



## Jura präsentiert Premium-Innovationen



## Die vielseitige J8 twin

Nachdem Jura das Jahr 2023 zum „Jahr der Neuheiten“ ausgerufen hat, hielt der Schweizer Kaffeespezialist auch auf der IFA Wort: Nach der Vorstellung des Halbautomaten Ono im Frühjahr (siehe PoS-MAIL 3/2023, Seite 18) und des Vollautomaten E8 im Sommer (siehe PoS-MAIL 8/2023, Seite 14) brachte Jura in Berlin die

J8 twin als neuen Star in der Premium-Kompaktklasse an den Start. Zudem stellte der Hersteller eine neue Version der erfolgreichen S8 vor und präsentierte die innovative Z10 in einer neuen Variante, die mit ihrem Äußeren in Aluminium Midnight Blue das Zeug zur Designikone hat. Darüber hinaus veröffentlichte Jura zur IFA

ein umfassendes Facelift der App J.O.E. und kündigte umfassende Werbekampagnen für die letzten Monate des Jahres an. Denn die Verantwortlichen sind sicher, dass der Markt für Kaffeevollautomaten auch in diesen schwierigen Zeiten viel Potential für Hersteller und den Fachhandel bietet.



## EDITORIAL

### Nach der IFA ist vor der IFA

Die IFA 2023 hat ihren Anspruch als weltweite Leitmesse für technische Konsumgüter im ganzen erfüllt – für manche überraschend. Mehr als 2.000 Aussteller präsentierten in den ausverkauften 26 Hallen des Berliner Messegeländes auf einer Bruttofläche von 130.000 Quadratmetern ihre Produkte und Dienstleistungen; 182.000 Fachbesucher und Konsumenten informierten sich über Trends, Produkte und Services.

Auch einige gelungene Neuheiten wie das Sustainability Village, der Robotics Hub und die Startup-Zone IFA Next konnten nicht darüber hinweg täuschen, dass dieser Erfolg am wenigsten dem neuen IFA Management zu verdanken war. Es ist müßig, die Versäumnisse und Pannen aufzulisten, die im Vorfeld der Messe Zweifel an ihrem Gelingen genährt haben. Dass es am Ende gut ausging, ist vor allem der Tatsache geschuldet, dass Industrie und Handel eine geradezu wilde Entschlossenheit zeigten, die IFA 2023 zu einem Erfolg zu machen. Damit wurde die Basis dafür geschaffen, die Weltmesse 2024 zu ihrem 100sten Geburtstag zu alter Stärke zurückzuführen.

Oliver Merlin, der erste Geschäftsführer der neugegründeten IFA Management GmbH, die zu 51 Prozent dem britischen Event-Veranstalter Clarion und zu 49 Prozent der gfu gehört, wurde in den vergangenen Monaten nicht müde, darauf hinzuweisen, dass er im November 2022 praktisch von Null anfangen musste, weil das neue Unternehmen weder Mitarbeiter noch ein Bankkonto noch Büroräume besaß. Das weckt aber die Frage, ob die Verantwortlichen, die sich für eine neue Struktur der IFA eingesetzt hatten, am Ende selbst vom Gelingen ihres Vorhabens überrascht wurden. Eigentlich hätte man erwartet, dass die neuen Organisatoren nach dem Unterzeichnen der neuen Verträge ihre Konzepte und Ideen einfach ausgerollt hätten, anstatt diese erst noch entwickeln zu müssen.

Aber das ist Schnee von gestern. Nachdem Oliver Merlin, wie es offiziell heißt, nunmehr eine strategische Rolle bei Clarion übernommen hat, steht Leif-Erik Lindner als neuer Geschäftsführer der IFA Management GmbH vor der anspruchsvollen Aufgabe, die hohen Erwartungen an die Jubiläumsveranstaltung im Jahr 2024 zu erfüllen. Dabei kann er mit der Unterstützung der großen Hersteller und Marken, der Organisationen des Fachhandels und der Medien rechnen. Auch wir wünschen ihm für seine herausfordernde Aufgabe eine glückliche Hand.

  
Thomas Blömer

Nach dem rasanten Wachstum der vergangenen Jahre hat sich das Segment Kaffeefullautomaten in den Monaten Januar bis Mai 2023 der allgemeinen Marktentwicklung für technische Konsumgüter nicht entziehen können und musste Umsatzrückgänge hinnehmen. „Allerdings verliefen die Monate Juni bis August bereits deutlich besser“, betonte Horst Nikolaus, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, auf der IFA. „Zudem vergleichen wir die derzeitige Situation mit den Corona-Jahren, in denen unsere Branche eine Sonderkonjunktur erlebt hat. Deshalb sollte nicht übersehen werden: Auch nach den aktuellen Zahlen liegt der Umsatz im Segment Kaffeefullautomaten um rund 25 Prozent über dem des Jahres 2019.“ Hinzu komme, dass der Anteil von Premiumprodukten am Gesamtmarkt nach wie vor zulegen, fügte Nikolaus hinzu. „Das stärkt auch die Position von Jura, denn im Segment über 800 Euro sind wir klar die Nummer Eins – mit einer besonders guten Position in der Preisklasse über 1.400 Euro. Mit unseren IFA Neuheiten untermauern wir diese Führungsposition und geben damit auch unseren Partnern im Fachhandel noch mehr Möglichkeiten zur attraktiven Wertschöpfung.“

### Zwei Mahlwerke: die Jura J8 twin

Mit zwei Bohnenbehältern und zwei P.A.G.3+-Präzisionsmahlwerken macht es die neue Jura J8 twin Kaffeegenießern möglich, zwischen zwei Sorten aus einer Maschine einfach per Knopfdruck zu wählen. Dabei gibt es keine Kompromisse bei der Qualität, weil die beiden Stahlkegelmahlwerke mit aktiver Mahlgrad-Überwachung ausgestattet sind, die zur Aromakontrolle die Programmierung und Einstellung miteinander abgleicht. Abhängig von der Produktwahl empfiehlt die J8 twin automatisch den richtigen Mahlgrad, der in sechs Stufen von mild bis intensiv eingestellt werden kann.

Die Auswahl der 32 individualisierbaren Kaffeespezialitäten erfolgt über das Coffee Panorama Panel von Jura intuitiv per Fingertipp. Der Sirup-Aufsatz mit Sweet-Foam-Funktion macht es möglich, den Milchschaum direkt bei der Zubereitung mit süßen Aromen zu versehen. So bietet die Jura J8 twin das komplette Geschmacksspektrum vom puristischen Espresso bis zum angesagten Sweet Latte.

Als Premiummodell ist die Jura J8 twin mit allen wichtigen Technologien wie der 3D-Brühtechnologie, dem intelligenten Vorbrühsystem und dem automatischen



Die zwei Bohnenbehälter und die zwei P.A.G.3+-Präzisionsmahlwerke der Jura J8 twin machen es möglich, ganz einfach zwischen zwei Bohnensorten zu wählen.

One-Touch-Milchsystem-Reinigungsprogramm ausgestattet; sie kann auch mit der Jura App J.O.E. gesteuert werden. Auch äußerlich macht der Vollautomat mit seinem an die Formel 1 angelehnten Sound-Design eine gute Figur.

Die neue Jura J8 twin ist ab November in den Farben Diamond Black und Diamond White zum Preis von 2.199 Euro (UVP) erhältlich.



Die Version der Jura S8 bietet mehr Premiumfunktionen, z. B. die Aromatisierung des Milchschaums mit der Sweet-Foam-Funktion.

### Mehr Premium: Die neue Jura S8

Mit neuen Technologien und Funktionen hat Jura zur IFA sein Erfolgsmodell S8 aufgewertet. Die neue Version ist mit dem besonders leisen Mahlwerk P.A.G.2 ausgestattet, das sich in sieben Stufen verstellen lässt. Besonderheit: Wenn das Gerät nicht in Betrieb ist, fährt das Mahlwerk automatisch in eine Ruheposition, um die Oberfläche zu schonen. Neben dem neuen Mahlwerk gehört jetzt auch die Sweet-Foam-Funktion zur Ausstattung der Jura S8. Damit lassen sich noch mehr Varianten erstklassiger Kaffeespezialitäten herstellen, denn mit dem Sirup-Aufsatz lässt sich der Milchschaum mit dem handelsüblichen Sirup in der gewünschten Geschmacksrichtung aromatisieren.

Äußerlich zeigt sich die Jura S8 mit ihrer verchromten Tassenplattform und dem Wassertank im wertigen Design als Vorreiterin im Premium-Mid-Segment. Der neue Vollautomat ist in der Farbe Dark Inox ab sofort zum Preis von 1.679 Euro (UVP) lieferbar.

### Geheimnisvoll, Mystisch, Schön: Jura Z10 Aluminium Midnight Blue

Wie man ausgefeilte Technik zu einem geradezu futuristisch anmutenden Blickfang in der Küche machen kann, demonstrierte Jura auf der IFA mit der Vorstellung der erfolgreichen Z10 in der Farbvariante Aluminium Midnight Blue. Dieser einzigartige, vom Sternenhimmel und mystischem Mondlicht inspirierte Farbton wirkt gleichzeitig anmutig und geheimnisvoll. So unterstreicht er die raffinierte technische Ausstattung, mit der die Z10 32 Spezialitäten zubereiten kann, von denen sich fast alle mit dem Cold-Brew-Verfahren auch als kühle Erfrischung servieren lassen.

Die neue Version verfügt über alle technischen Ausstattungsmerkmale der Z10 wie dem elektronisch gesteuerten Product Recognizing Grinder (P.R.G.) mit auto-

matischer Mahlgradverstellung und Aroma Selection. Besonders eindrucksvoll in der neuen Farbe wirkt die konvex-konkav geformte Massiv-Aluminium-Front, mit der Jura die handwerkliche Präzision der Herstellung des Kaffeevollautomaten unterstreicht.

Die Jura Z10 in Aluminium Midnight Blue ist ab November für 2.499 Euro (UV) erhältlich.

## Umfangreiche Werbeaktivitäten

In den letzten Monaten des Jahres will Jura die Nachfrage nach Kaffeevollautomaten nicht nur mit den IFA Neuheiten, sondern auch mit umfangreichen Werbeaktivitäten beleben. Bereits während der IFA gingen TV-Spots



Schimmert geheimnisvoll: Die Jura Z10 Aluminium Midnight Blue.

## J.O.E. App mit neuen Funktionen

Zur IFA hat Jura auch eine aktualisierte Version seiner App J.O.E. angekündigt, mit der die Funktionen der Vollautomaten nicht nur mit Smartphone und Tablet, sondern jetzt auch mit der Apple Watch gesteuert werden können. Das ist mit jedem aktuellen Jura Kaffeevollautomaten möglich, der mit WiFi Connect bzw. Smart Connect ausgestattet ist.

Bei der Version 4.0 der App kommunizieren der Kaffeevollautomat und das Mobilgerät ab sofort mit WiFi Connect ganz einfach über das WLAN. Das Design der Bedien-Oberfläche wurde so modern und benutzerfreundlich gestaltet, das es bereits mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet wurde.

