 mAh reicht für bis zu fünf Stunden Fernsehen. Zum Lieferumfang gehört auch diverses Zubehör, z. B. ein 230 V Ladeadapter, ein USB-Adapter und -Kabel, In-Ear Kopfhörer, Reinigungstuch und eine Displayschutzfolie. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 199 Euro.

TechniSat steigt ins Smartphone-Segment ein

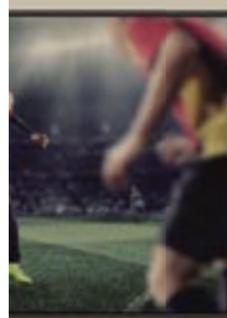
TechniSat steigt mit dem TechniPhone 4 mit Android 4.2.2 Betriebssystem, das sich durch geringes Gewicht und flache Bauweise auszeichnet, ins Smartphone-Segment ein. Mit seinem 3,97 Zoll (10,1 cm) großen IPS-Display (800 x 480 Bildpunkte) liegt es ergonomisch gut in der Hand und erlaubt auch den Empfang von UKW-Radio mit RDS.

Das TechniPhone 4 ist mit zahlreichen Apps ausgestattet. Dazu gehört z. B. die Radiotheque, die tausende Internetradio-Sender auf das TechniPhone bringt. Auch die MyTechniSat- und MyDigitRadio-App fehlen nicht, mit denen sich TechniSat Geräte bequem fernbedienen lassen. Bluetooth, WLAN, 3G, Edge und GPRS sorgen für beste Konnektivität in jeder Situation. Für besten Empfang sorgen die Ohrhörer, die als Antenne fungieren. Das TechniPhone 4 ist für 115,99 Euro (UVP) erhältlich.



Yamaha App Navi

Egal in welchem Zimmer Sie sich aufhalten, der Yamaha-Klang wird Sie überall umgeben.



Mit nur einer einzigen Applikation, deren Funktionalität Ihre Erwartungen übertreffen wird, eröffnet sich Ihnen in jedem Wohnraum eine atemberaubende Musikwelt.

Zur Nutzung dieser fortschrittlichen App benötigen Sie lediglich Ihr Smartphone. Erleben Sie Musik neu!

Mehr Info unter de.yamaha.com



Powered by music

Siemens bringt netzwerkfähige Hausgeräte auf die IFA

Start in die Online-Küche



Der Online-Backofen:
Klares Design, leichte
Bedienung des
Touchscreen oder
Mobilgerätes
per App...

...die nicht nur über
den Status informiert,
sondern auch Rezepte liefert.

Siemens stellt auf der IFA seine ersten vernetzten Hausgeräte vor. Der neue Backofen und der innovative Geschirrspüler sind die Gründungsmitglieder der neuen iQ700 Familie. Sie können per Tablet und Smartphone ortsunabhängig gesteuert werden und eröffnen damit eine Vielzahl neuer Möglichkeiten. So erlauben sie z. B. die Gerätebedienung aus dem digitalen Kochbuch heraus, stellen Einkaufslisten zusammen und geben über das Mobilgerät Bedienungshinweise oder Informationen zum Ressourcenverbrauch. Nicht zuletzt sollen sie Zeit sparen und ein neues Zeitalter in der Nutzung von Hausgeräten einläuten.

Den Hintergrund für die Entwicklung der iQ700 Geräte bildet der von Siemens im letzten Jahr veröffentlichte Trendreport „Future Living“, der die Bedürfnisse von Konsumenten bei der Anwendung komplexer Technologien beschreibt. Die wichtigsten Prioritäten sind einfache Bedienung, verringerte Wartezeiten und mehr Flexibilität im Alltag. Darauf antwortet Siemens je nach Gerät mit Touch-Bedienung oder einer Kombination aus der mechanischen Steuerung über Drehknöpfe und Tasten plus Voll-Touch-Display. Bei der Frontgestaltung sorgt eine klare, architektonische Formensprache für Übersicht.

Unkomplizierte Vernetzung

Für die unkomplizierte Vernetzung bei der Bedienung per Tablet oder Smartphone setzt Siemens auf die Standardtechnologie WiFi (WLAN) und eine App. Damit ist die Bedienung erstmals ortsunabhängig möglich. Der Gerätestatus – „Teig fertig gegangen“, „Spülmaschine fertig zum Ausräumen“ – kommt per Push-Nachricht auch im Garten, im Homeoffice oder im Keller zuverlässig an. Per Update soll die App immer wieder aktualisiert und um neue Funktionen sowie neuen Content erweitert werden.

Schnelles Backen

Dem Wunsch nach Zeitersparnis kommt der neue, netzwerkfähige iQ700 Backofen in besonderer Weise entgegen. Dank innovativer Funktionen wie varioSpeed und coolStart verkürzt sich die Zubereitung von Kuchen, Aufläufen, Braten oder Tiefkühlprodukten um bis zu 50 Prozent. Zudem vereint der iQ700 Backofen erstmals Mikrowelle und Dampfstoßfunktion in demselben Gerät. Selbstreinigung auch bei Teleskopauszügen und Backblechen, smarte Sensorik, das souverän zurückhaltende Design mit schwarzer oder weißer Glasfront und das völlig neu gestaltete User Interface komplettieren die Neuheitenliste.

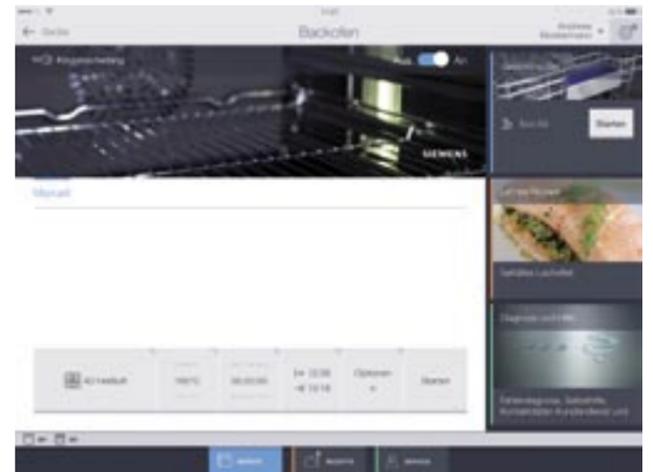
Die coolStart Funktion verkürzt die Zubereitung flacher Convenience-Produkte wie Tiefkühl-Pizza, -Flammkuchen, -Frühlingsrollen, -Pommes oder -Chicken Nuggets. Benötigte eine Pizza bisher 20 Minuten, ist sie nun nach zwölf Minuten fertig – direkt aus dem Gefrierfach und ohne Vorheizen.

Konventionelle Gerichte backt und brät der iQ700 mit der neuen varioSpeed Funktion in der Hälfte der Zeit. Eine Lachsalsagne ist statt in rund 40 Minuten innerhalb von 20 Minuten servierbereit, ein versunkener Kirschkuchen wird in etwa 35 Minuten perfekt durchgebacken, statt in einer Stunde. Möglich wird das durch den kombinierten Betrieb von Mikrowelle und Backofen. Der klassische Backofen verfügt über 15 Beheizungsarten, dazu kommen die integrierte Mikrowelle und der zuschaltbare Dampfstoß. Das spart Platz in der Küche, denn der iQ700 ist Backofen, Mikrowelle und Wärmeschublade in einem.

Die dritte Dimension der neuen User Experience ist die Vernetzung. Um nach dem Kuchen zu sehen, muss niemand mehr die Arbeit im Homeoffice oder das Sonnenbad im Liegestuhl unterbrechen. Die App zeigt an, wann der Kuchen fertig ist. Die Automatik-Funktionen des Backofens werden durch ein persönliches Kochbuch ergänzt, inklusive Funktionen wie Einkaufsliste und Direkt-Ansteuerung des Ofens aus der App heraus. So gelingt auch der Einstieg in die neue Kunst des Express-Backens mit varioSpeed auf Anhieb. Außerdem erleichtert die App auch die Ersatzteil- und Zubehörbestellung, Anleitungen sind schnell zu finden und mit Bildern und Filmen hinterlegt.

