



## Das Weihnachtsgeschäft mit Yamaha



## Soundbars, Kopfhörer, High-End-HiFi

Nicht nur für das Weihnachtsgeschäft bietet Yamaha seinen Handelspartnern ein breites Sortiment erstklassiger Audio-Produkte für ganz verschiedene Zielgruppen. Obwohl die aktuellen Lieferprobleme noch nicht gänzlich überwunden sind, stehen jetzt verschiedene klangstarke Soundbars und Kopfhörer mit

immersivem Sound zur Verfügung. Auch bei den hochwertigen HiFi-Komponenten zeigt Yamaha weiter Flagge und hat neue Produkte angekündigt. Zudem bietet Yamaha dem Fachhandel erstmals die Möglichkeit, mit dem brandneuen Gaming-Headset YH-G01 und dem Audiomixer ZG01 die stetig wachsende Zahl von Menschen

anzusprechen, die sich für Videospiele interessieren. Dabei handelt es sich um eine kaufkräftige und investitionsfreudige Zielgruppe, die man mit guten Argumenten davon überzeugen kann, sich selbst oder andere mit Produkten zu beschenken, die das Spielerlebnis noch intensiver werden lassen.



## EDITORIAL

## Dem IFA Start-up alles Gute!

Wie Sie in dieser PoS-MAIL Ausgabe lesen können (Seite 8), hat das monatelange Tauziehen um die Zukunft der IFA ein Ende gefunden. Bereits ab dem nächsten Jahr wird die Veranstaltung nicht mehr von der Messe Berlin durchgeführt, die weiterhin das Gelände vermietet, sondern von der neu gegründeten IFA Management GmbH, einem Joint Venture zwischen dem Eigentümer der IFA, der gfu Consumer and Home Electronics GmbH, und dem in London ansässigen Event-Veranstalter Clarion Events Limited. Damit ist die wichtigste Messe unserer Branche sozusagen zum Projekt eines Start-ups geworden.

Es ist zu begrüßen, dass die IFA weiterhin in Berlin bleibt, und man darf gespannt sein, welche Konzepte die neue Führung an den Start bringen wird. Die Messlatte liegt hoch: Denn die IFA hat – wie alle Großmessen – zwar einige Hausaufgaben zu machen, aber sie ist kein Sanierungsfall. Im Gegenteil: Unter der Führung des in diesem Jahr ausgeschiedenen Teams um Jens Heithecker hat sie sich zur weltweit bedeutendsten Messe für Consumer Electronics und Home Appliances entwickelt, dabei ihre Internationalität deutlich gesteigert und zudem mit einem Ausbau des Rahmenprogramms neue Zielgruppen erschlossen.

Welche Personen in Zukunft die IFA verantworten werden, ist noch offen. Benannt ist Oliver Merlin, der die Geschäftsführung der IFA Management GmbH übernommen hat. Er stellt sich auf LinkedIn als Business Transformation Specialist vor und hat in den letzten Jahren verschiedene leitende Positionen innerhalb und außerhalb der Event-Branche innegehabt. Jens Heithecker gibt neuerdings auf LinkedIn als Arbeitgeber die Clarion Events Limited an. Eine Anfrage von PoS-MAIL über seine zukünftige Position blieb zwar bisher unbeantwortet, aber man darf davon ausgehen, dass er nicht zu dem Londoner Unternehmen gestoßen ist, um dort Veranstaltungen für die Haustier- oder Modebranche zu unterstützen.

Auf jeden Fall ist es eine gute Nachricht, dass die IFA in der Bundeshauptstadt bleibt und sich jetzt mit neuer Dynamik weiterentwickeln kann. Ungeklärt dagegen ist derzeit noch die Frage, wer die Nachfolge von Volker Klodwig als Aufsichtsratsvorsitzender der gfu antreten wird. Auch hier wäre kurzfristige Klarheit über die Neubesetzung wünschenswert.

PoS-MAIL wird auch in Zukunft die aktuellen Entwicklungen rund um die IFA und unsere Branche begleiten. Wir bedanken uns bei unseren Geschäftspartnern sowie den Lesern und Leserinnen für ein spannendes Jahr 2022 und wünschen Ihnen, dass Sie nach einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft die Feiertage nutzen können, um Kraft und Unternehmertum für das herausfordernde Neue Jahr zu sammeln.

*Thomas Blömer*  
Thomas Blömer

„Hochwertiger Klang zum großen Bild steht seit jeher im Fokus der Kunden – ob bewusst, oder unbewusst. Denn echtes Film- oder Gaming-Erlebnis entsteht nur mit der passenden Soundausstattung. Darüber hinaus wünschen sich Musikliebhaber ihre Songs via Multiroom überall in Ihrem Zuhause – und natürlich auch unterwegs“, erklärte Mathias Krause, Manager Sales Germany bei Yamaha Music Europe. „Mit unserem Sortiment bieten wir dem Fachhandel die Möglichkeit, auch Normalverbrauchern zu bezahlbaren Preisen überzeugende Klangerlebnisse zu vermitteln und dabei eine hohe Wertschöpfung zu erzielen. So entsteht auch Potential für die Zukunft, denn wer einmal guten Sound im Alltag erlebt hat, lässt sich leichter auch für anspruchsvollere Komponenten gewinnen.“

### Die aktuellen Soundbars

Für den guten Ton zum Fernseher sind Soundbars oft unerlässlich, denn die schlanken Gehäuse der neuen TV-Generationen stoßen bei der Klangwiedergabe häufig auf physikalische Grenzen. Soundbars von Yamaha bieten für dieses Problem überzeugende Lösungen, ohne viel Platz zu beanspruchen. So trägt das Modell SR-C30A (UVP 379 Euro) das „C“ in seinem Namen zu Recht, denn mit lediglich 60 Zentimetern Breite und 6,4 Zentimetern Bauhöhe ist die Soundbar über 30 Prozent schmaler als vergleichbare Geräte. So findet sie leicht einen Platz vor dem Monitor, um Games und Filme mit raumfüllendem Klang zu ergänzen.

Dabei sorgen die Schallwandler dank der Adaptive Low Volume Technologie auch bei leisem Betrieb für präzisen, differenzierten Klang. Wenn es lauter werden darf, unterstützt ein 13-Zentimeter-Treiber im separaten, kabellosen Subwoofer die Vollbereichslautsprecher bei den besonders tiefen Frequenzen, damit z. B. Explosionen in Action-Filmen und brachialer Spielesound realistisch wiedergegeben werden. Mit den vier Sound-Modi „Stereo“, „Movie“, „Standard“ oder „Game“ lässt sich die individuell gewünschte Atmosphäre herstellen. Da besonders bei Fernsehserien die Dialoge oft nicht verständlich sind, haben die Entwickler die Clear Voice Technologie in die Soundbar integriert, mit der sich eine klare Stimmwiedergabe erzielen lässt.

Für Kunden, die keinen separaten Subwoofer wünschen, sind die 600 mm breite Soundbar SR-C20A (UVP 279 Euro) oder die 900 mm breite SR-B20A (UVP 299 Euro) immer noch gute Empfehlungen für das kleine Heimkino, das Schlafzimmer oder das Homeoffice. Der SR-C20A bietet mit zwei Fullrange-Lautsprechern, einem Basslautsprecher und zwei Passivmembranen eine ansprechende Tonkulisse, der etwas größere SR-B20A erzeugt mit seinem echten zwei-Wege System raumfüllende Klänge, bei dem zwei integrierte Subwoofer niederfrequente Töne und Geräusche mit geradezu körperlicher Präsenz auf die

Ohren bringen. Dolby Digital und Virtual Surround sorgen bei diesem Modell für besonders packende Kino- und immersive Gaming-Erlebnisse. Beide Soundbars bieten die vier Modi „Stereo“, „Movie“, „Stan-

dard“ und „Game“ sowie Clear Voice für gute Sprachverständlichkeit. Fast den Status von Klassikern im Yamaha Sortiment haben die beiden Soundbars YAS-109 (UVP 349 Euro) und YAS-209 (UVP 449 Euro), die dank Alexa besonders komfortabel mit Sprachkommandos gesteuert werden können. Auf Wunsch kann die Assistentin aus dem Hause Amazon stummgeschaltet oder ganz deaktiviert werden, wenn die Soundbar ausgeschaltet ist. Die mitgelieferte Fernbedienung, mit der man die Soundbars natürlich auch konventionell steuern kann, hat einen speziellen Knopf für Alexa. Zudem können beide Modelle auch mit einer kostenlosen App von Yamaha bedient werden.

Die YAS-109 und die YAS-209 unterstützen 4K-HDR-Video und sind dank Virtual:X Technologie mit Dolby Digital und DTS Digital Surround kompatibel. Auch die Streaming-Dienste Spotify Connect und Amazon Music können per Bluetooth genutzt werden. Während in der YAS-109

*Ein Klassiker wie die Soundbar YAS-209 ist immer noch eine gute Empfehlung.*



zwei eingebaute Tieftöner für knackige Bässe sorgen, gehört zur YAS-209 ein kabelloser Subwoofer für noch mehr „Wumms“.

„Die beiden YAS Soundbars sind schon länger in unserem Sortiment, aber immer noch auf der Höhe der Zeit“, betonte Krause. „Besonders die YAS-209 ist eine gute Empfehlung für Menschen, die keine große Anlage installieren, aber trotzdem Action-Blockbuster und aktuelle Games intensiv erleben wollen.“

### Kabellose Kopfhörer für zu Hause und unterwegs

Kopfhörer gehören zu den wenigen Produktkategorien im Audio-Markt, die stetig wachsen. So weist der Home Electronics Market Index Hemix für die ersten neuen Monate 2022 in diesem Segment ein Mengenwachstum von 7,1 Prozent und ein Umsatzplus von 14,2 Prozent aus. Mit überzeugenden Produkten ist Yamaha hier gut aufgestellt.

Als Referenzhörer ist der YH-L700A (UVP 549 Euro) das Flaggschiff des aktuellen Bluetooth ANC-Kopfhörer Sortiments. Er ist mit dem firmeneigenen Advanced Active Noise Cancelling System, das im Ambient Mode bei Bedarf Geräusche durchlässt, und weiteren innovativen Technologien ausgestattet. Dazu gehören z. B. der Listening Optimizer sowie das innovative 3D Sound Field, das binaurale Klangerlebnisse direkt am Kopf realisiert. Der Listening Care Algorithmus schützt zudem das Gehör der Nutzer.

Bei der Entwicklung YH-L700A hat Yamaha seine große Erfahrung im Heimkino-Segment genutzt. So erzeugt er dank HRTF-Technologie (head-related transfer function) aus dem Zweikanalton binaurale Klangfelder, um ein freies, vom Kopf gelöstes Klangbild zu erzielen, das die präzise Lokalisierung der einzelnen Instrumente im virtuellen Raum ermöglicht. Mit guten Gaming-Eigenschaften, sauberer Separierung von Dialog und Musik bei Filmen und authentischer Wiedergabe von Konzerten



*Kompakte Lösung für das kleine Heimkino: die Soundbar SR-C30A von Yamaha.*





Der YH-L700A ist das Flaggschiff des aktuellen Bluetooth ANC-Kopfhörer-Sortiments.

bringt der YH-L700A den Sound mit sieben DSP-Modes mit beeindruckender Räumlichkeit zur Geltung. Das 3D Sound Field und die sieben DSP-Einstellungen funktionieren unabhängig vom Zuspielder und den Audioformaten.

Auf die Ohren kommt der Sound – auch von hochauflösenden Audioformaten – durch einen 40 Millimeter Treiber mit einem Übertragungsbereich von 8 bis 40 kHz. Dank der engen Zusammenarbeit von Yamaha mit dem Chiphersteller Qualcomm unterstützt der YH-L700A den neuesten aptXTM Adaptive Algorithmus, gleichzeitig sorgen Bluetooth 5.0, SBC und AAC für bestmögliche Übertragung der Musiksignale. Der YH-L700A unterstützt die Sprachsteuerung mit Siri und Google Assistant, lässt sich aber auch über die Yamaha Headphones Controller App steuern. Eine Batterieladung reicht für bis zu 34 Stunden Betriebszeit.

Vor allem für den Musikgenuss unterwegs bietet Yamaha den In-Ear Kopfhörer TW-E7B (UVP 279 Euro) mit Advanced Active Noise Cancelling (ANC) und Advanced Listening Care sowie die Modelle TW-ES5A (UVP 179 Euro) und TW-E5B (UVP: 159 Euro) mit Listening Care an. Der TW-E7B ist mit großen, dynamischen 10,0-Millimeter-Treibern, der TW-E5B mit 6,0-Millimeter-Treibern ausgestattet. Beide Modelle sind gegen das Eindringen von Schweiß und Spritzwasser geschützt und arbeiten mit Bluetooth 5.2 sowie dem Qualcomm aptXTM

## Cashback-Aktion verlängert

Um den Fachhandel im Weihnachtsgeschäft weiter zu unterstützen, hat Yamaha die ursprünglich am 18. November ausgelaufene Cashback-Aktion verlängert. Damit gibt es beim Kauf bestimmter Bluetooth-Kopfhörer bis zu 100 Prozent zurück, wenn das Produkt bis zum 31. Dezember 2022 zusammen mit einer Yamaha Soundbar erworben wurde.

Beim Erwerb der In-Ears TW-E3B, TW-ES5A und TW-E5B werden dann 100 Prozent des Kaufpreises erstattet, bei dem Over-Ear Kopfhörer YH-E700B und dem In-Ear Modell TW-E7B sind es 50 Prozent. Dazu muss der Kauf bis zum 14. Januar 2023 online unter <http://europe.yamaha.com/cashback> registriert werden. Hier werden die Seriennummer sowie die Rechnung abgefragt; das Geld wird dann innerhalb von 28 Tagen überwiesen.



Adaptive Audio Algorithmus. Für komfortables Telefonieren setzt Yamaha die Qualcomm cVcTM (Clear Voice Capture)-Technologie ein. Zudem verfügen die Earbuds über einen Gaming-Mode, der nicht nur für eine geringe Latenz beim Spielen sorgt, sondern auch für die verzögerungsfreie Wiedergabe des Tons von Videos und Filmen.

Der TW-E7B kann mit der Headphone Control App von Yamaha sowie den Sprachassistenten Siri und Google Assistant bedient werden. Zudem haben die Earbuds fühlbare Tasten, mit denen man die Musikwiedergabe sowie Anrufe ganz einfach steuern kann.

## Technik für Gamer

Videospiele sind längst nicht mehr nur ein Fall für Kids, sondern für praktisch alle Zielgruppen. Wirklich immersiv wird das Gaming aber erst mit dem richtigen Sound. Dafür ist das Headset YH-G01 (UVP 220 Euro) von Yamaha eine

gute Empfehlung, denn es zeichnet sich durch herausragenden Klang, sehr gute Sprachverständlichkeit und hohen Tragekomfort aus. Dank seiner leichten Konstruk-



Yamaha bietet das Headset YH-G01 und den Audiomixer ZG01 auch im Bundle an.

tion, des moderaten Seitendrucks auf Kopf und Gesicht sowie der Feuchtigkeit reduzierenden Mesh-Ohrpolster kann es auch mehrere Stunden getragen werden, ohne lästig zu sein. Damit ist es auch bestens für Videokonferenzen geeignet. Passend dazu hat Yamaha mit dem ZG01 (UVP 389 Euro) einen speziell auf immersive Spielatmosphäre ausgelegten Audiomixer entwickelt. Mit diesem

Gerät haben die Nutzer die Möglichkeit, den Soundtrack des Spiels, die Stimme der Spieler sowie die eines Chatpartners zu regeln und die Mischungen per Stream an Zuschauer und Chatpartner auszuspielen. Beide Komponenten sind auch als ZG01 Pack (UVP: 546 Euro) im Bundle erhältlich – eine gute Geschenkidee für anspruchsvolle Gamer, die Wert auf individuell abgestimmten, immersiven Sound legen.



Die Yamaha In-Ears wie der TW-E7B sind in verschiedenen Farben erhältlich.