Nach der Verbindung mit dem neuen Jura Kunden-Account kann die App J.O.E. alle Kaffeespezialitäten auf die smarten Geräte bringen. Dabei zeigt das Jura Cockpit Statusmeldungen an; bei Bedarf ist der Kunden-Support per Fingertipp erreichbar. Im Rotary Mode können die Anwender komfortabel durch alle verfügbaren Spezialitäten swipen, die integrierte Rezept-Bibliothek erklärt Schritt für Schritt die Zubereitung raffinierter Kreationen. Zudem lassen sich mit der App schnell und einfach Pflegeprodukte für den Vollautomaten bestellen.

Die App bietet auch interessante Möglichkeiten zur Personalisierung: So können die Anwender ihre Spezialitäten frei benennen und ihrem persönlichen Geschmack anpassen. Die Einstellungen werden auf einer mobilen Kaffeekarte gespeichert. Darüber hinaus können die personalisierten Getränke auch mit einem Bild versehen werden. Die App J.O.E. 4.0 steht ab sofort für Smartphones und Tablets mit der Android-Version 5.1.1 (oder höher), der iOS-Version 11.0 (oder höher) sowie der WatchOS-Version 5.0 (oder höher) zur Verfügung.



Die Bedien-Oberfläche der App J.O.E. 4.0 wurde bereits mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet.

für die Jura Z10 und ihre Cold-Brew-Möglichkeiten an den Start.

„Mit unseren Neuheiten und unseren Werbeaktivitäten schaffen wir die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Jahresend- und Weihnachtsgeschäft bei unseren Fachhandelspartnern“, erklärte Horst Nikolaus. „In unserem Marktsegment gibt es immer noch ein sehr großes Poten-

tial, denn erst 25 Prozent der deutschen Haushalte sind mit einem Kaffeevollautomaten ausgestattet. Das ist für uns ein guter Grund, dem Jahr der Neuheiten 2023 ein weiteres Jahr mit Premium-Innovationen folgen zu lassen. Denn Innovationen sind besonders gut dazu geeignet, neue Marktpotentiale für uns und unsere Fachhandelspartner zu erschließen.“

## INHALTSVERZEICHNIS

### PoS-MAIL Aktuell

#### Nachrichten und Neuheiten

4, 5, 10, 17, 21, 22

expert Hauptversammlung und Ordermesse in Köln

#### Zahlen und Strategien

6

Telering stellt die Weichen auf Zukunft

„Jetzt erst recht“

7



IFA Auftritt von Metz im Zeichen des 85. Geburtstags

#### Sondermodell zum Jubiläum

8

LG Channels 3.0 und kostenloses Apple TV

#### Mehr Inhalte für LG-TVs

8

Neues Sortiment von TP Vision im Herbst lieferbar

#### Für Augen und Ohren

9

ARD Themenschwerpunkt 100 Jahre Radio

#### Fokus auf DAB+

10

Integrierter Multiroom Stereo-Verstärker von Loewe

#### Brücke zu analogen Lautsprechern

11

Sony setzt im vierten Quartal auf noch mehr Wertschöpfung

#### Emotionen und Entertainment

12



Telekom präsentierte Digitalisierung zum Anfassen

#### Digital X 2023 in Köln

14

Die EcoLine Hausgeräte von AEG

#### Klimaschutz beim Waschen

15

Beko sieht in Deutschland viel Potential

#### Innovationen fürs echte Leben

16

Neue Produktkategorie und KI in der Küche

#### Die IFA-Neuheiten von Miele

18

Bosch und Siemens mit neuen Hausgeräten auf der IFA

#### Nachhaltigkeit und Komfort

19

Samsung baut Hausgeräte-Portfolio weiter aus

#### Smarter Kühlen und Waschen

20

#### Impressum

23

#### PoS-MAIL@

23

#### Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

23

## Wertgarantie Profi-Tour-Zeit 2023

Rund 200 erfolgreiche Absolventen des Wertgarantie-Profi-Trainings reisten am Wochenende vom 15. bis 17. September nach Sibenik in Kroatien. Neben dem gemeinsamen Austausch standen Best-Practice-Beispiele und das Vergnügen auf der Tagesordnung.

So wurde das erste gemeinsame Abendessen für Best-Practice-Beispiele genutzt. Die Top 10 Teilnehmer berichteten aus der Praxis von ihren Erlebnissen und Erfolgsgeheimnissen beim Abschluss von Wertgarantie-Verträgen, um so die Anwesenden weiter zu motivieren. Bei der Profi-Tour werden Jahr für Jahr die Absolventen des mehrstufigen Wertgarantie-Profi-Trainings eingeladen.

Die perfekten Vorbereitungen des Wertgarantie-Veranstaltungsteams vor Ort ermöglichten den Gästen drei unvergessliche Tage. Am ersten Tag stand neben dem offiziellen Teil auch noch ein landestypischer, kroatischer Abend auf dem Programm. Am Samstag ging es zuerst mit dem Boot an der dalmatischen Küste entlang, um Landschaft und Badespaß genießen zu können. Den Tag vollendeten ein erstklassiges Abendessen und eine Open-Air-Party. Und schließlich stand am Sonntag ein Rundgang durch das schöne und mittelalterliche Ambiente von Sibenik auf dem Programm.

Lisa Ziegler von der alpha computer sales GmbH aus Ottobrunn fasste ihre Eindrücke zusammen: „Mir hat besonders gut die lockere Atmosphäre gefallen. Es gab die Möglichkeit, sich auch mit den anderen Fachhändlern auszutauschen und unsere Ansprechpartner von Wertgarantie besser kennenzulernen. Diese konnten wir jetzt auch mal persönlich sehen und dadurch auch einen engeren Kontakt herstellen.“ Und ihr Kollege Tobias Riedl ergänzte: „Mir haben vor allem die verschiedenen Speisen sowohl beim Mittagessen als auch beim Abendessen besonders gut gefallen. Es war alles top koordiniert von vorne bis hinten. Man musste sich keine Gedanken machen und konnte die Zeit hier wirklich genießen.“

„Auch in diesem Jahr wollten wir uns wieder bei den Verkäuferinnen und Verkäufern unserer Fachhandelspartner bedanken, für die tolle Arbeit, die sie Tag für Tag leisten“, fügte Maurice Jöhler, Leitung Außendienst bei Wertgarantie, hinzu: „Wir wollten diese tolle und homogene Truppe allerdings auch noch ein Stück weit motivieren, um jetzt nicht nachzulassen, sondern weiterzumachen und die Ertragschancen weiter zu steigern. Und die hervorragende Stimmung vor Ort gibt uns Recht, dass dies außerordentlich gut angekommen ist.“



Rund 200 Teilnehmer nahmen an der Wertgarantie Profi-Tour-Zeit in kroatischen Sibenik teil.

## Klaus Werner wird Geschäftsführer Geschäftskunden



Der Finanzchef der Telekom Deutschland GmbH, Klaus Werner, übernimmt am 14. Oktober 2023 die Position des Geschäftsführers Geschäftskunden.

Positionen tätig. Seit 2014 ist er als Chief Financial Officer für die finanzielle Steuerung der gesamten Telekom Deutschland GmbH tätig.

Klaus Werner (55) übernimmt zum 14. Oktober 2023 die Position des Geschäftsführers Geschäftskunden bei der Telekom Deutschland. Er folgt Hagen Rickmann (54), der zum 13. Oktober neue berufliche Herausforderungen außerhalb des Konzerns annehmen wird. Auch in seiner neuen Rolle, in der er für rund 9,2 Milliarden Euro Umsatz (2022) verantwortlich ist, bleibt Werner Teil der Geschäftsführung der Telekom Deutschland und berichtet weiterhin an Srinivasa Gopalan, Vorstandsmitglied Deutsche Telekom AG und Sprecher der Geschäftsführung Telekom Deutschland GmbH.

„Hagen Rickmann hat einen entscheidenden Beitrag zum Erfolg des Geschäftskundenbereichs und für den deutschen Mittelstand geleistet“, kommentierte Tim Höttges, der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom. „Insbesondere mit der Digitalisierungsinitiative Digital X hat er geholfen, die Digitalisierung unseres Landes nachhaltig zu prägen.“

Klaus Werner ist seit fast 30 Jahre im Konzern und war in verschiedenen leitenden

## Miele und FC Bayern verlängern Partnerschaft

Zum Auftakt der neuen Saison haben der FC Bayern München und Miele die Verlängerung ihrer Partnerschaft um drei weitere Jahre besiegelt. Der weltweit führende Anbieter von Premiumhausgeräten ist seit 2020 Partner des deutschen Rekordmeisters und wird auch zukünftig in der Allianz Arena für herausragende Gourmet-Erlebnisse sorgen.

Das Herzstück der Kooperation bleibt die Miele Lounge, die dank ihrer Lage über den Rängen einen eindrucksvollen Blick ins Stadion bietet. Auch zwischen den Spieltagen lädt Miele in die Lounge ein, z. B. zu exklusiven Kochevents. Abgerundet wird das Angebot durch den Gourmet-Service der Miele-Tochter MChef.

„Der FC Bayern und Miele – das ist die einmalige Kombination aus faszinierendem Spitzensport und exklusiven Genusserlebnissen“, sagte Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing & Sales der Miele Gruppe. „Wir freuen uns, dieses erfolgreiche Teamplay in den kommenden Jahren gemeinsam weiter auszubauen.“

Neben Deutschland und China erstrecken sich die Aktivierungsrechte nun auch auf Brasilien, Mexiko und die USA, weitere drei für Miele wichtige Wachstumsmärkte. „Der FC Bayern und Miele stehen für Genuss: Wir wollen die Fans mit unserem Spiel begeistern, Miele begeistert durch Gourmet-Erlebnisse“, sagte Andreas Jung, Vorstand für Marketing, Sponsoring und Events beim FC Bayern. „Wir freuen uns sehr, dass wir diese Partnerschaft um weitere



Freuen sich über die Verlängerung der Partnerschaft zwischen Miele und dem Rekordmeister: Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing & Sales der Miele Gruppe und Andreas Jung, im Vorstand des FC Bayern München für Marketing, Sponsoring und Events verantwortlich. (Foto: FC Bayern München)

drei Jahre verlängert haben. Kontinuität ist uns wichtig, und wir sind sicher, dass wir den Menschen auch weiterhin gemeinsam viel bieten können – auf dem Spielfeld und außerhalb.“

## Neuer Sales Director DACH bei medisana

Seit dem 15. August 2023 ist Burkhard Schieb neuer Sales Director DACH bei medisana. Der erfahrene Vertriebs- und Marketingexperte übernimmt die direkte Nachfolge von Anja Klein, die nach zehn Jahren auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausscheidet, um neue berufliche Herausforderungen anzunehmen.



Burkhard Schieb

Schieb wird den Bereich Retail DACH leiten und direkt an Thomas Hollefeld, Geschäftsführer medisana, berichten.

