PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Januar/Februar 2021

ISSN 1615 - 0635 • 6,50 €

22. Jahrgang • 51612

www.pos-mail.de

Die erste digitale CES

Der traditionelle Jahresauftakt der High-Tech-Branche, die CES, konnte in diesem Jahr nicht wie gewohnt in Las Vegas stattfinden. Auf der ersten vollständig digitalen Ausgabe der Großmesse präsentierten vom 11. bis 14. Januar fast 2.000 internationale Unternehmen ihre Produkte, Innovationen und Konzepte für die Zukunft. Dafür hatte die US-amerikanische Consumer Technology Association (CTA) als Eigentümer und Ausrichter der CES in Zusammenarbeit mit Microsoft eine umfassende Online-Plattform geschaffen, die reibungslos funktionierte. Wie viele „Besucher" von dem Angebot Gebrauch machten, ist noch nicht offiziell bekannt. CTA Chef Gary Shapiro sprach gegenüber Medien von mehr als 100.000 Anmeldungen. Das wäre eine überaus respektable Zahl, auch wenn die „richtige" CES normalerweise zwischen 170.000 und 180.000 Besucher verzeichnet. Die Zahl der Neuheiten bewegte sich gefühlt im üblichen Rahmen und umfasste Innovationen für Mobilität, Kommunikation, Medizin, smarte Städte und digitale Büros ebenso wie Produkte für die traditionellen Domänen Unterhaltungselektronik und Hausgeräte.

Besuchen Sie unsere neue Internet-Seite **www.pos-mail.de**
und abonnieren Sie den **kostenlosen Newsletter.**

EDITORIAL

Impulse aus dem virtuellen Raum

Die CES 2021, die erstmals in ihrer Geschichte als rein digitale Veranstaltung stattfand, hat dem High-Tech-Markt wichtige Impulse gegeben. Es war gut, dass der organisierende Verband, die amerikanische Consumer Technology Association (CTA), den Mut aufbrachte, in eine Online-Ausgabe der Technikmesse zu investieren.

Was die Neuheiten für das Brot- und Buttergeschäft angeht, erfüllte die digitale CES ihre Rolle als Startblock für die neue TV-Generation des Jahres mit Bravour. Natürlich hatte die Messe auch in anderen Segmenten viel zu bieten, aber viele der dort präsentierten Hausgeräte sind vor allem für den nordamerikanischen Markt gedacht und kommen in Europa – Ausnahmen bestätigen die Regel – nicht oder in abgewandelter Form auf den Markt.

Das ist der Grund, warum diese Ausgabe von PoS-MAIL etwas „TV-lastig" geworden ist. Dabei können wir nicht nur Masse, sondern auch Klasse vorstellen, denn es gibt überraschend viele Innovationen. Damit könnte der TV-Markt nach den großartigen Zahlen des vergangenen Jahres auch in diesem Jahr den Beteiligten Freude machen. Zugegebenermaßen liegt die Messlatte hoch, denn die gfu hat in einer Vorab-Veröffentlichung von Zahlen aus dem Home Electronics Markt Index ein Umsatzwachstum von 15,2 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro bekanntgegeben; die Zahl der verkauften Fernseher stieg dabei um 11,3 Prozent auf knapp 7,4 Millionen Geräte; der Durchschnittspreis legte um 4,5 Prozent auf 598 Euro zu.

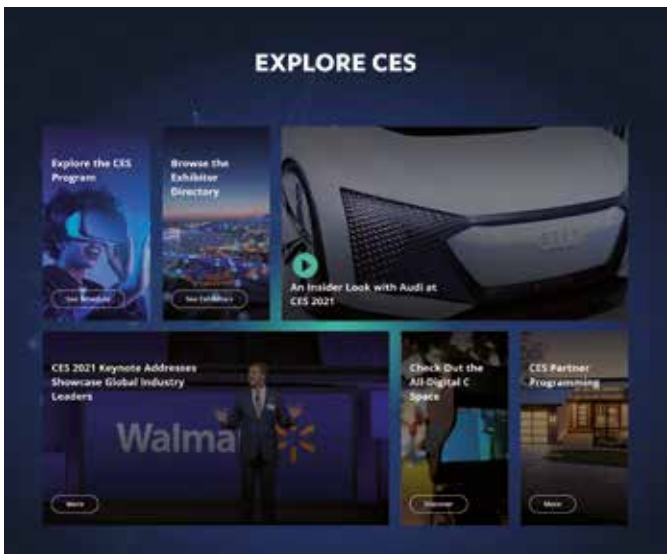
Erfreulich: Wachstum gibt es vor allem bei den großen Bildschirmen und im Premium-Segment. Und genau da hat die Industrie auch für 2021 ihre Innovationen positioniert, die wir in dieser Ausgabe vorstellen.

Die digitale CES hat ihre Aufgabe erfüllt und die Technik-Branche ins Licht der Öffentlichkeit gerückt, nicht nur bei den Fernsehern, sondern auch bei zahllosen anderen Technologien für das smarte Zuhause, smarte Büros, smarte Städte, smarte Mobilität usw. Aber eines wurde auch deutlich: Der beste Online-Event kann eine echte Messe nicht ersetzen. „Auf einer virtuellen Messe", schrieb Jürgen Schmieder in der Süddeutschen Zeitung, „gibt es nichts anzufassen, auszuprobieren, zu entdecken. Man sieht nur, was man sehen und hören soll." Das trifft den Nagel auf den Kopf. Deshalb wünschen wir der Messe Berlin und der gfu eine glückliche Hand, um die IFA 2021 als „richtige" Messe mit echten Menschen und live erlebbaren Innovationen auf die Beine zu stellen. Dafür haben sie jede Unterstützung aus Industrie und Handel verdient.

Thomas Blömer

Gespräch zwischen Kontinenten: Virtueller „Future Talk" zwischen dem Präsidenten und CTO von LG Electronics, Dr. I.P. Park (links), und Gary Shapiro, Präsident und CEO der Consumer Technology Association (CTA).

Auch für ihre Online-Ausgabe hatte die CES wieder ein umfassendes Vortrags- und Konferenzprogramm von mehr als 100 Stunden Dauer zusammengestellt. Hans Vestberg, CEO des Telekommunikationskonzerns Verizon, stellte in seiner Eröffnungskeynote die Möglichkeiten von 5G dar und machte deutlich, dass die Echtzeitübertragung großer Datenmengen nicht nur neue Möglichkeiten für Unterhaltung und Sportübertragungen eröffnet, sondern eine Schlüsseltechnologie für Telemedizin, Home Office, autonomes Fahren, Robotik und das gesamte Internet der Dinge



Die virtuelle Plattform für die erste vollständig digitale CES wurde von der Consumer Technology Association (CTA) in Zusammenarbeit mit Microsoft entwickelt.

ist. Denn mit 5G können nicht nur Menschen, sondern auch Maschinen praktisch verzögerungsfrei miteinander kommunizieren. Damit hatte Vestberg sozusagen das Spielfeld abgesteckt, auf dem Top-Manager wie General Motors' CEO Mary Barra, AMD CEO Lisa Su, Best Buy CEO Corie Barry, Microsoft Präsident Brad Smith oder WalMart CEO Doug McMillon die Perspektiven für die digitale Zukunft ihrer Unternehmen und Branchen aufzeigten.

Große Nachfrage

Wie in Deutschland haben die Beschränkungen wegen der Corona-Pandemie auch in den USA zu einer deutlichen Steigerung der Nachfrage nach Technikprodukten und digitalen Dienstleistungen geführt. Das wird sich nach Ansicht der CTA Marktforscher auch in diesem Jahr fortsetzen. So wird bei den Streaming-Diensten für 2021 ein Umsatzvolumen von 41 Milliarden US-$ erwartet, nochmals 15 Prozent mehr als im Rekordjahr 2020. Beim Audio-Streaming wird sogar ein Umsatzzuwachs um 19 Prozent auf 10 Milliarden US-$ erwartet, für Videospiele sollen die amerikanischen Haushalte mit 47 Milliarden US-$ 8 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr.
Nachdem in den USA 2020 mit fast 47 Millionen verkauften Fernsehgeräten ein Rekord erzielt wurde, erwartet die CTA für dieses Jahr einen Absatzrückgang um 8 Prozent auf 43 Millionen Stück. Das wäre immer noch das zweitbeste Ergebnis aller Zeiten; der Umsatz soll dabei nur um 1 Prozent auf 22 Milliarden US-$ abnehmen. Impulse werden vor allem von der wachsenden Nachfrage nach Bildschirmdiagonalen über 70 Zoll erwartet; hier soll der Absatz um 6 Prozent auf 3,3 Millionen Stück steigen. Die Zahl der verkauften 8K-TVs soll sich sogar 2021 verdreifachen, und zwar auf 1,7 Millionen Geräte.
Bei den Smartphones erwartet die CTA nach einem leichten Rückgang 2020 ein Wachstum um 4 Prozent auf 161 Millionen Stück bei einem Umsatzzuwachs um 5 Prozent. Nach einem Rekordergebnis im Jahr 2020 soll auch der Absatz von Laptops nochmals steigen, und die Einführung von drahtlosen Kopfhörern wie den Apple AirPods und den Samsung Galaxy Buds soll den Absatz in diesem Segment um 32 Prozent auf 91 Millionen Stück nach oben katapultieren; dabei soll der Umsatz um immer noch respektable 16 Prozent auf 9,3 Milliarden US-$ wachsen. Als weitere Wachstumskategorien für dieses Jahr hat die CTA auch Smart Home Produkte für die Selbstinstallation, Lösungen in den Bereichen Gesundheit und Fitness sowie E-Bikes identifiziert.

Immersive Unterhaltung

Dass auf der CES wieder eine große Zahl von Innovationen im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik vorgestellt wurden, konnte man zumindest in diesem Umfang nicht unbedingt erwarten. Das neue Trendwort heißt hier „immversiv" und bezeichnet das Bestreben, Menschen in die virtuellen Welten von Filmen, Spielen oder Musik regelrecht eintauchen zu lassen. Möglich wird das im TV-Segment vor allem durch noch bessere Bildqualitäten, die durch höhere Auflösung wie 8K und neue Display-Technologien möglich werden. So kündigte Samsung die ersten Fernseher mit den erstmals auf der CES 2018 für den Digital Signage Bereich vorgestellten Micro-LED-Displays an. Man braucht nicht viel Fantasie, um in dieser Technologie die Antithese zu OLED zu erkennen: Wie die organischen Bildelemente leuchten die winzigen anorganischen Dioden selbst und erzielen so außerordentlich helle Bilder mit enormem Farbumfang. Dabei sollen sie deutlich haltbarer sein als OLEDs. Ein weiterer Vorteil dieser Technologie besteht darin, dass sich große Bildschirme aus mehreren Modulen nahtlos zusammensetzen lassen oder Fernseher mit großen Diagonalen zusammengeklappt geliefert werden können. Neben Samsung zeigte auch Sony große Dis-

Sony kündigte auf der CES sein Drohnen-Konzept Airpeak an. Mit dem Fluggerät, das mit einer Alpha Vollformatkamera von Sony ausgestattet werden kann, richtet sich das Unternehmen vor allem an Videoproduzenten. Die Weiterentwicklung soll in Zusammenarbeit mit Partnern erfolgen, um für diesen Wachstumsmarkt erstklassige Lösungen zu entwickeln.

plays mit selbstleuchtenden anorganischen LEDs. Crystal-LED nennt das Unternehmen seine Micro-LED-Technik, die es zunächst für große Werbedisplays einsetzen will, die aus mehreren Modulen zusammengesetzt werden können.
Im OLED-Segment ist die Zeit ebenfalls nicht stehengeblieben: LG kündigte die ersten Fernsehgeräte mit der laut Hersteller noch besseren OLED Evo Technologie an. Zudem werden auch diese Displays immer größer; das Angebot von Bildschirmdiagonalen über 70 Zoll wird in diesem Jahr deutlich steigen. Auch die Zahl von Spezialanwendungen für die OLED-Technik wächst. Dazu gehören z. B. transparente Displays oder auch Bildschirme, die sich einrollen oder per Knopfdruck in gebogene Displays verwandeln lassen, um z. B. beim Gamen den Anwender noch „immersiver" ins Geschehen einzubeziehen.
Auch im Bereich der „normalen" LED-TVs brachte die CES Fortschritte. Die neuen Mini-LEDs leuchten zwar nicht selbst; aber bei den damit ausgestatteten TVs wird die Hintergrundbeleuchtung mit bis zu 30.000 winzigen Elementen erzeugt. So wird fast punktgenaues Dimming in bis zu 2.500 Zonen möglich, um Kontraste, Schwarzwerte und Farbwiedergabe zu verbessern. LG, Samsung und TCL kündigten Fernseher mit dieser Technik auf der CES an, Philips TV & Sound folgte wenige Wochen später.

Die neue Saugroboter-Generation von Samsung: Mit künstlicher Intelligenz kann der JetBot 90 Gegenstände identifizieren und z. B. Spielzeug von empfindlichen Vasen unterscheiden. Zudem kann er selbständig Schmutz entdecken und beseitigen. Im „Nebenjob" lässt er sich auch als fahrbare Überwachungskamera einsetzen.

Immersiv ist auch das Stichwort für Innovationen im Audio-Bereich. Immer mehr Fernseher erzeugen bereits mit ihren eingebauten Lautsprechern virtuellen 5.2 Surround-Sound. Auch mit vielen Soundbars lässt sich dieser Effekt erzielen, ohne dass aufwändige Installationen mit mehreren Lautsprechern notwendig werden. Für den Musikgenuss in drei Dimensionen hat Sony sein 360 Reality Audio-Öko-System erweitert, mit dem Klangquellen wie Stimmen oder Instrumente bestimmten Positionen in einem sphärischen Raum zugeordnet werden können.

Smartes Zuhause, Smartes Leben

Wie eingangs erwähnt, strahlt die Digitalisierung auf praktisch alle Lebensbereiche aus. Mit ihrem fast unüberschaubaren Angebot nimmt die CES für sich in Anspruch, diese Entwicklung umfassend darzustellen. Künstliche Intelligenz soll es immer mehr Geräten möglich machen, nicht nur miteinander, sondern auch mit ihrer Umwelt zu kommunizieren und selbständig auf neue Situationen zu reagieren. Das Anwendungsspektrum reicht vom smarten Zuhause bis zum autonomen Fahren oder der Logistik mit Drohnen.
Um möglichst viele Geräte miteinander zu verbinden, bauen Samsung und LG ihre Plattformen SmartThings bzw. ThinQ kräftig aus und binden immer mehr Partner ein, zu denen auch Wettbewerber gehören können. So will man die Kunden dafür gewinnen können, sich in der Küche das aktuelle Rezept direkt auf die Geräte übertragen zu lassen oder die Dienste von Robotern in Anspruch zu nehmen, um das Heim sauber zu halten, Termine zu koordinieren oder kleine Handreichungen wie das Servieren von Geräten oder das Darreichen von Medikamenten zu übernehmen.
All das soll sich natürlich nicht auf das Zuhause beschränken. LG, z. B., hat mit dem Partner DXC Luxoft in ein Startup namens Alluto investiert. Dafür wurde eine spezielle Version von LG TV-Betriebssystem webOS entwickelt: webOS Auto soll dabei helfen, das Gefährt nahtlos mit dem Zuhause und dem Büro zu vernetzen. Sony kam auf der digitalen CES auf sein im Vorjahr überraschend präsentiertes Elektroauto Vision S zurück, das im Dezember 2020 in Österreich erstmals auf öffentlichen Straßen getestet wurde.

Kuriositäten zu entdecken ist auf einer digitalen Messe nicht ganz einfach. Uns ist der Moflin begegnet: ein kuscheliges, digitales Haustierchen, das Emotionen zeigen und auf die seiner Halter reagieren kann.

Impulse für den Markt

Mit ihren zahlreichen Innovationen und der großen Medienresonanz hat die digitale CES auch in Zeiten der Pandemie wichtige Impulse gegeben. Im kommenden Jahr soll die Großmesse vom 5. bis 8. Januar wieder in Las Vegas stattfinden – und auf digitalem Wege verlängert werden, um ihre globale Wirkung zu verstärken.

Im Trend: Smarte Medizinprodukte wie der DFree. Das Gerät erkennt mit seinen Sensoren, wann die Blase inkontinenter Patienten gefüllt ist und erinnert sie dann per App daran, eine Toilette aufzusuchen.

INHALT

PoS-MAIL Aktuell
Nachrichten und Neuheiten 4, 5, 7, 11

Das neue TV-Sortiment von LG Electronics
OLED evo und QNED Mini LED 6

Neues High-End OLED-Modell von Panasonic
Für Filmenthusiasten und Gamer 8

TCL kündigt Display-Technologie OD Zero an
Mini-LED 2.0 9

Samsung bringt neue TV-Generation mit Micro LED und Neo QLED Technologie
Display-Innovationen 10

Die Highlights der neuen Philips TVs
Mut zur Größe 12

Murat Yatkin, Managing Director TP Vision
„Das Digitale mit dem Persönlichen verbinden" 15

Sony will mit den neuen Bravia XR TVs Maßstäbe setzen
Mit kognitiver Intelligenz 14

SVS vertreibt Nokia TV-Produkte
Mit Android-Betriebssystem 15

Denon Home Sound Bar 550
Für Hi-Res-Klänge 16

Bosch Smart Home kündigt neuen Dienst an
Gesunde Luft 17

Neue LG InstaView Door-in-Door Kühlschränke
Mehr Hygiene 17

Neue Saugroboter und Staubsauger von Hoover
Praktische Helfer 18

Wagners Welt 19

Impressum 19

PoS-MAIL @ 19

Nachrichten

PoS-Aktuell

Beko Grundig baut Vertriebsstruktur aus

Nachdem die beiden Marken Beko und Grundig in Rahmen der weiteren Umsetzung des Strategieprogramms Ambition 2020+ bereits seit September 2020 unter dem Dach der Beko Grundig Deutschland GmbH gemeinsam agieren, will das Unternehmen zum Start ins Jahr 2021 mit einer neuen Vertriebsstruktur die individuellen Bedürfnisse des Handels besser abdecken. Dafür wurde Uwe Paul zum Gesamtvertriebsleiter ernannt. Zusätzlich soll die Besetzung neu geschaffener Stellen mit bewährten eigenen Mitarbeitern den Vertrieb stärken.