# INHALT

### PoS-MAIL Aktuell

**Nachrichten und Neuheiten** 5, 6, 13, 17

Endlich: Einigung über neues IFA Konzept  
**Auch in Zukunft in Berlin** 8



Fußball-Erlebnisse mit der Aktion „Alle Spiele, alle Tore“  
**Die Sportworld App von Samsung** 9



Das neue Gigaset GS5 senior  
**Smarte Kommunikation ganz einfach** 10

Mit der Telekom surfen jetzt  
306.000 Haushalte schneller  
**Das beste Netz wächst weiter** 11

Zuwachs für die Remington PROluxe You-Serie  
**Warmluftbürste und Volumenstyler** 12



Die vernetzten Weinklimaschränke von Haier  
**Der Sommelier zu Hause** 12

Argumente für die Wäschetrockner von Miele  
**Alle mit Wärmepumpen** 14

Neue Satisfry Air-Serie von Russel Hobbs  
**Fettarm, sparsam und schnell** 15

52er Chancen-Treff von Wertgarantie  
**Gegen die Unsicherheit** 16

Hemix Home Electronics Market Index Q1-3/2022  
**Licht und Schatten** 18

**Wagners Welt** 23

**Impressum** 23

**PoS-MAIL @** 23



Wir wünschen unseren Leserinnen und Lesern ein schönes Weihnachtsfest und ein erfolgreiches Jahr 2023.

# Netzwerk-Receiver mit passenden Standlautsprechern

## Neues für Audiophile

Auch im klassischen HiFi-Segment erweitert Yamaha seine Angebote und führt mit dem Netzwerk-Receiver R-N2000A (UVP 3.699 Euro) und den dazu passenden Standlautsprechern NS-2000A (Preis steht noch nicht fest) ein vollständig ausgestattetes Komplettsystem ein, das die audiophilen Qualitäten der Flaggschiff-Serie 5000 mit zeitgemäßer Streaming-Funktionalität verbindet. Brandneu ist zudem der HiFi-Kopfhörer YH-5000SE mit Kabel und offenem Gehäuse.



Komplettes HiFi-System für Audiophile: der Yamaha Netzwerk-Receiver R-N2000A (UVP 3.699 Euro) mit den passenden Standlautsprechern NS-2000A.

digitaler Signale mit einer Auflösung von bis zu 384 Kilohertz sowie DSD mit 11,2 Megahertz.

Zahlreiche Anschlussmöglichkeiten machen die Integration der Geräte in praktisch jede HiFi-Umgebung einfach: Neben zwei analogen Line- und einem CD-Eingang gibt es einen Phono-Vorverstärker. Zwei optische, ein coaxialer und ein USB-B-Eingang greifen bei der Verarbeitung digitaler Signale direkt auf den ESS Sabre Wandlerchip zu. Der zusätzliche HDMI-ARC-Eingang erlaubt zusammen mit dem separaten Subwoofer-Ausgang die Integration in anspruchsvolle Heimkino-Systeme. Die automatische YPAO Einmessung wurde für den R-N2000A weiter verbessert und erfüllt mit einer digitalen Auflösung von 192 Kilohertz bei 64 Bit auch höchste Anforderungen.

Die neuen Standlautsprecher NS-2000A setzen die Signale des R-N2000A kongenial um. Das Dreiwegen-System arbeitet mit zwei kraftvollen 6,5-Zoll-Tieftönern, die mit einer Mittel- und einer Hochtonkalotte gepaart werden. Die Membranen bestehen aus einer Mischung aus der Kunstfaser Zylon und Fichtenholz, wie es auch bei den Resonanzböden der Yamaha Konzertflügel zum Einsatz kommt. Frequenzweichen mit Mundorf M-Cap Kondensatoren und massive Anschlussklemmen stellen sicher, dass auf dem Weg zum Lautsprecherchassis keine Details verloren gehen. Mit Hilfe von Laser-Vibrometern und Finite Elemente Analyse wird die Übertragung unerwünschter Schwingungen vermieden, für die Dämpfung tieffrequenter Innenraumresonanzen setzt Yamaha die im High-End-Lautsprecher NS-5000 erstmals eingeführte Resonator Tube Technologie ein. Auch im Mittel- und Hochtonbereich wartet der NS-2000A mit Technik aus dem NS-5000 auf: Patentierte Resonance Suppression Chambers absorbieren die rückwärtig abgestrahlte Energie der Membranen, um ein räumliches und dynamisches Klangbild mit fein gezeichneten Details zu erzeugen.

### Brandneu: Der HiFi-Kopfhörer YH-5000SE

Kurz vor Redaktionsschluss gab Yamaha die ersten Einzelheiten über den HiFi-Kopfhörer YH-5000SE (UVP: 5.499 Euro) bekannt. Er setzt die Tradition der Kopfhörer mit Orthodynamic-Treiber fort, die seit der Einführung des berühmten HP-1 für authentischen Klang mit originalgetreuer Wiedergabe über das gesamte Klangspektrum stehen. Für die Neuheit hat Yamaha diesen Treiber mit einer Dünnschichtmembran mit Metallspulenummuster und einer konzentrischen kreisförmigen Riffelung neu gestaltet, um noch mehr Formbeständigkeit sicherzustellen. Das 320 g leichte Gehäuse, das das Ohr angenehm umschließt, hat ein großes internes akustisches Volumen und ermöglicht durch sein offenes Design eine störungsfreie Zirkulation des Luftstroms, um negative Auswirkungen auf die Dünnschichtmembran zu reduzieren und Schallreflexionen im hinteren Hohlraum zu vermeiden. Dies hilft bei der Eliminierung unerwünschter Resonanzen. Der Innendruck wird mit einem in Japan hergestellten, gerollten Edelstahlfilter kontrolliert, ein bogenförmiger Vorsprung im Inneren des Gehäuses fungiert als Reflektor.

Anders als bei Produkten mit Bluetooth-Technologie erfolgt die Signalübertragung beim YH-5000SE unkomprimiert über ein speziell entwickeltes OFC-Kabel mit geflochtenem, versilbertem Kern, in dem jede parallele Ausrichtung unabhängiger Signale vermieden wird, damit die Audiodaten störungsfrei übertragen werden. Ein 3,5-mm-Kabel mit 3-poligem Stecker und ein symmetrisches 4,4-mm-Kabel mit fünfpoligem Stecker gehören zum Lieferumfang.

Um Kunden mit unterschiedlichen Ansprüchen viel Tragekomfort zu bieten, wird der YH-5000SE auch mit zwei verschiedenen Ohrpolstern geliefert. So verhindert ein Bezug aus Schafleder bei der ersten Variante übermäßiges Schwitzen. Die zweite Variante besteht aus Toray Ultrasuede, einem luxuriösen Material mit Wildlederstruktur, das noch längeres Tragen ermöglicht. Es hat sich bereits bei Auto- und Flugzeugpolstern, Sportausrüstung und Smartphone-Hüllen bewährt.

Als High-End-Produkt wird der YH-5000SE von Yamaha im japanischen Kakegawa produziert, wo auch die besten Konzertflügel und Audiokomponenten des Unternehmens nach strengen Qualitätsmaßstäben von erfahrenen Handwerkern hergestellt werden.

Mit hochwertiger Digital-Analogwandlung über einen ESS Sabre 9026 Pro Chip und mit analogen Referenztechnologien soll die erstmals auf der High End 2022 präsentierte Serie zum klanglichen Highlight werden. Sowohl im Receiver als auch in den mit echtem Klavierlack-Finish versehenen Drei-Wege-Standlautsprechern stecken Technologien aus den renommierten 3000 und 5000 Serien von Yamaha.

Mit erstklassigen analogen Komponenten und einem großzügig dimensionierten Ringkern-Transformator hat Yamaha den R-N2000A auf warmen, musikalischen Klang ausgelegt. Das wird durch ein Design unterstrichen, das an berühmte HiFi-Klassiker erinnert. Gleichzeitig machen die nahtlose Einbindung in MusicCast Netzwerke, WLAN-Konnektivität, AirPlay 2 sowie Bluetooth 4.2 die ganze Welt des Streamings unmittelbar verfügbar.

Für audiophile Klangerlebnisse werden störende Resonanzen durch das innovative Mechanical Ground Konzept wirkungsvoll vermieden: Die massiven Gerätefüße sind ebenso direkt mit dem Haupt-Chassis verschraubt wie die großzügigen Kühlkörper, die Siebkondensatoren und der durch eine drei Millimeter starke Messingplatte zusätzlich entkoppelte Ringkerntransformator. Der vollsymmetrische Aufbau mit mittig angeordnetem Netzteil und seitlich platzierten Endstufenblöcken ermöglicht einen idealen Signalfuss innerhalb des Gerätes. Der ESS Sabre 9026 Pro Digital-Analogwandler mit 32 Bit Hyperstream Architektur sorgt für eine artefaktfreie Umsetzung



Der neue HiFi-Kopfhörer YH-5000SE von Yamaha steht in der Tradition der Kopfhörer mit Orthodynamic-Treiber.

## Oliver Kaltner wird CEO der Cherry AG

Oliver Kaltner übernimmt am 1. Januar 2023 den Vorstandsvorsitz (CEO) bei der Cherry AG. Der börsennotierte Hersteller von High-End-Schaltern für mechanische Tastaturen und Computer-Eingabegeräten wie Tastaturen, Mäuse und Headsets für Anwendungen in den Bereichen Gaming & E-Sports, Office & Hybrid Workplaces, Industry und Healthcare hat seinen Sitz in Auerbach in der Oberpfalz (Bayern) und beschäftigt über 500 Mitarbeiter in Produktionsstätten in Auerbach, Zhuhai (China) und Wien (Österreich) sowie in mehreren Vertriebsbüros in Auerbach, Pegnitz, München, Paris, Kenosha (USA), Taipeh und Hongkong. Kaltner folgt auf den seit Mai 2018 amtierenden CEO Rolf Unterberger, der die Gesellschaft auf eigenen Wunsch zum 31. Dezember 2022 verlässt.



Oliver Kaltner

Oliver Kaltner ist in der Branche aus seinen Tätigkeiten für Unternehmen wie Electronic Arts, Sony und Microsoft bekannt. Zu seinen weiteren Stationen gehörte auch die Leica Camera AG, wo er als von 2015 bis 2017 als CEO tätig war.

„Im Namen des Cherry-Aufsichtsrats danke ich Rolf Unterberger für seine jahrelangen Dienste für Cherry, einschließlich der Begleitung der Gesellschaft während des Börsengangs im Juni 2021, der Leitung der Gesellschaft bei zwei erfolgreichen M&A-Akquisitionen und der kontinuierlichen Diversifizierung der Geschäftsaktivitäten“, kommentierte der Vorsitzende des Aufsichtsrats von Cherry, Marcel Stolk. „Er bewies starke Führungsqualitäten und persönliches Engagement zum Wohle der Aktionäre, Kunden und Cherry Teamkollegen.“

„Oliver Kaltner und Cherry sind ein exzellentes Match“, fügte Stolk hinzu. „Er verfügt über eine nachgewiesene Erfolgsbilanz in sehr erfolgreichen global ausgerichteten Unternehmen, mit Managementenerfahrung in den Bereichen Operations, Produktinnovationen, Marketing, Vertrieb, Service, Markenmanagement, M&A und Strategie. Er ist ein Innovator, der Erneuerungen und Transformation für bekannte Marken entlang der Wertschöpfungskette von Hardware, Software und Cloud-Services vorangetrieben hat. Oliver Kaltner bringt eine Leidenschaft dafür mit, den Kunden in den Mittelpunkt der Entscheidungen zu stellen, und bietet damit auch eine frische Perspektive für unsere Geschäftsaktivitäten. Der Aufsichtsrat ist davon überzeugt, dass Oliver Kaltner der Richtige ist, um unser Unternehmen zu einem erneuten profitablen Wachstum zu führen, und ich freue mich sehr, mit ihm an diesem Projekt zu arbeiten.“

„Ich freue mich, bei einer so renommierten Marke und hoch angesehenen Plattform im Gaming, der Technologie für hybride Arbeitsplätze und der Digitalen Gesundheit mitzuarbeiten. Das Unternehmen hat zahlreiche vielversprechende Möglichkeiten in Aussicht“, sagte Kaltner. „Ich bin dankbar, die Verantwortung für das Geschäft von Rolf Unterberger übernehmen zu dürfen, und ich freue mich sehr darauf, in Zusammenarbeit mit dem Team von Cherry unseren begeisterten Kunden auf der ganzen Welt kontinuierliche Innovationen zu bieten.“

## expert und Wechselpilot starten bundesweite Kooperation

Kundinnen und Kunden des Elektronikfachhändlers expert können sich die Dienste des Hamburger Verbraucherservices Wechselpilot ab sofort online oder auch direkt im Fachmarkt sichern und dadurch automatisch jedes Jahr mehrere hundert Euro sparen.

Wechselpilot ermöglicht es Verbraucherinnen und Verbrau-

chern, jedes Jahr automatisch in den für sie günstigsten Strom- und/oder Gastarif zu wechseln. Dafür ist lediglich eine einmalige Anmeldung erforderlich. Anschließend ermittelt Wechselpilot auf jährlicher Basis den günstigsten Anbieter für all seine Kundinnen und Kunden gemäß Wohnort und voraussichtlichem Verbrauch – entweder unter allen lokal verfügbaren Anbietern oder ausschließlich unter Öko-Tarifen. Den entsprechenden jährlichen Tarif-Vorschlag sendet Wechselpilot seinen Kundinnen und Kunden per E-Mail zur Prüfung zu; bei Bedarf kann der Anbieterwechsel aber auch jedes Jahr automatisch erfolgen. Zudem prüft Wechselpilot seit Oktober 2022 auch die Tarife der örtlichen Grundversorgung.

Kundinnen und Kunden der expert-Fachmärkte können sich ab sofort in allen teilnehmenden Standorten der Fachhandelskooperation bei Wechselpilot registrieren und ihr individuelles Sparpotential bei ihren Strom- und Gastarifen berechnen lassen. Ergibt sich durch einen Wechsel eine Ersparnis, kann dieser gleich vor Ort ausgelöst werden. Um die An- und Abmeldung der Verbrauchsstelle und alle anderen Formalitäten und Fristen des Wechsels kümmern sich ab dann die kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Wechselpilot.

## Anga Com und VATM erweitern Zusammenarbeit

Die Anga Com, Europas führende Kongressmesse für Breitband, Fernsehen und Online, und der VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V., haben zur Anga Com 2023 eine erweiterte Premium-Partnerschaft vereinbart. Die Kooperation bezieht sich auf gemeinsame Strategie-Panels innerhalb des Kongressprogramms und die Bewerbung von Standfläche. Die Anga Com findet vom 23. bis 25. Mai 2023 in Köln statt. Die Top-Themen sind Glasfaser, Streaming und OTT.

Innerhalb des Kongressprogramms wird es zwei Kooperationspanels geben, eines zum Thema Finanzierung des Glasfaserausbaus und eines zu Energiemanagement und Nachhaltigkeit in der Breitbandbranche. Der VATM kann zudem seinen Mitgliedern noch attraktivere Standangebote für die Teilnahme an der Ausstellung unterbreiten. Dazu gehören auch kompakte Messepräsenzen innerhalb der Sonderfläche Small Enterprise Park. Diese richtet sich an kleinere Unternehmen und Startups, die noch nicht an der Anga Com teilgenommen haben und für die Präsentation ihrer primär digitalen oder softwarebasierten Leistungen keinen klassischen Messestand benötigen. „Der VATM zählt zu unseren langjährigen und aktivsten Partnern“, erklärte Dr. Peter Charissé, Geschäftsführer, Anga Com. „Wir freuen uns über die erweiterte Unterstützung im Interesse eines glanzvollen und einheitlichen Auftritts unserer gemeinsamen Branche. Die Partnerschaft passt hervorragend zu unserem Ziel, nach dem fantastischen Restart in 2022 bei den Glasfaserthemen künftig noch einen Gang hochzuschalten.“

## Neues Mitglied bei der Deutschen TV-Plattform

Die Deutsche TV-Plattform e.V. hat die RTL2 Fernsehen GmbH & Co. KG, Grünwald, als neues Mitglied gewonnen. Der Verein zählt damit über 50 Mitglieder, die aus allen Bereichen der Medienindustrie stammen.

„Wir freuen uns sehr über die Entscheidung von RTL2, Mitglied unserer Organisation zu werden“, sagte Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform. „Die Deutsche TV-Plattform zeichnet aus, seit vielen Jahren die wichtigsten technologischen Entwicklungen der Medienbranche aktiv zu begleiten. Wir bieten unseren Mitgliedern eine Plattform für den fachlichen Austausch, leisten fachliche Impulse und moderieren die Interessen zu relevanten Themen im Bereich Medien- und Verbreitungstechnik.“

In drei fachbezogenen Arbeitsgruppen und dazugehörigen Task Forces fokussiert die Deutsche TV-Plattform auf Zukunftsthemen wie DVB-I, Addressable TV und HDR-Produktion.