Burkhard Schieb kommt von Advanced Power Solutions, wo er die Positionen Sales Director DACH und Global Director Marketing innehatte. Zuvor war er bei der Leifheit AG für die Marken Soehnle und Spirella in verschiedenen Positionen in Vertrieb und Marketing als Teil der Geschäftsleitung tätig. Er blickt auf eine rund 30-jährige Konzern- sowie Mittelstandserfahrung zurück und bringt umfassende Fachkenntnisse in den Bereichen Sales Management, Pricing, Sortimentsaufbau, -analyse und -optimierung sowie der Marken- und Unternehmensführung mit.

„Wir freuen uns, mit Burkhard Schieb eine erfahrende Führungskraft mit starker, unternehmerischer Erfolgsbilanz für medisana gewonnen zu haben“, erklärte medisana Geschäftsführer Thomas Hollefeld.

## Gigaset stellt Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens

### Gigaset

Der Vorstand der Gigaset AG hat wegen Zahlungsunfähigkeit beim zuständigen Amtsgericht Münster einen Antrag auf Eröffnung eines Regelinsolvenzverfahrens für die Gigaset AG sowie einen

Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung für deren mittelbare Tochtergesellschaft Gigaset Communications GmbH gestellt. Die Entwicklungs-, Produktions- und Vertriebstätigkeiten würden unverändert fortgeführt, erklärte das Unternehmen. Ziel sei die nachhaltige Restrukturierung der wirtschaftlichen Basis.

Das mittelständische Unternehmen ist nach eigenen Angaben Europas Marktführer für DECT-Schnurlostelefone und steht auch international mit rund 850 Mitarbeitern und Vertriebsaktivitäten in über 50 Ländern an führender Stelle. Die Geschäftsaktivitäten beinhalten auch Smartphones auf Android-Basis für Privat- und Geschäftskunden, Cloud-basierte Smart Home Angebote sowie Geschäftstelefonie-Lösungen für SoHo, KMU und Enterprise Kunden.

Die Gründe für den Insolvenzantrag liegen laut Gigaset in einem unerwarteten, erheblichen Umsatzrückgang im 2. Halbjahr 2023 bei einer anhaltend schwachen Nachfrage nach Gigaset Produkten. Dazu komme die allgemeine Kauf- und Konsumzurückhaltung mit entsprechenden Auswirkungen auf die Unternehmensliquidität. Verhandlungen mit Investoren für neues Eigen- bzw. Fremdkapital hätten sich bis zuletzt nicht ausreichend konkretisiert, um den notwendigen Finanzmittelzufluss zur Fortführung der Gigaset außerhalb eines Insolvenzverfahrens abzusichern, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Gigaset ist es während der letzten Jahre nicht gelungen, den Rückgang im Kerngeschäft mit DECT-Schnurlostelefonen durch die richtigen Weichenstellungen in den neuen Geschäftsbereichen zu kompensieren“, kommentierte Dr. Magnus Ekerot, CEO und Vorstandsvorsitzender der Gigaset AG. „Diese ungesunde und einseitige Geschäftsausrichtung und der nunmehr eingetretene unerwartete und erhebliche Umsatzrückgang im 2. Halbjahr 2023 haben zur aktuellen Lage geführt.“

Während im Rahmen des Restrukturierungsprozesses die Wirtschaftlichkeit jedes einzelnen Geschäftsbereichs intensiv geprüft wird, sollen die Geschäftsaktivitäten unverändert fortgeführt werden.

## Severin setzt auf Service

Im Rahmen seiner Service- und Nachhaltigkeitsstrategie arbeitet Severin daran, den Kundenservice auszubauen, Elektroschrott zu reduzieren und die Lebensdauer von Produkten zu erhöhen. In einem ersten Schritt wurde sowohl das Service-Angebot als auch die Abwicklung von Service-Anliegen für Konsumenten und Handelspartner vereinfacht. Im Rahmen der neuen Design-Sprache stehen nun Themen wie eine einfache Reparatur und Nachrüstbarkeit im Fokus, genauso wie die ausreichende Vorproduktion von Ersatzteilen.

Zur Umsetzung der ambitionierten Service-Strategie konnte Severin Patrick Abel gewinnen, der zuvor über viele Jahre den Nespresso Club in Deutschland auf- und ausgebaut hat sowie bei Melitta Single Portions als Head of Customer Experience ein neues Geschäftsmodell ins Leben gerufen hat. „Langlebige und reparierbare Geräte zu produzieren, ist elementarer Teil der Unternehmensstrategie von Severin“, erklärte Patrick Abel, seit Anfang Mai Head of Customer Care, Service & Repair bei der Severin Elektrogeräte GmbH. „In diesem Kontext bauen wir nun unsere globalen Service- und Reparaturprozesse aus. Wir möchten, dass unsere Produkte, wann immer möglich, repariert werden und kein retourniertes Gerät mehr ungeprüft dem Elektroschrott zugeführt wird. Schließlich tragen wir auch eine soziale und ökologische Verant-

wortung. Wir haben seit Jahrzehnten ein eigenes Service- und Reparaturteam in Sundern. Dieses wurde in den letzten Monaten erweitert, so dass wir in der Lage sind, mehr Produkte als jemals zuvor zu reparieren. Ein erstes Ergebnis zeigt, dass über 50 Prozent der eingesendeten Geräte weiter- beziehungsweise wiederverwendet werden können. Unser Bestreben ist es nun, diesen Anteil sukzessive zu erhöhen.“

Im nächsten Schritt sollen das neue Servicekonzept mit Handelspartnern geteilt und gemeinsam Strategien zur Umsetzung entwickelt werden. Ein erstes Pilotprojekt wurde mit expert Deutschland ins Leben gerufen: Reklamierte Severin Produkte gehen ab sofort nicht mehr in die Defektwarenabwicklung. Sie werden ins Sunderner Service Center geschickt, dort begutachtet und wenn möglich instandgesetzt. Severin und expert wollen auf Basis der Erkenntnisse die künftigen gemeinsamen Service-Prozesse festlegen. Ziel sei es, dass möglichst häufig eine sachkundige Reparatur vor Ort gewährleistet wird und damit sowohl Umwelt, Konsument als auch lokaler Handelspartner profitieren, heißt es in einer Pressemitteilung. „Unseren Kundinnen und Kunden sind ihre Severin Produkte ans Herz gewachsen“, kommentierte Dr. Joyce Gensing, CEO der Severin Elektrogeräte GmbH, und betonte, „Wenn die Geräte nicht mehr funktionieren, möchten viele sie lieber repariert sehen, als sie durch ein neues zu ersetzen. Was wir deutlich sehen: Das ist kein kurzfristiger Trend, sondern eine Entwicklung, die seit Jahren kräftig zulegt. Immer mehr Menschen möchten ihr Leben nachhaltiger gestalten, erkennen sie doch den direkten Zusammenhang zwischen ihrem Konsumverhalten und den globalen ökologischen Herausforderungen. Dabei unterstützen wir sie gern gemeinsam mit unseren Handelspartnern. Im Rahmen unserer strategischen Neuausrichtung sind die Themen Service und Nachhaltigkeit ein wichtiges Fundament unserer Marke. Langlebigere Produkte und Reparierbarkeit erhöhen übrigens nicht nur die Kundenzufriedenheit, sie ermöglichen langfristige Kundenbindung und fördern die Ressourceneffizienz.“



Bereits seit Jahrzehnten gibt es ein eigenes Reparaturteam bei Severin in Sundern.

# 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 Garantieversicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.  
Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com

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

## expert Hauptversammlung und Ordermesse in Köln

## Zahlen und Strategien

Nicht nur wegen der aktuellen Marktsituation standen die Organisatoren der expert Hauptversammlung und Ordermesse in diesem Jahr vor besonderen Herausforderungen: Da wenige Wochen vor der Veranstaltung bekannt wurde, dass der Loksuppen in Göttingen wegen einer Bombenentschärfung nicht zur Verfügung stand, wurde das Treffen kurzerhand ins Kölner Messegelände verlegt. Das klappte so gut, als wäre es von vornherein so geplant gewesen.

Während die Workshops im Rahmen der Hauptversammlung als hybride Veranstaltung stattfanden, erwies sich der aktienrechtliche, physische Part in Köln als voller Erfolg: 90 Prozent der Gesellschafterbetriebe waren vertreten, so dass die 137 Aussteller der Ordermesse eine gute Besucherfrequenz verzeichnen konnten. „Präsenzveranstaltungen und Messen bleiben unerlässliche Kontaktplattformen für expert“, sagte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Hier findet der so wichtige persönliche Austausch statt, bei dem neue Impulse für das tägliche Geschäft unserer Händler gesetzt werden und bei dem sich unsere Experten gemeinsam mit unseren Industrie- und Dienstleistungspartnern auf die kommende Saison einstimmen.“

Mit einem nur leichten Minus von 0,3 Prozent hebt sich der expert Außenumsatz in den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres (April bis Juli 2023) positiv sowohl von der Peer Group (minus 4,6 Prozent) als auch vom Markt (minus 5,8 Prozent) ab. Dabei verzeichnete die Kooperation im Segment Unterhaltungselektronik einen kleinen Zuwachs von 0,4 Prozent (Markt minus 3,5 Prozent), der Umsatz mit Hausgeräten entwickelte sich mit einem kleinen Plus von 0,3 Prozent (Markt minus 5, Prozent) ebenfalls positiv, während der Bereich Telekommunikation sich stabil zeigte (Markt minus 5,6 Prozent). Ein Minus von 3,4 Prozent war dagegen im Bereich IT inkl. Zubehör zu verzeichnen – im Gesamtmarkt gab es hier aber einen deutlicheren Rückgang um 7,7 Prozent. „Es sind vielfältige Faktoren, die unsere Kooperation auch in Krisenzeiten stabil halten“, kommentierte expert Vorstand Michael Grandin. „Hierzu zählen unsere erfolgreichen Fachhändler, unser zukunftsfähiger Multi-Channel-Ansatz und unsere Anpassungsfähigkeit an neue Anforderungen durch Kreativität und Innovation.“

### Nachhaltigkeit und Mitarbeiter im Fokus

Ein wichtiges Thema auf der Hauptversammlung war Nachhaltigkeit, die jetzt fester Bestandteil der Unternehmensstrategie ist. Ebenfalls viel Aufmerksamkeit fand vor



Die expert Vorstände Dr. Stefan Müller (links) und Michael Grandin konnten auf der Hauptversammlung in Köln 90 Prozent der Gesellschafter begrüßen, die 97,5 Prozent des Umsatzes vertraten.

dem Hintergrund des Fachkräftemangels das Konzept „Mitarbeiter 6.0“. Deshalb will sich expert mit umfassenden Ansätzen zur Ausbildung, zum Recruiting und zum Onboarding neuer Mitarbeiter deutschlandweit als attraktiver Arbeitgeber positionieren. Das vielfältige Weiterbildungsprogramm der expert Akademie, Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und zur Unterstützung der Führungskräfte sollen dazu beitragen, die Mitarbeiter langfristig im Unternehmen zu halten.