Online Spülen

Auch der neue iQ700 Geschirrspüler von Siemens lässt sich per WiFi (WLAN) vom Smartphone oder Tablet aus bedienen. Damit bietet das Zeolith-Gerät der Energieeffizienzklasse A+++ verbesserten Einblick in die Programme und ihre Anwendungsbereiche, gibt Empfehlungen zum bedarfsgerechten Einsatz aller Funktionen und informiert über den Energie- und Wasserverbrauch. Mischbeladungen mit Gläsern im Oberkorb sowie Töpfen und Pfannen im Unterkorb werden am besten mit der Zusatzoption „intensive Zone“ sauber. Wenn es schnell gehen muss, verkürzt „varioSpeed Plus“ die Programmdauer um bis zu 66 Pro-

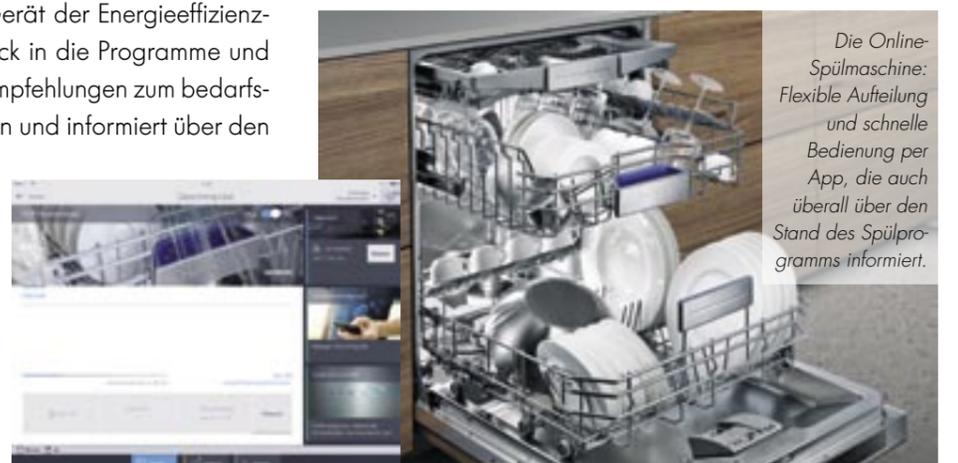


zent. Das richtige Programm lässt sich dank App ganz ohne Gebrauchsanleitung finden: Man gibt den Inhalt der Maschine an und erhält dann eine Empfehlung zur Auswahl von Programmen und Zusatzoptionen. Ein „Ok“ genügt, um das Gerät aus der Anwendung heraus zu starten. Push-Nachrichten melden zuverlässig das Programmende, und auch zwischendurch informiert ein kurzer Blick auf die App darüber, was für ein Programm gerade läuft und wie lange es noch braucht.

Weitere Ausstattungsmerkmale sind die Glanztrocknen-Option für fleckenlose Gläser ohne Nachtrocknen, „Hygiene Plus“ für keimfreie Einmachgläser und Säuglingsflaschen und die „intensive Zone“ für stark verschmutztes im Unterkorb. Mit den varioFlex Pro-Körben, dem dreifach verstellbaren rackMatic-Oberkorb und umlegbaren Klappstacheln lässt sich die Spülmaschineneinrichtung flexibel an das jeweilige Spülgut anpassen.

Auch das Design des Gerätes entspricht dem Digitalzeitalter: Die Programmauswahl erfolgt nun, wie von vollintegrierten Modellen bekannt, auf dem oberen Türrahmen des Gerätes. Alle Programme und Zusatzoptionen können hier direkt über eine neuartige, gläserne Touch-Leiste angesteuert werden. Die klare Ästhetik der Front wird nur durch ein TFT-Display unterbrochen, das gut lesbar den Programmstatus anzeigt.

Die beiden iQ700 Geräte und die Home Connect App sind ab Dezember 2014 verfügbar.



Die Online-Spülmaschine:
Flexible Aufteilung
und schnelle
Bedienung per
App, die auch
überall über den
Stand des Spülpro-
gramms informiert.

PoS-Aktuell Nachrichten

Miele steigert Umsatz
um 2,2 Prozent

Miele hat im Geschäftsjahr 2013/14, das am 30. Juni 2014 endete, einen Umsatz von 3,22 Milliarden Euro erzielt, das sind 69 Millionen Euro oder 2,2 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die zum Teil ungünstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in wichtigen Absatzmärkten wurden nach Angaben von Miele durch die größte Produkt- und Innovationsoffensive der Unternehmensgeschichte mehr als kompensiert. So wurde praktisch das gesamte Hausgerätesortiment erneuert. Der um die Effekte des starken Euro bereinigte Umsatzzuwachs lag daher bei über fünf Prozent und mehr als doppelt so hoch als bei Rechnung auf Euro-Basis. Vor diesem Hintergrund sei der Geschäftsverlauf als durchaus zufriedenstellend zu bewerten, erklärte Olaf Bartsch, Geschäftsführer Finanzen und Hauptverwaltung der Miele Gruppe.

Miele profitiert zunehmend von der schrittweisen, weltweiten Einführung der neuen Generationen 6000 (Einbaugeräte) und W1/T1 (Wäschepflege). Die weltweite Markteinführung des ersten Miele-Saugroboters Scout RX1 im Mai 2014 verlief in vielen Ländern, darunter Deutschland, über Plan. Zur IFA 2014 sollen neue Spitzenmodelle bei den Waschmaschinen und Trocknern folgen. Gleichzeitig will das Unternehmen ein komplett neu strukturiertes Staubsauger-Sortiment präsentieren, das nicht nur den neuen EU-Vorgaben zum Energie-Label konsequent Rechnung trägt, sondern auch die Kundenbedürfnisse besonders berücksichtigt.

„Miele ist gerade jetzt richtig aufgestellt, um auch unter weniger günstigen Marktbedingungen bei Umsatz, Stückzahlen und Marktanteilen weiteres Wachstum zu erreichen“, sagte Dr. Markus Miele, Geschäftsführender Gesellschafter des Hausgerätepioniers. „Die Unabhängigkeit von den Interessen externer Kapitalgeber stärkt Miele in seiner Position als ein eigenständiges und konzernunabhängiges deutsches Familienunternehmen“, fügte der Geschäftsführende Gesellschafter Dr. Reinhard Zinkann hinzu.

Als weitere Erfolgsbausteine sieht das Familienunternehmen die Konzentration auf die alleinige Marke Miele, die weltweit durchgängige Positionierung im Premium-Segment sowie die partnerschaftliche Fokussierung auf den beratenden Fachhandel.

Außerhalb Deutschlands erzielte Miele einen Umsatzzuwachs von 1,9 Prozent und erreichte in strategisch wichtigen Märkten wie USA, China und Russland ein zum Teil deutlich zweistelliges Wachstum, das aber von ungünstigen Wechselkursen weitgehend aufgezehrt wurde. In Australien, dem nach den USA und der Schweiz größten Auslandsmarkt, ist Miele vor Ort überproportional gewachsen, musste aber nach Umrechnung in Euro ein zweistelliges Minus hinnehmen. Die Schuldenkrise in den betroffenen Ländern Südeuropas hat dagegen im Berichtszeitraum keine weiteren Rückgänge verursacht. Weltweit ist Miele weiterhin in 47 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften präsent und wird in weiteren 50 Ländern von Importeuren vertreten.

Zum Stichtag 30. Juni 2014 arbeiteten weltweit 17.660 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Miele. Dies entspricht einem Zuwachs an Personal von 409 Beschäftigten oder 2,4 Prozent. In Deutschland sind 10.411 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig (plus 0,3 Prozent).