Uwe Paul

Uwe Paul, der Anfang des Jahres als neuer Direktor Vertrieb die Gesamtverantwortung für die beiden bisher getrennten Vertriebsorganisationen Elektrogroß- und Kleingeräte sowie Consumer Electronics übernommen hat, ist seit etwa einem Jahr im Unternehmen. In dieser Zeit habe der 56jährige Manager als Direktor Vertrieb MDA/SDA viele positive Impulse gesetzt, die er nun auf den gesamten Vertrieb ausweiten werde, heißt es in einer Pressemitteilung. Uwe Paul genieße das Vertrauen des Handels auf allen Ebenen und werde zusammen mit seinem Team das Wachstum in allen Kanälen, mit Fokus auf den Fachhandel, weiter vorantreiben und neue Potenziale im Markt erschließen. Die Vertriebsleitung im CE-Bereich liegt weiterhin bei Michael Schneider, der diese Funktion seit 2018 innehat und bereits seit fast zehn Jahren für das Unternehmen arbeitet. Den Vertrieb SDA leitet nach wie vor Carsten Siebler, der seit 2019 im Unternehmen ist. Schneider und Siebler berichten an Uwe Paul.

Im Rahmen weiterer personeller Veränderungen hat Alexander Morkus die Leitung des Bereiches Key Account Management MDA Multi-Channel (Großhandel und Kooperationen) übernommen. Er begann 2016 als Außendienstmitarbeiter für Beko und war zuletzt als Key Account Manager für die Kooperationen verantwortlich. Ab sofort übernimmt er die Gesamtverantwortung für alle Multi-Channel-Kunden, die konzeptionelle Entwicklung von Strategien und die Führung und disziplinarische Verantwortung des Key Account Management Teams Multi-Channel.

Neu geschaffen wurde die Position Key Account Management Pure Player MDA, die Jürgen Weiskopf seit dem 1. Januar 2021 inne hat. Er ist seit 2017 im Unternehmen und war sowohl für Grundig CE als auch Beko MDA tätig. Als Head of Key Account Management Pure Player MDA trägt er die Gesamtverantwortung für das MDA-Vertriebsteam Onlinehandel.

Seit dem 1. Januar 2021 ist Iris Beuchert neuer Head of Finance und Accounting der Beko Grundig Deutschland GmbH. Zuvor war sie bei der Brüel & Kjaer Vibro GmbH, einem führenden Hersteller maschinenunabhängiger Überwachungslösungen (insbesondere im Energiesektor), als Head of Financial Services tätig.

Aus dem telering Fachhändler wird „Mein Technik-Profi“

Zu Beginn des neuen Jahres wurde aus dem telering Fachhändler „Mein Technik-Profi“, denn nach Ansicht der Kooperation ist der Mann, der die Waschmaschine anschließt, den Geschirrspüler repariert oder zur Antennenmontage aufs Dach klettert, nicht einfach nur der Fachhändler, der Elektro-Installateur oder der Radio- und Fernsehtechniker, sondern in den Augen der Kunden „Mein Technik-Profi“. Aufgrund der Corona-Krise haben viele Kunden ihren lokalen Händler, der auch während des Lockdowns den neuen Fernseher anschließt oder die Waschmaschine repariert, wieder schätzen gelernt, erklärte telering Geschäftsführer Fanz Schnur. „Mit unserem neuen Marketing-Konzept können unsere IQ-Fachhändler darauf verweisen, dass sie nicht nur Verkäufer, sondern vor allem Problemlöser für alle Fragen rund um die Home Electronics sind.“

Optisch setzt telering neben dem Corporate Design mit goldenem IQ-Logo und markantem telering-Blau auf die hochwertigen Bildwelten der Markenpartner, das heißt auf smarte Lösungen in faszinierenden Wohnumgebungen, so die Pressemitteilung.

Damit jeder seine ideale Werbestrategie ausarbeiten kann, stellt die telering wieder eine breite Auswahl an Hersteller- und Themenaktionen im Jahr 2021 zur Auswahl. Herzstück jeder Aktion ist ein mehrseitiger Prospekt, den die telering Mitglieder nicht nur in gedruckter Form ordern, sondern auch digital auf ihre IQ-Homepage hochladen können. Begleitend gibt es jeweils Anzeigen- und Mailing-Vorlagen, zu den Hersteller-Aktionen auch noch Poster mit konkreten Produktangeboten. Wer eine besondere Serviceleistung bewerben oder ein eigenes Event veranstalten will, kann von einem telering-Dienstleister dafür auch individuelle Werbemittel erstellen lassen.

Den Auftakt der neuen Kampagne bilden 6 Image-Poster, die jeder IQ-Fachhändler zusammen mit dem Marketing-Magazin 2021 erhält und mit denen er seiner Kundschaft im neuen Jahr unübersehbar zeigen kann, wer der Technik-Profi ist, fuhr Schnur fort.

Neue Geschäftsführerin bei De’Longhi Deutschland

Zum 1. Januar 2021 hat Susanne Harring, seit 2019 Commercial Director bei der De’Longhi Deutschland, die Position der Geschäftsführerin von Stephan Tahy übernommen, der im September aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Interimsweise hatte Stefano Cappellini, Commercial Director West & South Europe der De’Longhi Group den deutschen Standort geleitet. Als neue Geschäftsführerin verantwortet Susanne Harring die Leitung des operativen Geschäfts und soll die Erfolgsgeschichte von De’Longhi in Deutschland fortführen.

Susanne Harring

Harring blickt auf mehr als 16 erfolgreiche Jahre in verschiedenen internationalen Führungspositionen im Bereich Verkauf und Marketing zurück, einen Großteil davon sowohl im B2B- als auch im B2C-Geschäft beim Unterhaltungselektronikkonzern Philips. Vor ihrem Wechsel zu De’Longhi war sie zuletzt als Commercial Director Consumer Lighting DACH bei Philips in Hamburg tätig.

„Ihre langjährige Branchenerfahrung und ihre starken Leistungen als Commercial Director bei De’Longhi sprechen für sich“, kommentierte Stefano Cappellini, Commercial Director West & South Europe der De’Longhi Group. „Insbesondere die Reorganisation des Vertriebs zu Beginn 2020, der gezielt nach den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet wurde, trägt Susannes Handschrift. Als eine mit dem Unternehmen bereits bestens vertraute Führungskraft halte ich Susanne für die perfekte Besetzung des Geschäftsführerpostens und freue mich auf die anhaltende enge Zusammenarbeit. Ich bin überzeugt, dass De’Longhi von Susannes positiver Energie, ihrem Geschäftsverständnis und ihrer ausgeprägten Führungsstärke profitieren wird und wünsche ihr und dem gesamten Führungsteam viel Erfolg!“

Neuer Einkaufsleiter bei Brömmelhaupt

Nachdem seit August 2020 drei Produktmanager den zentralen Einkauf bei Brömmelhaupt unterstützen, übernimmt Matthias Krepler ab sofort die Position des Einkaufsleiters im inhabergeführten Unternehmen und tritt damit die Nachfolge von Berthold Beckmann an, der eine neue Tätigkeit innerhalb des Unternehmens übernimmt.

Matthias Krepler

Krepler wird in seiner neuen Rolle als Einkaufsleiter das Produktmanagement für die Consumer Electronics weiterentwickeln und das Einkaufsteam steuern. Während seiner 15-jährigen Laufbahn bei Pioneer und der Onkyo Europe GmbH entwickelte er sich vom Bezirksleiter zum Key Account Manager und letztlich zum Vertriebsleiter.

„Der Einkauf bleibt bewusst ein eigenständiger Kompetenz- und Verantwortungsbereich und wird durch das neue Produktmanagement und unser Premium-Fachhandelskonzept Wir lieben Technik gleichzeitig vertriebsorientierter aufgestellt“, kommentierte Robert Drosdek, Geschäftsführer bei Brömmelhaupt, die Entscheidung. „Auf diese Weise schaffen wir für alle Beteiligten den größtmöglichen Nutzen.“

Beckmann wird in seiner neuen Position dem Einkauf weiterhin verbunden sein: Als Senior Projektmanager für Sonderprojekte und Controlling übernimmt er die fortlaufende Weiterentwicklung des Einkaufsreportings sowie des Controllings.

Revox Group übernimmt purSonic

Mit Wirkung vom 1. Januar 2021 hat die Revox Group die in Überlingen am Bodensee ansässige purSonic gmbh übernommen. Das von seiner Muttergesellschaft puren gmbh in zwei Jahrzehnten aufgebaute Unternehmen hat seine Technologien für Lautsprecherprodukte stetig zu Soundboards mit hoher Einbauqualität und Flexibilität weiterentwickelt. Nach der Transaktion will sich die Firma puren auf ihr Kerngeschäft im Bereich von Hochleistungsdämmstoffen sowie innovativen Konstruktionswerkstoffen für den Baubereich und für Industrieanwendungen konzentrieren, während die Revox Group, die seit über 10 Jahren aktiver Kunde der purSonic gmbh ist, ihre Aktivitäten im Bereich Multiroom und Projektgeschäft weiter ausbauen kann.

„Seit vielen Jahren bin ich begeistert von der Technologie und den Einsatzmöglichkeiten der unsichtbaren Lautsprecher“ kommentierte Christoph Frey, Verwaltungsrat der Revox Group, der bis auf Weiteres die Geschäftsleitung der purSonic gmbh übernimmt. „Wir planen, unser Installationsgeschäft in den nächsten Jahren markant auszubauen. Hierfür werden die unsichtbaren Lautsprecher und andere neue Produkte eine zentrale Rolle spielen.“

„Wir haben uns entschlossen, unsere Kräfte vermehrt auf unser Kerngeschäft zu fokussieren“, erklärte Andreas Huther, Geschäftsführer der puren GmbH. „Mit viel Begeisterung, Ressourcen und Energie haben wir das Geschäft der Firma purSonic während 20 Jahren aufgebaut. Wir freuen uns nun sehr, dass mit der Revox Group als Käuferin ein erfahrenes Audiounternehmen das Geschäft von purSonic in der Zukunft weiter ausbauen wird.“

Auch nach der Übernahme wollen puren und Revox langfristig an der Weiterentwicklung der speziell für purSonic-Soundboards entwickelten Membran zusammenarbeiten.

Nachrichten

PoS-Aktuell

expert verschiebt KOOP Durchführung auf April

Der Zeitplan für die KOOP 2021, die als erste Kooperationsmesse von Euronics und expert als virtuelle Veranstaltung vom 20. Februar bis 5. März geplant war, hat sich verändert. Während Euronics beim vorgesehenen Termin für den Kongress und seinen Teil der Online-Messe (1 . bis 5. März 2021) bleiben will, hat sich expert aufgrund des Lockdowns für eine Verschiebung in die 19. KW (19. bis 23. April) entschieden. Die expert-Tagung soll dagegen wie geplant am 20. Februar als digitales Zusammentreffen stattfinden.

Nach Angaben die Messe Berlin, die als durchführende Gesellschaft für die KOOP agiert, haben sich bisher mehr als 200 Aussteller für die KOOP 2021 angemeldet, um mit Produktpräsentationen und virtuellen Messeständen vertreten zu sein. „Dies zeigt das große Interesse der Hersteller auf, engagiert gemeinsam mit dem kooperierten Fachhandel die Öffnung nach dem Lockdown vorzubereiten", kommentierte Jens Heithecker, Executive Vice President Messe Berlin Group.

Die Führung von expert führte den derzeitigen Lockdown als Grund für die Verlegung der Online-Messe an. „Mit der Entscheidung, unsere diesjährige Frühjahrsmesse auf April 2021 zu verschieben, möchten wir mehr Planbarkeit und bessere Voraussetzungen für eine erfolgreiche Messe schaffen, da wir aktuell von einem Lockdown bis Ende März ausgehen", erläuterte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Dadurch möchten wir uns von der vorherrschenden hohen Fremddynamik und Unsicherheit abkoppeln, die denkbar ungünstige Voraussetzungen für eine Messe schafft, die Wareneinkäufe sowie langfristige Dispositionen zum Ziel hat. Wir gehen heute davon aus, dass unsere Geschäfte zu dem neuen Termin nach Ostern wieder geöffnet sind, der Geschäftsbetrieb weitestgehend unter Hygieneschutzmaßnahmen möglich sein wird und wir damit die bestmögliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Messe legen." Am KOOP Konzept will expert aber festhalten: „Wir halten unser Versprechen gegenüber unseren Industriepartnern und freuen uns schon darauf, hoffentlich im Jahr 2022 die KOOP als Präsenzveranstaltung durchzuführen", betonte Müller.

Benedikt Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG, sieht in der während des Lockdowns stattfindenden Online-Messe eine Chance zur Vorbereitung der Wiederöffnung der Geschäfte:

„Die aktuelle Lage bringt individuelle Herausforderungen für jeden einzelnen mit sich", kommentierte Kober. „Auch wir als Unternehmen müssen deshalb die Entscheidung treffen, die für uns, unsere Mitglieder und Industriepartner die richtige ist. Wir möchten unseren Messeauftritt zum geplanten Termin nutzen, den Re-Start des Einzelhandels bestmöglich vorzubereiten und zu begleiten. Damit schaffen wir eine Perspektive in dieser schwierigen Zeit und sorgen dafür, dass unsere Mitglieder nicht nur gut durch den Lockdown kommen, sondern auch für die Zeit danach bestmöglich aufgestellt sind. Wir stehen zudem weiterhin voll hinter dem Konzept einer gemeinsamen Kooperationsmesse und freuen uns darauf, die KOOP 2022 in Form einer Präsenzveranstaltung gemeinsam umsetzen zu können."

Telekom wertet Datentarife auf

Mobilfunk-Kunden der Telekom sollen ab 19. Januar in nahezu allen neuen Tarifen das doppelte Datenvolumen erhalten und ohne Mehrkosten im 5G Netz des Anbieters surfen. Das gilt für Daten-Hauptverträge ebenso wie für Zweitkarten und Prepaid-Datenpässe.

In den neuen MagentaMobil Data Tarifen S und M verdoppelt sich das Datenvolumen ab dem Stichtag auf 5 GB bzw. 10 GB im MagentaMobil Data L sind ab sofort 25 GB enthalten. Dabei bleiben die Preise unverändert: Bei einer Laufzeit von 24 Monaten zahlen die Kunden für die drei Tarifvarianten 14,95, 19,95 bzw. 29,95 Euro monatlich. Darin enthalten sind die Nutzung des schnellen 5G Netzes, eine HotSpot Flat sowie das mobile Surfen im EU-Ausland sowie in der Schweiz und in Großbritannien.

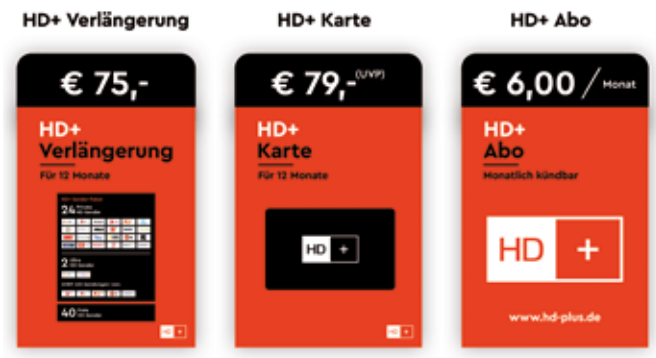
Neuerungen gibt es auch bei den Zweitkarten, die zu einem bestehenden Telekom-Mobilfunkvertrag hinzugebucht werden können. DataSIM bietet für 4,95 Euro monatlich 3 GB zusätzliches Datenvolumen für das mobile Surfen am Tablet oder Laptop. Auch hier ist die Nutzung des schnellen 5G Netzes der Telekom inklusive. Bei einer Mindestvertragslaufzeit von nur einem Monat ermöglicht diese Zweitkarte den Kunden einen günstigen und flexiblen Einstieg in die Datentarife, um z. B. Zweitgeräte wie Tablets nutzen zu können. Für höheren Datenbedarf können zusätzliche Datenpässe ab 4,95 Euro (3 GB) nachgebucht werden.

In derselben Höhe wie die MagentaMobil Data Tarife legen auch die CombiCards Data an Datenvolumen zu. In den Tarifvarianten S, M und L sind 5 GB, 10 GB und 25 GB eingeschlossen. Für Kunden mit Festnetz- und Mobilfunkanschluss bei der Telekom gibt es zudem den MagentaEins-Vorteil, mit dem sich bei den Zweitkarten das erhöhte Datenvolumen zusätzlich verdoppelt. So erhalten MagentaEins Kunden mit den CombiCards Data zusätzliche 10 GB für 9,95 Euro, 20 GB für 14,95 Euro und 50 GB für 25,95 Euro monatlich. Wie bisher gibt es für Bestandskunden bei den CombiCards Data mit gleichem Leistungsumfang wie bei den Daten-Hauptverträgen einen Preisvorteil von 5 Euro monatlich. Die Vertragslaufzeit beträgt bei diesen Tarifen 24 Monate.

Für Kunden, die vertraglich ungebunden bleiben möchte, wird das Datenvolumen bei Data Prepaid mindestens verdoppelt. Dabei stehen fünf Datenpässe zur Wahl, die für 24 Stunden, vier Wochen oder 90 Tage gebucht werden können. Neu im Prepaid Data-Angebot ist die DayFlat unlimited, die alle Prepaid-Datenpässe ergänzen kann. Sie bietet für 9,95 Euro unbegrenztes Datenvolumen für 24 Stunden. Der größte Datenpass bietet für 29,95 Euro 12 GB Datenvolumen, das 90 Tage zur Nutzung bereitsteht.

HD Plus erhöht Preise zum 1. März

HD Plus hat Preisanpassungen für die Nutzung der HDTV-Plattform bekanntgegeben. Zum 1. März 2021 werden die HD+ Servicepauschalen und die Preise für HD+ Verlängerungsprodukte um vier bis sieben Prozent erhöht. Fachhändler können HD+ Karten zu den aktuellen Einkaufskonditionen noch bis zum 26. Februar 2021 ordern (so lange der Vorrat reicht). Die Bestellung der neuen HD+ Verlängerungen für den Verkauf bzw. die Aktivierung ab 1. März 2021 ist ab 22. Februar 2021 möglich.



Ab 1. März soll die HD+ Verlängerung für zwölf Monate 75 Euro (bisher 70 Euro) kosten, die Preisempfehlung für die HD+Karte lautet dann 79 Euro (bisher 75 Euro). Der Preis für das monatlich kündbare Abonnement steigt auf 6 Euro/Monat (bisher 5,75 Euro); die Preisempfehlung für das HD+Modul inklusive HD+Karte bleibt unverändert bei 79 Euro.