Zur Motivation der Verkaufsteams hat sich der Experten Performance Cup bereits bewährt. Einmal im Monat werden die Mitarbeiter teilnehmender expert-Standorte für besonders positive Entwicklungen in verschiedenen Bereichen der Verkaufsprozesse prämiert. So soll der Teamgeist in den Geschäften gestärkt sowie der Geschäftserfolg und die Kundenzufriedenheit gesteigert werden. Einmal im Jahr wird ein Gesamtjahrgewinner ausgezeichnet.

### Digitale Kundenansprache

Ein weiteres Fokusthema bei expert ist die digitale Kundenansprache. Entsprechend der zurückgehenden Bedeutung von Printmedien intensiviert die Verbundgruppe einerseits die Nutzung bestehender Instrumente wie CRM-Mailings oder Kundennewsletter, prüft aber auch neue Instrumente: So soll eine expert Kunden-App, die derzeit entwickelt wird, in Zukunft eine Schnittstelle zwischen den Geschäften und dem expert Online-Shop bilden.

In der Pilotphase befinden sich Verbesserungen der Logistik für die Auslieferung von Großgeräten (Hausgeräte und TV). Vor dem Hintergrund, dass Kunden aufgrund der Nutzung von Suchfunktionen und Angebotsplattformen oft Produkte bei entfernten expert-Händlern kaufen, sollen diese möglichst immer von einem kunden-

nahen expert-Standort ausgeliefert werden, um lange Transportwege zu vermeiden.

### Lieferanten als Stars

Zum dritten Mal wurden im Rahmen der Hauptversammlung die beliebtesten Lieferanten mit dem „expert-Star-Award“ ausgezeichnet. Die Bewertungen erfolgen nach einheitlichen Kriterien durch die Waren-Strategieteam. In der Kategorie Gold gingen die Preise an Panasonic, Liebherr, Nivona, Lenovo, Peter Jäckel und Hugendubel. Mit dem Silber-Award wurden LG, Siemens, De’Longhi, hp, Telekom und Nintendo ausgezeichnet, während TP Vision, AEG, Miele, Trust, Google und JBL den Bronze-Award erhielten. Aus den Gewinnern der Gold-Awards wählten die Fachhändler in diesem Jahr Liebherr als Gesamt-Sieger, der den expert-Platin-Star erhielt.

### Beauftragter für die IFA

Da expert ein großes Interesse daran hat, dass die IFA sich zukunftsfähig weiterentwickelt, verstärkt die Verbundgruppe ihr Engagement für die Leitmesse: Ab dem 1. Januar 2024 wird Gesamtvertriebsleiter Peter Zyprian die IFA Management GmbH als IFA-Beauftragter von expert unterstützen. „Durch seine Expertise kann Peter Zyprian deutlich zur Weiterentwicklung und zum Erfolg des IFA-Messeformats beitragen und gleichzeitig die Interessen von expert bei der Ausgestaltung zukünftiger IFAs wahren“, betonte Dr. Stefan Müller hierzu. „Daher begrüße ich es sehr, dass er sich für diese verantwortungsvolle Aufgabe bereit erklärt hat und freue mich schon jetzt auf die von ihm mitgestaltete 100. Jubiläums-IFA.“

### Carsten Doms jetzt im Aufsichtsrat

Mit der Hauptversammlung in Köln endete die Amtszeit des langjährigen Aufsichtsratsmitgliedes Dr. Bruno Hall, der nach 27 Jahren nicht wieder kandidierte. Aufsichtsrat und Vorstand bedankten sich herzlich für sein langjähriges Engagement. An seiner Stelle wurde Carsten Doms, seit 2013 geschäftsführender Gesellschafter der Unternehmensgruppe Electronic-Service-Center GmbH, Hoyerswerda, in den Aufsichtsrat gewählt. Das Gremium setzt sich demnach wie folgt zusammen: Friedrich Wilhelm Ruf (Vorsitzender), Josef Ludwig Kappenberger, Dr. Harald Stang, Jan Brinkmann, Dr. Birger Gröblichhoff und Carsten Doms.



Carsten Doms, geschäftsführender Gesellschafter der Unternehmensgruppe Electronic-Service-Center GmbH, Hoyerswerda, wurde neu in den expert Aufsichtsrat gewählt.

# Telering stellt die Weichen auf Zukunft „Jetzt erst recht“

Der IFA Auftritt von Teling stand im Zeichen der aktuellen Veränderungen bei der Großhandelsorganisation Weltfunk. Denn wenige Wochen vor der Messe hatte nicht nur die Brömmelhaupt Großhandels GmbH die Einstellung ihrer Geschäfte bekanntgegeben. Auch der Großhandelspartner Sonepar hat sich entschieden, zum Jahresende aus dem Gesellschafterkreis auszuschneiden und die Geschäfte unter neuen Voraussetzungen weiterzuführen. Das Teling Management nutzte den Auftritt in Berlin für intensive Gespräche mit den Lieferanten und Mitgliedern. Denn die wichtigsten Eckdaten für die Zukunft der Fachhandelskooperation stehen bereits fest. PoS-MAIL hat mit Teling Geschäftsführer Udo Knauf nach der IFA darüber gesprochen, wie es weiter geht.

**PoS-MAIL:** Herr Knauf, in welcher Stimmung sind Sie von der IFA zurückgekehrt?

**Udo Knauf:** In zuversichtlicher Stimmung, denn wir hatten die wichtigsten Pfeiler unserer zukünftigen Struktur ja bereits vor der Messe bekanntgegeben und konnten so bei den Gesprächen mit unseren Geschäftspartnern und Mitgliedern in Berlin klare Aussagen machen. Ab Januar 2024 bilden vier überregional tätige Elektrogroßhändler mit sechs Unternehmen den Kern der Gesellschafter von Weltfunk. Dabei handelt es sich um Adalbert Zajadacz, Neu-Wulmstorf, Alexander Bürkle, Freiburg, Emil Löffelhardt, Schorndorf und den Würth Elektrogroßhandel mit den Unternehmen Fega & Schmitt Elektrogroßhandel GmbH (Ansbach), Uni Elektro Fachgroßhandel GmbH & Co. KG (Eschborn/Ts.) und Walter Kluxen GmbH (Hamburg). Damit sind wir weiterhin gut aufgestellt, denn unsere Gesellschafter sind seit Jahrzehnten erfolgreich und stehen über den deutschen Markt hinaus für einen Außenumsatz von mehr 4,5 Milliarden Euro. Wir brauchen uns also nicht zu verstecken.

**PoS-MAIL:** Hat das Ausscheiden von Brömmelhaupt und Sonepar Auswirkungen auf die Vielfalt Ihrer Sortimente?

**Udo Knauf:** Natürlich sind die Veränderungen schmerzlich, aber sie bringen weder unsere Mitglieder noch uns in

Verlegenheit. Unsere Gesellschafter können das gesamte Sortiment bedienen, das unsere Mitglieder von uns erwarten, und sie sind mit bundesweit über 200 Niederlassungen gut erreichbar. Mit der Fortsetzung ihres Engagements bei der Weltfunk haben unsere Gesellschafter zudem ein klares Bekenntnis dazu abgegeben, die Teling Mitglieder weiter zu unterstützen.

**PoS-MAIL:** Müssen Sie nicht befürchten, dass andere Kooperationen die Veränderungen nutzen, um Mitglieder abzuwerben? Auch Sonepar wird seine Stammkunden gerne weiter beliefern wollen.

**Udo Knauf:** Was Sonepar angeht, sind mir bisher keine Konzepte für Dienstleistungen bekannt, die mit denen von Teling vergleichbar wären. Über andere Kooperationen möchte ich hier nicht philosophieren, aber eines ist klar: Die Teling hat ihre eigene DNA. Wir setzen auf das freie Unternehmertum und unterstützen inhabergeführte Betriebe dort, wo es ihnen einen spürbaren Nutzen bringt. Dazu gehört neben der sicheren und günstigen Warenversorgung die Bereitstellung von Marketing-Instrumenten, PoS-Materialien und vor allem von digitalen Plattformen. Denn ohne einen professionellen Internetauftritt kann heute kein inhabergeführtes Fachgeschäft mehr überleben.

**PoS-MAIL:** Heißt freies Unternehmertum, dass nicht alle Teling Mitglieder auch als Technik-Profi auftreten müssen?

**Udo Knauf:** Wir sind überzeugt davon, dass unsere Mitglieder selber beurteilen können, unter welcher Marke sie am Markt Erfolg haben. Mit Technik-Profi machen wir ihnen ein Angebot, eine digitale Plattform zu nutzen, auf der sie von ihren Kunden leicht gefunden werden können. Davon machen bereits viele Teling Mitglieder Gebrauch. Und wir freuen uns über jeden Betrieb, der dazu kommt.

**PoS-MAIL:** Welche Voraussetzungen müssen Teling Mitglieder erfüllen, um die Plattform Mein Technik-Profi zu nutzen?

**Udo Knauf:** Die einzige Voraussetzung für die Teilnahme an unserer Plattform ist der Betrieb einer eigenen Internetseite im Markendesign von Technik-Profi. Diese Internetseite stellen wir kostenlos zur Verfügung; auch für die Teilnahme an der Plattform wird derzeit keine Gebühr fällig – das entsprechende Early Bird Angebot haben wir aktuell bis Ende 2024 verlängert.

**PoS-MAIL:** Wie empfinden Sie die Stimmung unter Ihren Mitgliedern?

**Udo Knauf:** Sie ähnelt der in unserer Zentrale: Wir sind



Teling Geschäftsführer Udo Knauf: „Die Teling hat ihre eigene DNA. Wir setzen auf das freie Unternehmertum.“ (Foto: Mika-Fotografie, Berlin)

überzeugt davon, dass das Teling Konzept mehr denn je das richtige Umfeld und die passende Struktur für unser Technik-Profi bietet. Natürlich gibt es auch Risiken, aber wir haben nahezu 40 Jahre Erfahrung und viele gute Ideen, die wir nicht lautstark heraustrumpfen, sondern mit Demut, Fleiß und Wachsamkeit in den Markt bringen.

**PoS-MAIL:** Wie sollen Sie Ihren Mitgliedern diese Ideen vermitteln?

**Udo Knauf:** Am liebsten in persönlichen Gesprächen. Deshalb werden unsere Gesellschafter von Oktober 2023 bis tief ins erste Quartal 2024 zahlreiche eigene Präsenzveranstaltungen anbieten, auf denen sich unsere Mitglieder über aktuelle Produkte, Trends und Marketing-Konzepte informieren können. Die Teling wird bei diesen Veranstaltungen einen wichtigen Part übernehmen.