# Unsere Mission gegen Elektroschrott:

# Reparieren statt Wegwerfen.



## Partner werden und profitieren:

- Neue Chancen für Ihre Kundenbindung
- Mehr Gesprächsanlässe mit Ihren Kunden
- Höhere Werkstattauslastung
- Weniger Elektroschrott durch höhere Reparaturquote
- Viele Pluspunkte in Sachen Klimaschutz

Einfach anrufen unter 0511 71280-111

Mehr Infos zu Reparieren statt Wegwerfen:



Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantiever sicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.  
Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com

**WERTGARANTIE**<sup>®</sup>  
Einfach. Gut. Geschützt.

## Erste Vodafone Premium-Großfläche bei Medimax

Am 18. Oktober wurde in dem im Juli 2021 von Patrick Michels übernommenen Medimax Fachmarkt in Waldshut-Tiengen die erste Vodafone Premium-Großfläche an einem Standort der Marke eröffnet. Zuvor war vom 4. bis 7. Oktober durch einen Umbau der für das Vodafone Konzept benötigte Platz geschaffen worden. „Mit der Shop-in-Shop Lösung von Vodafone bieten wir den Menschen in Waldshut-Tiengen und Umgebung in Ergänzung zu unserem Sortiment und Service einen kompetenten Partner für mobile Kommunikation“, erklärte Michels. Hinzu komme, dass sein Markt nun auch im Shopfinder der Vodafone-Homepage angezeigt werde. „Ich bin sicher, dass wir dadurch neben unseren ‚üblichen Verdächtigen‘ auch Neukunden begrüßen werden.“



Auf der Vodafone Premium-Großfläche können Kunden auch Verträge für Mobilfunk, Festnetz, Internet und TV abschließen oder verlängern.

Die Kooperation soll viele Vorteile für die Kunden bieten: Neben allen wichtigen Marken im Smartphone-Bereich bietet Medimax eine große Auswahl an Zubehör. Was nicht vorrätig ist, kann bestellt und innerhalb kurzer Zeit geliefert werden. Zudem rundet der hauseigene Service das Angebot ab: Dazu gehört das Einrichten neuer Mobilfunkgeräte sowie die Datenübertragung. Auf der Vodafone Premium-Großfläche können Kunden auch Verträge für Mobilfunk, Festnetz, Internet und TV abschließen oder verlängern sowie eine umfassende Beratung zu bestehenden Verträgen inklusive der Überprüfung von Tarifen erhalten. Für Beratungen, die etwas mehr Zeit in Anspruch nehmen, ist eine Terminvereinbarung möglich.

„Das persönliche Gespräch ist besonders wichtig, wenn es um Service rund um Mobilfunk geht“, betonte der Medimax Franchisepartner. Sein eigenes Team und auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Vodafone legten besonderen Wert auf kompetente, allumfassende Beratung.

## ZVEI-Fachverband Consumer Electronics mit neuem Vorsitzenden

Michael Zöllner, Vice President TV/Audio, Samsung Electronics, der am 10. November als neuer Vertreter von Samsung in den Fachverbands-Vorstand gewählt wurde, ist der neue Vorsitzende des ZVEI-Fachverbands Consumer Electronics. Er folgt auf Leif-Erik Lindner, der nach seinem Ausscheiden bei Samsung sein Amt im ZVEI zum 1. Juli 2022 niedergelegt hatte. Ebenfalls im Rahmen einer Kooptierung in den Vorstand des Fachverbandes gewählt wurden Taner Ayilmaz, Geschäftsführer der Vestel Germany, und Uwe Paul, Director Sales, Beko Grundig Deutschland.



Michael Zöllner

Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment, LG Electronics Deutschland, bleibt stellvertretender Vorsitzender. Dem Vorstand gehören zudem weiterhin an: John Anderson, Country Head Sony Deutschland, Sony Europe, Dr. Norbert Kotzbauer, Geschäftsführer Metz Consumer Electronics, und Philipp Maurer, Country Manager DACH, Panasonic Marketing Europe.

„Ich freue mich darauf, gemeinsam mit meinen Kollegen dazu beizutragen, positive Rahmenbedingungen für unsere Branche zu gestalten“, kommentierte Michael Zöllner. „Europäisch wie

## LG erhält 18 CES Innovation Awards



Bereits vor der CES, die vom 5. bis 8. Januar 2023 in Las Vegas stattfindet, wurde LG Electronics (LG) mit 28 CES 2023 Innovation Awards ausgezeichnet, darunter drei begehrte „Best of Innovation Awards“ für LG OLED-Produkte in den Kategorien Computerperipherie, Spiele und Videodisplays. Die CES Innovation Awards werden jedes Jahr von der Consumer Technology Association (CTA) im Rahmen der jährlich stattfindenden Messe verliehen. Die CTA zeichnet innovative Produkte und Dienstleistungen in einer Vielzahl von Geräte- und Technologiekategorien aus.

Von den 28 Awards, die LG auf der CES 2023 erhalten wird,

gehen 10 an LG OLED Fernseher. Damit werden die TVs mit selbstleuchtenden Pixeln bereits zum elften Mal hintereinander ausgezeichnet. Sie stehen für außergewöhnliche Bildqualität mit lebendigen und präzisen Farben, tiefem Schwarz und praktisch unendlichem Kontrast.

Gleich in drei Kategorien sicherte sich der 88-Zoll LG Signature 8K OLED TV die begehrten Auszeichnungen. Jeweils doppelt ausgezeichnet werden der 97-Zoll OLED TV und der LG OLED Flex, der weltweit erste biegbare 42-Zoll-OLED-Bildschirm. Unter den LG Hausgeräten, die einen CES 2023 Innovation Award erhalten, sind der neue Luftreiniger LG PuriCare Aero Furniture und der kabellose Staubsauger LG CordZero All-in-One Tower mit Wischfunktion.

Auch der LG WashTower Compact, der LG UltraGear Gaming Monitor und der LG XBOOM 360 Bluetooth-Lautsprecher werden prämiert. Die vollständige Liste der mit dem CES 2023 Innovation Awards ausgezeichneten LG Produkte wird auf der Messe in Las Vegas bekanntgegeben. Das lässt darauf schließen, dass sich darunter auch Neuheiten befinden, die bisher noch nicht angekündigt wurden.

auch national stehen für die Consumer-Electronics-Industrie viele wichtige und herausfordernde Themen auf der Agenda, die wir über den ZVEI eng begleiten werden. In der Vergangenheit konnten wir für die Mitgliedsunternehmen wichtige Rechts- und Planungssicherheit, etwa zur Urheberrechtsgabe, erreichen. An diese Erfolge wollen wir anknüpfen.“

## ElectronicPartner beruft neuen Vorstand

Der Verwaltungsrat der ElectronicPartner Handel SE hat Matthias Assmann (54) mit Wirkung zum 1.1.2023 zum Mitglied des Vorstands berufen. Der studierte Diplom-Ingenieur arbeitet nach verschiedenen beruflichen Stationen, unter anderem bei T-Mobile UK und Metro Cash&Carry Deutschland, bereits seit 2016 als Leiter IT für ElectronicPartner.



Matthias Assmann

In seinem Vorstandsressort wird Matthias Assmann die Bereiche IT, Logistik, Prozesse und die Verbundgruppe comTeam verantworten. Stefan Feuerstein, Vorsitzender des Verwaltungsrates von ElectronicPartner, freut sich, dass ein erfahrener Mitarbeiter aus den eigenen Reihen in den Vorstand berufen werden konnte. „Mit der Ernennung von Matthias Assmann machen wir auch deutlich, welchen überragenden Stellenwert wir der Entwicklung der Informationstechnologie im Handel beimessen“ so Stefan Feuerstein.

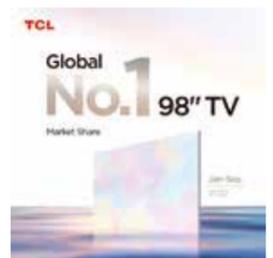
Der weitere Vorstand der Verbundgruppe besteht unverändert aus Volker Marmetschke, verantwortlich für Finanz- und Rechnungswesen, Steuern, Recht und Revision, Friedrich Sobol, verantwortlich für Personal, Einkauf, Vertrieb, Marketing und die Franchiselinie Medimax sowie Karl Trautmann, verantwortlich für die Landesgesellschaften in Österreich, Schweiz, den Niederlanden, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, strategische Projekte und den internationalen Einkaufsverbund E-Square.

## TCL verkauft weltweit die meisten 98-Zoll TVs

TCL Electronics hat sich in der Kategorie der 98-Zoll-Fernseher in den ersten drei Quartalen dieses Jahres nach eigenen Angaben mit dem weltweit größten Marktanteil auf Rang Eins platziert. Regional nehme der Hersteller in Frankreich, Italien, Australien

und Pakistan bei den Verkaufszahlen für diese Bildschirmgröße die Führungsposition ein, heißt es in einer Pressemitteilung.

Auf der IFA 2022 stellte TCL ein neues Modell in seiner XL Kollektion vor, die im vergangenen Jahr erstmals auf dem nordamerikanischen Markt eingeführt wurde und Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von über 75 Zoll umfasst. Das IMAX Enhanced-Display des 98-Zoll-QLED-Fernseher 98C735 mit 4K-Auflösung erfüllt nach Angaben von TCL die höchsten Zertifizierungsstandards für Auflösung und Bildwiederholrate und ist deshalb gleichermaßen für die Wiedergabe von Kinofilmen und rasante Sportübertragungen geeignet. Wenn man etwa drei Meter vom Bildschirm entfernt sitzt, kann man die Bilder nach Angaben des Herstellers mit dem gleichen 60-Grad-Sichtfeld verfolgen, das sich auch bei einer 30-Meter-Leinwand von der mittleren Sitzreihe eines Kinos aus ergibt.



## Hausgeräte-Wochen Kampagne von expert erfolgreich zu Ende gegangen

Das neue Kampagnen-Format „expert Hausgeräte-Wochen“ wurde im September 2022 für vier Wochen erstmals ins Leben gerufen und bildete einen weiteren Baustein der umfangreichen Jubiläumsmaßnahmen zum 60. Geburtstag der expert-Kooperation. Die Kernbotschaften der Kampagne fokussierten sich auf die Stärken der expert-Kooperation: kompetente Beratung, umfangreiche Liefer- und Service-Dienstleistungen sowie eine breite Auswahl an energieeffizienten Hausgeräten.

Diese Botschaften wurden den gesamten Monat September durch auffällige Darstellung am Point of Sale, Printwerbungen im Kampagnen-Layout sowie TV-Werbespots zur Primetime vor der Tageschau an die Kunden getragen, wodurch eine hohe Aufmerksamkeit auf den Bereich Hausgeräte bei expert erzielt wurde, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Mit den expert Hausgeräte-Wochen haben wir das in den Fokus gerückt, was uns u. a. als beste Kooperation am Markt auszeichnet“, erklärte Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce. „Wir verkaufen unseren Kunden die beste Auswahl an energieeffizienten Hausgeräten und das verbunden mit tollen Services und Dienstleistungen sowie einer umfassenden Beratung. Mit dem Kampagnen-Format haben wir neue Wege beschritten und freuen uns, dass dieser Ansatz von unseren Kunden hervorragend angenommen wurde.“

# Dieses Angebot bringt dich aus dem Häuschen.

Die HD+ Verlängerung inklusive HD+ ToGo zum Sparpreis: 12 Monate HD-Fernsehen auf dem TV und gleichzeitig 12 Monate mobiles Fernsehen.

Sparpreis:  
95€ statt  
135€



HD +

# Endlich: Einigung über neues IFA Konzept

## Auch in Zukunft in Berlin

**Nach langen Debatten haben sich die an der Messe beteiligten Organisationen über die Zukunft der IFA geeinigt: Die Veranstaltung soll für weitere zehn Jahre in Berlin bleiben – allerdings unter neuen Vorzeichen: Verantwortet wird die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances jetzt von der neugegründeten IFA Management GmbH. Dabei handelt es sich um ein Joint Venture, das die gfu Consumer & Home Electronics GmbH gemeinsam mit Clarion Events Ltd, einem in London ansässigen weltweit operierenden, unabhängigen Event-Veranstalter, gegründet hat. Die Messe Berlin ist dabei als Vermieterin des Geländes involviert. Bereits die IFA 2023 (1. bis 5. September) soll unter den neuen Bedingungen stattfinden.**

Die neuen IFA-Verantwortlichen wollen das digitale Angebot der Messe und die Marke IFA Next ausbauen, um die Veranstaltung noch stärker für Start-ups und innovative Produkteinführungen zu öffnen. Dabei sind auch Investitionen in neue Features geplant, um in Zukunft noch mehr Anreize für Fachbesucher, Sponsoren, Aussteller und das breite Publikum zu schaffen.

„Ich freue mich, dass die IFA in Berlin bleibt“ kommentierte Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu. „Die Kompetenz der Messe Berlin bei der Durchführung einer Messe dieser Größenordnung und das Potenzial der neuen IFA Management GmbH werden entscheidend dazu beitragen, dass die IFA auch in den kommenden Jahren erfolgreich bleiben wird.“

Auch Lisa Hannant, CEO von Clarion Events zeigte sich zufrieden: „Wir freuen uns sehr über diese Partnerschaft und werden uns mit aller Kraft dafür einsetzen, ihren langfristigen Erfolg sicherzustellen. Die Zusammenarbeit von Clarion, der gfu und der Messe Berlin kommt zu einem perfekten Zeitpunkt in der Geschichte der IFA. Das Joint

Bei der Vertragsunterzeichnung im Roten Rathaus offensichtlich entspannt: v. l. Martin Ecknig, CEO Messe Berlin GmbH, Stephan Schwarz, Senator für Wirtschaft, Energie und Betriebe, Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu, Franziska Giffey, Regierende Bürgermeisterin von Berlin, Lisa Hannant, CEO von Clarion Events.



Venture wird investieren, um neue inspirierende Möglichkeiten zu eröffnen, die zu mehr Engagement führen und mehr Geschäft für unsere Kunden aber auch das Land Berlin bedeuten können.“

### Digitale Messekultur

Clarion werde Ressourcen in das Management und das gesamte Team einbringen, um eine dynamische, zukunftsorientierte und digitale Messekultur zu schaffen, fügte Hannant hinzu. Oliver Merlin, der sich auf LinkedIn als Business Transformation Specialist vorstellt und über langjährige Erfahrung im Management von Großveranstaltungen verfügt, soll das neue IFA-Team leiten, ein eigenes Büro in Berlin einrichten und damit neue Initiativen vorantreiben. Simon Kimble, Board Director Clarion, sowie Chris Gallon, Geschäftsführer von Clarion EMEA, treten in den Beirat des Joint Ventures ein und bringen ihre jahrelange Erfahrung mit. Ziel der Zusammenarbeit zwischen der gfu und Clarion sei es, die IFA zukünftig sowohl als Live- als auch als Digitalevent stattfinden zu

lassen, um so ihr volles Potenzial auszuschöpfen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Martin Ecknig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH, betonte die traditionelle Verbundenheit der IFA mit Berlin: „Die IFA hat ihren Ursprung in Berlin, wo sie 1924 erstmals als Funkausstellung stattfand“, sagte der Messechef. „Deshalb freuen wir uns sehr, dass die IFA für weitere zehn Jahre in der Hauptstadt bleibt. Als eine der führenden Veranstaltungen in der Stadt liefert die IFA einen wichtigen wirtschaftlichen Impuls für den Messestandort Berlin, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Auf der Basis der neu gegründeten Partnerschaft kann die IFA Berlin auch in Zukunft auf eine erfolgreiche Entwicklung blicken.“

Im September dieses Jahres hatte sich die IFA nach einer zweijährigen pandemiebedingten Pause im gewohnten Format zurückgemeldet. Über 161.000 Besucherinnen und Besucher kamen an fünf Tagen zur Veranstaltung. Dabei sei der Anteil der Fachbesuchenden im Vergleich zu 2019 gestiegen, teilten die Veranstalter nach der Messe mit.