„Wir haben in den letzten Jahren das TV-Erlebnis für unsere Kunden auf ein neues Niveau gehoben – programmlich mit neuen Inhalten in HD und UHD sowie technologisch", erklärte Andreas Müller-Vondey, Leiter Vertrieb HD Plus GmbH. „Heute umfasst das HD+Sender-Paket 24 HD- sowie 2 UHD-Kanäle. Auf UHD1laufen aktuell Premium-Inhalte von sieben HD+Sendern regelmäßig parallel zur HD-Ausstrahlung in UHD. Außerdem ist HD+ durch die direkte Integration in TV-Geräte z. B. von Samsung, Panasonic und Toshiba so bequem zu nutzen wie nie zuvor. "

Das neue TV-Sortiment von LG Electronics

In diesem Jahr will LG noch mehr OLED-TVs in größeren Formaten auf den Markt bringen.

OLED evo und QNED Mini LED

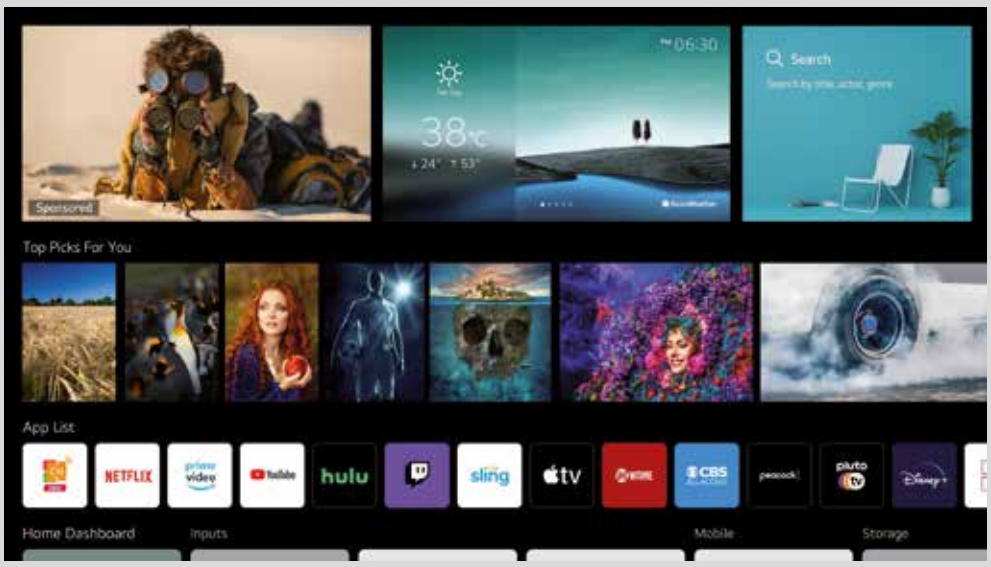
Mit den neuen QNED Mini LED-TVs will LG eine neue Referenz für LCD-Fernseher etablieren. Dafür sollen 4K- und 8K-Modelle mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 86 Zoll angeboten werden.

LG Electronics hat auf der digitalen CES sein TV-Sortiment für 2021 angekündigt und dabei in allen Produktsegmenten neue Technologien vorgestellt. Mit den neuen OLED evo Displays erzeugen einige Modelle des bisher umfangreichsten Angebots von OLED-Fernsehern Bilder mit noch größer Leuchtkraft; im oberen Segment des LG Premium LCD-TV Sortiments kommen die ersten QNED Mini LED-Fernseher auf den Markt. Zudem soll die TV-Plattform webOS 6.0 die Bedienung noch komfortabler machen.

Mit ihren selbstleuchtenden Pixeln erzielen die 2021er OLED-Modelle von LG tiefe Schwarztöne und wurden von der globalen Produkttestagentur Intertek für 100-prozentige Farbtreue zertifiziert. Für intensive Filmerlebnisse unterstützen die Geräte Dolby Vision IQ und Dolby Atmos.

Die neue G1-Serie ist mit neuentwickelten OLED evo Displays ausgestattet, die hellere Fernsehbilder mit beeindruckender Leuchtkraft erzeugen.
In Sachen Nachhaltigkeit bescheinigt ein Zertifikat der in der Schweiz ansässigen Société Générale de Surveillance (SGS) den OLED-Panels der neuen LG Produktreihe minimale Umweltauswirkungen, eine vernachlässigbare Emission von Luftschadstoffen, die Verwendung weniger gefährlicher Substanzen und hohe Recyclingfähigkeit. Daraus ergibt sich laut SGS eine 50prozentige Reduzierung der Emission von flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) im Vergleich mit LCD-TV-Panels derselben Größe.

Die OLED TVs von LG sind auch schonend für die Augen. Neben der Zertifizierung für einen niedrigen Blaulichtanteil durch den TÜV Rheinland sowie für Flimmerfreiheit durch die Underwriters Laboratories erfüllen sie auch die Anforderungen für niedrige Blaulicht-Emissionen von Eyesafe, einer in den USA ansässigen Agentur für Gesundheitsstandards. Dabei haben Tests gezeigt, dass LG OLED-Fernseher etwa 50 Prozent weniger blaues Licht emittieren als Premium-LCD-TV-Panel in vergleichbarer Größe.
Mit der neuen Version von LGs AI Sound Pro Virtual liefern die neuen LG OLED-TVs bereits aus ihren eingebauten Lautsprechern 5.1.2 Surround Sound Up-Mixing; dabei



Der aktualisierte Startbildschirm von webOS 6.0 wird im Vollbildmodus angezeigt.

Mehr Komfort mit webOS 6.0

In den 2021er OLED, QNED Mini LED, NanoCell und UHD Smart TVs setzt LG die neue Smart TV-Plattform webOS 6.0 ein. Sie unterstützt in Kombination mit der neuen Magic Remote-Fernbedienung und der verbesserten LG ThinQ AI-Technologie weitere Sprachbefehle für Google Assistant und Amazon Alexa; das Finden von Inhalten in Streaming-Diensten sowie Internet- und Rundfunkkanälen wird noch einfacher.
Der aktualisierte Startbildschirm von webOS 6.0 wird im Vollbildmodus angezeigt und bietet schnellen Zugriff auf häufig genutzte Apps; bei Empfehlungen werden die Vorlieben der Nutzer berücksichtigt. Zu den Vorteilen von webOS 6.0 gehören auch schnellere Verbindungen zwischen dem Fernseher und anderen Geräten sowie Hotkeys für den direkten Zugriff auf beliebte Anbieter wie Netflix, Amazon Prime Video und Disney+. Die neue One-Touch-NFC-Funktion 1 Magic Tap auf der Magic Remote-Fernbedienung bietet spannende Möglichkeiten. So reicht es aus, die Fernbedienung mit einem NFC-fähigen Smartphone zu berühren, um Inhalte vom Mobilgerät auf den Fernseher oder umgekehrt zu übertragen. Während der Wiedergabe können die Apps und Funktionen des Mobilgeräts weiter genutzt werden.
Dank der KI-Technologien, der TV-Sprachsteuerung und der Magic Remote-Fernbedienung brauchen die Nutzer ihre Fragen nur laut aussprechen, um die gewünschten Informationen von Google Asistant oder Alexa zu erhalten. Der Magic Explorer, eine verbesserte Version des LG Magic Link, bringt Ergänzungen zu den aktuellen Programmen auf den Bildschirm, z. B. Informationen über Schauspieler, Drehorte und interessante Aspekte von Filmen und Serien. Diese Funktion bietet zudem zusätzliche Einzelheiten zu Produkten, die auf ausgewählten Fernsehkanälen und LG TV-Diensten wie Live TV, Galerie, Einstellungen und dem TV Guide erscheinen. Dabei ändert sich die Farbe des Cursors, sobald Informationen über den Magic Explorer zur Verfügung stehen.

sorgt Auto Volume Leveling für eine gleichbleibende Lautstärke beim Wechsel zwischen Kanälen oder Streaming-Apps.
Die LG OLED-TVs sind auch sehr gut für Konsolen- und PC-Spiele geeignet. Merkmale wie der neue Gam Optimizer, Reaktionszeiten von 1 Millisekunde, eine geringe Eingabeverzögerung und vier Anschlüsse nach den neuesten HDMI-Spezifikationen sind gute Argumente, um Gamer im Verkaufsgespräch zu überzeugen. Der Game Optimizer, der in allen LG 2021 webOS TVs inkludiert ist, ermöglicht den Zugriff auf alle spielrelevanten Einstellungen an einem Ort und wählt automatisch die besten Bildeinstellungen für das aktuelle Spiel aus. Die OLED-Fernseher sind G-SYNC-kompatibel, unterstützen FreeSyn Premium und haben eine variable Bildwiederholrate (VRR). Alle diese Features können im Game Optimizer verwaltet werden.
In der C1-Serie wird LG besonders viele Bildschirmgrößen anbieten – von der bei Gamern beliebten 48-Zoll-Diagonale bis zum 83-Zoll-Heimkino-Format. Ein neuer Gallery Stand für die 55- und 65-Zoll-Modelle der Serien G1, C1, B1, A1 soll eine attraktive Alternative zur wandbündigen Gallery Design-Halterung bieten.

QNED Mini LED-Fernseher

Die Spitze des Sortiments von LG Premium LCD-TVs 2021 sollen in diesem Jahr die ersten QNED Mini LED-Fernseher markieren, mit denen das Unternehmen eine Alternative zu Geräten mit QLED-Display bieten will. Dazu kommen zehn neue 4K- und 8K-Modelle mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 86 Zoll auf den Markt. Dank einer neuen Kombination von Quantum Dot- und NanoCell-Technologien mit Mini LEDs erzielen die Geräte deutlich mehr Helligkeit und höhere Kontraste als herkömmliche LCD-Fernseher. Bis zu 30.000 winzige LEDs sorgen für die Hintergrundbeleuchtung in den neuen QNED Mini LED-Fernsehern, die mit bis zu 2.500 Local-Dimming-Zonen, einer sehr hohen Spitzenhelligkeit und einem Kontrastverhältnis von1.000.000:1 zur neuen Referenz für LCD-Fernseher werden sollen. Die HDR-Bildqualität dieser Modelle zeichnet sich durch tiefe Schwarzwerte, einen großen Farbraum und sehr hohe Farbgenauigkeit aus; eine Bildwiederholungsrate von bis zu 120 Hz stellt dabei auch Bewegungen besonders flüssig dar.

α9 Gen 4 AI Prozessor

Die neuen OLED-TVs der Serien Z1, G1 und C1, die Mini LED TVs QNED99 und QNED95 sowie die LG NanoCell Modelle Nano99 und Nano95 sind mit dem intelligenten Prozessor α9 Gen 4 AI von LG ausgestattet, der Deep Learning Technologien nutzt, um Inhalte auf 4K oder 8K hochzuskalieren. Mit AI Picture Pro verarbeitet der Prozessor jedes Motiv unabhängig, erkennt Gesichter und Körper auf dem Bildschirm und unterscheidet zwischen Vorder- und Hintergrund, um Bilder mit plastischer Wirkung zu erzeugen. Dabei werden in jeder Szene unter Berücksichtigung der Umgebungsbedingungen auch die Bildqualität und die Lichtmenge verbessert.
Darüber hinaus enthält der Prozessor eine neue Version von LGs AI Sound Pro Virtual Technologie, die bereits aus den eingebauten Lautsprechern mit 5.1.2 Surround Sound Up-Mixing immersive Klänge erzeugt; dabei sorgt Auto Volume Leveling beim Wechsel zwischen Kanälen oder Streaming-Apps für eine gleichbleibende Lautstärke. Die aktualisierte webOS 6.0 Smart-TV-Plattform macht den Zugriff auf Programme und Apps schnell und komfortabel.

Neue LG Tone Free Kopfhörer

LG Electronics (LG) hat das LG Tone Free-Portfolio um die kabellosen Kopfhörer LG HBS-FN7 erweitert. Sie kombinieren wie die Vorgänger intuitive Bedienung mit einem komfortablen Sitz im Ohr, Geräuschdämmung, dem Premiumsound von Meridian sowie einem hygienischen Lade-Etui mit UVnano-Technologie. Neu ist die aktive Geräuschunterdrückung (ANC), die nach Angaben von LG ein personalisiertes Audioerlebnis ermöglicht.
Kopfhöreraufsätze in unterschiedlichen Größen im patentierten Twist-Fit Vertox-Rips-Design sollen für eine einwandfreie Abdichtung im Ohr sorgen, um das Eindringen von Außengeräuschen zu reduzieren. Mit aktiviertem ANC werden Umgebungsgeräusche jetzt fast vollständig neutralisiert.
Wie alle LG Tone Free Earbuds verfügen auch die HBS-FN7 über die Audio-Technologie von Meridian. Über die LG Tone Free App, die sowohl für Android- als auch für iOS-Geräte verfügbar ist, können vier benutzerdefinierte Voreinstellungen gewählt werden: Natural für einen sauberen, ausgewogenen Klang, Immersive für eine dreidimensionale Wiedergabe, Bass Boost für zusätzliche Power und Tiefe sowie Treble Boost für eine größere Klarheit in den Höhen. Die silikonbeschichteten Aufsätze dienen nach Angaben von LG auch der Basswiedergabe. Die starke Metallbeschichtung und die dichten Strukturdämpfer sollen zudem eine bessere Auflösung der mittleren und hohen Frequenzen erzeugen.

Neuheiten

PoS-Aktuell

Neuer Ohrhörer von Sennheiser

Die neuen Ohrhörer IE 300 von Sennheiser sind mit einem weiterentwickelten 7-mm-Extra-Wide-Band-Wandler ausgestattet, der für einen warmen Klang und eine detailreiche Auflösung sorgen soll. Entwickelt wurde das Design von professionellen In-Ear-Monitoring-Hörern, um sicheren Halt und langen Komfort sicherzustellen.
Die Polymerblend-Membranfolie reduziert nach Herstellerangaben Eigenresonanzen und den Klirrfaktor (THD: 0,08% bei 1 kHz, 94 dB), das akustische Rückvolumen verhindert Reflektionen im Gehäuse. Eine Helmholtz-Resonatorkammer unterdrückt maskierende Resonanzen im Ohrkanal für eine klare Höhenwiedergabe. Bei einem Frequenzgang von 6 Hz – 20 kHz liefert der IE 300 klare Höhen und eine transparente Mittenwiedergabe für eine besonders verzerrungsarme Wiedergabe von Gesängen. „Wenn man eine Leidenschaft für guten Klang hat, kommt es auf die Details an", so Jermo Köhnke, Produktmanager bei Sennheiser. „Wir haben den IE 300 sorgfältig entwickelt, um jede Nuance in der Musik wiederzugeben. Der IE 300 ist als Alltagsbegleiter konzipiert, der unabhängig von der Umgebung herausragende Audioqualität liefert." Zur Ausstattung des IE 300 gehören eine individuell einstellbare, flexible Kabelführung sowie Silikon- und Memory Foam-Ohrpassstücke in drei Größen (S/M/L). Dies sorgt nicht nur einen sicheren Sitz und hervorragenden Tragekomfort für mehrere Stunden, sondern auch eine besonders gute Geräuschisolierung. Das mitgelieferte 3,5-mm-Kabel des IE 300 ist zur Stabilität mit Para-Aramid verstärkt. Für eine zusätzliche Zugentlastung sitzt der hochwertige, vergoldete Fidelity+ MMCX Stecker in einer vertieften, 4,8 mm breiten Fassung im Gehäuse. Als optionales Zubehör sind auch symmetrische Kabel mit 2,5-mm- oder 4,4-Steckern erhältlich. Eine Transporttasche zur sicheren und komfortablen Aufbewahrung ist im Lieferumfang enthalten.
Der Sennheiser IE 300 wird voraussichtlich im ersten Quartal 2021 für 299 Euro (UVP) erhältlich sein.

Audio-Neuheiten von JBL

Harman International hat einen ersten Ausblick auf neue Kopfhörer sowie True Wireless und Portable Audio Produkte gegeben; zudem wurden Komponenten für das Connected Home angekündigt. Geprägt wird das Jahr 2021 auch vom 75-jährigen Jubiläum der Marke JBL, die 1946 im kalifornischen Los Angeles von James B. Lansing ins Leben gerufen wurde.
In der Kopfhörerreihe JBL Live gibt es drei neue Modelle: den JBL Love Pro+ als TWS-Option im Stick-Design sowie das Over-Ear-Modell JBL Live 660NC und die On-Ear-Variante JBL Live 460NC.

Sie sind u. a. mit adaptivem Noise Cancelling sowie Smart Ambient ausgestattet und zeichnen sich durch lange Akku-Laufzeiten aus. In der JBL Tour-Reihe führt Harman erstmals unter der Marke JBL Kopfhörer ein, die speziell für geschäftliche Anwendungen im Büro oder auf Reisen entwickelt wurde. Zum Start im Mai kommen zunächst die True Wireless-Earbuds JBL Tour Pro+ und der Over-Ear-Kopfhörer JBL Tour One auf den Markt. Beide Modelle bieten adaptives Noise Cancelling, kristallklare Sprachqualität, lange Akkulaufzeiten und Möglichkeiten zur Personalisierung. Nachdem Harman bereits im vierten Quartal 2020 sein Sortiment von tragbaren Lautsprechern weitgehend erneuert hat, wird dieses mit dem JBL Charge 5 nun um ein Modell in frischem neuen Design erweitert. Auch technisch lässt das Produkt mit neuem Treiber-Layout, IP67-Zertifizierung, 20 Stunden Spielzeit oder der Unterstützung des Bluetooth-Standards v5.1 kaum Wünsche offen. Mit der neuen JBL Bar 5.0 MultiBeam Soundbar kündigte Harman eine kompakte All-in-One-Lösung an, die sich einfach anschließen lässt, um den Fernseher mit virtuellem 3D Surround Sound zu ergänzen. Sie ist auch mit Bluetooth für die drahtlose Musikwiedergabe von anderen Quellen ausgestattet und unterstützt Alexa Multi-Room Music (MRM), Apple Airplay 2 sowie Google Chromecast Integrated. Die JBL Bar 5.0 MultiBeam kommt im Frühjahr 2021 zum Preis von 399 Euro (UVP) in den Handel.

Neues High-End OLED-Modell von Panasonic

Für Filmenthusiasten und Gamer

Panasonic hat auf der digitalen CES ein neues Flaggschiff-Modell für seine OLED-Palette angekündigt. Der wieder in enger Zusammenarbeit mit führenden Coloristen aus Hollywood entwickelte JZW2004 hebt dank des neuen HCX Pro AI Processors, künstlicher Intelligenz und Multi HDR Ultimate die Bildqualität weiter an, bietet 360° Soundscape Pro Sound mit Dolby Atmos und unterstützt HDMI 2.1. Auch der Bedienkomfort und die Vernetzungsmöglichkeiten wurden weiter verbessert.