**PoS-MAIL:** Gibt es schon Konzepte für das vierte Quartal und die Periode rund um den Black Friday?

**Udo Knauf:** Die gibt es, und wir werden in Kürze dazu Einzelheiten bekanntgeben. Wie von Teling gewohnt setzen wir rund um den Black Friday nicht auf Billigangebote, sondern auf intelligente Konzepte unter dem Motto „Nicht verzagen, lieber gleich nach dem Technik-Profi fragen“. Zudem wird unser Abakus Renditeprogramm 20 Jahre alt – das ist ein schöner Anlass für interessante Aktionen gemeinsam mit unseren Industriepartnern.

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

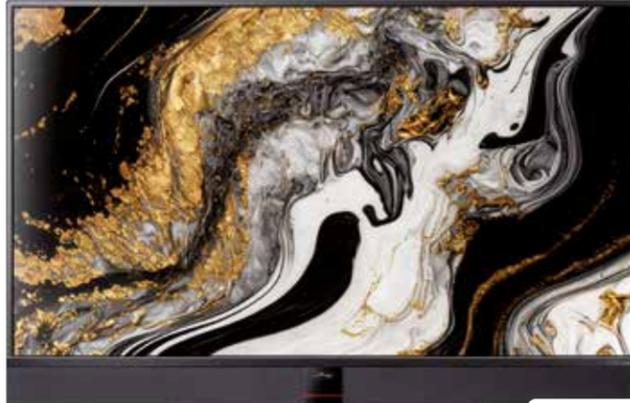


IFA Auftritt von Metz im Zeichen des 85. Geburtstags

# Sondermodell zum Jubiläum

Der IFA-Auftritt von Metz stand im Zeichen des 85. Geburtstags, den das fränkische Traditionsunternehmen in diesem Jahr feiert. So würdigten auf der Pressekonferenz in Berlin Geschäftspartner aus dem Fachhandel die langjährige Zusammenarbeit und sprachen auch dem Mutterkonzern Skyworth ihren Dank dafür aus, dass die 150 Mitarbeiter in Zirndorf weiterhin die Tradition der Marke fortsetzen können. Zum Jubiläum stellte Metz das Sondermodell Cubus Edition vor, das wie alle Metz Classic-Fernsehgeräte ein „Made in Germany“ Label trägt.

Der Cubus Edition basiert auf dem Metz Cubus 43, von dem er das markante Fußdesign mit der namensgebenden kubischen Standsäule übernommen hat. Veredelt wurde er mit einer schwarzen Soundleiste, einem drehbaren Fuß aus schwarz eloxiertem Aluminium und der hochwertigen Fernbedienung RM 19. Aus Anlass des Jubiläums gibt Metz auf das Gerät (Panel ausgenom-



Aus Anlass des Jubiläums gibt Metz für das Sondermodell Cubus Edition 85 Monate Garantie.



men) in Deutschland und Österreich 85 Monate Garantie. Die Bilder des UHD-TVs erscheinen auf einem 43 Zoll Direct-LED-Display mit lokal abschaltbaren Dimmzonen. Mit einem Twin-Multi-Tuner und zwei CI+ Schnittstellen kann der Cubus Edition Free- und Pay-TV auf allen Wegen empfangen. Ein gekapseltes 2-Wege-System mit sechs vorwärts gerichteten Lautsprechern und Bassreflex Kanal mit MetzSoundPro-Technologie sorgt für den guten Ton. Zahlreiche Schnittstellen sowie WLAN und Bluetooth sind

ebenfalls an Bord. Darüber hinaus unterstützt das Gerät USB-Recording sowie komfortable Timeshift- und Aufzeichnungsfunktionen. Der Metz Classic Cubus Edition ist ab sofort für 1.499 Euro (UVP) erhältlich.

## Calea compact in 40 Zoll

Mit dem neuen Calea compact 40 schließt Metz in seinem Sortiment kompakter Full HD-Fernseher die Lücke zwischen 32 und 43 Zoll. Das Gerät ist Made in Germany und mit einem LED-Backlight Display ausgestattet. Der Klang kommt aus einem nach vorn abstrahlenden Frontlautsprechersystem in Zwei-Wege-Bauweise mit Metz-SoundPlus-Technologie. Das kompakte Full HD Gerät ist gut ausgestattet: Über seinen integrierten Triple-Tuner empfängt er Fernsehen über Sat, Kabel und Antenne ohne zusätzlichen Receiver und unterstützt zeitversetztes Fernsehen (Time-shift) via USB. Über LAN und WLAN erlaubt es den Zugriff auf HbbTV und Mediatheken, für Pay-TV steht eine CI+ Schnittstelle zur Verfügung. Externe Geräte und Streaming-Sticks können über drei HDMI-Ports mit dem Full HD-Fernseher verbunden werden.

Der Metz Classic Calea compact 40 ist ab sofort für 1.199 Euro (UVP) erhältlich.

LG Channels 3.0 und kostenloses Apple TV

# Mehr Inhalte für LG TVs

Mit LG Channels 3.0 hat der koreanische Technologiekonzern eine neue Version seines exklusiven, kostenlosen Streaming-Dienstes vorgestellt. Die Plattform bietet jetzt eine neue Benutzeroberfläche mit verbesserter Navigation, eine attraktivere Aufmachung und einen verbesserten Channel-Guide, mit dem die Nutzer von LG TVs einfacher die Inhalte finden können, die ihnen gefallen. Unabhängig davon bietet LG bis zum 12. November die Möglichkeit, Apple TV drei Monate lang kostenlos zu nutzen.

Nach Angaben von LG zählt LG Channels in allen Regionen, in denen der Dienst angeboten wird, zu den fünf meistgenutzten Apps auf LG Smart TVs. Auf der Plattform findet sich ein umfangreiches Angebot von Nachrichten, Sport, Filmen, TV-Serien und Exklusivsendungen.

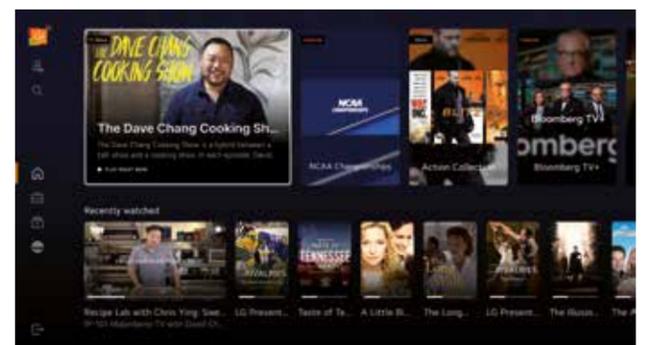
Die neue Benutzeroberfläche, die ab Oktober verfügbar ist, spiegelt das Nutzungsverhalten der Nutzer wider und ist in die drei Seiten Home, Live und On Demand gegliedert. Damit soll es einfacher werden, die verschiedenen

Dienste des kostenlosen Streamingdienstes zu nutzen. Auf der Startseite dominiert ein großes, rotierendes Karussell am oberen Rand des Bildschirms, das einen einfachen Zugriff auf die Kanäle, kuratierte Sammlungen und Premium-On-Demand-Inhalte ermöglicht. Von der Live-Seite aus lassen sich nun direkt über die LG Channels-App Live-Sender abspielen. Besonders praktisch: Der neue Channel-Guide bedeckt nur die Hälfte des Bildschirms, so dass die Nutzer sehen, was läuft und gleichzeitig auswählen können, was sie als Nächstes sehen möchten.

Auf der Registerkarte On Demand können Nutzer Inhalte wie Filme und Fernsehsendungen auswählen und erhalten zudem Empfehlungen aus der Kategorie „momentan beliebt“. LG Channels ist bereits in 27 Ländern, darunter auch Deutschland und Österreich, verfügbar.

## Kostenlos Textversion von Apple TV

Nutzer von LG Smart-TVs in 81 Ländern haben jetzt die Möglichkeit, Apple TV+ drei Monate lang kostenlos zu nutzen. Eine entsprechende Testversion für kompatible 4K- und 8K-Smart-TVs von LG (Modelle 2018 und neuer) steht



LG Channels 3.0 soll es noch einfacher machen, die verschiedenen Dienste des kostenlosen Streamingdienstes zu nutzen.

bis zum 12. November in der Apple TV-App zur Verfügung. Apple TV+ bietet ein breites Angebot von Dramen und Komödien, Spielfilmen, Dokumentationen sowie Kinder- und Familienunterhaltung. Darunter befinden sich unter anderem die Erfolgsserien „Silo“, „Hijack“, „Foundation“ und das mit dem Emmy Award ausgezeichnete globale Phänomen „Ted Lasso“. Zu den Spielfilmen, die demnächst auf Apple TV+ zu sehen sein werden, gehören Martin Scorseses gefeierter Film „Killers of the Flower Moon“, Ridley Scotts „Napoleon“ mit Oscar-Preisträger Joaquin Phoenix und der Spionagethriller „Argylle“.

Neues Sortiment von TP Vision im Herbst lieferbar

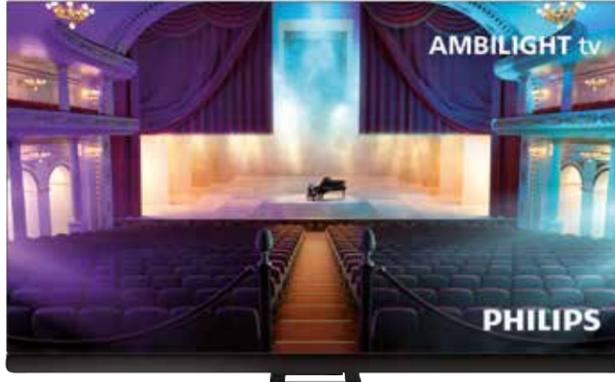
# Für Augen und Ohren

Wichtige Modelle des neuen TV- und Audio-Sortiments von TP Vision sind rechtzeitig zur wichtigsten Saison der Jahres lieferbar. Dazu zählen das Ambilight-Flaggschiff OLED+908, der MiniLED TheXtra sowie zwei neue Fidelio Kopfhörer.

Der OLED+908 (siehe PoS-MAIL 3/2023, S. 2), der in den Größen 55, 65 und 77 Zoll zur Preisen von 2.699 bis 5.699 Euro (UVP) erhältlich ist, kombiniert ein Meta OLED-Panel mit der Rechenleistung des P5 AI-Prozessors der 7. Generation, einem Bowers & Wilkins-Soundsystem, Google TV OS und dreiseitigem „Next Gen“-Ambilight. Mit einer Micro Lens Array-Schicht und einem neuen Algorithmus erreicht das Display Helligkeiten von bis zu 2.100 Nits – 70 Prozent mehr als bei der Vorgänger-Generation.

Mit 80 Watt Leistung und sechs Lautsprechern auf der Vorderseite erzeugt das 3.1-Soundsystem von Bowers & Wilkins eine besonders weite Klangbühne. Ein rückwärtig montierter Subwoofer, der von vier passiven Radiatoren unterstützt wird, trägt dazu präzise Bässe bei.

Das Spitzenmodell der neuen „The Xtra“-Serie ist der Mini-



Der Ambilight TV OLED+908 ist jetzt in 55, 65 und 77 Zoll erhältlich.