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Miele Gruppe insgesamt 188 Millionen Euro investiert. Das sind nur 25 Millionen Euro oder 12 Prozent weniger als im Jahr zuvor, das im Zeichen der größten Produkt- und Innovationsoffensive der Unternehmensgeschichte auch bei den Investitionen einen historischen Höchststand markiert hatte.

Neue Gesichtspflegeprodukte von Beurer

Ausbau der Beautylinie



Beurer präsentiert auf der IFA ein breites Produktportfolio aus den Bereichen Living, Medical, Therapy, Beauty, Babycare und Sports. Ein wichtiger Teil des diesjährigen Messeauftritts dreht sich um die Erweiterung der Beurer Beautylinie. Eine besondere IFA Neuheit im Bereich Gesichtspflege ist das Microdermabrasionsgerät FC 100.

Professionelle Gesichtsbehandlung für zu Hause. Beurer stellt auf der IFA das neue Microdermabrasionsgerät FC 100 vor.

Mit Maniküre- und Pediküreprodukten, Gesichtereinigungsprodukten, Ultraschallgeräten, Kosmetikspiegeln, Epilierern, Rasierern und den innovativen IPL-Haarentfernungsgeräten findet sich bei Beurer alles für ein gepflegtes Aussehen. Ergänzt wird das Portfolio durch die Linie Elle by Beurer mit ausgewählten Beautyprodukten, die von der namengebenden Zeitschrift Elle zertifiziert sind, sowie die Haircare-Line Udo Walz by Beurer, an dessen Entwicklung sich der Berliner Starfriseur maßgeblich beteiligte. Für die Gesichtspflege bringt Beurer zur IFA Profitechnik in die Bäder.

Professionelle Microdermabrasion

Um Haut schichtweise abzutragen und die Oberfläche zu glätten und zu erneuern, gibt es verschiedene Methoden. Dies kann durch chemische Substanzen (Peelings), Laseranwendung (ultragepulster Co2-Laser, Erbium-YAG-Laser) oder mechanische Entfernung, wie hochtouriges Hautabschleifen (Dermabrasion) durchgeführt werden. Die Dermabrasion stellt eine gute Möglichkeit der Verbesserung der Hautbeschaffenheit, vor allem bei Aknenarben und perioralen Fältchen dar. Das Hautkolorit erscheint jugendlicher, glatter und weicher.

Beurer präsentiert mit dem FC 100 ein Microdermabrasionsgerät zur einfachen und sicheren Anwendung zu Hause. Das FC 100 verleiht ein geschmeidigeres Hautgefühl. Durch das revitalisierende Peeling werden überschüssige Hautpartikel entfernt. Aufgrund der Unterdruckmassage wird die Durchblutung gefördert und die Zellerneuerung stimuliert. Die fünf auswählbaren Intensitätsstufen ermöglichen eine individuelle Anpassung an unterschiedliche Hauttypen. Ebenso kann der Anwender zwischen drei unterschiedlichen saphirbeschichteten Aufsätzen wählen: feiner Aufsatz, rauer Aufsatz und Präzisions-Aufsatz. Das Gerät ist mit einem integrierten Spiegel, einem beleuchteten Öffnungs-Schalter und einer Kontrollleuchte für die Geschwindigkeitsanzeige ausgestattet. Im Lieferumfang sind zudem 20 Ersatzfilter enthalten. Das FC 100 ist ab Oktober 2014 für 149,99 (UVP) lieferbar.



FC 95

Porentiefe Gesichtsreinigung

Fettige und unreine Haut neigt zu Pickeln und Mitessern und wirkt fad und ungesund. Mit

Wasser und Seife ist es bei der gründlichen

Gesichtsreinigung nicht getan. Neben den richtigen Pflegeprodukten spielt auch die Reinigungsmethode eine Rolle. Mit der FC 95 Pureo Deep Cleansing und der neuen FC 45 bringt Beurer zwei neue elektronische Gesichtsbürsten auf den Markt.

Durch die sanfte Rotation der Bürsten wird die Gesichtshaut sanft und porentief gereinigt und fühlt sich spürbar weicher an. Je nach Bedürfnis gibt es vier unterschiedliche Bürstenaufsätze (Peeling, Normale Haut, Sensible Haut, porentiefe Reinigung). Für die Anwendung in der Dusche oder in der Badewanne sind die Geräte wasserdicht. Durch die ergonomische Form liegen sie zudem gut in der Hand. Die FC 95 gibt es ab November 2014 für 99,99 Euro (UVP). Die etwas günstigere Variante FC 45 ist zu einem Preis von 19,99 Euro (UVP) erhältlich. Alle Geräte werden über den Fachhandel vertrieben. Beurer gewährt auf die Gesichtspflegeprodukte drei Jahre Garantie.



FC 45

Haarentfernung mit Intense Pulsed Light

Das neue IPL 7000 SatinSkin Pro Haarentfernungsgerät erweitert das SalonPro System Sortiment von Beurer.

Das Gerät arbeitet mit der klinisch getesteten Intense Pulsed Light (IPL) Technologie, einer Lichttechnologie, die auch von Hautärzten und Kosmetikern zur professionellen Haarentfernung genutzt wird. Diese beruht auf der Theorie der selektiven Fotothermolyse, bei der optische Energie eingesetzt wird. Die Lichtenergie wird vom Farbstoff Melanin des Haars absorbiert und in Wärme umgewandelt. Somit wird der Haarfollikel tief unter der Haut deaktiviert und das Haarwachstum verhindert. Bereits nach drei bis vier Behandlungen können so bis zu 50 Prozent der Haare reduziert werden. Während der Anwendung sorgt der 2in1 Hauttypen- und Hautkontaktsensor für besondere Sicherheit. Außerdem bietet der integrierte UV-Filter zusätzlichen Schutz. Je nach Haut- und Haartyp kann zwischen drei Energiestufen gewählt werden. Das IPL 7000 ist ab Oktober 2014 lieferbar, UVP: 199,99 Euro. Beurer gewährt eine Garantie von fünf Jahren.



Die Küchen-Minis von WMF

Kleine Geräte für kleine Haushalte



Die Coup Frühstücksserie von WMF besteht aus der AromaOne Filterkaffeemaschine, einem 0,8 l Wasserkocher, einem 1-Scheiben Toaster, einem 2-Eier-Kocher und einem 0,8 l Kompaktmixer.

Mit der neuen Coup-Serie von handlichen Küchengeräten aus Cromargan stellt sich WMF auf die wachsende Zahl kleiner Haushalte ein. Während das Downsizing nicht nur Platz, sondern auch Energie spart, müssen die Anwender bei Handhabung, Komfort und Funktionalität auf nichts verzichten. Die Küchenminis können praktisch alles so gut wie ihre größeren Geschwister, nur die Portionen sind kleiner.

Der globale Trend hin zu kleineren Haushaltsgrößen hat auch Konsequenzen für die Anwendung von Küchenkleingeräten. Studien der GfK zufolge wird die Anzahl der Ein- bis Zwei-Personenhaushalte in den nächsten Jahren deutlich steigen. Experten erwarten, dass bis zum Jahr 2030 in weltweit ca. 70 Prozent aller Haushalte nur ein bis zwei Personen leben werden. In Europa dominiert diese Haushaltsgröße bereits, in Deutschland liegt der Anteil schon bei 70 Prozent.

In kleinen Haushalten sind auch Wohnflächen und Küchengröße deutlich reduziert, vor allem in urbanen Gebieten. Darauf antwortet WMF mit einer neuen Generation platz- und energiesparender Geräte, die auch dem Trend zu gesunder Ernährung mit selbstgemachten frischen Produkten gerecht werden und in ihrem Design das Lebensgefühl der Zielgruppe widerspiegeln.