### Technikprodukte bleiben beliebt

Auch in diesem Jahr stehen Technikprodukte wieder auf vielen Wunschzetteln. Das zeigt eine repräsentative Umfrage, die das Marktforschungsunternehmen YouGov im Zeitraum vom 8. bis 10. November für die Branchenorganisation gfu Consumer & Home Electronics durchgeführt hat. Am häufigsten genannt wurden dabei Smartphones, gefolgt von TV-Geräten, Laptop-PCs und Tablets. Auch Smartwatches, Staubsauger und -roboter sowie Spielekonsolen sind zum Fest begehrt. Zudem wirken sich offensichtlich die steigenden Energiepreise auf die Wunschzettel aus: So werden Kühlschränke und Kühl-/Gefrier-Kombinationen unter den großen Hausgeräten am häufigsten genannt. Wie sehr das Thema Energie die Menschen beschäftigt, macht ein spezielles Produkt auf der Liste der Wünsche deutlich: Dort steht zum ersten Mal ein Notstrom-Aggregat.

Für viele Kunden ist das Weihnachtsfest allerdings nicht unbedingt ein Anlass dafür, in Technik zu investieren. Auch Aktionen lösen in dieser Gruppe keinen Motivationsschub aus: Denn fast die Hälfte (49 Prozent) der Befragten gab an, Technikprodukte grundsätzlich nach Bedarf zu kaufen und nicht wegen bestimmter Angebote in der Vorweihnachtszeit. Die klassischen Schnäppchenjäger sind aber keinesfalls ausgestorben: 18 Prozent warten gezielt auf passende Angebote und stimmen den Kaufzeitpunkt entsprechend ab. Mit fünf Prozent relativ klein ist die Gruppe der Gelegenheitskäufer. Sie schlagen spontan zu, wenn es günstige Angebote gibt, um diese dann für sich selbst oder als Geschenk zu erwerben.

Die Inflation wirkt sich leider auch auf die Kaufabsichten aus: 19 Prozent der Befragten gaben an, in diesem Jahr keine oder deutlich weniger Technikprodukte anschaffen zu können, weil sie dafür wegen der Preissteigerungen einfach kein Budget haben.

# Fußball-Erlebnisse mit der Aktion „Alle Spiele, alle Tore“

Jetzt Ergebnisse tippen und Preise im Wert von bis zu 40.000 € gewinnen!

**SAMSUNG**

**Alle Spiele, alle Tore**  
Ob mobil oder auf großem Screen – sichere dir mit der Sportworld App zwölf Sport-Channels und MagentaTV.

Bis zu **500 €** Cashback<sup>2</sup>

sport world + MAGENTA TV bis zu 12 Monate inklusive<sup>1</sup>

Galaxy Tab S8 Ultra<sup>3</sup> Galaxy Z Fold4<sup>3</sup> Neo QLED 8K DOORSCHWENK

Aktionszeitraum: 15.11.–18.12.2022  
Mehr Informationen unter [samsung.de/fussbaldeals](https://samsung.de/fussbaldeals)

## Die Sportworld App von Samsung

### Die besten Samsung TVs

Zur verkaufsstarken Winter- und Weihnachtssaison bietet Samsung dem Fachhandel mit verschiedenen Aktivitäten und noch mehr Inhalten weitere Verkaufsargumente für seine Smart TVs. Ein besonderes Highlight ist die Sportworld App, mit der die Kunden nicht nur die Spiele ihrer Lieblingsmannschaften auf Fernsehern wie dem Neo QLED 8K TV in erstklassiger Bildqualität verfolgen können, sondern auch gleichzeitig mit kompatiblen Samsung Smartphones wie dem Galaxy Z Fold4 den Ausgang des Matches gegen die Samsung Community tippen<sup>3</sup> können. Zudem unterstützt Samsung die Nachfrage mit weiteren Inhalten und einer Cashback-Aktion.

Im Electronic Program Guide (EPG) der App erhalten die Anwender einen schnellen Überblick über die aktuellen Inhalte; ergänzt wird das immersive TV-Erlebnis mit exklusiven Live-Angeboten, Statistiken und Analysen auf dem kompatiblen Smartphone. Die Samsung Sportworld App mit dem All-in-One-Abonnement „Samsung Sport Paket“ ist auf den Aktionsgeräten bereits vorinstalliert.

Alle Informationen zur Aktion „Alle Spiele, alle Tore“ gibt es unter: „<http://www.samsung.de/fussbaldeals>“. Im Rahmen des Streaming-Pakets „Made for Germany“<sup>1</sup> von Samsung gibt es zudem bis zu zwölf Monate lang kostenlosen Zugriff auf Magenta-TV<sup>2</sup> (nur für Magenta-TV Neukunden), wenn sich die Anwender bis zum 15. Januar 2023 für den Dienst auf [telekom.de/samsung-collection](https://telekom.de/samsung-collection) registrieren. Damit

beinhaltet das umfangreiche Angebot im Wert von bis zu 1.541 Euro neben dem großen Thema Sport auch bis zu 12 Monate vielfältiges TV-Entertainment mit aktuellen Blockbustern, kultigen Serien und weiteren hochauflösten Inhalten in HD und UHD.

„Mit unserer Aktion ‚Alle Spiele, alle Tore‘ schnüren wir ein perfektes Sport-Paket für unsere Kunden und Kundinnen“, kommentierte Mike Henkelmann, Director Marketing Consumer Electronics bei der Samsung Electronics GmbH. „Für ein beeindruckendes Fußball-Seherlebnis bieten wir zudem bis zum 11. Dezember 2022 attraktive Cashback-Angebote für ausgewählte Samsung Neo QLED 8K TVs. Unser Streaming-Paket ‚Made for Germany‘ ist dabei inklusive und ermöglicht ohne Zusatzkosten Zugang zu vielfältigem Content.“

Dass Samsung bei den Aktivitäten die neuen Neo QLED 8K TVs in den Mittelpunkt stellt, ist kein Zufall. Denn diese Gerätegeneration markiert mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 85 Zoll die Spitze des Premium-Portfolios des koreanischen Technologiekonzerns und legt die Messlatte für Bild- und Tonqualität besonders hoch. Dafür greift der Neural Quantum Prozessor 8K auf 20 neuronale Netzwerke zu, um nicht nur bei Live-Sport Erlebnissen eine einzigartige Bildqualität zu erzeugen.

Sichtbar wird diese Qualität durch die Quantum-Matrix-Technologie der Bildschirme, auf denen die Quantum-Mini-LEDs, die 40-mal kleiner sind als Standard LEDs, einzeln mit einer Präzision von 14 Bit angesteuert werden. Dadurch entstehen außergewöhnlich detailreiche Schwarz- und Weißtöne, natürliche Farben und besonders scharfe Kontraste, denn die Helligkeit wird in 16.384 Stufen (im Gegensatz zu 4.096 Stufen bei 12 Bit) justiert. Eine spezielle Anti-reflexionsschicht reduziert störende Spiegelungen und Blendungen so effektiv, dass die brillanten Farben und hohen Kontraste ohne Beeinträchtigungen in den Augen der Betrachter ankommen. Dank Dolby Atmos und der innovativen Samsung Top Channel-Lautsprecher entspricht auch die akustische Performance der Samsung Neo QLED 8K TVs der immersiven Bildqualität, die auch vom Design der Geräte unterstützt wird: Denn mit ihrem fast unsichtbaren Rahmen und dem ultraschlanken Profil des Infinity Screens, das 99 Prozent der Bildfläche ausnutzt, entsteht bei Sportübertragungen eine realistische Stadion- und bei Blockbustern eine echte Kino-Atmosphäre.

Last but not least: Bis zum 11. Dezember kann der Fachhandel die Samsung Neo QLED 8K TVs besonders günstig anbieten: Je nach Modell erhalten die Kunden im Rahmen der MeisterDeals Cashback-Aktion bis zu 500 Euro zurück.

<sup>1</sup> Verfügbarkeit und Umfang der einzelnen Dienste abhängig vom Aktionsgerät. Einige Dienste nur für Neukunden des jeweiligen TV-Dienst-Anbieters. Ausführliche Teilnahmebedingungen und Aktionsmodelle mit länderspezifischem Modell-Code unter [samsung.de/madeforgermany](https://samsung.de/madeforgermany).

<sup>2</sup> MagentaTV (Umfang und Verfügbarkeit abhängig vom Aktionsgerät): gilt nur für MagentaTV-Neukunden (ohne bestehenden Telekom-Log-in). Zur Einlösung ist eine Registrierung bei MagentaTV unter [telekom.de/samsung-collection](https://telekom.de/samsung-collection) bis zum 15.01.2023 nötig. Wird der Dienst von MagentaTV bis zum Ende des kostenlosen Nutzungszeitraums nicht gekündigt, verlängert er sich kostenpflichtig, abhängig vom Aktionsgerät, entweder um weitere 12 Monate (20,00 €/Monat für MagentaTV Netflix) oder um einen weiteren Monat (10,00 €/Monat für MagentaTV Flex + weitere 12,99 €/Monat für Netflix Standard by Telekom). Das Abonnement ist innerhalb der Gültigkeitsdauer jederzeit kündbar. Weitere Informationen unter [samsung.de/madeforgermany](https://samsung.de/madeforgermany).

<sup>3</sup> Teilnahmezeitraum 20.11.2022 - 18.12.2022. Auf Samsung Galaxy Smartphones kostenlos verfügbar. Teilnahmeberechtigt sind natürliche Personen, die ihren Wohnsitz in Deutschland und das 18. Lebensjahr vollendet haben. Für die Teilnahme ist eine einmalige Registrierung in der Sportworld App sowie die Akzeptanz der Nutzungs- und Datenschutzbestimmungen erforderlich. Die Vergabe der Preise erfolgt an die Teilnehmenden, die beim Tippspiel auf die Spielergebnisse sowie den Spieler des Spieltags am genauesten getippt haben. Nähere Informationen zur Teilnahme unter [samsung.de/fussbaldeals](https://samsung.de/fussbaldeals).

# Das neue Gigaset GS5 senior

## Smarte Kommunikation ganz einfach

**Gigaset hat das Smartphone GS5 senior als neues Mitglied seiner life series angekündigt. Mit großen Tasten, einem selbsterklärenden Menü und robuster Bauweise soll es auch Menschen, die bislang kein smartes Mobilgerät genutzt haben, den Einstieg in die moderne Kommunikation einfach machen. Dazu tragen Funktionen wie das Laden über ein magnetisches Kabel, eine Entsperrung mit Finger- oder Gesichtserkennung sowie eine Notruftaste und Hörgerät-Tauglichkeit bei.**

„Gigaset möchte Kommunikation für alle ermöglichen, denn wer kommuniziert, nimmt am Leben teil“, erklärte Linda Kirfel, Product Manager Mobile bei Gigaset. „Deshalb wird mit dem neuen GS5 senior auch ein detailliertes Trainingshandbuch geliefert, das alle Funktionen Schritt für Schritt erklärt, so dass sich das Gerät optimal nutzen lässt.“

Zu den Verbesserungen gegenüber dem Vorgängermodell Gigaset GS4 senior gehören neben dem Betriebssystem Android 12 ein Dual-Kamerasystem mit 48 MP Hauptkamera sowie 8 MP Ultra-Weitwinkel- und Makrokamera, ein schnell aufladbarer, ausdauernder Wechsel-Akku und eine vereinfachte, automatische Texteingabe mit Spracherkennung. Auch äußerlich kommt das neue Senioren-Smartphone den Ansprüchen der Zielgruppe entgegen: Seine strukturierte Rückseite fühlt sich angenehm an und bietet sicheren Halt.

### Leicht zu bedienen

Das kontrastreiche Menü mit großer Schrift und eindeutigen Symbolen macht die Bedienung des Gigaset GS5 senior auch für Smartphone-Einsteiger denkbar leicht. Auf dem Startbildschirm lassen sich bis zu acht Anwendungen individuell anordnen. Das helle, 6,3 Zoll große Display mit Full-HD+-Auflösung stellt die Inhalte besonders scharf dar und wird bereits ab Werk von einer speziellen Folie geschützt. Zusätzlich gehört eine aufklappbare Schutzhülle aus PU-Leder zum Lieferumfang. Zu den wichtigsten Ausstattungsmerkmalen zählen ein größerer Akku mit 4.500 mAh Kapazität, das Android 12 Betriebssystem, Spracherkennung für Texte sowie die 48 MP Hauptkamera, die nicht nur scharfe, detailreiche Bilder macht, sondern sich auch gut für Selfies und Video-

telefonate eignet. Dank des 4 GB Arbeits- und des 64 GB großen internen Speichers, Dual-SIM und optionaler Speichererweiterung auf bis zu 512 GB können viele Erinnerungen direkt im Gerät festgehalten werden.

### Eingebauter Notruf

In Notlagen lässt sich mit dem Notrufknopf auf der Startseite des GS5 senior schnell Hilfe rufen: Dafür können neben der bereits eingespeicherten Notrufnummer 112 auch persönliche Kontakte hinterlegt werden, die das Gerät dann nacheinander anwählt, bis eine Verbindung hergestellt ist. Zudem kann das GS5 senior auch eine Notfall-SMS mit einer vorformulierten Nachricht an zuvor festgelegte Nummern senden und dabei auch den aktuellen Standort mitteilen. So haben nicht nur die Senioren, sondern auch ihre Angehörigen ein Gefühl der Sicherheit.

Das neue GS5 senior ist Teil der Gigaset life series, die Geräte umfasst, welche speziell für Menschen fortgeschrittenen Lebensalters und solche mit besonderen Bedürfnissen entwickelt werden. Wichtige Verkaufsargumente für die Handys, Smartphones und Festnetztelefone dieser Produktlinie sind die Technik, die unterstützt, ohne zu überfordern, ein ansprechendes, aber trotzdem dezentes Design und vor allem

viele nützliche Funktionen, die das Kommunizieren im Alltag erleichtern.

Wie bei Gigaset üblich, ist auch das GS5 senior „Made in Germany“ und wird im nordrhein-westfälischen Bocholt



Auf dem Startbildschirm lassen sich bis zu acht Anwendungen individuell anordnen. Die aufklappbare Schutzhülle gehört zum Lieferumfang.



Die strukturierte Rückseite des Gigaset GS5 senior fühlt sich angenehm an und bietet sicheren Halt.

produziert. Neben 24 Monaten Garantie gewährt der Hersteller drei Monate kostenfreie Absicherung gegen Bruch- und Feuchtigkeitsschäden. Zudem wird das Kaufrisiko durch eine Zufriedenheitsgarantie eliminiert: Wer in den ersten 90 Tagen nach dem Erwerb des Geräts nicht zufrieden ist oder feststellt, kein Senioren-Smartphone zu benötigen, kann es einfach zurückgeben und bekommt den Kaufpreis erstattet.

Das Gigaset GS5 senior ist ab sofort für 299 Euro (UVP) in der Farbe Titanium Grey erhältlich.



Ein magnetisches Kabel macht es einfach, das Smartphone mit einem Ladegerät zu verbinden.

## Zukunftspotenziale für das Smart Home

Als Mitglied der Connectivity Standards Alliance (CSA) begleitet Gigaset die Einführung des neuen matter-Standards. Wie andere führende Smart Home Hersteller will das Unternehmen künftig Basisstationen auf den Markt bringen, die dem Standard entsprechen, dessen Version 1.0 im Oktober 2022 verabschiedet wurde, um eine herstellerübergreifende Basis für vernetzte Geräte im Haushalt zu schaffen. So können die Kunden sich für den Einsatz von Sensoren verschiedener Hersteller entscheiden.

Der matter-Standard soll es möglich machen, Smart Home Geräte verschiedener Hersteller reibungslos miteinander zu vernetzen. Dafür soll eine gemeinsame Basis für die Steuerung von Smart Home Produkten entstehen, um die Einrichtung von neuen Komponenten wesentlich zu vereinfachen. Neben Gigaset arbeiten in der CSA bereits über 200 internationale Unternehmen zusammen, darunter Infineon, Google, Amazon und Ikea.

Bis zur tatsächlichen Marktreife des matter-Standards wird allerdings noch Zeit vergehen. Gigaset werde die Weiterentwicklungen des Standards beobachten und Optionen für eine Anbindung des eigenen Portfolios nutzen, erklärte das Unternehmen.