Das neue OLED Flaggschiff von Panasonic heißt JZW2004.

Das im JZW2004 eingesetzte Master HDR OLED Professional Edition Panel ermöglicht dem neuen Prozessor eine noch bessere Kontrolle über die einzelnen Bildparameter. Das komme sowohl der Spitzenhelligkeit als auch der durchschnittlichen Helligkeit zugute und führe zu sichtbar mehr Kontrastumfang, betonte Panasonic in einer Pressemitteilung. So würden HDR-Inhalte besonders eindrucksvoll mit leuchtenden, aber dennoch natürlichen Farben wiedergegeben.

Prozessor mit AI

Herzstück des neuen Panasonic TV-Flaggschiffs ist der neuentwickelte HCX Pro AI Prozessor. Diese High-Tech-Komponente analysiert mit Hilfe von künstlicher Intelligenz jede Szene und vergleicht die Inhalte mit rund einer Million gespeicherten Referenzbildern, um die Bild- und Toneinstellungen präzise anzupassen. So sollen Filme, Sport, Musik, Spiele, Unterhaltungsprogramme und selbst die Nachrichten so dargestellt werden, wie es ihrem Charakter entspricht. Wenn z. B. eine Fußballübertragung läuft, sorgt der JZW2004 für natürlich aussehenden Rasen, realistisch erscheinende Spieler und eine Soundatmosphäre, die dem Zuschauer echtes Stadion-Gefühl vermittelt. Bei Filmen greift der OLED-TV dagegen auf das Knowhow zurück, das Panasonic in langer Zusammenarbeit mit Spezialisten aus Hollywood erworben hat, um die cineastischen Werke besonders authentisch wiederzugeben. Auch bei der Entwicklung des neuen OLED-Flaggschiffs war der führende Hollywood-Colorist Stefan Sonnenfeld wieder dabei, der auch von den weltbesten Filmemachern engagiert wird.

Alle gängigen HDR-Formate

Mit Multi HDR Ultimate unterstützt der JZW2004 alle bewährten und neuen HDR-Formate wie Dolby Vision, Dolby Vision IQ, HLG Photo und HDR10+ Adaptive. Dabei passt Intelligent Sensing mit Hilfe von Sensoren im Fernsehgerät die Bildwiedergabe an die Umgebungshelligkeit an. Dolby Vision IQ und das neue HDR10+ Adaptive nutzen zudem die dynamischen Metadaten, um jedes Detail auf die aktuelle Lichtsituation abzustimmen. Im von der UHD Allianz entwickelten Filmmaker-Mode werden automatisch die Bildfrequenz, das Seitenverhältnis, Farbe und Kontrast des Originals übernommen sowie die Rauschunterdrückung und Schärfeoptimierung ausgeschaltet. Dadurch erscheinen die Filme ohne Detail- und Kontrastverlust so auf dem Bildschirm, wie die Produzenten es beabsichtigt haben.

Der neu entwickelte HCX Pro AI Processor analysiert mit Hilfe von künstlicher Intelligenz jede Szene.

Voller 360°-Klang

Für einen Klang, der den erstklassigen TV-Bildern entspricht, hat Panasonic den JZW2004 mit einem Tuned by Technics-Soundsystem ausgestattet, dessen Lautsprecher nach vorne, oben und zu den Seiten abstrahlen. So können die Zuschauer dank 360° Soundscape Pro und Dolby Atmos auch akustisch mitten ins Geschehen des Films oder des Spiels eintauchen.

Wie bei Panasonic üblich, ist der JZW2004 mit einem für alle Empfangswege gerüsteten Twin-Tuner ausgestattet. Auf der USB-Festplatte können auch zwei UHD-Programme parallel aufgenommen werden; zwei Slots erlauben die Nutzung von CI Plus-Karten für die Entschlüsselung von Pay-TV- Programmen.

Mit dem integrierten TV>IP Client & Server sowie IPTV stehen weitere Empfangswege zur Verfügung: Als TV>IP Client kann der Fernseher Inhalte aus dem Heimnetzwerk empfangen, so dass der Aufstellungsort des Gerätes unabhängig von einem Antennenanschluss gewählt werden kann. Zudem kann der zweite Tuner als Server genutzt werden, um konventionell empfangene Programme für kompatible Geräte im Netzwerk bereitzustellen. IPTV dient dem Empfang von Fernsehprogrammen aus dem Internet. So kann z. B. schon bei der Installation des JZW2004 die Zattoo HbbTV Operator-App aktiviert werden, die dann beim Einschalten des Gerätes automatisch startet, um Programme aus dem Internet mit Zusatzfunktionen wiederzugeben.

Praktisch ist eine zweifache Bluetooth-Verbindung für die Übertragung des Tons an zwei voneinander unabhängige kompatible Geräte. So können z. B. Eltern zu

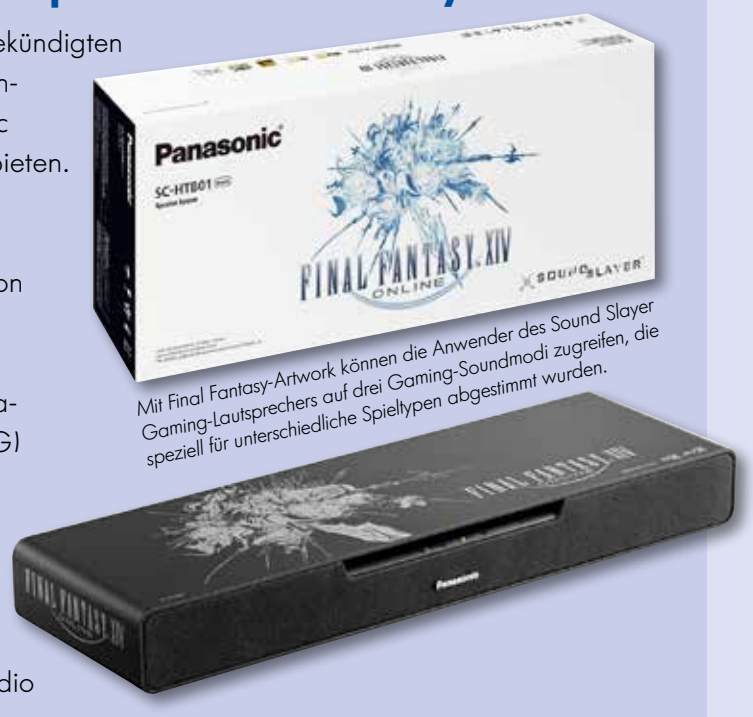
später Stunde mit Kopfhörer fernsehen, ohne den schlafenden Nachwuchs zu stören.

Komfort und Design

Mit der neuen Bedienoberfläche My Home Screen 6.0 sorgt Panasonic beim JZW2004 auch für mehr Komfort. Der Zugriff auf TV-Sendungen, Streaming-Dienste, Mediatheken, Apps oder externe Zuspieler erfolgt schnell und intuitiv, Miniaturansichten der Inhalte von Streaming-Anbietern erhöhen die Übersichtlichkeit. Mit der neu entwickelten MyScenery-Funktion können die Nutzer auf Knopfdruck eigene Bilder und Filme, Fotos des Lumix Clubs, Videos aus der LoungeV sowie Datum und Uhrzeit auf den Bildschirm holen. Die neu gestaltete Fernbedienung mit integriertem Mikrofon bietet direkten Zugriff auf beliebte Streaming-Dienste; für häufig genutzte Quellen kann die MyApp-Taste individuell programmiert werden. Auch die Sprachsteuerung über den Google Assistant ist bei dem neuen OLED-TV möglich. Per HDMI Power Link können externe Geräte verbunden werden, die nicht CEC-kompatibel sind. So schaltet sich der Fernseher z. B. ein, wenn eine angeschlossene Spielekonsole oder Set-Top-Box startet.
Das ultraschlanke Design des JZW2004 entspricht mit dem praktischen Drehfuß und hochwertigen Materialien dem hohen Niveau der technischen Ausstattung. Die Markteinführung soll im Sommer erfolgen, genaue Liefertermine, Preise und Bildschirmgrößen werden noch bekannntgegeben.

Neue Version des Gaming Lautsprechers Sound Slayer

Mit einer neuer Version des erstmals im Oktober angekündigten Gaming-Lautsprechers Sound Slayer, der in Zusammenarbeit mit Square Enix entwickelt wurde, will Panasonic Gamern besonders intensive Spielerlebnisse bieten. Die Komponente, in deren kompaktem Gehäuse ein 2.1-Kanal-3-Wege-Lautsprechersystem mit eingebautem Subwoofer steckt, kommt jetzt als Sonderedition mit Final Fantasy-Artwork auf den Markt.
Dadurch können die Nutzer auf drei Gaming-Soundmodi zugreifen, die speziell auf unterschiedliche Szenarien abgestimmt wurden: den Role-Playing Game (RPG) Modus für Rollenspiele, den First Person Shooter (FPS) Modus für genaue Geräusch-Lokalisierung, um z. B. die leisen Schritte eines Gegners früher orten zu können, und den Voice-Modus, der Stimmen verstärkt. Der Lautsprecher wurde als CES 2021 Innovation Awards Honoree in der Kategorie Headphones & Personal Audio ausgezeichnet.



Mit Final Fantasy-Artwork können die Anwender des Sound Slayer Gaming-Lautsprechers auf drei Gaming-Soundmodi zugreifen, die speziell für unterschiedliche Spieltypen abgestimmt wurden.

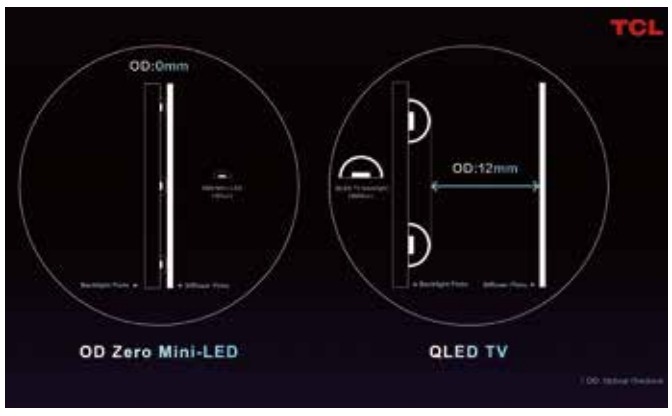
„Der Sound Slayer wurde von Gamern für Gamer entwickelt", kommentierte Michael Langbehn, Head of PR / Media / Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und bedanken uns bei Square Enix für die Zusammenarbeit bei der Entwicklung eines Gaming-Lautsprechers mit High-Fidelity-Sound."
Mit seinen Decodern für Dolby Atmos, DTS:X und DTS Virtual:X kann der Panasonic Sound Slayer eindrucksvolle 360° Klangkulissen erzeugen, bei denen der Sound nicht nur von allen Seiten, sondern auch von oben zu kommen scheint.
Der Panasonic Sound Slayer SC-HTB01FF mit Final Fantasy Artwork ist ab sofort für 349 Euro (UVP) erhältlich. Der SC-HTB01 ist bereits für 299 Euro (UVP) im Handel.

TCL kündigt Display-Technologie OD Zero an Mini-LED 2.0

TCL Electronics hat auf der CES 2021 seine ersten Fernseher mit der neuen OD Zero Mini-LED-Technologie angekündigt. Die von dem chinesischen Konzern nach eigenen Angaben selbst entwickelte, innovative Hintergrundbeleuchtung macht ein noch schlankere Bauweise der TVs möglich und soll im Vergleich mit früheren Produkten auch Fortschritte bei der Farbwiedergabe, beim Kontrast und bei der Gleichmäßigkeit der Bildausleuchtung bringen. Wann die ersten Geräte auf den Markt kommen, will TCL im Laufe des Jahres in zeitlicher Nähe zum Verkaufsstart bekanntgeben.

„Nachdem wir bereits frühere Versionen von Mini-LED auf den Weg gebracht haben, werden wir 2021 den weltweit ersten OD Zero Mini-LED-Fernseher auf den Markt bringen", erklärte Kevin Wang, CEO von TCL Industrial Holdings und TCL Electronics. „Das entspricht dem Ziel von TCL, den Menschen auf der ganzen Welt einen größeren Erlebnisreichtum – das ‚Experience More' – zu ermöglichen."
Bei der Entwicklung der neuen Displays konnte TCL auf seine Erfahrung mit Aktiv-Matrix-LED-Hintergrundbeleuchtungen der Mikrometer-Klasse und seine vertikal integrierte Lieferkette zurückgreifen. Die Bezeichnung OD Zero steht für den auf null Millimeter reduzierten Abstand zwischen der Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung und der Diffusorplatte des Displays. Dadurch wird eine gleichmäßigere Ausleuchtung der TV-Bilder mit höheren Kontrasten und verringerten Halo-Effekten möglich. Tausende von lokalen Dimmzonen ermöglichen nach Angaben des Herstellers die Anpassung der Helligkeit in Echtzeit, um außerordentlich scharfe Bilder mit brillanten Weißwerten sowie tiefen Schwarztönen zu erzeugen.
Dabei werden deutlich mehr, aber mit 151 µm deutlich kleinere LEDs als Lichtquellen eingesetzt als in QLED-Geräten. Im Zusammenspiel mit einem neuen Linsendesign werden so bessere TV-Bilder und neue Optionen für den Bau von Displays möglich, deren Dicke um 50 Prozent reduziert werden kann. Bereits auf der IFA 2018 hat TCL ein erstes Mini-LED-Produkt vorgestellt; nach dem Start der Serienproduktion im Jahr 2019 kamen zunächst nur in den USA die ersten Mini-LED-Fernseher der Serien X10 und 8 auf den Markt. Auch die im Jahr 2020 vorgestellen Mini-LED-Modelle der Serie 6 blieben dem amerikanischen Markt vorbehalten.

Auf der digitalen CES 2021 stellte TCL mit OD Zero bereits die zweite Generation von Mini LED-TVs vor.



Die Bezeichnung OD Zero steht für den auf null Millimeter reduzierten Abstand zwischen der Hintergrundbeleuchtung und der Diffusorplatte des Displays.

Fernseher mit Google TV

Ebenfalls zuerst in den USA will TCL im Laufe des Jahres Mini-LED-, 8K- und QLED TVs einführen, die Google TV unterstützen. Damit können die Anwender auf ein großes Angebot von Filmen, Shows, Live-Programmen sowie Apps und Abonnements zurückgreifen, die von der Plattform nach ihren individuellen Präferenzen organisiert werden. Dabei können auch Inhalte vom Smartphone schnell und einfach auf dem großen Bildschirm des Fernsehers dargestellt werden. Zudem kann man mit dem Google Assistant Fragen stellen und Smart Home Geräte mit Sprachkommandos steuern.
Wann TCL Fernseher mit Google TV in Europa eingeführt werden, steht noch nicht fest.

Samsung bringt neue TV-Generation mit Micro LED und Neo QLED Technologie

Display-Innovationen

Samsung hat im Rahmen der virtuellen CES 2021 das neue TV-Portfolio für dieses Jahr vorgestellt. Mit Neo QLED und den bereits im Dezember angekündigten Micro LED Geräten präsentierte der koreanische Konzern gleich zwei innovative Display-Technologien für Fernseher. Mit diesen Produkten will das Unternehmen die Bild- und Tonqualität von Fernsehern auf ein noch höheres Niveau bringen. Zusätzlich kündigte der Konzern Konzepte an, mit denen die Rolle von TVs bei Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit und Innovation neu definiert werden soll.

Die neuen Micro LED TVs von Samsung kommen ohne Rahmen aus, so dass der Bildschirm 99,99 Prozent der Frontseite des Gerätes einnimmt.

Samsung hatte die Micro LED-Displays erstmals auf der CES 2018 gezeigt, wo sie für das modulare System The Wall genutzt wurden. Nun setzt das Unternehmen die Technologie erstmals für Fernseher ein, die in den Größen 110 und 99 Zoll erhältlich sein sollen. Kleinere Formate sollen bis Ende des Jahres folgen. Im Gegensatz zu ihren modularen Gegenstücken ist für die Installation und Kalibrierung der TVs keine professionelle Hilfe notwendig, sondern alle Funktionen sind direkt nach dem Einschalten verfügbar.

Die Micro LED Bildschirmtechnologie basiert auf winzig kleinen, nur einige Mikrometer messenden selbstleuchtenden Dioden, die Helligkeit und Farben innerhalb ihrer eigenen Pixelstrukturen erzeugen, ohne Farbfilter und Hintergrundbeleuchtung zu benötigen. Die dabei entstehenden Bilder lassen sich nach Angaben von Samsung mit dem Niveau von High-End-Spiegelreflex-Kameras (DSLR) vergleichen, weil sie 100 Prozent des DCI- und Adobe RGB-Farbraums darstellen können. Der neue Bildprozessor nutzt künstliche Intelligenz, um brillante 4K-HDR-Inhalte zu erzeugen, deren Charakter der jeweiligen Szene individuell angepasst wird.

Weil die Micro LEDs aus anorganischem Material bestehen, können sie nach Angaben von Samsung eine durchschnittliche Lebensdauer von bis zu 100.000 Stunden erreichen. Das würde bei normaler Nutzung bedeuten, dass die Bildqualität mehr als ein Jahrzehnt lang erhalten bleibt.

Die neuen Micro LED TVs von Samsung kommen ohne Rahmen aus, so dass der Bildschirm 99,99 Prozent der Frontseite des Gerätes einnimmt. Zudem macht die Technik neue smarte Funktionen möglich: So lassen sich mit der Multi View-Funktion bis zu vier verschiedene Inhalte gleichzeitig auf (beim 110 Zoll Modell) 55 Zoll großen Teil-Bildschirmen darstellen. Dafür kann man auch externe Geräte anschließen und so z. B. die Nachrichten verfolgen, während in der Bild-neben-Bild-Funktion ein Film läuft. Das Gleiche gilt für Sportarten, die gleichzeitig übertragen werden oder für Video-Spiele, bei denen man parallel ein Tutorial auf YouTube ansehen kann.

Für eine Klangkulisse, die den eindrucksvollen TV-Bildern gerecht wird, stattet Samsung das 110 Zoll Luxusgerät mit einem Majestic Soundsystem aus, das 5.1-Kanal-Klang erzeugt und die Tonwiedergabe mit der Object Tracking Pro-Funktion an die Bildinhalte anpasst. Wenn dann in einem Film ein Flugzeug über die Köpfe der Protagonisten rauscht, haben auch die Zuschauer den Eindruck, die Motoren würden über ihre Köpfe hinweg dröhnen.