LED-TV 9308, der im Oktober in den Größen 55 (UVP 1.699 Euro) und 65 Zoll (UVP 2.229 Euro) auf den Markt kommt und dank des P5-Prozessors der 7. Generation und seines 120Hz, 98 Prozent DCI WCG-Panels eine Lichtleistung von 1.000 Nits erzielt. Das Gerät ist mit dreiseitigem Ambilight, einer von TP Vision entwickelten Smart TV-Oberfläche sowie einem 2.1 Bowers & Wilkins Soundsystem mit 64 Watt ausgestattet.

Die neue „The Xtra“ 9008-Serie ist in 55, 65 und 75 Zoll zu Preisen von 1.499 bis 2.799 Euro (UVP) erhältlich. Dafür gibt es den P5 Prozessor der 7. Generation, ein

120Hz, 1.000 Nits-Panel sowie ein 40 Watt, 2.0-Soundsystem.

## Für die Ohren

Im Audiosegment ist der neue Fidelio L4 (UVP 349,99 Euro) wie sein Vorgänger mit 40 mm-Treibern ausgestattet, die jetzt aber mit einer Graphen-Beschichtung versehen sind. Die Bluetooth-Version 5.3 steht für zuverlässige Mehrpunktverbindungen mit Auracast-Broadcasting und LE-Audio; LC3- und LDAC-Codecs erlauben auch kabellos Hi-Res Audioqualität, die über 3,5-mm-Miniklinkenkabel (im Lieferumfang) und USB-C ebenfalls erreicht wird. Eine Akkuladung reicht jetzt für 50 bzw. 40 (mit aktiviertem ANC) Stunden Wiedergabe.

Die neuen Philips Fidelio T2 In-Ear Headphones (UVP 279,99) sind im Vergleich zum T1 um 20 Prozent geschrumpft, die Ladeschale wurde 40 Prozent verkleinert. Das Modell ist mit neuen, graphen-beschichteten 9,2 mm-Treibern ausgestattet und unterstützt Bluetooth 5.3.



Die neuen Philips Fidelio T2...

...In-Ear Headphones sind 20 Prozent kleiner als die Vorgänger.

## Staying alive? Radio hört nie auf!

Die größten Hits und die besten Tipps – mit der neuen Generation Radio gibt es mehr Auswahl, mehr Qualität, mehr Freiheit.

**dab+**  
mehr radio

**100**  
JAHRE  
RADIO®

## Neue 4K Pro-UHD Laserprojektor von Epson

Mit dem EH-LS650 erweitert Epson seine EpiqVision Projektorenserie für den Heimbereich um ein neues, kostengünstiges Gerät. Der 4K Pro-UHD Laserprojektor lässt sich einfach einrichten und bietet zahlreiche Anschlussmöglichkeiten. Dank seiner hochwertigen Audio- und Video-Funktionen bietet er nach Angaben von Epson eindrucksvolle Bild- und Sounderlebnisse für die ganze Familie.

Der EH-LS650 ist wahlweise mit schwarzem (LS650B) oder weißem (LS650W) Gehäuse lieferbar. Er bietet Android TV für Streaming und Chromecast für Broadcasting, so dass Inhalte auch direkt vom Smartphone, Tablet oder Laptop über den Projektor gestreamt werden können. Dabei können sämtliche installierte Apps auf vorhandenen iPhones, iPads, Android-Smartphones oder -Tablets, Mac- oder Windows-Laptops bzw. PCs und auch Chromebooks wie gewohnt genutzt werden. Im Zusammenspiel mit den 20-W-Lautsprechern von Yamaha, die im Projektor unter einer gelochten Metallabdeckung eingebaut wurden und auch als eigenständige Smart-Lautsprecher betrieben werden können, sorgt er für immersive Seherlebnisse bei hoher Tonqualität. Das integrierte Android TV erlaubt den Zugriff auf Filme, Serien und Games via Google Play, YouTube und andere bekannte Online-Dienste.

Der Kurzstanzprojektor steht unmittelbar vor der Projektionsfläche und produziert mit seiner 3LCD-Technologie ein helles Bild mit großer Diagonale. Dabei sind die Bilder dank der 4K Pro-UHD Auflösung scharf und detailreich. Mit weniger als 20 ms Eingangsverzögerung macht der Epson LS-650 auch im Gamingumfeld eine gute Figur. Dank der Plug-and-play-Funktionalität lässt er sich sehr leicht über die Epson Setup Assistant App einrichten. Eine eventuell nötige Trapezkorrektur wird über die eingebaute Kamera eines Mobiltelefons vorgenommen.

„Der EH-LS650 ist der Neuzugang für unsere EpiqVision Serie.“, erklärte Sascha Surbach, Leiter Marketing bei der Epson Deutschland GmbH. „Es ist ein stilvoller und gleichzeitig preisgünstiger Projektor für die ganze Familie. Dabei sieht er nicht nur sehr gut aus, sondern liefert auch einen beeindruckenden Sound. Noch nie war es einfacher, einen Fernseher durch einen Projektor zu ersetzen, um Entertainment im Großformat zu erleben.“



## ARD Themenschwerpunkt 100 Jahre Radio

# Fokus auf DAB+



*Auch in diesem Jahr werden ARD, Deutschlandradio und Partner mit einer DAB+ Aktionszeit Aufmerksamkeit für die Vorteile des digital-terrestrischen Empfangs schaffen. (Foto: ARD/ Coralía Glavas).*

**Am 29. Oktober 1923 ging die allererste Sendung des „Unterhaltungsrundfunks“ vom Berliner Vox-Haus auf Welle 400 in den Äther. Darum markiert dieses Datum das bemerkenswerte Jubiläum „100 Jahre Radio“, das die ARD vom 14. bis 29. Oktober mit einem Themenschwerpunkt würdigt. Dabei werden alle Landesrundfunkanstalten in ihren Hörfunkprogrammen DAB+ Geräte unter ihren Hörerinnen und Hörern verlosen, um Aufmerksamkeit für die Vorteile des digital-terrestrischen Empfangs zu schaffen.**

Vom 26. Oktober bis zum 12. November soll zudem die nächste, reguläre DAB+ Aktionszeit die Botschaft unterstreichen. ARD, Deutschlandradio und Partner werden sich dann wie gewohnt mit Radio- und TV-Spots sowie weiteren Maßnahmen an der Bewerbung des digitalen Rundfunkstandards beteiligen. Printanzeigen und Artikel in Fachpublikationen und reichweitenstarken Publikums Titeln sowie Newsletter und eine begleitende Social-Media-Kampagne ergänzen diese Aktivitäten crossmedial. Zudem stellen Schulungen für Mitarbeitende in knapp 2.200 Märkten sowie Regalbranding im PoS-Markendesign von DAB+ die Sichtbarkeit des digitalen Rundfunks im Fachhandel und in Elektromärkten sicher.

Auch auf den kommenden Medientagen in München soll DAB+ eine wichtige Rolle spielen: Am 26. Oktober diskutieren Expertinnen und Experten auf einem ARD Audio-Panel zum Thema „Staying Alive? Radio hört nie auf! Wie Radio auch in Zukunft populär bleibt.“ Dr. Nina Gerhardt

(CEO RTL Radio), Thomas Jung (Programmmchef SWR3) und Dr. Thorsten Schmiege (Präsident BLM) werden über Trends und Strategien sprechen.

Dabei wird es auch um Fragen nach dem Verhältnis von linearen und non-linearen Inhalten sowie der Relevanz unterschiedlicher Verbreitungswege wie DAB+ gehen. Denn auch nach 100 Jahren ist das Medium Radio alles andere als überholt: Laut der ma 2023 Audio II hören in Deutschland 52 Millionen Menschen täglich (Mo.-Fr.) Radio.

### Erfolgsmodell DAB+

Im vergangenen Jahr wurden über 2,3 Mio. neue PKW mit DAB+ Empfangsgeräten zugelassen. Dazu kommen knapp 2 Mio. stationäre Digitalradios, die in diesem Zeitraum verkauft wurden.

In einer von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlichten aktuellen Studie behauptet sich DAB+ Radio mit leichtem Wachstum: So wird DAB+ im Segment „Weitester Hörerkreis“ (WHK) von 28,6 Prozent (ma 2023 Audio I: 28,5 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 33,6 Prozent – ma 2023 Audio I: 32,0 Prozent).

Dafür stehen (mit regionalen Unterschieden) mehr als 300 DAB+ Programme in Deutschland zur Verfügung. Bei über einem Drittel handelt es sich um „DAB+ only“ Programme.

# 100 JAHRE RADIO <sup>1</sup>

Integrierter Multiroom Stereo-Verstärker von Loewe

# Brücke zu analogen Lautsprechern



Loewe erweitert sein Audio Sortiment um den Stereo-Verstärker Loewe multi.room amp, der als Brücke zwischen analogen Lautsprechern und modernen, smarten Multiroom-Lösungen konzipiert wurde. Damit wird es möglich, aktive und passive Lautsprecher in ein Loewe Multiroom- oder ein Loewe Home-Cinema-System zu integrieren. Denn der Verstärker macht die analogen Komponenten smart, damit sie für Streaming-Anwendungen, auch mit Hi-Res Audio, eingesetzt werden können.

Existierende HiFi-Anlagen mit passiven Lautsprechern können ebenfalls mit dem Loewe multi.room amp in smarte Streaming- und Multiroom-Welten integriert werden. Zudem lassen sich mit dem Verstärker jegliche Lautsprecher in Verbindung mit einer Loewe Soundbar und der Loewe Wireless Digital Audiolink-Technologie verlust- und latenzfrei als Komponenten für Loewe Home-Cinema-Lösungen nutzen. Das Multitalent ist nicht nur für Stereo-, Multiroom- und Heimkino-Anwendungen geeignet, sondern kann auch im B2B-Bereich, z. B. für die Hintergrundbeschallung in Hotel-Lobbys oder Restaurants eingesetzt werden.

Verschiedene Betriebsarten stehen zur Auswahl: So werden Mono- oder Stereo-Betrieb mit einer eigenen Umschalttaste ausgewählt, und es gibt eine Pairing-Funktion für die drahtlose Einbindung von Lautsprechern in Heimkino-Installationen. Dabei steht eine Rear-/

Front-Auswahl von Mehrkanal-Lautsprechern zur Verfügung, und beim Einsatz eines Subwoofers kann eingestellt werden, dass nur Frequenzen über 150 Hertz von den angeschlossenen Lautsprechern ausgegeben werden. Beim Betrieb über den HDMI-Eingang wird die Steuerung über HDMI-CEC unterstützt, das WiFi-Setup kann mit der WPS-Funktion per Tastendruck erfolgen. Der Loewe multi.room amp unterstützt alle wichtigen Bluetooth- und WiFi-Standards.