# Mit der Telekom surfen jetzt 306.000 Haushalte schneller Das beste Netz wächst weiter

**Die Telekom hat sowohl bei den Festanschlüssen als auch im Mobilfunk das beste Netz in Deutschland. Das haben aktuelle Tests unabhängiger Organisationen bestätigt. Nachdem der Konzern bei einem Vergleichstest der Fachzeitschrift Chip den dritten Festnetz-Sieg in Folge erringen konnte, erhielt die Telekom in Tests von Imtest und Zafaco auch im Mobilfunk als einziger Netzanbieter die Note „sehr gut“. Im Festnetz zeigen aktuelle Zahlen weiteres Wachstum beim Ausbau der schnellen Telekom-Netzanschlüsse in Deutschland.**

Allein im Oktober hat die Telekom 306.000 Haushalten den Zugang zu schnelleren Internetverbindungen ermöglicht. Dabei stieg die Zahl der Haushalte, die einen reinen Glasfaser-Anschluss erhalten können, um 214.000 auf insgesamt 4,7 Millionen. Mit dieser Technik sind Geschwindigkeiten bis zu einem Gigabit pro Sekunde (Upload: 200 Mbit/s) möglich. Nicht weniger als 35 Millionen Haushalte können im Telekom-Netz bereits einen Tarif mit bis zu 100 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) oder mehr buchen, und für über 28 Millionen steht ein Tempo von bis zu 250 Mbit/s bereit.

„Damit war für die Telekom auch 2022 ein Jahr des Netzausbaus“, kommentierte Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner. „Seit Jahresanfang können 4,4 Millionen Haushalte schnellere Internet-Verbindungen nutzen. Damit erweist sich die Telekom weiter als Breitband-Motor in Deutschland.“

Für unsere Handelspartner bedeutet das die Chance auf zusätzlich Umsätze, denn sie können immer mehr Bestandskunden höhere Tarife anbieten und haben zudem noch bessere Argumente, um Neukunden zu gewinnen. Denn die Telekom-Verbindungen werden nicht



Georg Schmitz-Axe,  
Leiter Telekom Partner:  
„Dank des zügigen  
Netzausbaus können  
unsere Partner immer  
mehr Bestandskunden  
höhere Tarife anbieten  
und haben zudem noch  
bessere Argumente, um  
Neukunden zu gewinnen.“

nur immer schneller, sondern unser Netz ist auch das Beste in Deutschland.“

## Auch im Mobilfunk vorn

Tatsächlich hat das Netz der Telekom im aktuellen Text von Imtest, dem Verbrauchermagazin der Funke Medien-gruppe, und Zafaco im Vergleich mit Vodafone und O2 als einziges die Note „sehr gut“ erhaltene. Dabei punktete der Marktführer nicht nur mit der Geschwindigkeit der Datenübertragung, sondern auch mit der Sprachqualität. Zudem setzte sich die Telekom in der Studie auch bei regionalen Vergleichen in Hamburg, Berlin, Thürin-



Für mehr als 4,7 Millionen Haushalte stehen inzwischen reine Glasfaser-Anschlüsse der Telekom zur Verfügung.

gen, Braunschweig und Nordrhein-Westfalen in allen Testgebieten an die Spitze. Imtest hat den Test der Mobilfunknetze so zum ersten Mal durchgeführt. Mehrere Faktoren flossen in das Ergebnis ein: Die Resultate deutschlandweiter Messfahrten, die Übertragungsgeschwindigkeit, die Sprachqualität sowie die Netzverfügbarkeit. Insgesamt wurden für den Vergleich mehr als 120.000 Testverbindungen quer durch Deutschland hergestellt. Die Testteams fuhrten dabei durch 30 große Städte, bewegten sich aber auch auf zahlreichen Landstraßen und Autobahnen. Zudem wurden die Ergebnisse der jährlichen Breitbandmessung der Bundesnetzagentur berücksichtigt.

## Ferri Abolhassan ist neuer Aufsichtsratschef des DFKI

Der Aufsichtsrat des Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) hat auf seiner Sitzung am 3. November 2022 in Bremen Dr. Ferri Abolhassan, Geschäftsführer Sales & Service der Telekom Deutschland, zu seinem neuen Vorsitzenden gewählt. Er folgt in dieser Funktion Dr. Gabriël Clemens, der sich nach Ablauf seiner dreijährigen Amtszeit verabschiedete. Als stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende wurde Elena Yorgova-Ramanauskas, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie des Saarlandes.

Die 1988 als gemeinnützige Public-Private-Partnership (PPP) gegründete Organisation unterhält Standorte in Kaiserslautern, Saarbrücken, Bremen und Niedersachsen, Labore in Berlin und Darmstadt sowie Außenstellen in Lübeck und Trier.

Das DFKI forscht seit über 30 Jahren an Künstlicher Intelligenz (KI) für den Menschen und orientiert sich an gesellschaftlicher Relevanz und wissenschaftlicher Exzellenz in den entscheidenden zukunftsorientierten Forschungs- und Anwendungsgebieten der Künstlichen Intelligenz. In der internationalen Wissenschaftswelt zählt die Organisation, in der aktuell ca. 1.460 Menschen aus über 65 Nationen an innovativen Software-Lösungen arbeiten, zu den wichtigsten „Centers of Excellence“. Das Finanzvolumen lag 2021 bei 76,3 Millionen Euro.

„Ich freue mich in dieser Funktion auf die vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit mit den Kollegen und Kolleginnen im Aufsichtsrat und mit der DFKI-Geschäftsführung“, kommentierte Abolhassan. „KI wird bereits immer öfter in der Wirtschaft eingesetzt. Als Vorsitzender des DFKI-Aufsichtsrats sehe ich es als meine Verantwortung, Initiativen und Konzepte zu unterstützen, die die Ergebnisse der DFKI-Forschung noch schneller in die Wirtschaft transferieren, damit sie dort ihren großen gesellschaftlichen Nutzen entfalten.“

„Ich freue mich sehr, dass Dr. Ferri Abolhassan, der wie ich sein Informatikstudium in Saarbrücken abgeschlossen hat, zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden des DFKI gewählt wurde“, sagte Prof. Dr. Antonio Krüger, seit November 2019 CEO des DFKI. Die kommenden drei Jahre werden uns herausfordern. Aber ich kenne und schätze Dr. Ferri Abolhassan als Wissenschaftler, Manager und Zukunftsmacher und bin überzeugt, dass er mit seiner Erfahrung die richtigen Akzente für das DFKI setzen wird.“

Als Verantwortlicher für Sales und Service bei der Telekom hat Abolhassan mit seinen 30.000 Mitarbeitenden praktisch täglich mit KI zu tun. „Wir setzen dort Künstliche Intelligenz ein, wo sie tatsächlich den Menschen auch hilft“, sagte der Manager. „Wenn die Kunden mit Hilfe von KI noch besseren Service bekommen, weil die Mitarbeitenden schnellere und noch individuellere Lösungen anbieten können, dann ist die Künstliche Intelligenz richtig und gut eingesetzt.“

Neben seiner Tätigkeit in der Geschäftsführung der Telekom Deutschland ist Abolhassan Autor und Herausgeber zahlreicher Publikationen und Bücher und engagiert sich ehrenamtlich u. a. in Branchenverbänden, IHK Ausschüssen und als Saarlandbotschafter.



Dr. Ferri Abolhassan, Geschäftsführer Sales & Service der Telekom Deutschland, will als neuer Vorsitzender des Aufsichtsrats des Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) die Ergebnisse der DFKI-Forschung noch schneller in die Wirtschaft transferieren.

# Zuwachs für die Remington PROluxe You-Serie Warmluftbürste und Volumenstyler



Die Warmluftbürste PROluxe You AS9800 wird mit drei Stylingaufsätzen geliefert.

**Mit der PROluxe You-Serie hat Remington ein Sortiment von Haarpflege- und Stylinggeräten entwickelt, die mit speziellen Sensoren lernen und sich an den individuellen Haartyp anpassen. Jetzt ergänzt der Hersteller das bereits existierende Portfolio von Haartrockner, -glätter und Lockenstab um eine Warmluftbürste und einen Volumenstyler. Auch diese Hilfsmittel sind mit der intelligenten StyleAdapt-Technologie ausgestattet, um das Haar ohne Kompromisse beim Ergebnis bestmöglich zu schonen.**

Bei jedem Einsatz lernen die PROluxe You Komponenten mehr über das jeweilige Haar und passen die Wärme an den individuellen Typ an. So arbeiten sie mit der richtigen Wärme für krauses, lockiges, welliges oder glattes ebenso wie für koloriertes, dichtes, lichtetes, strapaziertes oder geschädigtes Haar. Dazu liest ein Sensor die Haar Temperatur mehrmals pro Sekunde aus. Die so gewonnenen Daten werden von einem Mikroprozessor verarbeitet, um

die individuell benötigte Hitze zu prognostizieren und die Temperatur bei jedem Schritt anzupassen. Da alle Parameter gespeichert werden, lernen die PROluxe You-Produkte mit der Zeit immer mehr über die individuelle Haarstruktur und die Stylingtechnik der Anwenderin bzw. des Anwenders. Mit dieser Fähigkeit unterscheidet sich die neue Warmluftbürste PROluxe You AS9800 deutlich von Standardprodukten, bei denen Temperatur während einer Styling-Session aufgrund unterschiedlicher Faktoren oft schwankt. Durch die Kombination von starken 1.000 Watt mit der StyleAdapt-Technologie wird die Wärmeabgabe laufend justiert, um die Haar Temperatur während des gesamten Stylings konstant bei 70° C zu halten – so entstehen Ergebnisse wie beim Profi. Dafür wird die Haar Temperatur zweimal pro Sekunde gemessen; das bedeutet bei einer 15-minütigen Styling-Session 1.800 Messwerte, mit denen die Bürste schrittweise Informationen über den jeweiligen Haartyp und die Styling-Technik sammelt. Dank der Beschichtung mit zehnmal mehr Diamantkeramik als bei der Standard-Bürste von Remington gleitet die PROluxe You-Warmluftbürste (UVP: 99,99 Euro) zudem fünfmal sanfter durchs Haar. Im Lieferumfang enthalten sind drei Stylingaufsätze, darunter ein Haaransatz-Booster für Extra-Volumen.

## Noch mehr Volumen

Wer besonders viel Volumen ins Haar bringen möchte, ist mit dem PROluxe You-Volumenstyler gut beraten. Denn die StyleAdapt-Technologie sorgt bei dieser lernfähigen 38-mm-Volumenbürste ähnlich wie bei der Warmluftbürste dafür, dass die für gute Ergebnisse notwendigen 185° unabhängig von Gleitgeschwindigkeit, Haartyp oder Dicke der Strähnen tatsächlich jedes Haar erreichen. Dazu werden die Temperaturen am Schaft des Haares achtmal pro Sekunde bzw. 5.500 Mal in jeder 12-minütigen Styling-Session gemessen, um die Hitze präzise zu steuern. Auch hier sorgt die Beschichtung mit mehr Keramik für besonders sanftes Gleiten, das ebenfalls der gleichmäßigen Hitzeverteilung vom Ansatz bis in die Spitzen zugute kommt. Die PROluxe You-Volumenbürste CB9800 von Remington kostet 99,99 Euro (UVP)

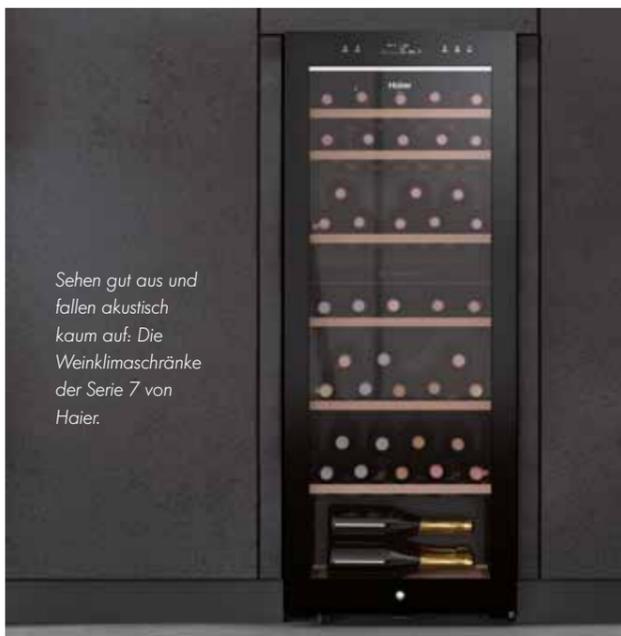
inklusive Styling-Matte, Hitzeschutzhandschuh und Aufhängeöse.



PROluxe You Volumenbürste CB9800 von Remington.

# Die vernetzten Weinklimaschränke von Haier Der Sommer zu Hause

**Nicht nur für die Weihnachtsgans, sondern für jedes gepflegte Essen ist richtig temperierter Wein die perfekte Ergänzung. Dafür kann der Fachhandel Produkte aus dem Portfolio des weltweiten Marktführers für Hausgeräte empfehlen: Mit den vernetzten Weinklimaschränken von Haier sind die guten Tropfen immer trinkfertig zur Hand – und die Funktionen gehen über die Temperierung hinaus: Mit der hOn App von Haier können die Geräte z. B. auch dabei helfen, den richtigen Wein zum jeweiligen Essen zu finden.**



Sehen gut aus und fallen akustisch kaum auf: Die Weinklimaschränke der Serie 7 von Haier.

Durch eine Partnerschaft mit der Online-Weinhandlung Vivino kann die hOn-App auch zur Weinbibliothek werden, der man entnehmen kann, welche Weine aktuell im Weinklimaschrank gelagert werden und wann der beste Zeitpunkt ist, sie zu genießen. Dafür werden die Etiketten der Weine vor dem Einlagern einfach gescannt. Dann weiß die App, welche Provenienzen im Klimaschrank liegen, kann Hinweise für die richtige Lagerung geben und vorschlagen, welche Flasche zum jeweiligen Essen passt. Wer zudem ein eigenes Nutzerprofil erstellt, kann weitere individuelle Vorschläge und Tipps bekommen. Und die smarte Partnerschaft mit Vivino macht es auch möglich, direkt Nachschub zu bestellen, wenn ein Wein zur Neige geht.

## Richtig lagern

Damit die Weine auch gut schmecken, müssen sie rich-

tig gelagert werden, denn schon die falsche Temperatur kann das schönste Bukett verderben. Auch Luftfeuchtigkeit und Lichtverhältnisse spielen eine wichtige Rolle, zudem sollten Erschütterungen und starke Gerüche vermieden werden.

Die in verschiedenen Größen in 50 oder 60 cm Breite und unterschiedlichen Höhen erhältlichen Weinklimaschränke der Serie 7 von Haier schaffen die richtige Atmosphäre: Mit Temperaturen, die sich zwischen 5 °C und 20 °C einstellen lassen (in zwei Klimazonen), intelligenter 3D-LED-Beleuchtung, einer gläsernen UV-Schutztür und einer relativen Luftfeuchtigkeit, die mit Hilfe eines natürlichen Luftstroms zwischen 50 und 70 Prozent gehalten wird – je nach Modell für 42, 77 oder 171 Flaschen.

Mit ihren hochwertigen Holzregalen und einer Vollglastür mit integriertem Display passen die Weinklimaschränke von Haier ausgezeichnet in gut eingerichtete Wohnzimmer. Akustisch fallen sie dagegen gar nicht auf, denn ihr Betriebsgeräusch von nur 37 dB ist kaum wahrnehmbar. Je nach Modell liegen die Preise für die Weinklimaschränke der Serie 7 von Haier bei 979 Euro bzw. 1.129 Euro (jeweils UVP).

## Beurer erstmals mit TV-Werbung

Unter dem Motto „Lasst es euch gut gehen!“ startet Beurer erstmals in der 100-jährigen Firmengeschichte eine TV-Kampagne in Deutschland und der Schweiz. Der Spot wird für knapp vier Wochen zu sehen sein. Im Mittelpunkt des Auftritts steht das Wärme-Sortiment des Ulmer Gesundheitsspezialisten.

Im Spot wirbt Beurer für ein gemütliches Zuhause und bietet dazu die passenden Alltagshelfer. Hero-Produkte sind die beiden Wärmzudecken HD 75 Cosy Nordic und die HD 150 XXL Nordic für kuschelige Wohlfühlmomente sowie das XXL-Heizkissen HK 123 Nordic.

Die Kampagne wird bis zum 20.12.2022 im deutschen Fernsehen auf ARD, ZDF, SAT 1, SAT 1 Gold, Kabel 1, RTL Up, TLC, HGTV zur besten Sendezeit im Nachmittags- und Abendprogramm ausgestrahlt. In der Schweiz läuft der Spot auf SRF, RTL CH, RTL2 CH, VOX CH, SAT1 CH, Sixx CH.