Um den Transport und das Installieren des Großbild TVs zu erleichtern, hat Samsung verschiedene neue Technologien entwickelt, darunter einen von der Herstellung von Halbleitern inspirierten Produktionsprozess und eine neue Technik für die Anbringung des Geräts an der Wand. Zudem bestehe die Möglichkeit, in Zukunft noch kleinere Leuchtdioden herzustellen, betonte das Unternehmen.

Mit den neuen Neo QLED Fernsehern bringt Samsung in diesem Jahr eine neue Display-Technologie auf den Markt, bei der die Quantum Dot-Technologie mit der neuen Lichtquelle Quantum Mini LED kombiniert wird.

Premium mit Neo QLED

Mit den neuen Neo QLED Fernsehern bringt Samsung in diesem Jahr eine völlig neue Display-Technologie auf den Markt, welche die Quantum Dot-Displays der Flaggschiff-Modelle mit 8K (QN900A) und 4K (QN90A) auf ein noch höheres Niveau bringt. Herzstück dieser Innovation ist eine neue Lichtquelle, die Quantum Mini LED.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Sie ist nach Angaben von Samsung etwa 40 Mal flacher als eine herkömmliche LED, weil sie ohne eine Linse zur Lichtstreuung und ohne ein Gehäuse zur Fixierung auskommt. Statt dessen sind die aus zahlreichen LEDs bestehenden Lichtelemente mit hauchdünnen Mikroschichten überzogen. Durch die Quantum Matrix-Technologie wird verhindert, dass die nah beieinander liegenden LEDs sich gegenseitig überstrahlen.

Mit einer Luminanzskala von 12 Bit in 4.096 Schritten erreicht Neo QLED einen großen Kontrastumfang für immersive HDR-Effekte. Außerdem profitiert die neue Display-Technologie von den verbesserten Upscaling-Fähigkeiten des neuen Neo Quantum-Prozessors. Er arbeitet mit bis zu 16 verschiedenen neuronalen Netzwerkmodellen, die mit Hilfe von AI-Upscaling- und Deep-Learning-Technologien trainiert werden, um unterschiedliche Signale auf eine Auflösung von 4K oder 8K hochzurechnen. Das 8K-Modell der neuen Neo QLED Palette bietet durch das neue Infinity One Design mit nahezu rahmenlosem Bildschirm besonders intensive Fernseherlebnisse. Als Kabelmanagementsystem, das an der Rückseite des TVs angebracht werden kann, vereinfacht die aufsetzbare Slim One Connect Box die Installation und sorgt für ein aufgeräumtes Erscheinungsbild. Bei der Tonwiedergabe folgt auch der Neo QLED 8K mit Object Tracking Sound Pro den Bewegungen auf dem Bildschirm, während SpaceFit Sound den Klang auf die zuvor analysierten akustischen Gegebenheiten des Raumes zuschneiden kann. Neben den neuen Bild- und Soundtechnologien bieten die 2021er Samsung Fernseher auch innovative smarte Funktionen für eindrucksvolles Gaming, Video-Konferenzen mit bis zu 32 Teilnehmern und die Nutzung als PC-Monitor. Einzelheiten über den Zeitpunkt der Markteinführung in Deutschland, die Preise und die neuen Funktionen der Lifestyle TVs Sero, Frame und Serif werden in den kommenden Ausgaben von PoS-MAIL veröffentlicht.

Innovationen für alle

Als weltweit führender TV-Anbieter will Samsung mit dem Leitmotiv „Screens Everywhere, Screens for All" deutlich machen, dass alle Konsumenten von den TV-Innovationen profitieren können, selbst wenn sie gehörlos, sehbehindert oder blind sind. Zudem will das Unternehmen das TV-Segment mit nachhaltigen und ressourcenschonenden Verfahren neu ausrichten, indem der ökologische Fußabdruck der Geräte verkleinert und ihre Energieeffizienz gesteigert wird. Das fängt schon bei der Herstellung an, bei der Abfälle vermieden werden und mehr recycelte Materialien zum Einsatz kommen sollen. Auch der Stromverbrauch der Produkte soll sinken.

Das von den Endkunden gut akzeptierte Öko-Design der Verpackungen wird in diesem Jahr auf alle 2021er Lifestyle TVs und den Großteil der neuen Neo QLED-Reihe ausgeweitet. Damit soll es möglich werden, jährlich bis zu 200.000 Tonnen Wellpappkarton wiederzuverwerten. Erreicht wird das durch weniger sowie kleinere Aufschriften und Abbildungen auf der Verpackung; auf ölbasierte Tinten beim Farbdruck wird verzichtet.

Ebenfalls der Nachhaltigkeit dient die solarbetriebene Fernbedienung, mit der im Jahr 2021 alle Samsung TVs ausgeliefert werden. Sie kann durch Sonneneinstrahlung, künstliches Licht oder eine USB-Quelle aufgeladen werden und soll dazu beitragen, im Laufe von sieben Jahren mehr als 99 Millionen AAA-Batterien zu sparen. Für die Herstellung dieser Fernbedienungen hat Samsung ein Verfahren entwickelt, bei dem Kunststoffe aus wiederverwertbaren Flaschen eingesetzt werden; der Recycling-Anteil liegt bei rund 24 Prozent.

Alle 2021er QLED- und Neo QLED-Modelle von Samsung bieten neue Funktionen, die mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI) auch Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen die Nutzung des Medium Fernsehen erleichtern. So sind die neuen Geräte mit Caption Moving zur Verschiebung der Untertitel-Position, Sign Language Zoom zur Vergrößerung des Fensters mit Gebärdensprache und einer Mehrfach-Audioausgabe zur Unterstützung von Hörgeschädigten, Gehörlosen, Sehbehinderten und Blinden ausgestattet. Bis 2022 will Samsung zudem seine Audioführung für Menschen mit Sehbehinderungen, den Voice Guide, ausweiten.

Samsung startet PremiumPlus für TV-Verkauf

Mit einem PremiumPlus Programm will Samsung den Absatz von Fernsehern weiter beleben. Dafür bietet das Unternehmen für ausgewählte Geräte Bundles mit Soundbars oder Cashback-Zahlungen an. So können die Käufer eines Samsung Aktions-TVs sich für einen Cashback-Betrag entscheiden oder eine passende Q Soundbar als Gratis-Zugabe erhalten. Die Aktion soll bis zum 28. März laufen, Online-Registrierungen der im Handel erworbenen Produkte sind bis zum 11. April 2021 möglich. Die Aktion betrifft die Modelle Q950T (65, 75 Zoll), Q800T (65, 75, 82 Zoll), Q95T (75, 85 Zoll), Q90T (75 Zoll), Q80T (85 Zoll), Q70T (85 Zoll) sowie The Frame LS03T (75 Zoll). Je nach Variante gibt es eine Q70T, Q800T oder Q950T Soundbar kostenlos dazu. Mit der in vielen der Aktionsgeräte integrierten Funktion Q Symphony können TV und Soundbar zu einem gemeinsamen Soundsystem verschmelzen. Dann werden die oberen Lautsprecher des Fernsehers mitgenutzt, um besonders eindrucksvollen Sound zu erzeugen.

Bei der PremiumPlus-Aktion haben die Kunden beim Kauf im Fachhandel die Wahl, ob sie gratis eine Soundbar erhalten oder einen Cashback-Betrag bekommen möchten.

Alternativ haben Kunden bei jedem Aktionsgerät die Möglichkeit, sich anstelle der Soundbar für einen Cashback-Betrag zu entscheiden. So gibt es beim Kauf eines 98 Zoll Q950R QLED 8K 5.000 Euro zurück, bei anderen Geräten wie dem Q70T in 85 Zoll sind es 350 Euro. Werden die Modelle Q950R (98 Zoll) und Q950T (85 Zoll) im Samsung Online Shop gekauft, gibt es keine Wahlmöglichkeit, sondern der Cashback-Betrag wird direkt abgezogen. Beim Kauf bei einem teilnehmenden Händler wird zunächst der übliche Preis gezahlt und das Gerät anschließend auf der Aktionswebseite samsung.de/premiumplus registriert. Dann erhalten die Kunden den Betrag innerhalb von 45 Werktagen auf ihr Konto, wenn das Gerät mit einem länderspezifischen Modell-Code gekennzeichnet ist, der es zur Teilnahme an der Aktion berechtigt.

Neue Galaxy Buds Pro

Die neue Generation kabelloser Kopfhörer von Samsung bietet viel Leistung für gute Musikwiedergabe und Telekommunikation. Dafür sind die neuen Samsung Galaxy Buds Pro mit je einem 11-Millimeter-Tieftöner für satte Bässe und einem 6,5-Millimeter-Hochtöner für brillante Höhen ausgestattet. Beim Telefonieren können die Kopfhörer mit drei Mikrofonen und einer Voice Pickup Unit (VPU) die Stimme ihres Nutzers erkennen und diese von unerwünschten Nebengeräuschen unterscheiden, um eine klare Verständigung zu ermöglichen. Die spezielle Form reduziert die Angriffsfläche für Wind; zudem werden Windstörungen durch eine Kammer mit Netzgewebe herausgefiltert, damit Telefongespräche auch bei stürmischem Wetter gut geführt werden können.

Samsung bietet die Galaxy Buds Pro in den Farben Phantom Violet (Abb.), Phantom Black und Phantom Silver an.

BeimTelefonieren und Musikhören kann die intelligente aktive Geräuschunterdrückung der Galaxy Buds Pro Hintergrundgeräusche um bis zu 99 Prozent reduzieren. Dabei können die Nutzer im Umgebungsmodus auswählen, ob sie Geräusche aus der Nähe um bis zu 20 Dezibel verstärken möchten. Das ist praktisch, um im Büro und zu Hause andere Menschen oder draußen den Verkehr wahrzunehmen. Mit speziellen Sensoren können die Galaxy Buds Pro im automatischen Konversationsmodus erkennen, wenn gesprochen wird und automatisch zwischen Geräuschunterdrückung und -verstärkung umschalten. Auch bei ausgeschalteter Geräuschunterdrückung wird dann die Musik leiser gestellt.

Besonders komfortabel ist die Nutzung der Galaxy Buds Pro mit den Galaxy-Smartphones und -Tablets. Erhält man z. B. einen Anruf auf dem Galaxy S21 5G, während man ein Video auf dem Galaxy Tab S7 anschaut, wird dieses durch den aktiven, automatischen Gerätewechsel angehalten, wenn man das Gespräch mit den Galaxy Buds Pro annimmt. Ist das Telefonat beendet, schalten die True Wireless-Kopfhörer wieder auf das Tablet um, und das Video wird fortgesetzt.

Auch bei anderen Anwendungen bietet die Verbindung zwischen Galaxy Buds Pro und anderen Galaxy-Geräten Vorteile; das gilt besonders für den Einsatz mit dem Galaxy S21 5G. Mit 360° Audio featuring Dolby Head Tracking können sich die Nutzer im Zentrum des Sounds fühlen, und Vlogger können ihre Stimme und die Umgebungsgeräusche in guter Qualität aufnehmen, wenn sie die Mikrofone des Galaxy S21 5G und der Galaxy Buds Pro synchronisieren.

Die Akkus der Galaxy Buds Pro ermöglichen bei voller Ladung bis zu acht Stunden Wiedergabe, plus insgesamt bis zu 20 Stunden Reserve durch das Ladeetui. Bei aktivierter Geräuschunterdrückung reicht der Strom für bis zu fünf Stunden Wiedergabe plus bis zu weitere 13 Stunden durch das Ladeetui. Sind die Akkus ganz leer, ermöglichen fünf Minuten Schnellladung bis zu eine Stunde weitere Wiedergabezeit.

Die neuen True Wireless-Kopfhörer von Samsung entsprechen der Klassifizierung IPX7 gegen das Eindringen von Wasser. Wer die Kopfhörer verliert oder verlegt, kann SmartThings Find nutzen, um sie wiederzufinden: Dafür kann die App auch Komponenten orten, die sich außerhalb der Bluetooth-Reichweite befinden. Für die Herstellung der Kopfhörer setzt Samsung 20 Prozent umweltschonende Post-Consumer-Materialien (PCM) ein.

Die Galaxy Buds Pro sind ab sofort in den Farben Phantom Black, Phantom Silver und Phantom Violet für 229 Euro (UVP) erhältlich.

Die Highlights der neuen Philips TVs

Die neuen Philips MiniLED-TVs, hier das Modell 9636, markieren den Einstieg von TP Vision in die zukunftsträchtigen Display-Technologien.

Mut zur Größe

Größer und besser sind die passenden Adjektive für die neue Generation von Philips TVs, bei denen TP Vision den Trend zu großen Bildschirmen aufnimmt und mit Innovationen verbindet. So gibt es OLED-Fernseher mit Bildiagonalen von bis zu 77 Zoll, und die ersten MiniLED-TVs markieren den Einstieg in eine zukunftsträchtige neue Bildschirmtechnologie. Beide Produktlinien sind mit dem weiter verbesserten P5-Prozessor mit KI, erweiterter HDMI 2.1 Funktionalität und vierseitigem Ambilight ausgestattet.

Nachdem die 2020er Philips OLED-TVs der 800er Serie des Jahres bei Tests hervorragend abschnitten, hebt die 5. Generation der P5-Engine mit KI bei ihren Nachfolgern die Bildqualität auf ein noch höheres Niveau. Dafür gibt es den neuen, sechsten Modus „Filmerkennung" und einen intelligenten Lichtsensor, mit dessen Daten die KI die Kontraste von SD- und HDR-Inhalte auf die Lichtverhältnisse im Raum abstimmt. Zusätzlich zu HLG, Dolby Vision, HDR10 und HDR10+ unterstützen die neuen Philips OLED Modelle 806 und 856 auch HDR10+ Adaptive, das die dynamischen Metadaten von HDR10+ mit den Real-Time-Werten des Raumlichtsensors kombiniert, um die Helligkeit des Bildschirms für jede Szene genau anzupassen. Bei den neuen OLED-TVs setzt TP Vision die exklusive Philips Anti-Burn-in-Technologie ein, die statische Inhalte wie Logos genau erkannt und in diesem Bereich die Leuchtstärke reduziert, um Einbrenneffekten vorzubeugen.

Mit e-ARC, VRR für 4K von 40 Hz bis 120 Hz mit einer Band-

Murat Yatkin, Managing Director TP Vision DACH

„Das Digitale mit dem Persönlichen verbinden"

PoS-MAIL hat die Vorstellung der neuen Philips TV-Generation zum Anlass genommen, mit Murat Yatkin, Managing Director TP Vision DACH, über die Marktposition von Philips TV & Sound und die Produktstrategie zu sprechen: Dabei geht es auch darum, wie er die Kooperation mit dem Fachhandel während und nach der Corona-Pandemie weiterentwickeln will.

PoS-MAIL: *Herr Yatkin, 2020 war ein in jeder Hinsicht ungewöhnliches Jahr. Wie ist Philips TV & Sound durch diese herausfordernde Zeit gekommen?*

Murat Yatkin: Im vergangenen Jahr war das tägliche Leben der Menschen durch erhebliche Veränderungen geprägt, die ja derzeit noch anhalten. Trotzdem hat sich unsere Branche in diesem herausfordernden Umfeld nicht nur gut gehalten, sondern sogar Wachstum gezeigt. So konnte die gfu kürzlich in einer Vorabveröffentlichung aus dem Home Electronics Markt Index bekanntgeben, dass der Umsatz im TV-Markt 2020 um 15,2 Prozent gestiegen ist und der Absatz um 11,3 Prozent zugelegt hat. Denn viele Menschen, die mehr Zeit in ihren eigenen vier Wänden verbringen mussten, haben sich dafür entschieden, ihre Home Entertainment Ausstattung zu erneuern. Davon konnte auch Philips TV & Sound profitieren und sogar noch stärker zulegen als der Markt. Damit wächst die Marke Philips in der DACH-Region nicht nur schneller als die meisten Wettbewerber beim Umsatz, sondern auch beim durchschnittlichen Verkaufspreis, der höher liegt als im Markt.

PoS-MAIL: *Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?*

Murat Yatkin: Erst einmal stehen unsere hervorragenden Produkte für den Erfolg, aber wir haben zusätzlich die Art verändert, wie wir Geschäfte machen, indem wir auf Basis von Zahlen, Daten und Fakten entscheiden, zuhören und langfristig planen, um unseren Partnern im Handel individuelle Lösungen zu bieten. Hinzu kommen natürlich auch die überzeugende Qualität, das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis und die Alleinstellungsmerkmale unserer Produkte mit Ambilight. Nicht ohne Grund haben europäische Medien im Jahr 2020 allein unseren OLED-TVs über einhundert Auszeichnungen verliehen. Und auch Ambilight zeigte sich dabei erneut als ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal, das erheblich zu der hohen Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsrate von Philips TVs beiträgt. Diesen Weg setzen wir in diesem Jahr unter anderem damit fort, dass wir in den neuen Serien OLED 800 und MiniLED/LED 9000 vierseitiges Ambilight einbauen. Ich bin aber auch sehr stolz auf die Entwicklung des gesamten DACH-Teams, das die Veränderungen annimmt, mitgeht und sich weiterentwickelt.

PoS-MAIL: *Welche Modelle sind besonders erfolgreich?*

Murat Yatkin: Das Philips Konzept The One gewinnt weiter an Zuspruch und wird durch die The One Philips Soundbar erweitert. Hier schätzen der Fachhandel und die Endkunden vor allem das überragende Preis-/Leistungsverhältnis, durch das sich die Verkaufszahlen für diese Modelle in den letzten beiden Jahren jeweils fast verdoppelt haben. Aber auch bei den OLED-Fernsehern haben wir eine hervorragende Position im Markt erreicht, die wir aber noch verbessern wollen.

breite von 48 Gbps (4:4:4, 12 Bit), FreeSync Premium Pro und einem Auto Game Modus bieten die neuen Philips OLED TVs erweiterte HDMI 2.1-Fähigkeiten. Der besonders von Gamern geschätzte Auto Low Latency Modus gehört wie den 2020er Modellen ebenfalls zum Leistungspaket.
Das 50 Watt 2.1-Soundsystem wurde mit einem nach hinten gerichteten Triple-Ring Basstreiber und vier unterstützenden passiven Radiatoren auch für beeindruckende Leistung im Tieftonbereich ausgelegt. Mit seiner intuitiven Oberfläche und dem integrierten Google Assistant macht das neueste Android TV 10-Betriebssystem die Bedienung noch komfortabler. Dabei können die Anwender zwischen Sprachbefehlen (auch über Alexa) und dem Tastendruck auf der Fernbedienung wählen. Letztere unterstreicht mit beleuchteten Tasten, edlem Metall-Finish sowie luxuriösem schottischen Leder an den Seiten und auf der Rückseite den Premiumanspruch der Geräte.
Mit ihrem schlanken Gehäuse, dessen schmaler Rahmen aus Metall praktisch übergangslos in das vierseitige Ambilight übergeht, erscheinen die Fernseher optisch sehr leicht. Der OLED806 steht auf unauffälligen Stabfüßen aus zweifarbigem Metall, der OLED856 auf einem zentralen, schwenkbaren T-förmigen Standfuß, der mit dunklem Chrom und dem V-förmigen Winkel einen stärkeren optischen Akzent setzt.
Die Philips OLED-TVs der Serie 806 kommen in den Größen 48-, 55-, 65- und 77-Zoll (806) auf den Markt, die Serie 856 in 55 und 65- Zoll. Der Start ist für das 2. Quartal vorgesehen.