## Viel Leistung

Der Stereo-Verstärker bietet eine Musikleistung von bis zu 1.200 Watt, der Klang kann mit der Fernbedienung Loewe remote klang mr (im Lieferumfang) eingestellt werden. Die Verbindung zum TV erfolgt über einen HDMI-ARC-Anschluss, Cinch-Eingänge machen die Nutzung von Vinyl-Turntables, CD- und MP3-Playern möglich. Zudem gibt es eine USB-Schnittstelle für Audio-Quellen aller Art, zwei Netzwerk-Buchsen ermöglichen die LAN-Einbindung

auch in einer Daisy-Chain-Konfiguration. Zum Anschluss analoger Lautsprecher verfügt der Verstärker über vergoldete Bananenstecker mit Kabelaufnahme, aktive Lautsprecher werden über den Cinch-Vorverstärker-Ausgang bedient. Für den Anschluss eines aktiven Subwoofers gibt es eine weitere Cinch-Buchse.

Äußerlich reiht sich der Verstärker in die Loewe Designsprache ein. An der Unterseite des Gehäuses befinden sich zwei Aufnahmen für eine Wandbefestigung sowie ein Stativgewinde. Zudem erlauben es die Abmessungen, zwei Loewe multi.room amp nebeneinander in einem 19 Zoll-Rack zu platzieren. Auch die passive, geräuschlos arbeitende Kühlung ist für den Betrieb in Technik-Racks ausgelegt.

Der Loewe multi.room amp ist voraussichtlich ab Dezember 2023 lieferbar und soll 999 Euro (UVP) kosten. Erstmals öffentlich vorstellen wird Loewe das Gerät auf den Deutschen HiFi Tagen in Darmstadt am 7. und 8. Oktober 2023.



## Subwoofer Loewe klang sub5 auch einzeln

Der bisher nur mit der Soundbar Loewe klang bar5 mr erhältliche Subwoofer Loewe klang sub5 ist ab sofort auch als Einzelkomponente lieferbar. Mit zwei aktiven Treibern und vier Passivradiatoren bietet die Heimkino-Komponente eine Musikleistung von 360 Watt für kraftvolle Bässe bis hinunter auf 35 Hertz. Der Loewe klang sub5 lässt sich mit den Soundbars Loewe klang bar5 mr und Loewe klang bar3 mr kombinieren. Die äußere Gestaltung mit einer lackierten Abdeckplatte aus Edelstahl und zwei-fädig gewobenem, robustem Akustikstoff wurde bereits 2021 in Kombination mit der Soundbar Loewe klang bar5 mr mit dem iF Design Award und Red Dot Award ausgezeichnet. Der Subwoofer ist ab sofort erhältlich und kostet 599 Euro (UVP).

STRONG

# WLAN-Glücklich



Das STRONG Wi-Fi ATRIA Mesh AX3000 kombiniert die neueste Mesh Technologie mit dem leistungsstarken Wi-Fi 6 Standard. Highspeed Geschwindigkeiten und eine lückenlose WLAN-Abdeckung garantieren unbegrenzten Surf- und Streamingspaß. Mehr Informationen auf [strong-eu.com](https://strong-eu.com)

# Sony setzt im vierten Quartal auf noch mehr Wertschöpfung Emotionen und Entertainment

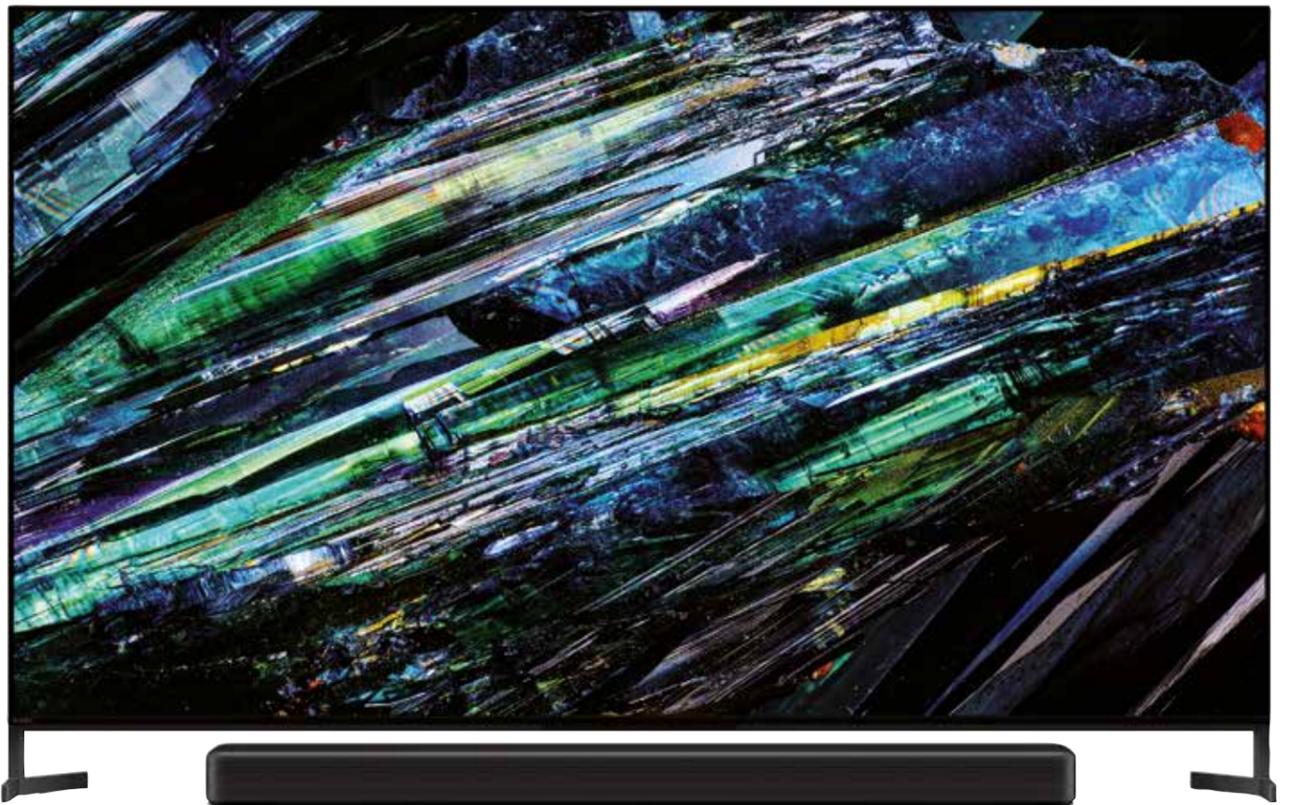
Auf seinem den Handelspartnern vorbehaltenen IFA Stand präsentierte Sony in Berlin viele Ideen für gute Umsätze im vierten Quartal. Mehr noch als die Neuheiten, darunter neue Systemkameras, das Premium-Smartphone Xperia 5 V und Audio-Produkte, sind dabei die Synergien wichtig, die der japanische Konzern durch seine starken Positionen in der Unterhaltungselektronik sowie bei Gaming, Musik und Filmen bis zur Content Creation mit Smartphones und Imaging Systemen erzielt, um das gesamte Thema Entertainment darzustellen. Zudem soll der jetzt lieferbare QD-OLED-Fernseher A95L den Handelspartnern weitere Möglichkeiten geben, im herausfordernden TV-Segment gute Renditen zu erwirtschaften. PoS-MAIL hat mit John Anderson, Country Head von Sony Deutschland, Steffen Feuerpeil, Director of Sales Strategy and Mobile Business, und Ulf Schreurs, Director Multi-Channel Retail, über das wichtige Jahresendgeschäft gesprochen.

**PoS-MAIL:** Wir treffen uns auf der IFA in einem durchaus herausfordernden Marktumfeld. Wie ist Sony bisher durch dieses schwierige Jahr gekommen?

**John Anderson:** Besser als viele andere Marktteilnehmer. Denn die Sony Corporation ist im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres, also in der Periode von April bis Juni, in fast allen Geschäftsbereichen gewachsen. Lediglich das Segment Pictures konnte sich den Auswirkungen des Streiks in Hollywood nicht entziehen und verzeichnete ein Minus von sechs Prozent. Bei der Consumer Electronics Hardware haben wir um vier Prozent zugelegt, das Gaming-Geschäft ging um 28 Prozent



John Anderson, Country Head von Sony Deutschland: „Sony erzielt den höchsten Durchschnittspreis der großen TV-Marken.“



Der QD-OLED TV A95L von Sony ist jetzt lieferbar und soll als Spitzenmodell dem Fachhandel hohe Wertschöpfung ermöglichen.

steil nach oben, Sony Music wuchs um 16 Prozent und unser Imaging-Geschäft um 23 Prozent. Zusammen mit einem außerordentlich guten Finanzergebnis ergab das für die ersten drei Monate des Fiskaljahres einen Umsatzsprung um 33 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal des Geschäftsjahres 2022. Da können wir uns wirklich nicht beschweren.

**PoS-MAIL:** Worauf ist dieses Wachstum zurückzuführen?

**John Anderson:** Zum einen natürlich darauf, dass Sony den Konsumenten die richtigen Produkte und Inhalte anbietet – und zwar in allen Segmenten. Unser Slogan „Made to Entertain“ wird immer mehr mit Leben gefüllt, und deshalb können wir besser als jedes andere Unternehmen Synergien zwischen den einzelnen Bereichen nutzen. Ein Beispiel dafür ist unsere PS5, von der bis Ende Fiskaljahr 2022 38 Millionen Stück weltweit verkauft wurden. In diesem Fiskaljahr sollen noch einmal 25 Millionen dazukommen. Das strahlt auch auf andere Bereiche aus: Erfolgreiche Spiele werden zu erfolgreichen Kinofilmen – aktuell z. B. Gran Turismo – und unsere TVs werden natürlich so konstruiert, dass sie besonders gut für die verzögerungsfreie Wiedergabe von PS5 Inhalten geeignet sind, aber auch bei Filmen und Musik überzeugen.

**PoS-MAIL:** Ist Sony in Deutschland genauso erfolgreich wie der Konzern weltweit?

**John Anderson:** Wir geben bekanntlich für einzelne Länder keine Umsatzzahlen bekannt. In Deutschland entwickeln wir uns stetig in höhere und damit wertschöpfungsstärkere Preissegmente. Das wissen auch unsere Handelspartner zu schätzen. So erzielt Sony den höch-

sten Durchschnittspreis der großen TV-Marken und liegt mit einem Bon von 1.118 Euro um 63 Prozent über dem Branchenniveau. Unsere Soundbars generieren durchschnittlich neun Prozent mehr Umsatz als andere Fabrikate, unsere Bügel-Bluetooth-Kopfhörer sogar 53 Prozent. Auch Sony Kameras liegen deutlich, nämlich um 40 Prozent, über dem Marktdurchschnitt, und bei den Smartphones haben wir unsere Durchschnittspreise seit 2020 verdoppelt, so dass wir nun um 69 Prozent über dem Marktniveau liegen.