„Wir freuen uns, mit der Premiere im TV einen neuen Meilenstein im Marketing zu setzen“, sagte Kerstin Glanzer, Marketingleiterin bei Beurer. „Ziel der Kampagne ist es, die Marke Beurer weiter zu stärken, auszubauen und für die Zielgruppe emotional noch erlebbarer zu machen. Wie könnte dies besser gelingen als mit unserem Wärmesortiment, das mit unserer mehr als 100-jährigen Firmengeschichte fest verbunden ist.“

## Informationen zu Samsung Hausgeräten jetzt bei Tradeplace abrufbar

Ab sofort sind Informationen und Marketingmaterialien zu Samsung Hausgeräten auch im Product Information Management Service (PIMS) auf Tradeplace abrufbar. Bei Tradeplace handelt es sich nach Angaben von Samsung um ein unabhängiges B2B-Portal für Herstellerinnen und Hersteller sowie Händlerinnen und Händler in Europa. Damit ist Samsung in der Lage, Produktinformationen einschließlich Abbildungen, Bedienungsanleitungen, Energielabels und Award-Siegeln auf einfache Weise zur Verfügung zu stellen. Auch Marketingmaterialien zur Unterstützung des Abverkaufs der Geräte finden sich hier.

„Mit dem PIMS-Portal sind wir in der Lage, über das bekannte Format von Tradeplace aus erster Hand zuverlässige Produktinfos und weitere Materialien zu unseren Hausgeräten zur Verfügung zu stellen“, sagte Nedžad Gutic, Director Home Appliances bei Samsung Deutschland. „Damit können Verbraucherinnen und Verbraucher von ihrem Händler bzw. ihrer Händlerin gut informiert Kaufentscheidungen treffen. Eine Win-Win Situation sowohl für Händlerinnen und Händler als auch für uns als Lieferanten“.

Bisher konnte das Online-Portal nur für Bestellungen sowie Informationen zu Preis und Lieferfähigkeit von Samsung Hausgeräten genutzt werden. Mit den nun ebenfalls abrufbaren Produktbeschreibungen und hochwertigen Abbildungen, detaillierten Produktinformationen sowie Marketingmaterialien können Händlerinnen und Händler ab sofort alles kostenfrei und in wenigen Schritten im Format ihrer Wahl herunterladen.

## Haier: Neue Geschirrspüler-Fabrik in der Türkei eröffnet

Nach einer Investition von mehr als 40 Millionen Euro in die hochmoderne Produktionsstätte erfolgte im November 2022 die Einweihung der neuen Geschirrspüler-Fabrik. Im vergangenen Jahr hatte Haier in der Türkei eine neue Wäschetrockner-Fabrik eröffnet.

Das neue Werk befindet sich im türkischen Eskisehir im New Green Field Production Campus, dessen Gelände eine Gesamtfläche von 190.000 Quadratmetern umfasst. Damit will Haier Europe seine Produktführerschaft im Bereich Waschen für alle drei paneuropäischen Marken Haier, Hoover und Candy weiter ausbauen. Sowohl das Segment der freistehenden als auch das der Einbaugeräte zeichnet sich durch Schlüsseltechnologien, Konnektivität, hohe Energieeffizienzklassen sowie inno-

vative Funktionen und ausdrucksstarkes Design aus. Die Produktionskapazität soll bei einer Million Geräte pro Jahr liegen und damit die Präsenz von Haier in Europa stärken, wo sich das Unternehmen durch Produktführerschaft in mehreren Kategorien auszeichnet und das Ziel verfolgt, zu den drei führenden Hausgeräteherstellern zu werden, heißt es in einer Pressemitteilung.

Die neue Fabrik ist mit Solarzellen ausgestattet – ganz im Einklang mit der Nachhaltigkeitsverpflichtung des Unternehmens. Sie bildet die Grundlage für skalierbare und modulare Funktionen, mit denen die Produktmerkmale und die Markendifferenzierung vorangetrieben werden, und bietet eine verbesserte Produktionskapazität mit einem hohen Automatisierungsgrad: Betriebsroboter und fortschrittliche Produktionsprozesse dank 100 Prozent automatischer Messsysteme, Leckage-Erkennung und vollständiger Rückverfolgbarkeit von kritischen Komponenten.

## Höchst effizient. Auch im Verkaufsgespräch.

Unsere vier Kühl-Gefrierkombinationen mit Energieeffizienzklasse A präsentieren sich mit besten Verkaufsargumenten: höchste Energieeffizienz, durchdachte Frischetechnologien und langlebige Liebherr-Qualität. Letztere sogar mit 10 Jahren Garantie. So überzeugen Sie Ihre Kundschaft – und zwar nachhaltig. **Jetzt bei Ihrem Liebherr-Vertriebskontakt informieren!**

# LIEBHERR

Langlebig. Nachhaltig. Effizient.

10 Jahre  
Liebherr  
Garantie.

Mehr Nachhaltigkeit durch höchste Langlebigkeit und Energieeffizienz.



Energieeffizienzklasse A



# Argumente für die Wäschetrockner von Miele

## Alle mit Wärmepumpe

**Die aktuellen Diskussionen um Strompreise und Energie-Effizienz zeigen deutlich, wie gut Miele beraten war, Kondensrockner ohne Wärmepumpe im vergangenen Jahr komplett aus dem Programm zu nehmen. Denn im Vergleich zu den ausgemusterten Geräten lassen sich mit den aktuellen Trocknern des Güterloher Familienkonzerns bis zu 1.200 Euro Stromkosten sparen. Nicht ohne Grund hat die Stiftung Warentest jüngst bestätigt, dass Miele-Trockner besonders energieeffizient arbeiten.**

So wurde der Miele TEF 775 WP in der September-Ausgabe der Zeitschrift „test“ als alleiniger Testsieger ausgezeichnet; gegenüber dem dem stromintensivsten Trockner im Test kann das Gerät innerhalb von zehn Jahren bis zu 174 Euro Stromkosten einsparen (bei einem durchschnittlichen Preis von 43 Cent pro kWh).

Auch die Umwelteigenschaften der übrigen Miele-Geräte im Test wurden als einzige mit „sehr gut“ (1,5) bewertet. Zudem erreichten sie ebenfalls als einzige Geräte die beste Klasse (A) in der Kondensationseffizienz, weil sie mehr als 90 Prozent des aus der Wäsche verdampften Wassers wieder auffangen. Das ist nicht unwichtig: Denn der Wert besagt, dass die Wärmepumpentrockner von Miele besonders dicht sind und deshalb nur wenig Feuchtigkeit in die Raumluft abgeben. So wird der Schimmelbildung in der Wohnung über das gesamte Geräteleben hinweg wirksam vorgebeugt.

### Klima und Konto schonen

Aus demselben Grund ist es im Winter keine gute Idee, die Wäsche zum Trocknen in beheizten Räumen auf die Leine hängen – und nachhaltig ist es auch nicht. Denn durch die Verdunstung der Feuchtigkeit aus der Wäsche

kann es zu höheren Heizkosten kommen, weil die Heizung für das Verdampfen und das erneute Erwärmen der Raumluft nach dem notwendigen Lüften zusätzliche Energie benötigt. Eine bewährte und in Summe auch klimafreundlichere Alternative ist deshalb bei kühlen Außentemperaturen ein energieeffizienter Wärmepumpentrockner: Er verbraucht vergleichsweise wenig Strom und trocknet die Kleidungsstücke zudem besonders schnell und komfortabel. Angenehm weich werden sie dabei auch noch.

Trockner mit Wärmepumpe arbeiten deshalb besonders sparsam, weil die für das Verdunsten der Feuchtigkeit eingesetzte warme Luft aus der Trommel in den Prozess zurückgeführt wird. Dadurch wird weniger Energie für das erneute Aufheizen benötigt. So unterschreiten die besten Miele-Modelle mit Wärmepumpe aktuell die beste Energieeffizienzklasse A+++ um 10 Prozent, während herkömmliche Kondens- oder Abluftrockner allenfalls Effizienzklasse B erreichen. Damit kann ein Wärmepumpentrockner von Miele nach Angaben des Herstellers innerhalb von zehn Jahren im Vergleich zu Modellen ohne Wärmepumpe mehr als 1.200 Euro Energiekosten einsparen.

Zur Nachhaltigkeit eines Gerätes gehört bei Miele nicht nur die Energieeffizienz, sondern auch ein ressourcenschonender Materialeinsatz sowie eine lange Nutzungsdauer. Deshalb setzt der Hersteller für fast alle aktuellen Wäschetrockner ein von Grund auf neu entwickeltes Bodenmodul mit einem speziell entwickelten Kunststoff



Alle Miele Wäschetrockner arbeiten mit Wärmepumpen-Technologie.

ein, der in einem innovativen Fertigungsverfahren mit Stickstoff angereichert wird. Dieses Verfahren spart 30 Prozent Material, ohne die Stabilität des Bauteils zu beeinträchtigen. Auch die Verwendung des klimafreundlichen Kältemittels R290 trägt zur Schonung der Umwelt bei.

Als nach eigenen Angaben einziger Hersteller der Branche testet Miele seine Trockner auf 20 Jahre Lebensdauer. Dafür werden anspruchsvolle Belastungs- und Dauertests durchgeführt, die auf fünf Wäscheladungen pro Woche bzw. 5.000 Programmabläufe ausgelegt sind.

### Auch für pflegeleichte Textilien

Dank der Programmoption DryCare 40 können auch pflegeleichte Kleidungsstücke, die bei 40 °C waschbar sind, in den Trockner gegeben werden – und zwar selbst dann, wenn sie laut Pflegekennzeichnung nicht für Wäschetrockner geeignet sind. Möglich wird das durch eine Senkung der Lufttemperatur im Gerät während des Trocknungsvorgangs, so dass empfindliche Textilien schonend getrocknet werden. So werden die Fasern nicht unnötig strapaziert, und die Kleidungsstücke bleiben weich und formstabil.

DryCare 40 kann zu verschiedenen Programmen wie Baumwolle, Pflegeleicht und Oberhemden hinzugewählt werden. Ein weiteres Verkaufsargument für die Miele Trockner ist die SilenceDrum, die es nur von diesem Hersteller gibt: Dank einer speziellen Trommelkonstruktion, bei der ein Teil der Außenseite mit Dämmstreifen aus Filz ummantelt ist, werden Geräusche wie das Klappern von Knöpfen und Reißverschlüssen spürbar reduziert.

Der Schonung der Umwelt und des Geldbeutels dient auch das Feature PowerFresh, mit dem unnötiges Waschen der Wäsche vermieden werden kann. Statt dessen werden Textilien bei Bedarf aufgefrischt, um z. B. Gerüche zu entfernen. Dafür geht dem Trocknungsvorgang eine Befeuchtungsphase voraus, während der Geruchsmoleküle mit Dampf gelöst werden. Am besten funktioniert das im Zusammenspiel mit dem DryFresh-Flakon, dessen Inhaltsstoffe unerwünschte Gerüche zusätzlich neutralisieren und zudem einen dezent-frischen Duft beisteuern.

### Neues Einstiegsmodell

Auf der IFA stellte Miele mit dem TCA 230 WP einen neuen Wärmepumpentrockner in der Einstiegsklasse vor. Er erreicht die Energieeffizienzklasse A++ und verbraucht damit nach Angaben des Herstellers 40 bis 50 Prozent weniger Strom als die sparsamsten Trockner ohne Wärmepumpe (abhängig von der Beladung und dem zuvor verwendeten Schleuderprogramm). Auch in diesem Gerät setzt Miele das klimafreundliche Kältemittel R290 ein, das keinen Fluorkohlenwasserstoff (FKW) enthält.

Die patentierte Restfeuchtemessung PerfectDry sorgt für genaue Trocknung der Wäsche und schützt auch vor Über Trocknung, damit die Kleidungsstücke länger in Form bleiben. Die bewährte EcoDry-Technologie arbeitet mit einem wartungsfreien Wärmetauscher; auch die patentierte Miele Schontrummel ist an Bord. Mit AddLoad können Wäschestücke bis kurz vor Programmende hinzugefügt oder herausgenommen werden. Auch die Beduftung der Textilien mit den FragranceDos-Flakons von Miele ist möglich. Der TCA 230 WP fasst sieben Kilogramm Wäsche und verfügt über das Bediensystem EasyControl mit direkter Anwahl der einzelnen Programme per Sensortasten sowie Vorwahl der Startzeit.



Der TCA 230 WP (UVP 899 Euro) rundet seit der IFA das Trocknerprogramm von Miele ab.

# Neue SatisFry Air-Serie von Russell Hobbs

## Fettarm, sparsam und schnell

Die drei Küchengeräte der neuen SatisFry Air-Serie bietet Russell Hobbs machen es einfach, schmackhafte und gleichzeitig kalorienarme Gerichte zuzubereiten. Denn sowohl der Multikocher als auch die zwei Heißluftfritteusen kommen mit wenig oder gar keinem Öl aus, ohne dass Kompromisse bei den Ergebnissen gemacht werden müssen. Zudem sind sie für leichte Reinigung mit einem spülmaschinenfesten Innenleben ausgestattet.

Der neue SatisFry Air & Grill Multikocher von Russell Hobbs (1.745 Watt, UVP 199,99 Euro) ist ein echtes Multitalent, dessen großzügig bemessener Topf von 5,5 Litern Fassungsvermögen genug Platz für Zutaten bietet, von denen die ganze Familie satt werden soll. Dank der Heißlufttechnologie arbeitet das Gerät nicht nur mit wenig oder gar keinem Öl, sondern nach Angaben des Herstellers auch um 76 Prozent schneller als ein konventioneller Backofen. Das bedeutet auch 44 Prozent weniger Energieverbrauch.

Für die gleichmäßige Bräunung des Grill- oder Gargutes stehen Ober- und Unterhitze zur Verfügung. Mit sieben Funktionen lassen sich nicht nur Klassiker wie goldbraun

*Der neue Multikocher und die zwei Heißluftfritteusen aus der SatisFry Air & Grill von Russell Hobbs arbeiten schnell und sparsam.*



gebackene Hähnchen und Pommes zubereiten, sondern auch Eintöpfe, Currygerichte, Suppen und Aufläufe. Dafür gibt es die Slow-Cook-Funktion mit einstellbaren Temperaturen zwischen 65 und 260 Grad. Die Reinigung geht schnell von der Hand: Der Kochtopf wird herausgenommen und in der Spülmaschine verstaut, das digitale Touch-Display lässt sich zur Entfernung von Schmutz und Speiseresten einfach abwischen.

### Zwei Heißluftfritteusen

Die zwei SatisFry Air Heißluftfritteusen von Russell Hobbs sind mit 5 Liter (1.650 Watt, UVP 149,99 Euro) oder mit 1,8-Liter-Fassungsvermögen (1.100 Watt, UVP 109,99 Euro) erhältlich und bieten die typischen Vorteile dieser Zubereitungsart, denn sie arbeiten mit viel weniger Fett und

Energie als herkömmliche Fritteusen oder Backöfen. Bei beiden Modellen gehört anstelle eines zusätzlichen Innenkorbs ein Grillplatteneinsatz zum Lieferumfang, was sowohl die Reinigung erleichtert als auch das Garvolumen erweitert. Über das Touchscreen-Bedienfeld lassen sich sieben voreingestellte Garfunktionen für Pommes Frites, Koteletts, Garnelen, Huhn, Steak, Fisch und (Auf-)backen ganz einfach abrufen. In die große Variante passen bis zu 2,1 kg Gargut, für beste Ergebnisse empfohlen werden 600 g. Bei dem kleineren Gerät sind es bis zu 700 g bzw. 250 - 300 g.

Die kleine SatisFry Air Heißluftfritteuse arbeitet um 78 Prozent und die größere Variante sogar bis zu 82 Prozent schneller als ein Backofen; zur Reinigung kommen Korb und Grillplatte einfach in die Spülmaschine.

# Haier

## I-PRO SERIE 5

PROFESSIONELLE ERGEBNISSE ZU HAUSE

### WASCHEN UND TROCKNEN AUF PROFESSIONELLEM NIVEAU

Die Haier I-Pro Serie 5 verfügt über den äußerst langlebigen Direct Motion Motor der Energieklasse A, exklusive Hygienefunktionen und ein Fassungsvermögen von bis zu beeindruckenden 10 kg. Verbinden Sie die smarten Geräte mit der Haier hOn App und erfahren Sie, in einem individuellen Erlebnis, die vernetzte Welt von Haier.