Die Coup Frühstücksserie besteht aus der AromaOne Filterkaffeemaschine, einem 0,8 l Wasserkocher, einem 1-Scheiben Toaster, einem 2-Eier-Kocher und einem 0,8 l Kompaktmixer und passt auch auf ausgesprochen kompakte Arbeitsplatten. Dabei harmonisieren die Geräte mit ihren klaren Formen und hochwertigem Cromargan sowie der WMF-typischen Designsprache mit den anderen Produkten aus dem My WMF Cromargan Küchenset.

Umweltbewusst

Besonders augenfällig ist bei den Küchenminis die Platzersparnis, denn sie benötigen im Vergleich zur Lono Serie rund 40 Prozent, der 2-Eier-Kocher sogar 70 Prozent weniger Raum. Dazu kommen Werte von über 30 Prozent bei der

Energieersparnis, und natürlich erfordert auch die Herstellung deutlich weniger Material- und Energie-Einsatz.

„Mit den WMF Küchenminis bieten wir dem Fachhandel ein völlig neues Produktsegment, von dessen Erfolg wir aufgrund der durch zahlreiche Studien und Statistiken untermauerten, bereits existierenden hohen Endverbrauchernachfrage überzeugt sind“, erklärte Wilfried Pohl, Geschäftsführer der wmf consumer electric GmbH. „Mit der Coup Serie ist der qualifizierte Fachhandel in der Lage, deutliche Zusatzumsätze und –renditen realisieren zu können.“

Echte Neuheiten

Zu der neuen Serie, die ab Oktober erhältlich sein wird, gehören echte Neuheiten: So ist die WMF Coup AromaOne Filterkaffeemaschine die weltweit erste ihrer Art mit 1-Tassen Funktion. Die kompakte Cromargan Maschine brüht dank AromaOne Technologie eine Portion frischen, aromatischen und heißen Kaffee direkt in die Tasse oder bis zu vier Tassen in die AromaOne Glaskanne. Die Handhabung ist dank der WMF One Touch Funktion für intuitive Bedienung, einer intelligenten Wasserkapazitätsanzeige mit LED-Beleuchtung und einem abnehmbaren Wassertank so komfortabel wie bei größeren Geräten. Die WMF Aroma Perfection ermöglicht zudem die individuelle Anpassung der Aromastärke je nach Geschmack. Im herausnehmbaren Filtereinsatz ist Platz für Papierfilter der Größe 2, als Zubehör gibt es einen Permanentfilter. Das automatische Entkalkungsprogramm sorgt für eine regelmäßige Reinigung. Die WMF Coup-AromaOne Filterkaffeemaschine wird 89,99 Euro (UVP) kosten.

Der Coup Wasserkocher mit seinem 0,8 Liter Fassungsvermögen und 1.800 Watt Leistung kann auch kleinste Wassermengen zum Kochen bringen. Beim Abmessen der genauen Füllmenge hilft die innenliegende Wasserstandsanzeige. Das Gehäuse ist aus hochwertigem Cromargan in matter Optik, der hochglänzende Deckel lässt sich durch die praktische Einhandbedienung ganz einfach per Knopfdruck öffnen. Das verdeckte Edelstahlheizelement und der herausnehmbare Kalk-Wasserfilter ermöglichen eine einfache Reinigung. Der UVP für den kabellosen Mini-Wasserkocher lautet 69,99 Euro.

Der Coup 1-Scheiben-Toaster aus Cromargan kann trotz seiner kompakten Maße sogar eine XXL-Scheibe Toast rösten und mit dem integrierten Brötchenaufsatz auch Croissants und Brötchen auffrischen. Die LED-beleuchteten Funktionstasten sehen nicht nur gut aus, sondern dienen auch der einfachen Handhabung. Das Gerät kommt für 64,99 Euro (UVP) auf den Markt.

Der kleine Coup 2-Eier-Kocher nimmt ein oder zwei Frühstückseier Größe S bis XL auf. Die transparente Haube aus hochwertigem Tritan ist frei von BPA, stabil und leicht zu reinigen. Mit dem mitgelieferten Messbecher wird die Wassermenge passend zur Eiergröße und dem gewünschten Härtegrad dosiert. Das kleine Gerät wird 49,99 Euro (UVP) kosten.

Der 400 Watt Motor des WMF Coup Kompaktmixers schafft mit 20.000 U/min eine stattliche Messer-Geschwindigkeit von 241 km/h. Mit einem 6-flügligen Edelstahlmesser, fünf Geschwindigkeitsstufen und einer Pulsstufe ist er vielseitig einsetzbar. Der abnehmbare 0,8 Liter Glaskrug mit ergonomischem Griff, praktischem Deckel mit Nachfüllöffnung und integriertem Dosierbecher erleichtert die Handhabung. Die gummierten Standfüße garantieren eine rutschsichere Aufstellung.

Der WMF Coup Kompaktmixer 0,8 l kommt zum Preis von 89,99 Euro (UVP) in den Handel.

Grundig und Borussia Dortmund geben Partnerschaft bekannt



Zum Start der Fußball-Bundesliga baut Grundig als offizieller Technologie-Partner durch die Partnerschaft mit Borussia Dortmund sein Engagement im Fußball weiter aus. So soll der Signal Iduna Park in den nächsten Wochen mit Grundig TV-Geräten aufgerüstet werden. In den VIP-Bereichen sollen die Besucher zusätzlich in den Genuss der neuen Ultra HD-Technologie kommen.

Die von Sportfive vermittelte Partnerschaft mit dem BVB soll die Marke noch stärker im Fußballumfeld platzieren, heißt es in einer Pressemitteilung. „Grundig ist wie der BVB eine sympathische und international ausgerichtete Marke, die dennoch ihren Wurzeln treu bleibt. Starke Leistung, Bescheidenheit und die Nähe zu Kunden und Fans wie auch eine hohe Authentizität zeichnen beide Marken aus“, sagte Grundig CEO Murat Sahin anlässlich der Vertragsunterzeichnung.

Carsten Cramer, Borussia Dortmunds Vertriebs- und Marketingdirektor, freut sich über den Neuzugang im Sponsoren-Kader: „Als offizieller Technologie-Partner der Bundesliga ist Grundig für uns ein starker Partner, mit dem wir in die neue Saison starten. Als weltweit führender Anbieter im Bereich Unterhaltungselektronik wird uns Grundig mit innovativen Technologien im Bereich TV ausrüsten.“

Gigaset: Vorstand und Aufsichtsrat entlastet

Auf der Hauptversammlung der Gigaset AG stellte der Vorstandsvorsitzende Charles Fränkl nicht nur den Verlauf des vergangenen Geschäftsjahres vor, in dem eine umfassende Neustrukturierung der Finanzierungsgrundlagen der Gesellschaft geglückt sei, sondern auch die weitere strategische Ausrichtung des Unternehmens vor.

So plant Gigaset, ein eigenes cloud-basiertes Ecosystem aufzubauen, das alle Produkte mit einer einheitlichen Nutzeroberfläche verbindet. Zudem soll ein Smartphone auf den Markt gebracht werden. Auf der Hauptversammlung wurden Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2013 entlastet und ein separater Beschluss für ein genehmigtes Kapital gefasst. „Das abgelaufene Geschäftsjahr war ein Jahr entscheidender Weichenstellungen für Gigaset. (...) Vor wenigen Tagen haben wir alle Bankschulden zurückgezahlt. Gigaset ist damit bankschuldenfrei“, heißt es in einer Pressemitteilung.