Die ersten Philips MiniLED-TVs

Die neuen Philips Fernseher der Serien 9636 und 9506 markieren den Start der Marke in die MiniLED-Bildschirmtechnologie. Mit einem lokal dimmbaren Backlight, dem Philips

Der neue Philips OLED-TV 806 kommt mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 77 Zoll auf den Markt.

Micro Dimming Premium-System und dem 5. Generation P5-Prozessor mit KI erzielt der 9636 besonders tiefe Schwarztöne und leuchtende Farben bei einer Spitzenhelligkeit von 2.000 Nits. Der mit dem P5 Prozessor ausgestattete MiniLED TV 9506 kommt mit Micro Dimming Pro auf bis zu 1.500 Nits. Beide Serien sind mit vierseitigem Ambilight ausgestattet.
Wie die OLED-Geräte sind die MiniLED-Modelle mit dem neuen Android TV 10 Betriebssystem ausgestattet und bieten umfassende HDMI 2.1-Fähigkeiten mit e-Arc, VRR für 4K von 40 Hz bis 120 Hz mit 48 Gbps (4:4:4, 12 Bit), FreeSync Premium Pro und Auto Game Modus sowie den Auto Low Latency Modus.
Beide Modelle unterstützen neben HLG, Dolby Vision, HDR10 und HDR10+ auch HDR10+ Adaptive. Das Soundsystem des 9636 kommt von Bowers & Wilkins und arbeitet mit Dolby Atmos Elevation-Lautsprechern sowie der einzigartigen Tweeter-on-Top-Technologie, um sowohl Dialoge als auch Pop- oder Orchestermusik oder krachende Action kongenial wiederzugeben. Mit seinem 50 Watt starken 2.1 Lautsprechersystem mit rückwärtig platziertem Woofer mit patentierter Triple-Ring-Technologie sowie vier passiven Radiatoren für satte Bässe ist der 9506 allerdings auch kein Leisetreter. Beide Modelle unterstützen DTS Play-Fi für die Integration in High-Resolution Multiroom-Systeme.
Beim 9636 dient das Lautsprechersystem auch als Tischfuß, wobei beim 65-Zoll-Modell nur eine schlanke Verbindung zwischen TV und Soundsystem notwendig ist; bei der 75-Zoll-Variante sind es aus Stabilitätsgründen zwei. Der Fernseher kann mit dem Lautsprecher auch an der Wand befestigt werden. Der 9605 steht auf dezenten, zweifarbigen Metallfüßen.
Die neuen Philips MiniLED-Fernseher sollen in den Größen 65- und 75-Zoll im Sommer 2021 auf den Markt kommen.

PoS-MAIL: *Sie haben gerade die neue TV-Generation für 2021 angekündigt. Kann man den tatsächlich noch etwas Wesentliches an der Qualität von Philips Fernsehern verbessern?*

Murat Yatkin: Unsere neuen Modelle zeigen, dass wir das tatsächlich können, z. B. durch die Weiterentwicklung unserer P5-Bildverarbeitung, die bei den neuen 800er OLED-TVs und den neuen Mini-LED-Serien 9636 und 9506 die Bildqualität mit weiter verbesserter KI nochmals nach oben bringt. Qualität bezieht sich aber nicht nur auf die Bildwiedergabe, sondern zeigt sich auch in unserem edlen europäischen Design, bei dem Materialien wie Leder, Metall und Stoff den Premium-Anspruch unterstreichen. Dazu kommen das vierseitige Ambilight und die komfortable Bedienung durch das neueste Android TV 10 Betriebssystem. Und natürlich gehört auch guter Ton dazu. Deshalb setzen wir die Zusammenarbeit mit Bowers & Wilkins fort und weiten sie auch auf die neuen Premium-MiniLED Modelle aus.

PoS-MAIL: *Wie hat sich Ihr Geschäft mit Audio-Produkten entwickelt, bei dem Sie ja sozusagen wieder bei Null anfangen mussten? Hat der Fachhandel Ihre Bemühungen honoriert?*

Murat Yatkin: Wir haben im letzten Jahr einige Fehlentscheidungen aus der Vergangenheit anpassen müssen und sind jetzt seit dem vierten Quartal 2020 wieder am PoS angekommen. Sukzessive entwickeln wir gemeinsam mit dem Handel neue Konzepte, und der Ausblick für das erste Quartal 2021 sieht mehr als gut aus. Auch hier werden wir uns an den Ankündigungen messen lassen, und ich bin sehr sicher, dass wir als DACH-Team die Maßnahmen, die zum Erfolg führen, genauso umsetzen wie im letzten Jahr bei TV.

PoS-MAIL: *Die Beschränkungen wegen der Corona-Pandemie haben bekanntlich persönliche Begegnungen von Menschen seltener gemacht. Konnten Sie unter diesen Umständen die Betreuung Ihrer Partner im Fachhandel wie gewohnt aufrecht*

Murat Yatkin: „Die Marke Philips wächst in der DACH-Region nicht nur schneller als die meisten Wettbewerber beim Umsatz, sondern auch beim durchschnittlichen Verkaufspreis."

erhalten? Sind angesichts der Kontaktbeschränkungen Unterstützungsmaßnahmen für den Abverkauf an Endkunden überhaupt möglich?

Murat Yatkin: In der Tat ist die Situation für alle Seiten nicht einfach. Wir haben uns aber dafür entschieden, auch in Zeiten eines Lockdowns weiterhin unsere Partner so gut wie möglich zu unterstützen. Unser Team wird deshalb nicht in Kurzarbeit gehen, sondern genau wie im Frühjahr in voller Stärke mit Rat und Tat individuell helfen. Wir halten es sehr wichtig, dass sich gerade jetzt der Handel auf seine Ansprechpartner bei uns verlassen kann.

PoS-MAIL: *Sie haben kürzlich in Zusammenarbeit mit Euronics ein virtuelles Showroom-Konzept umgesetzt. Wie reagieren Ihre Partner im Fachhandel darauf? Sehen Sie dies als Präzedenzfall auch für andere Kooperationen?*

Murat Yatkin: Unsere erste Premiere in diesem Jahr war tatsächlich der virtuelle Showroom für Philips TV & Sound. Im modernen Ambiente dieser digitalen Plattform lassen sich unsere Produkte per Mouseklick fast wie live erleben. Mit dem dazugehörigen Shopfinder ist dann auch der lokale Händler schnell gefunden. Wir bringen auf diese Weise das Beste aus zwei Welten zusammen und unterstützen den stationären Handel. Die Reaktionen darauf sind phänomenal, und wir sind in Gesprächen, um diesen Showroom auch auf anderen Partnerseiten zu integrieren.

PoS-MAIL: *Auch wenn digitale und virtuelle Substitute gut funktionieren, sehnen sich viele Menschen nach einer Rückkehr zur Normalität. Welche Rolle werden Ihrer Meinung nach virtuelle Instrumente in Zukunft spielen, und welche Bedeutung messen Sie physischen Events bei?*

Murat Yatkin: Da wir uns als Organisation immer weiterentwickeln, über den Tellerrand schauen und alles hinterfragen, schließt das eine das andere nicht aus. Wir entwickeln gerade Konzepte, die noch weitergehen als der virtuelle Showroom, den wir gerade gestartet haben. Unser Ziel ist es, das Digitale mit dem Persönlichen noch stärker zu verbinden. Auch wenn es zukünftig wieder möglich ist, direkt miteinander zu kommunizieren, werden wir weiterhin Dinge hinterfragen und zuhören, um uns weiterzuentwickeln. Ein wichtiger Aspekt ist dabei, dass wir den Namen unserer Branche wieder mit Leben füllen und der Unterhaltungselektronik die „Unterhaltung" und das Erleben zurückgeben.
Viel zu sehr stand bisher die Diskussion um Preise im Vordergrund. Wichtig ist es – und ich betone es immer wieder –, dass wir als Branche mehr Verantwortung übernehmen. Eine Frage möchte ich abschließend stellen. Wieso werden im vierten Quartal neue Preispunkte gesetzt, wenn der gesamte Handel gleichzeitig mit Warenknappheit zu kämpfen hat?

PoS-MAIL: *Diese Frage können wir leider nicht beantworten, behalten sie aber gerne im Hinterkopf. Herzlichen Dank für dieses Gespräch.*

Die neuen Bravia XR Fernseher, hier das 8K LED-Modell Z9J, sind nach Angaben von Sony die ersten TVs, die mit kognitiver Intelligenz arbeiten.

Sony will mit den neuen Bravia XR TVs Maßstäbe setzen

Mit kognitiver Intelligenz

Sony stellte auf der CES die nach Angaben des Herstellers weltweit ersten Fernseher mit kognitiver Intelligenz vor. Die Bravia XR Geräte der Master Series 8 LED-TV Z9J, Master Series OLED A90J und A80J sowie die 4K LED-Modelle X95J und X90J sind mit dem neuen Prozessor XR ausgestattet, der ein innovatives Verarbeitungsverfahren anwendet, um nachzuahmen, wie Menschen sehen und hören. Diese Technologie gehe über herkömmliche KI hinaus, betonte Sony in einer Pressemitteilung.

Weil Menschen, die Gegenstände betrachten, sich unbewusst auf bestimmte Punkte konzentrieren, teilt der kognitive Prozessor XR den Bildschirm in zahlreiche Zonen auf und erkennt, wo sich der „Fokuspunkt" im Bild befindet. Während herkömmliche künstliche Intelligenz (KI) Bildelemente wie Farbe, Kontraste und Details nur einzeln erkennen und untersuchen könne, sei der neue kognitive Prozessor XR wie das menschliche Gehirn in der Lage, verschiedene Elemente gleichzeitig parallel zu analysieren, erklärte Sony. So sei es möglich, alle Elemente einer Szene synvchron anzupassen; das könne herkömmliche KI nicht leisten.
Der kognitive Prozessor XR ist nach Aussagen von Sony zudem in der Lage, die Position des Klangs im Signal zu analysieren, so dass der Ton genau zu dem passt, was auf dem Bildschirm passiert. Dabei werden alle Töne auf 3D-Surround-Sound angehoben, um realistische, immersive Klanglandschaften zu erzeugen. Der Prozessor lerne, analysiere und verstehe eine beispiellose Menge an Daten und optimiere intelligent jedes Pixel, jedes Bild und jede Szene, um das authentischste Seh- und Hörerlebnis zu realisieren, das Sony je geboten habe, erklärte das Unternehmen.

Mehr Inhalte

Neben dem innovativen Prozessor hat Sony auch zahlreiche neue Funktionen in die Bravia XR-Modelle integriert. So ist der in Zusammenarbeit mit Sony Pictures Entertainment (SPE) entwickelte Dienst Bravia Core vorinstalliert, um den Kunden eine Auswahl aktueller Premium-Titel und beliebter Klassiker von SPE sowie eine umfangreiche IMAX Enhanced-Kollektion zu bieten. Bravia Core ist nach Angaben von Sony der branchenweit erste Dienst, der mit Pure Stream-Technologie arbeitet, um eine nahezu verlustfreie, UHD BD-äquivalente Qualität bei Streamingraten mit bis zu 80 Mbps zu erreichen.
Beim neuen Bravia XR Sortiment wird auch Google TV eingeführt, das Filme, Shows, Live-TV von Apps und Abonnements zusammenführt und organisiert. So können die Nutzer personalisierte Vorschläge erhalten sowie Lesezeichen für Sendungen und Filme in einer einzigen Watchlist setzen, die zudem über das Smartphone oder einen PC mit der Google-Suche ergänzt werden kann.
Alle Bravia XR Modelle sind kompatibel mit HDMI 2.1 und unterstützen 4K 120 fps, Variable Refresh Rate (VRR), Auto Low Latency Mode (ALLM) und eARC. Das ist auch für Gamer wichtig.
Die neuen Fernseher von Sony können auch mit Sprachkommandos (Google Assistant) bedient und mit Google Assistant- sowie Amazon Alexa-fähigen kombiniert werden. Videos von YouTube können via Google Nest übertragen und gesteuert werden; mit Google Assistant- beziehungsweise Amazon Alexa-kompatiblen Geräten kann man den Kanal wechseln und die Lautstärke regeln.
Für die authentische Wiedergabe cineastischer Werke sind auch der Netflix Calibrated Mode und IMAX Enhanced an Bord.
Die Preise und Termine für die Markteinführung werden noch bekanntgegeben.

Sony erweitert 360 Reality Audio-Ökosystem

Mit neuen Video-Streaming-Funktionen, Anwendungen zur Produktion von Inhalten und weiteren kompatiblen Geräten erweitert Sony die Möglichkeiten seines erstmals 2019 vorgestellten Musikformats 360 Reality Audio. Damit sollen Künstler und Produzenten noch mehr Möglichkeiten bekommen, Klangquellen wie Stimmen oder Instrumente bestimmten Positionen in einem sphärischen Raum zuzuordnen, um den Hörern den Eindruck zu vermitteln, sich in einem Musikstudio oder auf einem Konzert zu befinden.
Mit der neuen Möglichkeit, Videoinhalte mit immersivem 360 Reality Audio-Sound zu kombinieren, will Sony eine Lösung für Musikliebhaber schaffen, die aufgrund der Corona-Pandemie derzeit keine Konzerte besuchen können. In Zusammenarbeit mit großen Musiklabels und Dienstanbietern sollen die ersten Videoinhalte noch in diesem Jahr gestreamt werden.

Die WiFi-fähigen 360 Reality Audio Lautsprecher SRS-RA3000 (links) und SRS-RA5000 sollen in diesem Frühjahr in den Handel kommen.

Ab diesem Frühjahr bringt Sony die WiFi-fähigen 360 Reality Audio Lautsprecher SRS-RA5000 (UVP 549 Euro) und SRS-RA3000 (UVP 299 Euro) in den Handel. Sie können mit Google Assistant- oder Amazon Alexa-fähigen Geräten gesteuert werden.
360 Reality Audio lässt sich zudem mit Kopfhörern von anderen Herstellern erleben, wenn diese mit einem Android-/iOS-Smartphone kombiniert werden, auf dem die App eines teilnehmenden Streaming-Dienstes installiert ist. Um das Angebot an kompatiblen Audiogeräten weiter zu vergrößern, wird Sony künftig Lizenzen für Verfahren zur Personalisierung von Kopfhörern entsprechend den Höreigenschaften eines Nutzers sowie für Technologien vergeben, die die Wiedergabe von 360 Reality Audio mit Smartphones und Audiosystemen in Autos ermöglichen.

SVS vertreibt Nokia TV-Produkte

Mit Android-Betriebssystem

SVS hat den Vertrieb von Smart TVs, Streaming-Geräten und Receivern der Marke Nokia für den Fachhandel in Deutschland übernommen. Dabei kooperiert das Unternehmen mit der in Wien ansässigen StreamView GmbH, einem Lizenznehmer der Marke Nokia für Fernseher, Set-Top-Boxen und DAB+ Radios in Europa.

Die neuen Smart TVs und Streaming-Geräte der Marke Nokia laufen mit dem Android TV-Betriebssystem, um die Nutzung von Apps wie Netflix, Prime Video, Disney+, YouTube und Google Play besonders komfortabel zu machen. Fernsehprogramme können über terrestrische Antenne, Satellit oder Kabel empfangen werden. Zu den ersten Produkten zählt auch die Nokia Streaming Box 8000, eine 4K Ultra HD-Box mit Android 10.0, Streaming- und Media Player-Funktionen.

Die Nokia Smart TVs sollen den typischen Stil, die Qualität und das minimalistische Design von Nokia-Produkten mit moderner Technologie verbinden. Sie sind mit vier HDMI-, zwei USB-, LAN- und Audio/Video-Anschlüssen sowie Dual-Band WLAN und Bluetooth für die Verbindung mit der Fernbedienung und weiteren Geräten ausgestattet. Mit Apps, die Chromecast unterstützen, lassen sich auch Videos, Sportsendungen, mobile Spiele, Musik und andere Inhalte von mobilen Geräten auf den TV-Bildschirm übertragen. Die Nokia Smart TVs unterstützen den Google Assistant für die Suche nach YouTube-Videos, Filmen und Serien sowie das Abrufen von Informationen per Sprachsteuerung.

Das minimalistische Design der Nokia Smart TVs orientiert sich am typischen Stil der Marke.

Dank des Android TV-Betriebssystems bieten die neuen Nokia TVs schnellen Zugriff auf zahlreiche Programme, Dienste und Apps.

Gute Ausstattung

Die Verarbeitung der Signale erfolgt mit einem Vierkernprozessor mit 1,5 GB RAM und 8 GB ROMt. Die größeren Modelle ab 43 Zoll bieten 4K Ultra HD, HDR10 und Dolby Vision sowie Dolby Audio und dts für guten Ton, das 32 Zoll-Gerät unterstützt HDR10 und Dolby Audio. Der eingebaute Triple Tuner ermöglicht den Empfang von frei verfügbaren nationalen und internationalen TV-Programmen, für Pay TV-Inhalte steht ein CI+ Slot zur Verfügung. Zudem unterstützen die Nokia Smart TVs auch SatCR für den Anschluss von bis zu acht Receivern mit einem SatCR LNB. Die ergonomisch geformte Bluetooth-Fernbedienung erlaubt Sprachsteuerung und macht es mit der Hintergrundbeleuchtung leicht, auch in dunklen Räumen die richtige Taste zu finden. Für den sofortigen Abruf von Netflix- und YouTube gibt es spezielle Tasten.

Das Sortiment umfasst sieben Bildschirmgrößen von 32 bis 75 Zoll. Sie sind zu Preisen von 369,90 Euro (UVP 32 Zoll), 499,90 Euro (UVP 43 Zoll) bzw. 599,90 Euro (UVP 50 Zoll) erhältlich.