Mehr auf [haier-europe.com](http://haier-europe.com)

Laden Sie die neue Haier hOn App herunter



# 52er Chancen-Treff von Wertgarantie

## Gegen die Unsicherheit



Die zahlreichen Teilnehmerinnen und Teilnehmer des 52er Chancen-Treffs von Wertgarantie genossen sichtlich die Live-Atmosphäre der Veranstaltung.

**Auch in diesem Jahr hat Wertgarantie wieder zu seinem 52er Chancen-Treff eingeladen. Mehr als 160 Fachhändler kamen vom 12. bis 13. November in Kassel zusammen, um an der beliebten Veranstaltung teilzunehmen. Nach der gemeinsamen Anreise mit einer extra bereitgestellten Straßenbahn drehte sich in der Location UK 14 thematisch alles darum, wie man mit den derzeitige Ausnahmezuständen umgehen kann, ohne dass Unsicherheit und Ängste die Oberhand gewinnen.**

Deshalb hatte der Chancen-Treff nicht nur das Ziel, die Stimmung und Problemlage zu erfassen, sondern es ging auch darum, Mut zu machen und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu motivieren, neue Konzepte positiv aufzunehmen. „Wenn wir weiter wie in der Vergangenheit agieren, werden wir die Zukunft nicht meistern können“, sagte Thilo Dröge, Wertgarantie-Geschäftsführer Vertrieb, zum Auftakt seines Vortrags „Ausnahmezustand Ertragsituation im Handel“. Gerade in der Krise müsse es vor allem um Lösungswege gehen, um das Beste aus der aktuellen Lage zu machen, betonte der Manager und bezog sofort das Auditorium ein, dem er die Frage stellte, was jetzt zu tun sei. Unter den Antworten waren gute Vorschläge, z. B. „die Ansprache im Handel ändern“, „gemeinsam handeln“, „Prozesse ändern“ und natürlich „auf jeden Fall Panik vermeiden“. Obwohl er zugeben musste, dass es schwer sei, zeigte Dröge auf, wo man Kosten einsparen könne. „Die Erträge müssen rauf, und dies bedeutet: Die Dienstleistungen müssen optimiert und nach vorne gebracht werden“, so der Wertgarantie-Vertriebschef. „Bieten Sie zu jedem Gerät eine Dienstleistung an. Jeder 3für2-Vertrag bringt Ihnen mindestens 160 Euro Ertrag. Welche Leistung steuert denn so viel Ertrag bei wie Wertgarantie?“

Zuvor hatte schon der Wertgarantie-Vorstandsvorsitzende

Patrick Döring einen Blick auf den „Ausnahmezustand wirtschaftspolitischer Rahmenbedingungen“ geworfen. Deutschland sei stark, aber eben abhängig von anderen Playern, so Döring. Planbarkeit sei kaum gegeben, und der Ausblick auf die Zukunft zeige nur eine Nebelwand. Bei Wertgarantie sei die Situation aber mehr als stabil, betonte Patrick Döring: „Wir sehen uns trotz schwieriger Zeiten gut vorbereitet und setzen weiter auf Wachstum. Wir sind zudem für mehr Risikobereitschaft gerüstet, wenn die Teuerungen 2023 bei uns ankommen. Klar ist aber: Die Beiträge bleiben stabil, auch wenn die Luft dünner wird.“

### Die Fachpersonal-Krise

Besonders schwierig sieht die Situation bekanntlich auf dem Arbeitsmarkt aus, denn seit Corona wird es immer schwieriger, geeignetes Personal im Fachhandel zu finden. Deshalb hatte Wertgarantie Carsten Hupke, Inhaber von GMP (Gesellschaft für Management-Psychologie), für einen Vortrag zum Thema „Ausnahmezustand Arbeitsmarkt“ gewonnen. Der Experte gab den Anwesenden zahlreiche Tipps, um ihnen die Suche nach geeigneten Kräften auf dem Arbeitsmarkt zu erleichtern. Ein besonders wichtiges Instrument sei ein gutes Arbeitgebermarketing unter Einbezug aller Social-Media-Kanäle, betonte Hupke. Zudem sollte der Nachwuchs schon sehr früh angesprochen und der rasante technische Wandel offen thematisiert werden – kein Hexenwerk also. Wichtig sei auch, sich um die vorhandenen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu kümmern, um ihre Bindung an das Unternehmen durch steigende Verantwortung, Weiterbildung und einen sicheren Arbeitsplatz zu stärken. Zum Abschluss sprach Hupke die

Teilnehmer direkt an: „Sie müssen Bedingungen so ändern, dass sie motivierend bei Ihren Mitarbeitern ankommen.“

### Best-Practice-Beispiele

In einer abschließenden Podiumsdiskussion mit allen Referenten kamen auch verschiedene Best-Practice-Beispiele zur Sprache. Unter der Moderation des langjährigen Unternehmers und Wertgarantie-Partners Wolfgang Hanses erläuterten die Teilnehmer ihre Bewerbungsverfahren über WhatsApp sowie Erfolgsstrategien für die Motivation der Mitarbeiter, z. B. durch eine faire Verteilung mit Hilfe eines Prämienmodells. Zudem kamen weitere Möglichkeiten zu Sprache, z. B. die Idee, über die Händlersuche weitere Wertgarantie-Partner zu finden, um tägliche Servicefahrten von über 100 Kilometern zu vermeiden.

### Der persönliche 100-Tage-Plan

Zum Abschluss des Tagungsteils rief Thilo Dröge alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer dazu auf, sich ihren persönlichen 100-Tage-Plan zu erstellen, um Veränderungen schnellstmöglich umzusetzen. Stichtag sei der Valentinstag. Von der Idee, über die Planung bis zur Ausführung und inklusive der Kontrolle sei so alles leicht festzuhalten und zu überschauen, betonte Dröge – und beendete seinen Vortrag mit einem weiteren Appell: „Legen Sie die Konsequenz Ihrer Mitarbeiter darauf, jeden Kunden in Richtung Wertgarantie zu entwickeln. Wertgarantie ist für den Unternehmenserfolg unerlässlich. Machen Sie daher Ihren eigenen Plan, denn 100 Tage sind dabei entscheidend: Was man bis dahin nicht umgesetzt hat, tut man danach auch nicht mehr und stößt keine Veränderungen an!“

Abgerundet wurde das Wochenende durch eine „mittelalterliche Tafel“ in der Brüderkirche, wo am Abend des Kongresstages Gaukler, Narren und Jongleure für Unterhaltung sorgten. Am nächsten Vormittag folgte dann noch ein Besuch der Grimmwelt in Kassel, der auf sehr positive Resonanz bei den Teilnehmern stieß.



Bei der Podiumsdiskussion unter der Leitung von Wolfgang Hanses wurden wichtige Fragen thematisiert und verschiedene Best-Practice-Beispiele vorgestellt.

### Bundle-Aktion von Hisense Gorenje

Hisense Gorenje bietet ab sofort eine besondere Abverkaufsunterstützung: Bis Ende Januar erhalten Kundinnen und Kunden beim Kauf eines Gorenje Induktionskochfeldes eine hochwertige Grillplatte gratis dazu. Nach dem Kauf können sich die Kunden auf einer Landing Page registrieren und erhalten die Grillplatte im Wert von 119 Euro (UVP) zugeschickt.



Die Promotion-Aktion umfasst einzelne Induktionskochfelder sowie Herdsets mit den passenden Einbau-Backöfen – wahlweise mit Pyrolyse-Selbstreinigung oder als Extra-Steam-Modell.

Die gusseiserne Grillplatte mit mattschwarzer Emaillebeschichtung lässt sich bis zu 200° C erhitzen und ist mit einem Gewicht von 4 kg für die Zubereitung von Steaks, Fisch und Gemüse geeignet.

### Graef: Im Dienst von MYestro

Zum Launch der neuen Küchenmaschine MYestro setzt der Küchengerätehersteller Graef ab sofort auf doppeltes Brotback-Know-how: Ralf Gießelmann aus Bergneustadt, Brotsommelier und Graef Kompetenzbotschafter rund um die Themen Brot und Backen, und „Broffee“ Heidi Schlautmann aus Lippetal stellen ihre ausgewiesene Expertise nun in den Dienst der neuen Küchenmaschine MYestro. Gießelmann ist seit der Premiere auf der IFA das Gesicht des neuen Küchenhelfers und mit seiner Sommelierkompetenz bereits bei einigen Projekten involviert. Schlautmann wird Graef u. a. mit Brotbackkursen unterstützen.

„Wir freuen uns, nicht nur einen, sondern gleich zwei exzellente Persönlichkeiten an unserer Seite zu wissen, die die Kunst des Brotbackens aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten“, erklärte Hermann Graef, Geschäftsführer der Gebr. Graef GmbH & Co. KG. „Mit diesen zwei Experten sind wir hervorragend aufgestellt und können ein Rundpaket anbieten.“

Gießelmann ist nicht nur Bäckermeister und Konditor, sondern einer der weltweit ersten dreizehn Brotsommeliers und der erste in seinem Heimatland Nordrhein-Westfalen. Diese Auszeichnung verdiente er sich 2016 dank seiner besonderen sensorischen Fertigkeiten und seiner Kenntnisse nationaler wie internationaler Brotkultur. Außerhalb seines Amtes als Sommelier betreibt er die Bäckerei Gießelmann in Bergneustadt im Bergischen Land, zusammen mit seiner Frau und seiner Schwester. Der Sommelier ist aber auch bereits ein bekanntes TV-Gesicht: Alle vier Wochen backt er beim WDR in der Sendung „Hier und heute“ und entwirft Brote und Rezepturen für verschiedene Institutionen.

Heidi Schlautmann, seit 2019 als Broffee bekannt, ist seit vielen Jahren dem Kneten und Formen von Teig und allerhand Leckereien aus dem Backofen verfallen. Die Autodidaktin ist landesweit bekannt und gibt im heimischen Lippetal Brotbackkurse, die schon monatelang im Voraus ausgebucht sind. Ihr Wissen hat sie sich vor allem selbst angeeignet – nach vielen Tutorials, verschiedenen Weiterbildungen, Experimenten in der eigenen Küche und unzähligen „wohl oder nicht so wohl“ geratene Broten hat sie sich zu einer wahren Spezialistin entwickelt und tritt heute bei Sendungen



**GRAEF**  
Für heute. Für morgen. Für dich.



wie „Der Vorkoster“ im WDR und anderen TV-Programmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens auf. Mittlerweile werden ihre Kurse von hochkarätigen Co-Dozenten, wie Brotblogger „Der Brotdoc“ Dr. Björn Hollensteiner, Pizzateigweltmeister Salvatore, Hobbybäcker und Fleischsommelier Oliver Distelkamp, begleitet.

### Winter-Cashback-Aktion von Braun

Zur umsatzstärksten Zeit des Jahres unterstützt Braun seine Handelspartner mit der Winter-Cashback-Aktion „Freude schenken mit Braun“. Die Promotion läuft vom 1.12.2022 bis zum 31. Januar 2023 und wird mit aufmerksamkeitsstarker Instore-Kommunikation und Online-Präsenz begleitet.

Bei der Promotion dreht sich alles rund um Rasur, Styling und Haarentfernung. Wer Braun Rasierer, Styler und Trimmer sowie Epilierer oder IPL-Geräte (Intense Pulsed Light) beim Händler kauft, profitiert von bis zu 50 Euro Geld zurück. „Der starke konsumentenrelevante Aktionsmechanismus unserer attraktiven Winter-Cashback-Aktion unterstützt den Abverkauf im Weihnachtsgeschäft quer durch unser Produktportfolio“, sagte Benno Stan, Verkaufsleiter Elektro-Channel für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Procter & Gamble. „Die Premium-Produkte von Braun können hier nicht nur für mehr Umsatz, sondern auch für große Freude unterm Weihnachtsbaum sorgen. Für jedes Aktionsprodukt erhalten Verbraucher und Verbraucherinnen bis zu 50 Euro Geld zurück.“



Dazu zählen folgende Braun Modelle: Series 9 Pro, Series 7, Series XT5, Silk-expert Pro 5 IPL, Silk-expert Pro 3 IPL, Silk-épil 9 Flex, Silk-épil 9 + 5 + 3, Bikini-Trimmer, Body-Trimmer, Eyebrow-Trimmer, Face-Trimmer. Als PoS-Materialien stehen Poster, Einleger, Flyer und Guerilla-Folie zur Verfügung.

Die Teilnahme an der Winter-Cashback-Aktion gestaltet Braun für seine Kunden einfach: Beim Händler eines der Braun Aktionsmodelle kaufen, den Kaufbeleg und die Original-Produktpackungen aufbewahren und sich unter [www.braun.de/cashback](http://www.braun.de/cashback) registrieren und den Anweisungen für die Online-Verifizierung folgen. Bei einer gültigen Teilnahme wird der entsprechende Betrag für die Geräte erstattet. Die Teilnahme ist nur mit einem Kaufbeleg aus dem Aktionszeitraum vom 1. Dezember 2022 bis 31. Januar 2023 möglich. Einsendeschluss ist der 28. Februar 2023.

### 40 Jahre medisana



Der Spezialist für Gesundheitsprodukte, medisana, feiert seinen 40. Geburtstag.

Seit 1982 setzt sich das Unternehmen mit der Devise „Deine Gesundheit in guten Händen“ für das Wohlbefinden der Menschen ein.

Die Marke medisana wurde zunächst mit Produkten aus den Bereichen der Gesundheitskontrolle wie Fieberthermometern oder Blutdruck- und Blutzuckermessgeräten bekannt. Später wurde das Sortiment sukzessive um weitere Produktbereiche wie Connect, Therapie, Massage, Wärme und Körperpflege erweitert, um die Marke mit ganzheitlicher Gesundheitskompetenz innovativ und zukunftsorientiert aufzuladen.

So leistete das Unternehmen wiederholt Pionierarbeit und entwickelte bereits 2011 die ersten Connected Health Produkte sowie die VitaDock+ App. Sie ermöglicht die Aufzeichnung, Speicherung und anschließende Aufbereitung aller Vitaldaten, die mit den Connect-Geräten von medisana erfasst werden. Damit ist sie ein wichtiger Meilenstein für die Entwicklung weiterer Innovationen, die ein individuelles Gesundheitsmanagement ermöglichen.

„Nach 40 gemeinsamen Jahren ist es an der Zeit, Danke zu sagen und gebührend zu feiern“, sagte Thomas Hollefeld, Managing Director medisana EMEA. Damit Kunden und Freunde der Marke den runden Geburtstag mitfeiern können, gibt es auf dem medisana Internet-Auftritt eine eigene Unterseite mit großem Gewinnspiel, bei dem viele Preise ausgelobt werden.

## PROLUXE YOU™



#### INTELLIGENTE STYLEADAPT™ TECHNOLOGIE

Lernt, personalisiert und passt die Hitze an dein einzigartiges Haar an



#### GESÜNDERES STYLING\*\*

\*\*StyleAdapt Modus VS Styling mit Standard Remington Haartrockner und Styler. Resultate können je nach Haartyp variieren.



#### SALON-VOLUMEN, DAS DEN GANZEN TAG HÄLT\*

\*24h langanhaltende Ergebnisse. Nachgewiesen in Labortests.