Rund 335.000 Besucher auf der gamescom 2014

Die gamescom, die am 17. August 2014 nach fünf Messtagen zu Ende ging, verzeichnete rund 335.000 Besucher aus 88 Ländern, darunter 31.500 Fachbesucher, sechs Prozent mehr als im Vorjahr. Bei den Privatbesuchern war das Interesse an der gamescom 2014 erneut besonders groß: Bereits 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn waren alle Tagestickets für Privatbesucher im Vorverkauf vergriffen. Unter dem diesjährigen Leitthema „Spielend neue

Welten entdecken“ präsentierten in Köln über 700 Aussteller aus 47 Ländern den Fachbesuchern und Spielefans aus aller Welt hunderte Neuheiten. Der Auslandsanteil auf Ausstellerseite lag bei 61 Prozent (+4 Prozent im Vgl. zu 2013). Neben spannenden Premieren für alle Plattformen, von Konsolen-, PC-, Online- und Mobile-Spielen sowie technischen Neuerungen im Bereich Virtual Reality war auch E-Sports in neuen Dimensionen live zu erleben. 2014 belegte die gamescom die Hallen 4 bis 10 des Kölner Messegeländes. Die Ausstellungsfläche von 140.000 Quadratmetern war komplett ausgebucht. 6.000 Medienvertreter aus 58 Ländern berichteten fünf Tage lang aus Köln.

Die Veranstalter zeigten sich mit dem Messeverlauf außerordentlich zufrieden. „Die gamescom ist für die europäische Computer- und Videospieleindustrie die wichtigste Plattform“, erklärte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koeln-

messe GmbH. „Der Zuwachs auf Ausstellerseite sowohl mit Blick auf die absolute Anzahl als auch auf die Internationalität unterstreicht das deutlich. Für den Standort Köln ist die gamescom von großer Bedeutung, denn die Computer- und Videospieleindustrie ist eine Zukunftsbranche, die Impulse für den Messeplatz gibt.“

Für den Trägerverband der gamescom kommentierte Dr. Maximilian Schenk, Geschäftsführer des BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware: „Die diesjährige gamescom hat die zunehmende Bedeutung von digitalen Spielen gezeigt. Nach der Vorstellung der neuen Konsolengeneration im vergangenen Jahr standen 2014 die neuen, fantastischen Spielwelten im Fokus, die auf der gamescom erstmals von den Spielern selbst ausprobiert werden konnten. Die Branche geht nach der gamescom sehr zuversichtlich in das zweite Halbjahr 2014.“

www.bfi-photokina.de

Jetzt Termin vormerken!

28. – 29. Januar 2015, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS
FORUM
IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories and markets in motion“

Die neuen „EU-Staubsauger“ Sauber mit weniger Strom

Ab 1. September trat die lange erwartete neue EU-Verordnung in Kraft, die bei neuen Staubsaugern die maximale Leistungsaufnahme auf 1.600 Watt begrenzt. Trotzdem wird niemand im Schmutz erstickten. Denn entscheidend für die Reinigungswirkung ist weniger der Stromverbrauch, als vielmehr die Saugleistung. Und die muss laut EU bei Teppichböden mindestens 70% und bei glatten Flächen sogar 95% der Leistungsaufnahme betragen. Die neuen Geräte, die auf der IFA vorgestellt werden, schaffen das locker. PoS-MAIL hat eine erste Übersicht zusammengestellt.



AEG setzt schon seit vielen Jahren auf Umweltbewusstsein.

Bereits Anfang der 90er Jahre, lange bevor Ökologie zu einem echten Trend wurde, begann AEG damit, energieeffiziente Bodenstaubsauger zu entwickeln. 1993 kam dann mit dem „Öko-Vampyr“ der erste Staubsauger auf den Markt, der zudem aus Recyclingmaterial bestand und damit die seinerzeit noch junge Philosophie noch konsequenter umsetzte. Eine energiesparende Gebläseeinheit und der Einsatz umweltverträglicher Werkstoffe ließen die

gesamte Branche aufhorchen. Heute ist Ökologie seit langem ein wesentlicher Bestandteil der AEG-Markenphilosophie. So präsentiert das Unternehmen auf der IFA unter anderem sein Top-Modell „UltraOne UOQUATTRO“. Mit AAAA-Bewertung erzielt es nach Angaben des Herstellers die derzeit bestmöglichen Energie-Label-Werte. Der „Ultra Silencer Öko USGREEN“ saugt besonders leise, und der „UltraOne UOGREEN“ punktet mit perfekter Staubaufnahme und Handhabung. Natürlich ist AEGs Top-Modell für Allergiker geeignet.

Sauberer Rebell

Pünktlich zur IFA stellt Dirt Devil die neue Generation seiner Staubsauger-Produktfamilie Rebel vor. Das prämierte Design der Rebel-Staubsauger wird konsequent weitergeführt. Gleichzeitig haben die Ingenieure von Dirt Devil das technische Innenleben komplett überarbeitet. In Verbindung mit einer verbesserten Führung des Luftstroms und dem Einsatz einer energiesparenden Bodendüse zeichnet sich die neue Rebel-Produktfamilie 2.0 durch ihre starke Saugleistung aus.

Jeweils zwei „Rebellen“ kommen mit Beutel, ohne Staubbeutel und als Multicyclone-Geräte auf den Markt. Außerdem werden alle neuen Modelle in zwei



Dirt Devil: Beliebtes Design, neues Innenleben – die Rebel Produktlinie 2.0.

Farb- und Ausstattungsvarianten angeboten: In Polar White und Metal Grey mit Hartbodendüse. „Wir nehmen die Einführung des EU Energie-Labels ernst.

Bereits seit vielen Jahren haben wir besonders energieeffiziente Modelle in unserem Produktprogramm. Nun haben wir unser gesamtes Sortiment sowohl bei Vax als auch bei Dirt Devil entsprechend den Anforderungen des Energie-Labels neu aufgestellt“, so Heinz H. Fischer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Royal Appliance International GmbH. Allerdings sieht man bei der Royal Appliance International GmbH das Energie-Label nicht als Maß aller Dinge.

„Das Energielabel bietet dem Konsumenten eine Orientierungshilfe. Eine allumfassende Bewertung eines Produktes ist das EU Energie-Label nicht. Der Konsument wird sich in Zukunft nicht grundsätzlich anders verhalten als heute. Er wird sich informieren, Geräte vergleichen, sich beraten lassen, Empfehlungen folgen, ausprobieren und entsprechend seiner Anforderungen und gemäß seines Budgets eine Entscheidung treffen“, ist sich Heinz H. Fischer sicher.

Philips Power Pro Ultimate

Philips präsentiert mit dembeutellosen PowerPro Ultimate ab September ein Gerät, das die Anforderungen des neuen Energie-Labels erfüllt und, wie es seitens des Unternehmens heißt, mehr Staub entfernt als jeder andere 2.400 Watt Staubsauger. Entscheidend dafür seien Technologien wie PowerCyclone 7, ein hoch effizienter Motor und die Tri-ActiveMax-Düse. Das Top-Modell eignet sich darüber hinaus besonders für Allergiker- oder Tierhaushalte. Praktisch: Die im Griff integrierte Fernbedienung ermöglicht die Steuerung der Saugleistung – ganz ohne Bücken.

„Bisher war die vorherrschende Meinung, dass wirklich saubere Reinigungsergebnisse nur mit einer hohen Wattleistung erzielt werden können. Dieses Vorurteil können wir ausräumen“, erklärte das Unternehmen.

Mit seiner langjährigen Erfahrung im Bereich Bodenpflege hat Philips nun eine neue Generation von Staubsaugern entwickelt, die volle Leistung bei weitaus weniger Energieaufnahme ermöglichen“, so Michiel Kerckhaert, Senior Marketing Manager Floorcare Philips Consumer Lifestyle DACH. „Beim neuen PowerPro Ultimate haben wir darüber hinaus großen Wert auf das Design gelegt. Er ist sehr wendig, schont den Rücken und macht mit seinem kupfer-farbenen Äußeren eine sehr gute Figur. Nicht zuletzt überzeugt



der Philips Power Pro Ultimate mit seiner vierjährigen Garantie“, so Kerckhaert weiter.