Nachrichten

PoS-Aktuell

Ehemaliger Wertgarantie-Vorstand jetzt bei Easy Insurance

Hartmut Waldmann

Hartmut Waldmann, bisher Vorstand International bei der Wertgarantie AG in Hannover, hat Anfang des Jahres die Position des Geschäftsführers Vertrieb (Chief Sales Officer) bei der Easy Insurance GmbH übernommen, um das junge Unternehmen mit seiner internationalen Erfahrung zu unterstützen. Die Easy Insurance GmbH ist ein Tochterunternehmen der Insurtech Group, einem digitalen Servicedienstleister für Versicherungen und Versicherungsprodukte mit Sitz in Frankfurt am Main.

„Wir sind froh, mit Hartmut Waldmann einen erfahrenen Manager aus dem Bereich der Elektronikversicherungen gewonnen zu haben, der den Markt von der Pike auf kennt und uns mit seiner jahrzehntelangen Markterfahrung unterstützen kann", so Andreas Maile, geschäftsführender Gesellschafter der Insurtech Group. „Ich kenne Herrn Waldmann seit vielen Jahren und weiß, dass wir einen erfahrenen, kompetenten und verlässlichen ‚Macher' gewonnen haben."

Nach dem Start ihrer vertrieblichen Aktivitäten im Jahr 2019 hat Easy Insurance nach eigenen Angaben bereits mehr als 550 Vertriebspartner gewonnen und will 2021 das vorhandene Potential kräftig ausbauen. Als Zielgruppe wird der stationäre Handel im Bereich der Consumer Electronics auf dem deutschen und österreichischen Markt definiert. In diesem Bereich will Easy Insurance zunächst eine Nische zu besetzen, vollständig neue Produkte entwickeln und aus dieser Nische heraus weiter wachsen. Dazu soll eine besonders schnelle Prozessabwicklung im Reparaturgeschäft etabliert und zugleich die Digitalisierung im Geschäftsmodell Versicherungen vorangetrieben werden.

„Ich blicke mit großer Vorfreude der vor mir liegenden Aufgabe entgegen, hier an der Spitze eines kleinen, aber schlagkräftigen Vertriebsteams eine europäische Unternehmensstrategie zu entwickeln und die Produkt- und Prozessentwicklung des jungen Insurtech-Unternehmens voranzutreiben", kommentierte Waldmann, der fast 30 Jahre Berufserfahrung in der Versicherungswirtschaft mitbringt, seine neue Aufgabe. „Aufbauarbeit in dieser Form reizt mich ganz besonders, weil ich hier viel gestalten kann. Die Easy Insurance GmbH ist ein junges, wachsendes Unternehmen in einer spannenden Branche. Hier kann ich meine Expertise als Top-Manager für Wachstum und Ergebnisoptimierung im Bereich Versicherungen ebenso einbringen wie mein großes Netzwerk und meine zahlreichen Kontakte in der Versicherungswirtschaft, bei Herstellern und Handel. Ich freue mich deshalb ganz besonders auf die neue Herausforderung, zumal ich hier nach vielen Jahren in Hannover wieder in meiner Heimatstadt Frankfurt wirken kann."

Vor seiner Vorstandstätigkeit bei Wertgarantie war Waldmann mehrere Jahre als Vorstand Vertrieb und strategische Entwicklung bei der European Warranty Partners SE tätig. Zuvor bekleidete er diverse Führungspositionen bei Unternehmen der Segmente Versicherungswirtschaft, Telekommunikation und Reparatur-Dienstleistung, darunter als Geschäftsführer, Leiter des Neukundengeschäfts, Vertriebsdirektor und Gesamtvertriebsleiter.

Panasonic verlängert Cashback-Aktionen

Panasonic hat angekündigt, die am 2. November 2020 gestarteten Cashback-Aktionen aus den Bereichen 4K Ultra HD TVS, Soundbars, Lumix Kameras sowie Objektive bis Ende Februar 2021 zu verlängern. Kunden, die eines der Aktionsprodukte bei einem teilnehmenden Händler erwerben, können den Kauf auch weiterhin online registrieren und den Kaufbeleg hochladen.

Panasonic macht auf die Verlängerung der Aktion in verschiedenen Medien aufmerksam und will damit damit die Gesamtreichweite der Mediakampagne auf 683 Millionen erhöhen, heißt es in einer Pressemitteilung. Über verschiedene Medien hinweg wurden größere Buchungen vorgenommen, darunter Radiospots, Digitalanzeigen, Social Media Formate und ein aufwändig produzierter TV-Spot.

Die Denon Sound Bar 550 zeigt sich in der typischen Designsprache von Denon und kann drahtlos mit den Denon Home Lautsprechern 150, 250 oder 350 gekoppelt werden.

Denon Home Sound Bar 550

Für Hi-Res-Klänge

Mit der neuen Home Sound Bar 550 erweitert Denon sein Sortiment um ein Premium-Produkt, das auch kabellos als eigene Zone in bestehende Heos Multiroom-Systeme integriert werden kann. Die mit sechs Treibern ausgestattete Soundbar unterstützt Dolby Atmos und DTS:X, um die TV-Wiedergabe von Filmen, Serien und Musik mit eindrucksvollem 3D-Surround-Sound zu ergänzen. Zudem kann sie auch zur direkten Wiedergabe hochaufgelöster Audiodateien von Streaming-Diensten oder lokalen Musikbibliotheken genutzt werden.

Die Denon Home Sound Bar 550 kann als einzelne Audio-Komponente eingesetzt oder mit anderen Denon Home Lautsprechern wie den Modellen Home 150, 250 oder 350 gekoppelt werden. Für besonders kräftige Bässe ist auch die Kombination mit dem kabellosen Subwoofer DSW-1H möglich.

Die in der typischen Designsprache von Denon auftretende Soundbar ist sehr einfach zu bedienen und kann intuitiv in kabellose Heos Mulitiroom-Systeme integriert werden. Sie lässt sich wahlweise mit der mitgelieferten Fernbedienung sowie den meisten TV-Fernbedienungen, über die Heos App oder über das beleuchtete Bedienfeld an der Geräteoberseite steuern. Dank der Unterstützung für eARC (Enhanced Audio Return Channel) erfolgt die Übertragung der Soundsignale zum Fernseher über ein einziges HDMI-Verbindungskabel. Über einen 4K-fähigen HDMI-Eingang kann man zusätzliche Quellen wie Blu-ray-Spieler direkt an die Soundbar anschließen. Das beleuchtete Bedienfeld der Soundbar aktiviert sich bereits automatisch, bevor die Hand die Oberfläche berührt. Über die Tasten ist die Steuerung wichtiger Funktionen wie Lautstärkeregelung, Play/Pause, Stummschaltung sowie das Starten oder Überspringen von Musikstücken auch ohne Fernbedienung oder App möglich. Die Fernbedienung ist mit drei Schnellwahltasten ausgestattet, die individuell mit bevorzugten Quellen (inklusive Sound-Modi) oder Internetradio-Stationen belegt werden können. Zudem können sechs Schnellwahloptionen über die Heos App angewählt werden.

Mit zwei 19 mm und vier 55 mm Treibern sowie drei passiven Bass-Reflektoren erzeugt die Sound Bar 550 auch als Einzellösung eindrucksvollen Klang.

Alexa im Frühjahr

Mit einem für das Frühjahr 2021 geplanten Firmware-Update sollen die Denon Home Sound Bar 550 sowie die Denon Home Wireless-Lautsprecher auch die Sprachsteuerung Alexa von Amazon unterstützen. Die notwendigen Mikrofone sind bereits eingebaut, werden aber nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Anwender aktiviert. Nach der Verknüpfung des Kontos kann Alexa dann auch ohne zusätzliche Lautsprecher wie Echo oder Echo Dot verwendet werden, um per Sprachbefehl die Lautstärke zu regeln, Eingänge zu wechseln sowie die Bass- und Höhenpegel einzustellen.

Die neue Sound Bar 550 ist bereits werkseitig für die Kombination mit den drei kabellosen Multiroom-Lautsprechern aus dem Denon Home Sortiment vorbereitet. Mit allen Modellen ist der Zugriff auf Streaming-Dienste wie Spotify, Amazon Music HD und TIDAL sowie auf hochgeauflöste, auf dem Smartphone oder im Netzwerk gespeicherte Audiodateien möglich. Dafür stehen die kabellosen Optionen WLAN, AirPlay 2 und Bluetooth zur Verfügung. Dabei kann man Inhalte wie digitale Hi-Res-Audiotitel wahlweise separat in jedem Raum abspielen oder alle Geräte mit Heos Built-in miteinander verbinden, um im ganzen Haus oder Büro dieselbe Musik hören.

Die Denon Sound Bar 550 kommt im Februar für 649 Euro (UVP) auf den Markt.

TÜV Rheinland zeichnet Wertgarantie aus

Der TÜV Rheinland hatte im November 2020 in einer repräsentativen Umfrage die Kunden des Versicherers um ihre Meinung zum Wertgarantie-Kundenservice gebeten. Im Gesamtergebnis wurden die hervorragenden Leistungen aus den Vorjahren bestätigt: Rund 96 Prozent sind mit dem Kundenservice „sehr zufrieden" bzw. „zufrieden". Über 98 Prozent der Kunden beurteilen den Service als „sehr zuverlässig" bzw. „zuverlässig", und 98 Prozent der Befragten würden Wertgarantie „bestimmt" oder „wahrscheinlich" Freunden oder Bekannten weiterempfehlen.

„Die Kunden sind ausgesprochen zufrieden mit uns", erklärte Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann. „Wir sind sehr stolz darauf, wenn wir von namhaften Instituten und Medien so gut beurteilt und ausgezeichnet werden."

Im vergangenen Jahr zählte Wertgarantie bereits zum zweiten Mal zu den Gewinnern des Deutschen Fairness-Preises, einer Auszeichnung des Deutschen Instituts für Service-Qualität und des Nachrichtensenders ntv. „Wenn ein Kunde mit uns in Kontakt tritt, ist das der Moment der Wahrheit: Kann er sich auf Wertgarantie verlassen – sowohl hinsichtlich der Zuverlässigkeit der Produkte und Dienstleistungen als auch in Bezug auf Reaktionen bei Problemen und Reklamationen? In all diesen Punkten können wir auf ganzer Linie überzeugen, das haben unsere Kunden mit ihrem Feedback in der TÜV-Befragung erneut bestätigt", erläuterte Lehmann.

Auch im vergangenen Jahr war Wertgarantie durchgehend für die Kunden erreichbar, es gab keine Corona-bedingten Einschränkungen im Service – das honorierten die Kunden in der TÜV-Umfrage: Rund 94 Prozent der Kunden waren „sehr zufrieden" bzw. „zufrieden" mit der Erreichbarkeit der Mitarbeiter.

Darüber hinaus hat Wertgarantie eine Verbesserung seines Fachhändlerportals angekündigt. Das Upgrade umfasst unter anderem eine intelligente Geräte- und Herstellervorsortierung sowie eine automatische Adressvervollständigung.

Nach Angaben von Wertgarantie wird das Fachhändlerportal täglich von tausenden Partnern und Vermittlern aus ganz Deutschland und Österreich genutzt, um Bestandsverträge, Anträge und Schäden an den Spezialversicherer aus Hannover zu übermitteln. Die jetzigen Verbesserungen erleichtern und vereinfachen insbesondere die Arbeit der Vermittler mit den Wertgarantie-Produkten. Zudem kann das Portal auch als Informationsquelle zu allen Wertgarantie-Produkten und -Vorgängen genutzt werden.

„Alle Maßnahmen dienen dazu, den digitalen Antragsweg deutlich zu vereinfachen, so dass sich unsere Partner im Fachhandel gerade jetzt bedingt durch den zweiten harten Lockdown deutlich mehr auf die Kundenansprache und das Verkaufen z. B. per Telefon konzentrieren können", erläuterte Thilo Dröge, Wertgarantie-Vertriebsleiter.

Bosch Smart Home kündigt neuen Dienst an

Gesunde Luft

Bosch Smart Home hat auf der digitalen CES den neuen Dienst „Gesunde Raumluft" vorgestellt, der seine Nutzer über den richtigen Zeitpunkt zum (Stoß-)Lüften informiert. Zusätzlich kündigte das Unternehmen in Partnerschaft mit Mercedes-Benz neue Möglichkeiten an, das Smart Home von Fahrzeugen aus zu steuern und gab Pläne für den Ausbau des Vertriebs in weitere elf europäische Länder bekannt.

Der neue Dienst „Gesunde Raumluft" nutzt die vom Rauchwarnmelder Twinguard gewonnen Daten, um die Luftqualität zu überwachen.

Die erste Funktion des neuen Dienstes „Gesunde Raumluft" in der Bosch Smart Home App ist ein Lüftungsmelder, mit dem die Überwachung der Raumluft durch den Rauchwarnmelder Twinguard /siehe PoS-MAIL 12/2020, S. 14) noch komfortabler wird. Denn als Komponente, die nicht nur vor Brandgefahren warnt, sondern auch die Luftqualität überwacht, ist der Twinguard nicht nur mit der Dual Ray-Technologie von Bosch Sicherheitssysteme zur Raucherkennung ausgestattet, sondern auch mit einem Luftgütesensor.

Ab sofort können Anwender des Twinguard mit Hilfe der App eine eigene Lüftungsampel einrichten. Das funktioniert in drei einfachen Schritten: Zunächst wird der zu überwachende Raum festgelegt, dann jeweils ein Grenzwert für die drei Warnstufen rot, gelb und grün sowie der Nutzungszeitraums. Bei Unterschreitung der Grenzwerte werden die Nutzer mit einer Push-Nachricht auf das Smartphone und auf Wunsch auch über farbiges Leuchten von Philips Hue oder Ledvance Smart+ Lampen infomiert, wenn diese ins Netzwerk eingebunden sind. So können die Bewohner eines smarten Zuhauses den richtigen Zeitpunkt zum Lüften erkennen.

Offenes System

Über eine offene Schnittstelle, die Bosch Smart Home seit Anfang 2020 anbietet, können die Geräte des Unternehmens über eine Cloud API in Lösungen anderer Anbieter integriert werden. So können jetzt wichtige Funktionen mit dem Kommando „Hey, Mercedes" per Sprachbefehl von der Mercedes S-Klasse aus gesteuert werden. Das gilt derzeit für Zwischenstecker, Raumthermostate, Heizkörper-Thermostate, Rollladen, Tür-/Fensterkontakte, Lichtsteuerungen und Bewegungsmelder. Weitere Mercedes-Modellreihen sollen im Laufe des Jahres folgen. Nachdem sich die vernetzten Produkte von Bosch Smart Home in Deutschland, Österreich, Frankreich und Großbritannien etabliert haben, wird der Hersteller nun in weiteren europäischen Ländern aktiv. Seit Anfang des Jahres sind die Lösungen auch in den Niederlanden, Spanien und Italien erhältlich, als nächstes Vertriebsland soll die Schweiz im Lauf des Jahres folgen, später ist der Markteintritt in Portugal, Belgien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden und Luxemburg geplant.

Neue LG InstaView Door-in-Door Kühlschränke

Mehr Hygiene

LG Electronics nutzte die digitale CES 2021 zur Ankündigung einer neuen Generation von InstaView Door-in-Door Kühlschränken, die bewährte Funktionen zur Frischhaltung von Lebensmitteln mit neuen Ideen verbinden. Auch das nahtlose Design mit schlichter Edelstahloptik wurde überarbeitet, und die UVnano-Technologie sorgt für mehr Hygiene im eingebauten Wasserspender.

Schon äußerlich fällt die um 23 Prozent vergrößerte Glasscheibe in der rechten Tür ins Auge. Sie ist bei den neuen Modellen um 23 Prozent größer als bei den Vorgängern und gibt wie bisher auf zweimaliges Klopfen den Blick in das Innere des Kühlschranks frei. Durch die Door-in-Door-Konstruktion können die Anwender schnell auf häufig benötigte Produkte, z. B. Getränke, zugreifen, die in der Innentür gelagert und entnommen werden können, ohne die Haupttür zu öffnen. Das reduziert den Kälteverlust und damit den Stromverbrauch.

Gerade in diesen Zeiten werden viele Kunden die neue UVnano-Technologie am Ausgang des eingebauten Wasserspenders als wichtiges Ausstattungsmerkmal zu schätzen wissen. Hier nutzt LG die Kraft des Lichtes, um das System hygienisch und keimfrei zu halten, indem einmal pro Stunde ultraviolettes Licht eingeschaltet wird, das nach Angaben von LG bis zu 99,99 Prozent der Bakterien am Wasserausgang entfernt. Bei Bedarf kann die UVnano-Funktion mit einem Tastendruck auch manuell aktiviert werden.

Bestmögliche Frische

Auch die neuen InstaView-Geräte sind mit den bewährten LG-Technologien für das Frischhalten von Lebensmitteln ausgestattet. So sorgt LinearCooling für gleichmäßige Temperaturen mit geringen Schwankungen, denn diese gelten als einer der Hauptgründe für den Verderb von Lebensmitteln. Dabei kühlt DoorCooling+ den gesamten Innenraum effizient, indem ein kräftiger Luftstrom aus einer klug positionierten Lüftungsöffnung im Türbereich verteilt wird. Neu ist dagegen die erstmals auf des CES 2020 gezeigte Craft Ice-Funktion, die LG in diesem Jahr in einige seiner Side-by-Side InstaView Kühlschränke integriert. Dieses neue System erzeugt nicht nur Eiswürfel und Crushed Ice, sondern auf Wunsch auch attraktiv aussehende Eiskugeln mit zwei Zentimetern Durchmesser. Sie geben Getränken einen zusätzlichen optischen Pfiff und halten sie dabei länger kühl, da sie langsamer schmelzen.

Die Frontscheibe, die auf zweimaliges Klopfen den Blick in das Innere freigibt, ist bei den neuen InstaView Door-in-Door Kühlschränken um 23 Prozent größer als bei den Vorgängermodellen.

Die neue UVnano-Technologie entfernt am Ausgang des eingebauten Wasserspenders bis zu 99,99 Prozent der Bakterien.

Neue Saugroboter und Staubsauger von Hoover

Die neuen Hoover Saugroboter, hier der H-Go 700 Plus, können mit einer App auch aus der Ferne gesteuert oder programmiert werden.