## JUST FOR YOU

Die Proluxe You™ Serie mit Intelligenter StyleAdapt™ Technologie lernt, adaptiert und passt die Hitze an deinen Haartyp und deine Styling-Technik an. Für Ergebnisse, wie vom Frisör, die den ganzen Tag\* halten. **Personalisiertes Styling... JUST FOR YOU**



# Hemix Home Electronics Market Index Q1-3/2022

## Licht und Schatten

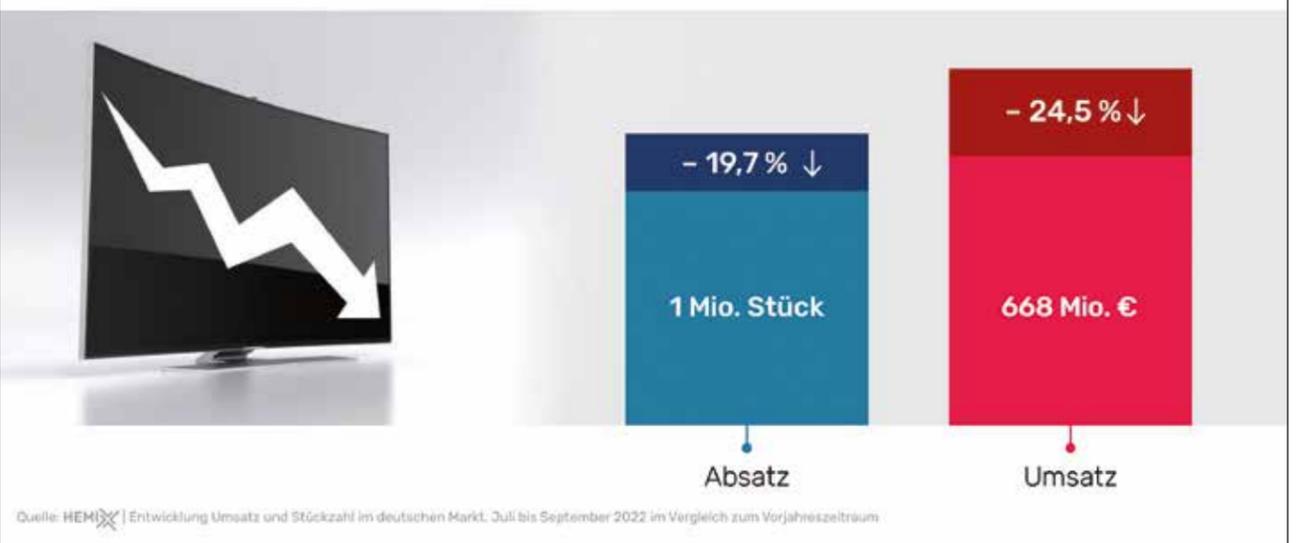
Der deutsche Home Electronics Markt hat sich in den ersten drei Quartalen 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt stabil gezeigt. Das zeigen die Zahlen des von gfu Consumer & Home Electronics und GfK Retail and Technology erhobenen Home Electronics Market Index' (Hemix). Die einzelnen Segmente entwickelten sich unterschiedlich: So standen Zuwächse bei Telekommunikation, Audio-/Video-Zubehör und Elektrogroßgeräten zum Teil deutliche Rückgänge in der Unterhaltungselektronik sowie bei Kleingeräten und privat genutzter IT gegenüber.

Insgesamt blieben die Umsätze in den ersten drei Quartalen im Vergleich zum Vorjahres-Zeitraum mit knapp 33,7 Milliarden Euro (+ 0,1 Prozent) stabil. Im Bereich Consumer Electronics ergab sich ein Wachstum von 0,6 Prozent auf ein Gesamtvolumen von mehr als 21,2 Milliarden Euro. Dabei verzeichnete die Unterhaltungselektronik einen Umsatz-Rückgang um 7,7 Prozent auf knapp 5,4 Milliarden Euro, mit privat genutzten Telekommunikationsprodukten erzielte die Branche dagegen einen Zuwachs von 12,9 Prozent knapp 10,5 Milliarden Euro. Die Nachfrage nach privat genutzten IT-Produkten war mit einem Minus von 10,5 Prozent auf knapp 5,4 Milliarden Euro Umsatz rückläufig.

### TV-Markt geht zurück

Die Nachfrage nach TVs ließ im Laufe des Jahres deutlich nach. Mit Fernsehgeräten wurde von Januar bis September 2022 ein Umsatz von knapp 2,2 Milliarden Euro (- 14,5 Prozent) erzielt, die verkaufte Stückzahl sank um 17,7 Prozent auf rund 3,2 Millionen TV-Geräte, deren Durchschnittspreis in den ersten neun Monaten aufgrund des höheren Anteils von großen Bildschirmen und OLED-TVs um 3,9 Prozent auf 675 Euro stieg. Im dritten Quartal setzte sich dieser allerdings nicht fort: Von Juli bis September gingen die TV-Umsätze sogar noch stärker zurück als die verkauften Stückzahlen.

### Umsatzrückgang für TV-Geräte auch im dritten Quartal 2022



Auch im dritten Quartal zeigte sich der TV-Markt mit einem Absatzminus von 19,7 Prozent rückläufig. Anders als in den vorherigen Quartalen schrumpfte der Umsatz noch stärker und nahm um 24,5 Prozent ab.

Das Home Audio Segment verzeichnete einen Umsatzrückgang von 5,2 Prozent auf 556 Millionen Euro, während die Produktparte Audio-/Video-Zubehör mit einem Umsatz von mehr als 1,1 Milliarden Euro ein Plus von 11,3 Prozent erreichte. Weiterhin negativ entwickelte sich das Geschäft mit Spielkonsolen: Hier gingen die Umsätze um 20,3 Prozent auf 380 Millionen Euro zurück.

Schwach beleuchtet zeigte sich wieder der Fotomarkt. Der Absatz von Digitalkameras ging in den ersten drei Quartalen 2022 um 21,8 Prozent auf 0,51 Millionen Stück zurück, der weiter wachsende Anteil von Premium-Modellen führte beim Durchschnittspreis zu einem Plus von 16,1 Prozent auf 721 Euro und begrenzte den Umsatzrückgang auf ein Minus von 9,2 Prozent und ein Volumen von 367 Millionen Euro. Eine ähnliche Entwicklung gab es auch bei den Action Cams (inkl. Camcorder): Hier sank die Menge um 16,8 Prozent auf 0,213 Millionen Stück, der Umsatz fiel bei einem um 13,7 Prozent auf 338 Euro gestiegenen Durchschnittspreis um 5,5 Prozent auf 72 Millionen Euro. Das Geschäft mit Wechselobjektiven war bei einer auf 0,381 Millionen (- 3,8 Prozent) gesunkenen Stückzahl umsatzmäßig positiv, denn durch den um 10,0 Prozent auf 734 Euro gestie-

genen Durchschnittspreis ergab sich ein Volumen von 280 Millionen Euro (+ 5,8 Prozent).

### Smartphones weiter im Plus

Bei den Produkten der privat genutzten Telekommunikation zeigten sich in den Monaten Januar bis September 2022 in den Sparten Smartphones und Wearables wieder Zuwächse. Core Wearables wie Fitnesstracker und Smart Watches setzten ihren Erfolgskurs mit einem Umsatzzuwachs von 9,9 Prozent auf 960 Millionen Euro fort, die verkaufte Stückzahl stieg um 2,3 Prozent auf knapp fünf Millionen, der Durchschnittspreis erhöhte sich um 7,4 Prozent auf 192 Euro. Bei den Smartphones ergab sich in den ersten drei Quartalen 2022 bei fast 15,3 Millionen Geräten (+ 0,7 Prozent) ein Umsatzplus von 14,0 Prozent auf mehr als 9,3 Milliarden Euro, der Durchschnittspreis legte um 13,2 Prozent auf 611 Euro zu.

Im Segment der privat genutzten IT blieben die Umsätze mit Desktop PCs (- 14,7 Prozent), Notebooks (- 7,5 Prozent) und Tablet-PCs (- 14,9 Prozent) deutlich unter den Vorjahreswerten, Desktop und Tablet-PCs zeigten allerdings gestiegene Durchschnittspreise (+ 9,9 bzw. + 8,6 Prozent).

Bei Monitoren gab es bei Umsatz (- 12,2 Prozent) und Stückzahl (- 19,2 %) ebenfalls negative Zahlen, allerdings stieg auch bei diesen Produkten der Durchschnittspreis (+ 8,7 Prozent).

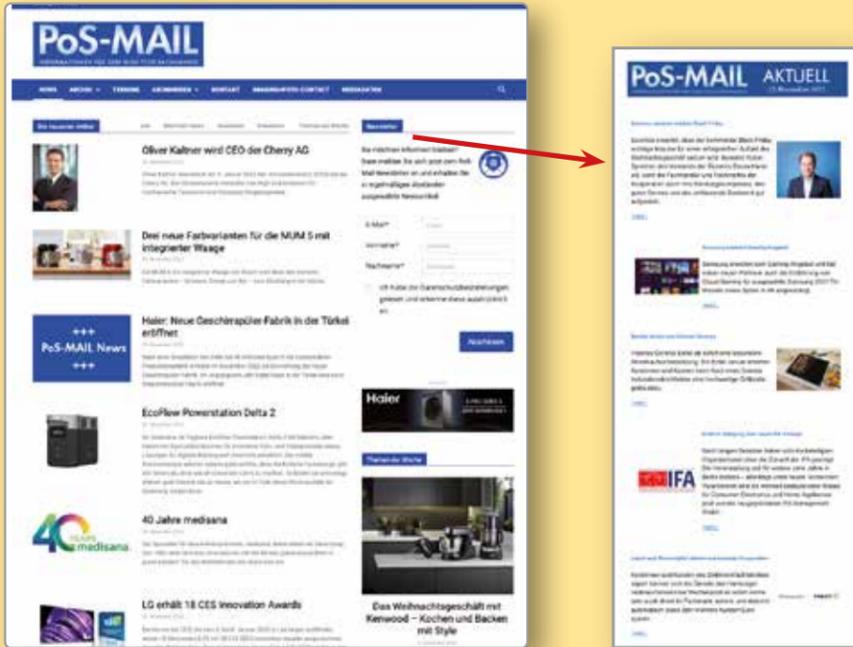
Die beiden Elektro-Hausgeräte-Segmente entwickelten sich zwischen Januar und September 2022 erneut unterschiedlich: Während die Branche mit Elektro-Großgeräten einen allerdings abgeschwächten Umsatzzuwachs von 2,1 Prozent auf über 7,7 Milliarden Euro erzielen konnte, waren die Geschäfte mit Elektro-Kleingeräten mit einem Umsatzminus von 4,8 Prozent auf gut 4,7 Milliarden Euro rückläufig.



www.pos-mail.de

# Im neuen Design

Wir haben [www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de), unseren aktuellen Internet-Informationdienst, 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](http://www.pos-mail.de).

# WAGNERS WELT



## Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

### Passiv gekühlte Lieblingsmusik

Obwohl ich mich als Rentner bereits im fortgeschrittenen Alter befinde, liegt mir die Zukunft unseres Planeten weiter am Herzen. Deshalb freue ich mich, wenn Hersteller dem Thema Nachhaltigkeit ihre Aufmerksamkeit schenken. Das tut z. B. Lenco. Der (nach eigenen Angaben) Spezialist für „Smart Choice Unterhaltungselektronik“ hat ein DAB+ Radio mit dem klangvollen Namen PDR-064GY auf den Markt gebracht, bei dem, so die Pressemitteilung, „größter Wert auf nachhaltigen Materialeinsatz“ gelegt wurde. Allerdings besteht das Digitalradio nicht, wie in der Überschrift behauptet, aus Bambus und Weizenfasern; vielmehr setzt Lenco für das Gehäuse ein Gemisch aus einem Thermo-Plast namens Acrylnitril-Butadien-Styrol (ABS) ein, dem Weizenfasern beigemischt werden und das mit Naturbambus kombiniert wird. Was daran nachhaltig ist, mag der liebe Himmel wissen. Ich habe jedenfalls gelernt, dass man Kunststoffe am besten recyceln kann, wenn sie sortenrein verwendet werden.

Aber das PDR-064GY hat ja noch ganz andere Vorteile: Es kann nämlich, so der Hersteller, auch als Wecker verwendet werden und sogar meine „Lieblingsmusik“ streamen. Woher das Ding weiß, was meine Lieblingsmusik ist, sagt Lenco nicht. Und ich finde es suboptimal, dass ich mit dem Produkt niemandem vorspielen kann, welche Musik ich nicht mag.

Das Tollste sind aber die 2,5 Watt Lautsprecher dieses Digitalradios. Sie haben nämlich, so die Pressemitteilung, einen „Passivkühler“, was bedeute, dass der Lautsprecher „nicht elektrisch, sondern akustisch funktioniert.“

Akustisch hat vermutlich auch der Google Übersetzer funktioniert, dem für den Fachbegriff „Passive Radiators“ die famose deutsche Entsprechung „Passivkühler“ eingefallen ist. Gut, dass die Radios wenigstens keine Gasheizung haben. Aber wegen der gestiegenen Energiepreise braucht kein Mensch im Winter einen Kühler, sei er aktiv oder passiv.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen frohe Weihnachten. Wenn Sie mir etwas schenken möchten, bitte kein PDR-064GY Digitalradio von Lenco. Vielen Dank.

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 23 v. 1. Januar 2022.

**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.

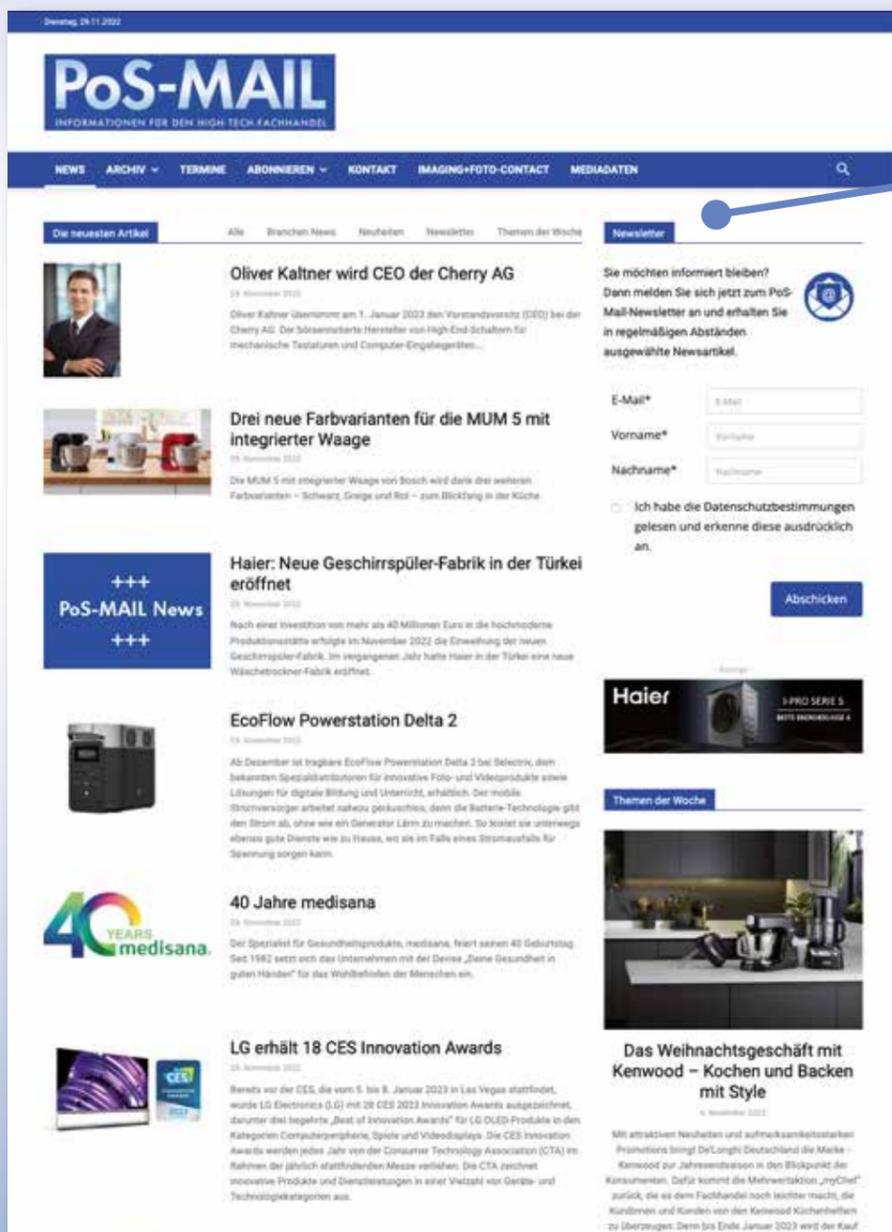
ISSN: 31615-0635



# PoS-MAIL jetzt neu im Internet

## www.pos-mail.de

# Tagesaktuelle News jetzt im neuen Design



**Newsletter**

Sie möchten informiert bleiben? Dann melden Sie sich jetzt zum PoS-Mail-Newsletter an und erhalten Sie in regelmäßigen Abständen ausgewählte Newsartikel.

Ich habe die Datenschutzbestimmungen gelesen und erkenne diese ausdrücklich an.

E-Mail\*

Vorname\*

Nachname\*

**Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren: [pos-mail@cat-verlag.de](mailto: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.**