Saugen mit Wassertechnologie

Das Unternehmen Thomas bringt zwei neue Bodenstauger mit Wassertechnologie auf den Markt. Von den Ingenieuren in Neunkirchen im Siegerland entwickelt, sorgen der perfect air allergy pure und der perfect air animal pure mit geballter Saugkraft und leichter Reinigung für eine Extraportion Frische in jedem Haushalt. Ausgestattet mit der sogenannten Aqua-Pure-Filterbox, binden die Staubsauger Partikel, wie z. B. Hausstaub, Pollen, Tierhaare oder Allergene, zu 100 Prozent im Wasser. Thomas präsentiert die beiden Produktneuheiten des Modells perfect air erstmals auf der IFA

Samsungs smarter Roboter

Samsungs neuestes smartes Flaggschiff im Bodenpflege-Segment ist der Premium-Saugroboter VR9000H. „Intelligente Hausgeräte können einen unschätzbaren Beitrag zur Wohlfühlumgebung des eigenen Heims leisten. Unter Verwendung neuester Technologien haben wir ein smartes Premium-Produkt kreiert, das die Bodenreinigung komfortabler und zuverlässiger gestaltet, als es unsere bisherigen Saugroboter konnten“, erklärt Andreas Seidler, Director Sales & Marketing Home Appliances bei Samsung Electronics GmbH. Während sein Besitzer entspannt die Füße hoch-



Mit dem VR9000H präsentiert Samsung auch im Bereich Bodenpflege smarte Technologien.

legt, sorgt der VR9000H für saubere Verhältnisse. Kein Wunder: Dank seines leistungsfähigen Motors besitzt der Saugroboter schließlich eine fünffach höhere Saugkraft als seine Vorgänger. Das Ergebnis: Eine überragende Reinigungseffizienz auf Teppichen und Hartböden. Das ausgeklügelte Saugsystem ermöglicht eine ausdauernde, gleichmäßig hohe Saugkraft.

Dafür sorgt eine raffinierte Konstruktion, die nach dem Zentrifugal-Prinzip (Cyclone Force™) mit Wirbelkräften die Staubpartikel in eine innere Kammer presst, so dass nur gereinigte Luft durch eine zweite Kammer nach außen gelangt. Der Roboter arbeitet beutellos, die ständige Reinigung des Filters gehört somit der Vergangenheit an.

Neuheiten

PoS-Aktuell

Pure Digitalradios in neuem Design

Mit den „Pop“ Digitalradios bringt Pure jetzt eine neue Produktfamilie auf den Markt, die sich durch minimalistisches Design sowie einfache Bedienung auszeichnet. Die Pop-Palette wird in den Größen Mini, Midi und Maxi (Bluetooth-Funktion) erhältlich sein und bietet hervorragende Klangqualität.

Bei den Pop-Radios sind zahlreiche Bedienfunktionen in einer einzigen Radtaste auf der Gehäuseoberseite zusammengeführt, die auf Knopfdruck aus dem Gehäuse „popp“ oder wieder darin verschwindet. Einfach aufzurufende Voreinstellungen erlauben das schnelle Wechseln des Senders. Weitere Ausstattungsmerkmale sind neben einer großen und gut lesbaren Uhrzeit- und Lauftextanzeige eine flexible Stromversorgung, denn die Digitalradios lassen sich entweder per Netzkabel betreiben, mit umweltfreundlichen, aufladbaren ChargePAKs, mit Alkaline-Batterien oder mit aufladbaren Standard-Akkus nutzen.



Dank minimaler Stellfläche lassen sich die neuen Pop-Modelle, im Bild der Pop Midi, in jede Wohnumgebung problemlos integrieren.

Der tragbare Pop Mini wurde für einen geringen Platzbedarf auf dem Küchentisch oder am Nachttisch konzipiert. Es bietet zehn Speicherplätze mit fünf speziellen Tasten und zeichnet sich durch hohen Bedienkomfort aus.

Der Pop Midi hat die gleiche kleine Stellfläche wie der Mini, ist jedoch höher und liefert nach Herstellerangaben einen voluminöseren Sound. Hier ist auch eine Version mit Bluetooth und Dual-Funktionalität erhältlich.

Maxi ist das größte Radio der Pop-Produktfamilie mit Bluetooth als Standard zum Musik-Streamen vom Smartphone oder Tablet zum Radio.

Ralf Reynolds, Regional Director – Central Europe bei Pure, erklärt dazu: „Mit Pop bringen wir ein Produkt, das ganz darauf ausgerichtet ist, wie Verbraucher mit ihrem Radio umgehen wollen, und das entsprechend viel Funktionalität und Bedienerfreundlichkeit bietet. Gleichzeitig haben wir der Modellreihe aber auch ein elegantes Design verpasst und für eine erstklassige Audioqualität gesorgt, wie sie die Pure-Kunden gewohnt sind.“

Je nach Modell liegt der UVP zwischen 99,99 Euro und 149,99 Euro. Der Pop Midi wird im September erhältlich sein, die Einführung der beiden anderen Modelle soll später in diesem Jahr erfolgen.

Dyson erfreut sich hoher Beliebtheit

Im Rahmen einer Online-Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität, einem privatwirtschaftlichen Marktforschungsinstitut, wurden insgesamt rund 1.500 Kunden zum Thema Staubsaugerzufriedenheit befragt. Der Fokus lag auf den Bereichen Produktqualität, Preis-/Leistungsverhältnis sowie Gewährleistung/Garantie. Kriterien wie erlebte Ärgernisse, Weiterempfehlungsbereitschaft und Marken-Image komplettierten die Panel-Erhebung. Berücksichtigung fanden die 13 Staubsaugermarken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Über 40 Prozent der Befragten bekundeten, dass die Produktqualität mit ausschlaggebend für die Wahl ihres Staubsaugers ist. Genau damit seien die Besitzer von Dyson Geräten außerordentlich zufrieden. Zudem überzeuge Reinigungsleistung, Handhabung und Design. Nach eigenen Angaben erhielt Dyson das beste Ergebnis in der Befragung, gefolgt von Miele und Vorwerk.

Neue Hisense UHD-TVs mit 4x4 Technologie

Auf der IFA stellt Hisense mit den Modellen 55K681 (139,7 cm/55") und 65XT810 (Curved-TV, 165,1 cm/65") UHD-TVs vor, die mit der 4x4 Technologie ausgestattet sind. Sie ermöglicht es, mit Hilfe des eingebauten Quad-Core-Hauptprozessors und des zusätzlichen FRCX-Prozessors, hochauflösende Bilder auch bei rasanten Szenen scharf darzustellen. Die neue Smart-TV-Oberfläche Hisense Vision erlaubt darüber hinaus den schnellen und einfachen Zugriff auf Online- und Offline-Inhalte.

Der Quad-Core-Prozessor der neuen Hisense TVs reduziert nicht nur deutlich die Startzeit, er erlaubt auch ein besonders flüssiges Navigieren durch die Benutzeroberfläche sowie ein schnelles Umschalten zwischen verschiedenen Bildquellen. Der FRCX-Prozessor wiederum ist speziell für die Bildverbesserung zuständig. 4K MEMC (Motion Estimation/Motion Compensation) sorgt für eine Reduzierung von Bewegungsunschärfe. So können auch rasend schnelle Renn-, Action-, oder Sportsequenzen scharf dargestellt werden. Der FRCX-Prozessor ermöglicht darüber hinaus das Upscaling von Blu-ray- und anderen Full-HD Medien und ist kompatibel mit dem Videokompressionsstandard H.265/HEVC (High Efficiency Video Coding). Eine HDMI 2.0 Schnittstelle ermöglicht die Wiedergabe von UHD-Videos mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde. Durch die Kombination mehrerer moderner technischer Eigenschaften und Funktio-



Die neue 4x4 Technologie von Hisense ermöglicht die scharfe Darstellung von hochauflösenden Bildern auch bei bewegungsreichen Szenen.

nen liefern die neuen 4x4-Modelle flüssige 4K-Bilder mit einer Smooth Motion Rate von 1000 Hz (SMR 1000 Hz).