Praktische Helfer

Mit zwei Saugrobotern, einem Saug-Wisch-Modell und kabellosen Akkusaugern bringt Hoover praktische Haushaltshelfer in Wachstumssegmenten auf den Markt. Sie sollen die Hausarbeit wesentlich erleichtern, ohne dass die Sauberkeit der Fußböden leidet. Gute Ausstattung und attraktive Preise sollen dem Fachhandel auch das Verkaufen leicht machen. Zudem hat Hoover neue Bodenstaubsauger angekündigt.

Die neuen Saugroboter H-Go 700 (UVP 449 Euro) und und H-Go 700 Plus (UVP 599 Euro) kommen noch im 1. Quartal in die Geschäfte. Mit ihrem bürstenlosen Motor (70 W / 120 W) und dem Lithium-Ionen-Akku (14,6 V bzw. 21,6 V mit je 4.000 mAh) bieten sie eine hohe Saugleistung, die im Standard-Modus bis zu 90 Minuten und im Turbo-Modus bis zu 24 Minuten lang genutzt werden kann. Infrarot- und Absturzsicherungssensoren beugen der Kollision von Hindernissen und Unfällen an Treppen vor. Für systematische, flächendeckende Reinigung sorgt ein gyroskopisches Navigationssystem.
Beide Neuheiten sind im Silent-Modus mit einem Geräuschpegel von 60 dB[A] nicht lauter als ein normales Gespräch; dann reicht die Akkuladung sogar bis zu 120 (H-Go 700) beziehungsweise bis zu 135 Minuten (H-Go 700 Plus).
Mit einer kostenlosen App können die Saugroboter auch aus der Ferne gesteuert oder programmiert werden. Dabei kann man nicht nur Startzeiten und Reinigungsmodi vorwählen, sondern auch einzelne Räume für die Reinigung bestimmen. Mit ihren gummierten Rädern schonen die kleinen Helfer auch empfindliche Fußböden, No-Touch-Sensoren sorgen dafür, dass sie vor Hindernissen abbremsen und die Richtung ändern. Kommt es doch einmal zu einem Kontakt, wirken die Soft-Touch-Stoßstangen Kratzern an Möbeln entgegen.
Der H-Go 700 Plus ist zusätzlich mit Teppich-Erkennungssensoren ausgestattet, um die Saugkraft des Roboters anpassen. Bei diesem Modell erhöhen zudem Staubsensoren automatisch die Leistung in Bereichen, wo eine größere Staubmenge erkannt wird.
Wenn nicht nur gesaugt, sondern gleichzeitig auch gewischt werden soll, ist der neue, sofort lieferbare H-Go 300 Hydro (UVP 349 Euro) mit 150 ml-Wassertank eine gute Empfehlung. Er läuft mit seinem 14,8 V Lithium-Ionen-Akku bis zu 120 Minuten lang.

Die neuen Handstaubsauger der Reihe H-Handy 700 von Hoover wiegen nur 640 g.

Kabellose Handstaubsauger

Die sofort verfügbaren neuen Akkuhandstaubsauger der Reihe H-Handy 700 von Hoover sind eine gute Lösung, wenn schnell etwas Schmutz beseitigt werden soll. Sie wiegen nur 640 g, erzielen aber mit ihrem bürstenlosen Direkt-Impuls-Motor (120 W) eine Saugleistung von 40 Airwatt. Das frontale LED-Licht hilft dabei, Verschmutzungen auch in dunklen Ecken zu erkennen. Der herausnehmbare 2.000 mAh Lithium-Akku (11,1 V) ermöglicht bis zu 12 Minuten kabelloses Arbeiten.
Zum Lieferumfang gehört auf der Ladestation platziertes 3 in 1-Zubehör mit einer Fugendüse, einer Staubbürste für harte Oberflächen und einer Möbeldüse für Polstermöbel. Die Polsterdüse des H-Handy 700 Express (UVP 179 Euro) wurde speziell für das Saugen von Textilien wie Kissen oder Polstermöbeln entwickelt. Das Modell H-Handy 700 Organizer (UVP 199 Euro) kann nicht nur saugen, sondern dank eines Vakuum-Kits auch Lebensmittel luftlos verpacken. Für Tierhalter besonders gut geeignet ist der H-Handy 700 Pets (UVP 209 Euro), dessen motorisierte Mini-Turbodüse die Entfernung von Haaren erleichtert.

Beutellose Bodenstaubsauger

Mit dem neuen beutellosen Bodenstaubsauger HP740AS fügt Hoover der H-Power-700-Reihe ein besonders leises Modell (66 dBA) hinzu, das zudem die Luftqualität in der Wohnung analysieren kann. Die integrierten Air Sense Sensoren messen neben der Zusammensetzung des Oberflächenstaubes auch die Lufttemperatur und die Luftfeuchtigkeit und geben den Nutzern via APP Empfehlungen für die richtige Reinigung.
Die Entleerung des Staubbehälters wird von der Auto-Dust-Clean-Funktion (Selbstreinigung) sowie der Zyklonreinigung unterstützt. Auch der Aufwand für die Wartung des Filters ist gering. Wenn der Knopf zum Entleeren des Behälters gedrückt wird, öffnet sich die Behälterklappe; anschließend gleitet ein Reinigungsring automatisch das Feinstaubrohr entlang, so dass Staub, Fasern und Haare herunterfallen.
Der HP740AS soll im ersten Quartal für 529 EUR (UVP) auf den Markt kommen.
Ebenfalls neu bei Hoover ist der H-Pure 700 Steam, der staubsaugen und dampfreinigen kann. Mit dem abnehmbaren Handgerät ist auch die Überflur-Dampfreinigung von Spiegeln, Fenstern, Fliesen, Rollläden, Duschen, Sofas oder Polstern ohne große Anstrengung möglich. Die Intensität des Dampfes kann in den Stufen Low (für empfindliche Oberflächen), Medium (für Fliesen und Vinyl) und High (für hartnäckige Verunreinigungen auf Marmor und Steinen) reguliert werden.
Dieses Modell, für das umfangreiches Zubehör erhältlich ist, ist ab sofort für 379 Euro (UVP) lieferbar.

Der Bodenstaubsauger HP740AS arbeitet besonders leise und kann zudem die Luftqualität in der Wohnung analysieren.

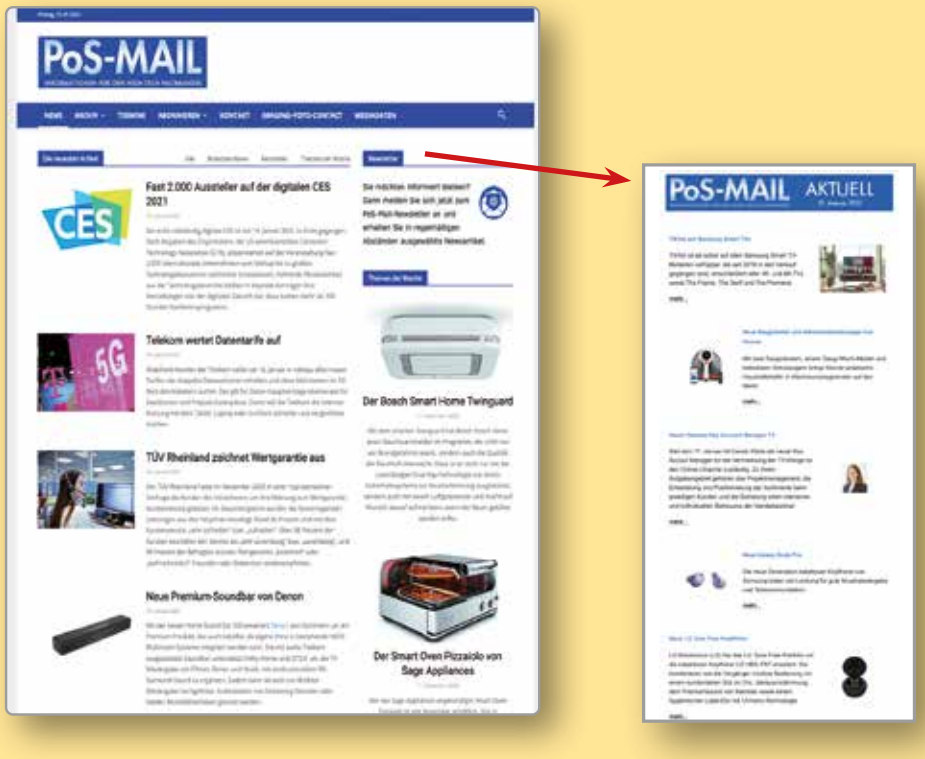
„Höchstes Vertrauen"-Auszeichnung für Haier

Bereits zum vierten Mal führte das Institut für Management und Wirtschaftsforschung (IMWF) im Auftrag von Focus-Money und Deutschlandtest eine Studie zum Thema „Höchstes Vertrauen" durch. Dabei wurde die Online-Reputation von 17.000 Marken aus 250 Branchen und Produktkategorien in Bezug auf Seriosität, Weiterempfehlung, Vertrauen und Qualität ermittelt.
In der Kategorie Haushaltselektrogeräte erhielten sieben Unternehmen die Auszeichnung „Höchstes Vertrauen". Dabei platzierte sich Haier mit 81,8 Punkten auf Rang 3 – noch vor Vorwerk Thermomix (81,5), Dyson (80,3), Miele (79,7) und Liebherr (76). Ausgezeichnet wurden Unternehmen, die auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten mindestens 70 Punkte in der Gesamtwertung erreichen können.
„Vertrauen ist die Basis für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens", so Thomas Wittling, Geschäftsführer der Haier Deutschland GmbH. „Denn nur wenn die Verbraucherinnen und Verbraucher darauf vertrauen können, dass unsere Produkte in allen Aspekten ihren Erwartungen entsprechen, werden sie sich für die Marke Haier entscheiden und Empfehlungen aussprechen. Dass wir uns im Ranking sogar vor einigen Traditionsmarken platzieren konnten, zeigt: Die Verbraucherinnen und Verbraucher honorieren unsere hohen Investitionen in die Entwicklung innovativer Technologien und exklusiver Designs sowie die hochwertige Verarbeitung unserer Produkte."

www.pos-mail.de

Im neuen Design

Wir haben www.pos-mail.de, unseren aktuellen Internet-Informationsdienst, komplett neu gestaltet. Jetzt finden Sie auf unserer Webseite die aktuellen Nachrichten und Hintergrundthemen noch schneller, auch das Erscheinungsbild wurde modernisiert. Unser regelmäßig erscheinender PoS-MAIL Newsletter sieht ebenfalls attraktiver aus.



Unverändert ist die Aktualität, mit der wir Sie auf unserem Internetportal ständig über brandneue Produkte, Marketing-Aktivitäten und personelle Veränderungen in der High-Tech-Branche informieren.

Zudem haben Sie Zugriff auf wichtige Artikel der aktuellen PoS-MAIL Ausgabe und können über ein Archiv auch auf die Inhalte früherer Jahre zurückgreifen – und zwar bis zur ersten Ausgabe im Jahr 2000. Unter den Suchfunktionen finden Sie ganz einfach die Meldungen zu einem bestimmten Unternehmen oder Stichwort.

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

Regelmäßig informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der High-Tech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren auf www.pos-mail.de.

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Smart duften mit Ninu

Auf der CES gibt es ja bekanntlich jede Menge Neuheiten, und als Rentner habe ich Zeit, die besten und die dümmsten Ideen herauszusuchen. Dabei bin ich auf Ninu gestoßen, das nach Aussage seines Erfinders erste smarte Parfum der Welt. Es duftet mit Hilfe einer App und künstlicher Intelligenz immer wieder neu und anders. Und es wäre – so die Ninu Erfinder – von Apple auf der CES präsentiert worden, wenn die Herrschaften aus Cupertino dort ein Parfum auf den Markt gebracht hätten. Das taten sie nicht, und deshalb hat das Marko Matijević, der Gründer von Nino Perfume, übernommen.

Trotz App und AI wurzelt Ninu auf einer Jahrtausende alten Tradition, denn die namensgebende Dame ist als (wenn auch in der Keilschrift nicht mehr hundertprozentig erkennbare) Assistentin einer gewissen Tapputi bekannt, die vor 3200 Jahren in Mesopotamien die womöglich ersten Parfums der Welt zusammengerührt hat. Die waren aber, so steht es bei wikipedia, noch mit Lösungsmitteln versehen, während Ninu heute 100 Prozent vegan und mit nachhaltig gewonnen Zutaten daher kommt.

Ninu besteht aus drei verschiedenen Düften, die mit Hilfe einer App und des virtuellen AI Parfum-Meisters Pierre immer wieder neu kombiniert werden können, damit der Träger oder die Trägerin des Parfums die „Version des eigenen Ichs", so die Pressemitteilung, repräsentieren kann, die der Stimmung zum fraglichen Zeitpunkt genau entspricht. Dass man für so ein höheres Ziel künstliche Intelligenz benötigt, glaube ich sofort. Dass man dazu aber Parfum braucht, war mir neu. Man lernt auf Innovationsmessen eben viel dazu – selbst auf virtuellen.

Jedenfalls habe ich nicht übel Lust, Ninu auszuprobieren und zu erleben, wie jeder Sprühstoß aus dem smarten Dispenser anders riecht, um mir, wie es die Entwickler verheißen, den Extraschwung für jeden Schritt geben, wenn ich vor die Türe gehe. Denn wenn es etwas gibt, das Rentner brauchen, dann ist das Schwung. Je nachdem, durch welche Tür man sich gerade entfernen möchte, kann man dann umso schneller verduften.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31
Fax: (0 21 02) 20 27 - 49

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

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

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

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Franz Wagner

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

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 22 v. 1. Januar 2021 .

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

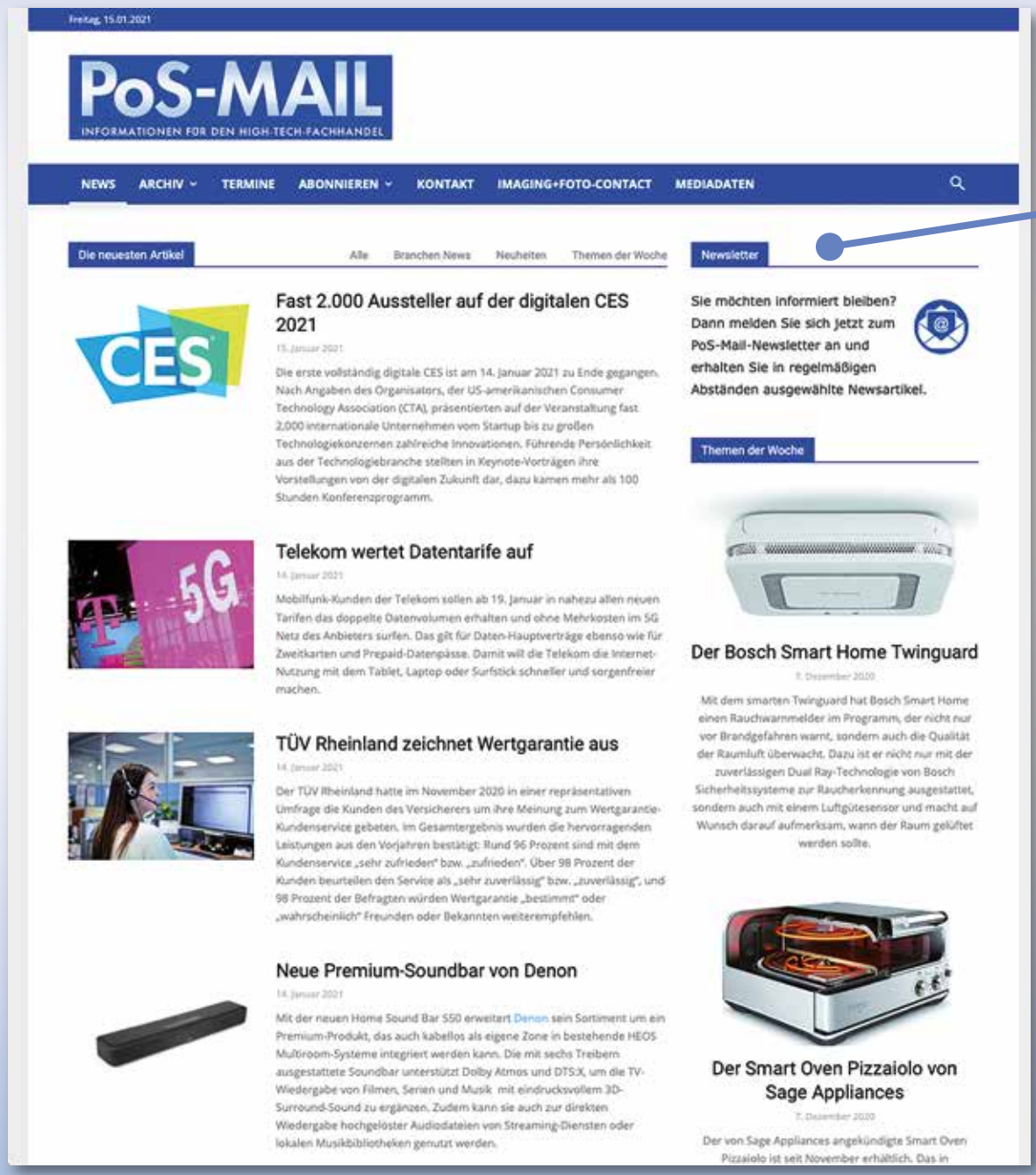
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

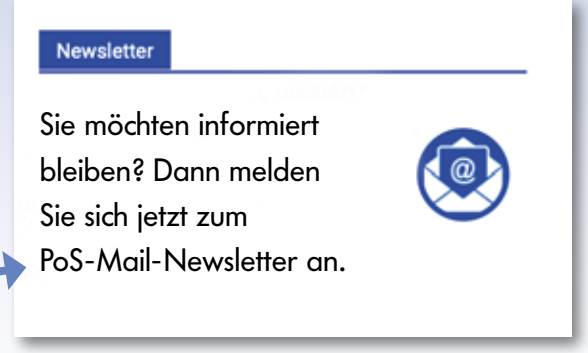
Erscheinungsweise:
PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar und am 1. Juli.
Der Abonnementspreis beträgt 60,–€ jährlich (Ausland: 80,– €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635

PoS-MAIL jetzt neu im Internet
www.pos-mail.de

Tagesaktuelle News jetzt im neuen Design





Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren: pos-mail@cat-verlag.de

PoS-MAIL informiert aktuell über Innovationen und digitale Consumer-Technologien in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Digital Health/Personal Care, Haus- und Elektrogeräte sowie Smart Home.

PoS-MAIL ist das kompetente Medium für den technischen Fachhandel, Online-Spezialisten und Fachmärkte in ganz Deutschland.