Die Modelle 55K681 und 65XT810 sind mit der neuen Benutzeroberfläche Hisense Vision ausgestattet. Auf Knopfdruck erscheint eine intuitiv bedienbare Menüleiste mit sieben selbsterklärenden Symbolen. Dieses Menü erlaubt es den unkomplizierten Zugriff auf Online- oder Offlineinhalte. Dazu gehören die Angebote von Video-On-Demand-Anbietern, YouTube-Kanäle, auf externen Festplatten gespeicherte Videodateien etc. Abgestimmt auf die Vorlieben des Zuschauers schlägt der Home-Bildschirm immer eine Auswahl von passenden Medien vor – auf die mit nur einen Knopfdruck zugegriffen werden kann. Der 55K681 wird im vierten Quartal 2014 erhältlich sein, der 65XT810 folgt im Januar 2015. Die Verkaufspreise sind noch nicht bekannt.

TP Vision bringt Musik auf Philips Android TVs

Mit Spotify Connect



Die Musikwiedergabe über die Philips TVs powered by Android wird mit der Spotify App vom Smartphone oder Tablet aus gesteuert.

Als weltweit erster Hersteller macht TP Vision den Streaming Dienst Spotify Connect auf Smart TVs verfügbar. Ab September können Spotify-Premium-Nutzer mit ihrem Philips TV powered by Android auf das umfassende Musikangebot von Spotify zugreifen und die Wiedergabe über ihr Smartphone oder Tablet steuern.

Mit Spotify Connect können die Anwender mit dem Mobilgerät die Musikwiedergabe von der Spotify App übergangslos vom Kopfhörer auf den Fernseher umschalten. Dabei können gleichzeitig Telefongespräche geführt oder andere Smartphone-Apps genutzt werden. Selbst wenn der WiFi-Bereich verlassen wird, spielt die Musik ununterbrochen weiter.

In allen Philips TVs powered by Android ist Spotify Connect bereits integriert und bietet Zugriff auf Playlists, Browser, Radio und Your

Music. Dabei stehen die mehr als 20 Millionen Titel des Spotify-Katalogs zur Verfügung. Die Steuerung der Musikwiedergabe ist auch über die Fernbedienung des Philips TVs möglich.

„Die Integration von Spotify Connect in unsere Philips TVs powered by Android wird die Stellung von Fernsehgeräten als zentraler Entertainment-Hub zu Hause stärken“, erklärte Albert Mombarg, Head of Smart TV bei TP Vision. Und Pascal de Mul, Global Head of Hardware Partnerships bei Spotify, kommentierte: „Wir sind der Ansicht, dass man von überall aus auf Musik zugreifen und sie abspielen können sollte. Nach der Zusammenarbeit mit TP Vision bei der Einführung von Spotify Connect auf den Smart TVs des Unternehmens freue ich mich besonders darüber, dass wir nun als Partner gemeinsam das nächste Kapitel aufschlagen.“

In den neuen Philips 9000 Rasierern stecken 75 Jahre Erfahrung

Die ultimative Rasur



Seit 75 Jahren forscht Philips, um technisch perfekte Rasierer zu entwickeln. Zu diesem Jubiläum bringt das niederländische Technologieunternehmen jetzt die neuen Rasierer der 9000er Serie auf den Markt, um Standards bei Gründlichkeit und Komfort zu setzen. Mit einer innovativen Technologie zur Konturenerkennung, der SmartClean Reinigungsstation, den patentierten V-Track Präzisionsklingen, persönlichen Komforteinstellungen und einem aufsteckbaren Bartstyler soll das Premiummodell S9711/31 sozusagen die S-Klasse für die Bartpflege darstellen.

Sozusagen die S-Klasse unter den Rasierern: der neue S9711/31 Rasierer von Philips.

„Bei der Entwicklung der neuen Philips 9000er Serie haben unsere Designer das Thema Innovation auf ein neues Level gehoben“, kommentierte Dennis Bienia, Senior Marketing Manager Personal Care bei Philips Consumer Lifestyle DACH. „Bei der exklusiven Ausstattung dieser neuen Rasierer-Generation haben wir die

Wünsche der Konsumenten berücksichtigt und unsere mehr als 75-jährige Erfahrung im Bereich Rasieren einfließen lassen. Die neuen Geräte passen sich automatisch jeder Gesichtskontur an und erfassen 20 Prozent mehr Haare mit einem Zug. So können mit minimalem Druck beste Ergebnisse selbst an schwer zu erreichenden Stellen wie Kinn, Hals und Nacken erzielt werden. Damit ist der 9000er der gründlichste und hautschonendste Rasierer, den Philips je auf den Markt gebracht hat.“

Präzise und komfortabel

Die neuen, komplett flexiblen Scherköpfe passen sich in acht verschiedenen Richtungen den Gesichtskonturen an. Jeder Scherkopf verfügt über zwei Klingenkranze: Die Schlitze am äußeren Kranz sind V-förmig und erfassen auch kürzeste Stoppeln. Der innere Kranz entfernt längere oder flach anliegende Haare. Die patentierten V-Track Präzisionsklingen führen jedes einzelne Haar in die richtige Schneideposition – auch eng anliegende oder unterschiedlich lange Haare. Drei persönliche Komforteinstellungen ermöglichen die Anpassung an die Vorlieben



Mit dem SmartClean Pro System ist der Rasierer schnell wieder hygienisch sauber.

des Nutzers: ein schonender Modus für eine sanfte Rasur bei empfindlicher Haut, ein normaler Modus für die tägliche Pflege sowie ein schneller Modus für eine zeitsparende Rasur.

Dank der AquaTec Wet&Dry-Versiegelung kann der Elektrorasierer wahlweise mit Rasiergel, hautschonendem Schaum oder trocken genutzt werden. Der aufsteckbare Bartstyler mit fünf Längeneinstellungen (0,5 - 5 Millimeter) stützt zuverlässig kürzere Bärte. Abgerundete Klingen und der verstellbare Kamm schützen dabei die Haut.

Alle wichtigen Informationen wie Ladestand oder Reinigungsanzeige lassen sich bequem auf dem Display ablesen. Das Ladesystem bietet zwei Optionen: 50 Minuten Betriebszeit nach einer Stunde Ladung oder eine dreiminütige Schnell-Ladung für eine Vollrasur. Alle Rasierermodelle der 9000er Serie können nur im kabellosen Modus betrieben werden, um die Sicherheit in feuchten Umgebungen zu gewährleisten.

Nach dem Einsatz ist der Rasierer schnell wieder sauber: Mit nur einem Tastendruck reinigt, trocknet, lädt und ölt das SmartClean Pro System das Gerät. Mit einem dualen Filter werden Härchen, Gel und Schaum aus dem Rasierer entfernt. Der Fortschritt des Reinigungszyklus wird auf dem Display angezeigt.

Die Serie umfasst verschiedene Modelle mit unterschiedlicher Ausstattung S9711/31 (UVP 449,99 Euro), S9521/31 (UVP 369,99 Euro), S9111/31 (UVP 319,99 Euro) und ohne Reinigungssystem die Modelle S9111/41 (UVP 269,99 Euro) und S9031/12 (UVP 249,99 Euro).

Für den richtigen Bart: Philips Grooming App

Mit der neuen Philips Grooming App für iOS und Android ist es möglich, eine fotorealistische Vorschau des gewünschten Bartstyles direkt auf das Gesicht des App-Nutzers zu projizieren. Nach Auswahl eines Stils kann der Look Schritt für Schritt anhand hilfreicher Videotutorials nachgestylt werden.

Die Anwendung ist einfach und unterhaltsam: Der Nutzer schießt ein Foto seines Gesichtes und erkennt innerhalb weniger Sekunden, welcher Look zu seinem Gesicht passt, denn er erhält sofortige Vorschauen mit 22 unterschiedlichen Bartstyles – vom einfachen Schnurrbart bis zum cutting-edge Bart. Die Galerie wird ständig aktualisiert, um mit den neuesten Trends in Mode, Lifestyle und Pflege Schritt zu halten. Der Algorithmus der Philips Grooming App analysiert das Gesicht und den Haarwuchs des Nutzers, stellt Fragen zu seinem Lebensstil und schlägt dann drei Bärte vor, die am besten zu dem so ermittelten Profil passen. Damit das Styling schon beim ersten Versuch gelingt, zeigt die App in Schritt-für-Schritt-Videos, wie der ausgewählte Bart richtig getrimmt wird. Die Philips Grooming App bietet darüber hinaus umfangreiche Hintergrundinformationen rund um das Trendthema Bart: Basiswissen über Bärte, eine persönliche Beratung für die Bartpflege sowie Expertentipps zur richtigen Pflege.

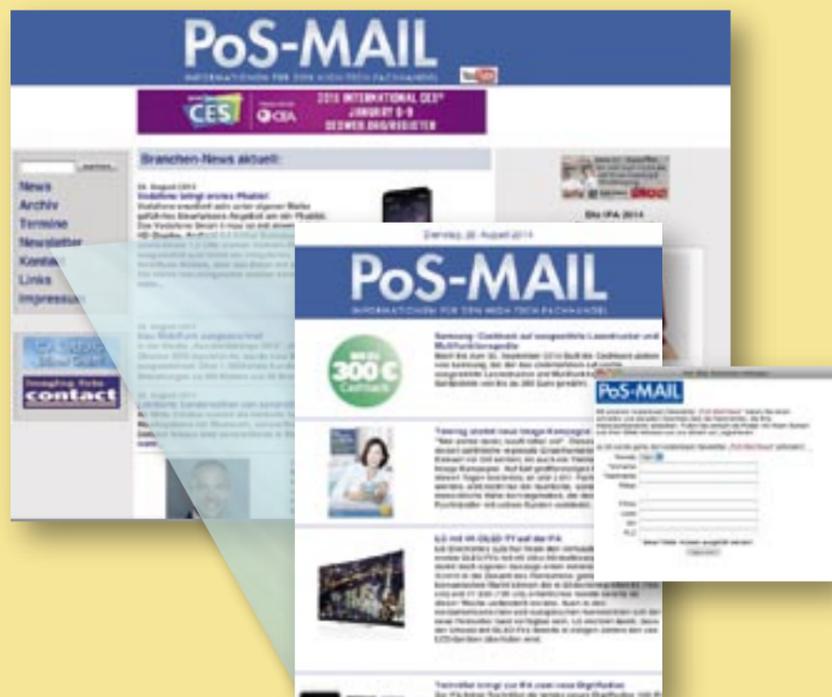


Mit der Philips Grooming App lässt sich leicht und unterhaltsam der Bartstyle entdecken, der am besten zum Gesicht und zum Lebensstil passt.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden.

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

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

www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Im Kühlschrank: Gehacktes

Experten warnen uns täglich davor, was alles gefährlich ist. Jetzt gibt es eine neue Gefahr: das Internet der Dinge. Netzwerkfähige Hausgeräte, so stellten im August die Experten auf der Sicherheitskonferenz Defcon in Las Vegas fest, könnten von Hackern zu bösen Dingen genutzt werden.

Dazu ist zu sagen: Die Experten von der Sicherheitskonferenz sind – na was glauben Sie? – Hacker. Und sie haben Kühlschränke, Heizungsthermostate, Waschmaschinen, und ich weiß nicht was noch alles, gehackt. Und dann haben sie genaue Anleitungen, wie das geht, ins Internet gestellt.

Senile Rentner wie ich glauben, dass solche Hackbraten einfach von der Polizei hops genommen und wegen Anstiftung zu Straftaten eingesperrt werden. Aber von wegen: Sie bekommen stattdessen den Beifall der Presse, und die eigentlich Bösen sind die Hersteller der noch böseren vernetzten Geräte, weil sie diese angeblich nicht richtig gesichert haben. Na, hoffentlich bricht niemand während einer meiner vielen Rentner-Reisen in mein Haus ein, sonst werde ich womöglich noch verhaftet.

Der Oberhacker heißt übrigens Jeff Moss, hackt aber lieber unter seinem Kriegsnamen „The Dark Tangent“. Früher war er Berater der US Heimatschutzbehörde – ob er es war, der Angela Merkels Handy gehackt hat, weiß ich aber nicht. Inzwischen ist er Berufshacker, Gründer der „Sicherheitskonferenz“ Defcon und spricht für viel Geld auf internationalen Konferenzen. Moss fordert jetzt neue Gesetze, die den Herstellern vorschreiben, wie sie ihre vernetzten Hausgeräte absichern müssen. Das kann man dem Mann nicht verübeln, denn er muss ja auch leben. Herr Kasperky hat ja gezeigt, wie man Milliardär werden kann, indem man erst Computerviren programmiert und dann die Software verkauft, die vor den Viren schützt. Da russische Experten zur Zeit bei uns nicht mehr so richtig gefragt sind, haben Jeff Moss und seine Mithacker eine große Zukunft vor sich. Da möchte selbst ich nochmal jung sein – ich würde hacken, bis der Arzt kommt.

Herzlichst Ihr *Wagner*

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90

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



Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Lidija Zimmek, M. A.; Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 44
Christina Metzger • TiMe GmbH
Glückaufstr. 57
45481 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

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



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. 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

Konkurrenzlos.

Mit dem SoundTrue Around-Ear bietet Bose einen klangstarken und stylischen Kopfhörer (...). Durch den überragenden Tragekomfort ist stundenlanger Musikgenuss garantiert. Vier Farbausführungen machen ihn nicht nur zum musikalischen, sondern auch zum modischen Begleiter. **Testergebnis: sehr gut, Preis/Leistung: sehr gut, Oberklasse**

av-magazin.de 08.07.2014

Einzigartige Vorteile für Ihre Kunden.

Die neuen mobilen Headphones überzeugen unterwegs mit Spitzenklang, höchstem Tragekomfort – und durch ihr ebenso aktuelles wie individuelles Design.

Mit den neuen SoundTrue™ Headphones macht Bose großartigen Klang zum ständigen Begleiter. Dank des vorbildlichen Tragekomforts werden auch lange Musik-Sessions zum puren Vergnügen, und das individuelle Design wird überall und jederzeit zum Ausdruck des persönlichen Stils.

Selbstverständlich erfüllt Bose auch mit den neuen Headphones seinen Anspruch „Better sound through research“: Patentierte Technologien sorgen für ein originalgetreues Klangerlebnis, das seinesgleichen sucht.

Ein konkurrenzloses Angebot für jeden Ihrer Kunden:

Ganz einfach. Bose.

Bose® SoundTrue™ Around-Ear Modelle



Testnote: 1,2, Preis/Leistung: sehr gut, Spitzenklasse
HiFi Test 4/2014

Preis/Leistung: exzellent
Stereo 8/2014

Einzigartige Vorteile für Sie.

Mit den neuen SoundTrue™ Headphones setzt Bose jetzt wieder die Zeichen in einem vielversprechenden, schnell wachsenden Marktsegment:

Kopfhörer sind längst keine Notlösung mehr für alle, die zu Hause nicht laut Musik hören durften. Heute ist jedes Smartphone ein Music Player – und Kopfhörer die meistgenutzten, musikalischen Begleiter in allen Lebenslagen.

Der Name Bose steht in diesem Produktbereich für Spitzenklang, der Maßstäbe setzt. Bose steht für vorbildlichen Tragekomfort. Und mit den neuen, farbigen SoundTrue™ Headphones steht Bose jetzt auch für den individuellen Stil einer neuen Käufer-Generation.

Starke Produkte. Eine starke Marke. Ein starker Partner:

Ganz einfach. Bose.

**Machen Sie jetzt den entscheidenden Schritt.
Sprechen Sie jetzt mit Bose.**

BOSE
Better sound through research®

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf
Tel.: (0 61 72) 71 04-0 • Fax: (0 61 72) 71 04-19 • www.bose.de

©2014 Bose Corporation.