Ulf Schreurs, Director Multi-Channel Retail: „Die Marke Sony steht für Zuverlässigkeit, Langlebigkeit und Innovationen.“

**PoS-MAIL:** Warum bezahlen viele Kunden für ein Sony Produkt mehr als für ein anderes Fabrikat?

**Ulf Schreurs:** Zum einen haben wir den Modellwechsel im TV-Bereich in diesem Jahr besonders gut gestaltet: Der Umsatzanteil neuer Modelle liegt bisher um den Faktor 2,6 über dem Vorjahresniveau. Dazu kommen zwei wei-

tere Aspekte: nämlich die hohe Produktqualität, die sich in allen Segmenten in ausgezeichneten Testergebnissen niederschlägt, und die Wahrnehmung der Marke. Sony steht für Zuverlässigkeit, Langlebigkeit und Innovationen.

**PoS-MAIL:** Ist nicht Nachhaltigkeit inzwischen ein besonders wichtiges Kaufkriterium für viele Kunden?

**Ulf Schreurs:** Unbedingt, und auch hier setzt Sony Maßstäbe. So enthalten z. B. immer mehr Produkte hohe Anteile des von Sony entwickelten Kunststoffes Sorplas. Dieses Material gewinnen wir überwiegend aus Recyclat, z. B. von CDs und PET-Flaschen. So setzen wir für Sorplas 60 Prozent weniger neue Kunststoffe ein als für herkömmliches Material. Dadurch sinken die CO2-Emissionen um 72 Prozent – wohlgemerkt ohne Kompromisse bei der Qualität, denn hier ist Sorplas mit neuen Kunststoffen vergleichbar. Auch bei den Verpackungen spielt die Vermeidung von Plastikabfällen eine immer größere Rolle. Unser vollkommen kunststofffreies Sony Eco Verpackungspapier Original Blended Material wird aus Bambus und Zuckerrohr produziert und ist ebenfalls recyclingfähig.

**PoS-MAIL:** Wie sieht es mit dem Stromverbrauch von Sony Geräten aus?

**Ulf Schreurs:** Auch hier haben unsere Handelspartner gute Argumente: Das Eco Dashboard der Bravia Fernseher ermöglicht die individuelle Einstellung des Energieverbrauchs, z. B. durch eine leichte Verminderung der Helligkeit im Eco-Modus und – mit der Bravia Cam – durch User Movement Erkennung, die den Bildschirm abdunkelt, wenn keine Personen im Raum sind. Mit diesen Technologien lässt sich der Stromverbrauch um bis zu 32 Prozent reduzieren. Der Fachhandel ist wirklich gut beraten, den Kunden diese Möglichkeiten zu erklären und sie im Idealfall im Geschäft zu demonstrieren.

**PoS-MAIL:** Welche Perspektiven sehen Sie für das Geschäft mit Smartphones und Kameras? Beide Segmente haben ja derzeit mit sinkender Nachfrage zu kämpfen.

**Steffen Feuerpeil:** Das stimmt. Deshalb ist es besonders wichtig, das Sony als „The Choice of Creators“ Synergieeffekte realisiert und wertschöpfungsstarke Produkte anbieten kann. So macht es unser Xperia 5 V Smartphone den Nutzern besonders einfach, professionell anmutende Fotos und Videos zu erzeugen. Auch hier geht es wieder um Synergien: Denn für diese Produkte kann Sony auf die erfolgreichen Technologien zurückgreifen, die für unsere Kameras entwickelt wurden.

**PoS-MAIL:** Machen Sie sich damit nicht selbst Konkurrenz?

**Steffen Feuerpeil:** Im Gegenteil. Wir verstehen das Smartphone als Brücke zur Kamera, und die Erfahrung gibt uns Recht: Denn Influencer oder Blogger, die zunächst mit einem Xperia Smartphone in die Content Creation einsteigen, greifen bevorzugt zu Sony Kameras, wenn sie ein noch höheres Qualitätsniveau erreichen wollen. Hier haben wir in allen Segmenten wegweisende Produkte – von Vlogging-Kameras mit APS-C- oder Vollformatsensor über die APS-C Systemkameras der Alpha 6000er Serie bis zu den Vollformat-Systemkameras. In diesem Segment haben wir gerade mit der Alpha 7C II und der Alpha 7C R mit 61 MP Sensor ein vielversprechendes Duo vorgestellt, das Foto- und Videoqualität auf professionellem Niveau erzielt, aber mit einem kompakten und leichten



Steffen Feuerpeil,  
Director of Sales  
Strategy and Mobile  
Business: „Als „The  
Choice of Creators“  
realisiert Sony Synergieeffekte und kann wertschöpfungsstarke Produkte anbieten.“

Gehäuse den Ansprüchen mobiler Content Creators genau entspricht.

**PoS-MAIL:** Das vierte Quartal ist für das Geschäft mit technischen Konsumgütern bekanntlich besonders wichtig. Welche Ideen haben Sie, um Nachfrage bei Ihren Partnern im Fachhandel zu erzeugen?

**Ulf Schreurs:** Wir haben im Laufe des Jahres ja bereits einige Ideen auf die Straße gebracht, z. B. durch Cashback-Aktionen oder die Zugabe einer PS5 beim Kauf eines neuen Bravia XR Modells. Auch in diesem Herbst werden wir dem Fachhandel mit Cashback für attraktive Aktions-TVs gute Argumente geben. Zudem haben wir mit dem Rapper Apache 207 die größte Kampagne zur Verkaufsförderung unserer Kopfhörer, die Sony bislang in Deutschland durchgeführt hat. Im Bereich Content Creation mit Smartphones und Kameras sind Kooperationen mit pro-

minenten Influencern geplant, die wir durch weitere Online-Maßnahmen ergänzen.

**PoS-MAIL:** Was können wir von Sony rund um den Black Friday und die Black Week erwarten?

**Ulf Schreurs:** Starke Ideen, aber nicht für Billigangebote um jeden Preis, sondern für Wertschöpfung im Fachhandel. Deshalb werden wir keine spektakulären Aktivitäten für Sony starten, sondern die Maßnahmen unserer Partner im Fachhandel, z. B. bei expert und Euronics, mit attraktiven Angeboten unterstützen.

**PoS-MAIL:** Zum Schluss noch eine Frage zum Anlass unserer Begegnung: Wie erleben Sie die IFA 2023?

**John Anderson:** Wir erleben die IFA 2023 als willkommene Gelegenheit, uns mit unseren Partnern im Einzelhandel und in den Medien persönlich auszutauschen. Bei allen Möglichkeiten der digitalen Kommunikation sind Begegnungen von Menschen durch nichts zu ersetzen, und deshalb sind wir froh, hier zu sein.

**PoS-MAIL:** Können wir in Zukunft wieder mit einem großen Sony Stand rechnen, der auch das allgemeine Publikum anspricht?

**John Anderson:** Wenn es um einen großen Markenstand geht, ist die IFA ein Thema für unsere Europa- oder sogar die Konzern-Zentrale. Wir in Deutschland würden uns sehr freuen, wenn es dem neuen IFA Management gelingen würde, überzeugende Konzepte zu entwickeln, die große Investitionen rechtfertigen.

**PoS-MAIL:** Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

## Das neue Premium-Smartphone Xperia 5 V

Das neue Xperia 5 V Smartphone wurde von Sony vor allem für die Content Creation entwickelt. Es ist mit dem neuesten Exmor T for Mobile Sensor ausgestattet, der auch im Flaggschiff-Smartphone Xperia 1 V verbaut ist. Zudem wurde der Bokeh-Modus verbessert, der mit KI-Technologie vor allem bei Porträtaufnahmen einen Bildeindruck erzeugt, der an den von professionellen Wechselobjektivkameras erinnert. Die rückwärtige Kamera mit zwei Objektiven ermöglicht Aufnahmen mit Brennweiten von 16 Millimeter, 24 Millimeter und 48 Millimeter.

Bei den beiden letzteren macht es die neu entwickelte 2-Schicht-Transistor-Pixel Technologie des Exmor T möglich, Bilddateien mit vollen zwölf Megapixeln ohne Qualitätseinbußen zu generieren. Durch die Zusammenfassung von Pixeln (Pixelbinning) wird eine hohe Bildqualität bei wenig Licht möglich, weil die zusammengefassten Pixel eine

größere Oberfläche haben, um mehr Licht einzufangen und so ein sauberes, rauscharmes Signal zu erzeugen.

Bei Videofilmen macht die neue vorinstallierte Video Creator App das Erstellen von professionell anmutenden Clips besonders einfach. Wenn die Länge des Clips festgelegt ist, werden nur noch die Fotos oder Videos sowie die Musik ausgewählt – dann erzeugt die Video Creator App automatisch in rund einer Minute eine fertige Datei, die durch manuelle Eingriffe und/oder den Einsatz von Filtern bearbeitet werden kann. Für authentischen Ton ist das Smartphone mit einem Mikrofon ausgestattet, das direkt neben der Hauptlinse platziert ist und auch in belebten Umgebungen die Stimme der aufgenommenen Person priorisiert.

Das Xperia 5 V ist nicht nur für gute Aufnahmen geeignet, sondern kann dank des neu entwickelten Lautsprecherverstärkers und des hellen OLED-Displays auch Filme, Musik und Spiele eindrucksvoll wiedergeben.

Das Xperia 5 V ist ab sofort in den Farben Schwarz, Platinsilber und Blau für 999 Euro (UVP) erhältlich.



Das neue Xperia 5 V wurde von Sony vor allem für die Content Creation entwickelt.

Telekom präsentierte Digitalisierung zum Anfassen

# Digital X 2023 in Köln

Für 50.000 Besucher erwies sich die von der Telekom ins Leben gerufene Großveranstaltung Digital X in Köln am 21. und 22. September als einzigartige Gelegenheit, Digitalisierung zum Anfassen zu erleben. Auf sechs Bühnen präsentierten 250 inspirierende Persönlichkeiten, darunter der Schauspieler George Clooney, die Abba-Ikone Björn Ulvaeus und die Futuristin Amy Webb, ihre Zukunftsvisionen und aktuelle Innovationen. 300 Partner stellten auf 2 Millionen Quadratmetern in der Kölner Innenstadt ihre Konzepte, Produkte und Dienstleistungen vor.

Hinter Digital X steht die Idee, dass Digitalisierung mehr bedeutet als neue Technologien. Schon das Motto der diesjährigen Veranstaltung „Be digital. Stay human.“ machte deutlich, dass es vor allem um Menschen geht. Deshalb hat die Telekom nach eigener Aussage die Digital X Plattform etabliert, um Menschen und Unternehmen aus allen Branchen zu begleiten und Erfahrungen auf dem Weg der digitalen Transformation zu teilen. Die vielfältigen Angebote in Köln richteten sich gleichermaßen an Neueinsteiger und digitale Vorreiter. Dabei ging es um die unterschiedlichsten Themenbereiche vom Medikamenten aus dem 3D Drucker über die Baggersteuerung per VR-Brille bis zu autonomen, schwimmenden Müllsammlern.

## „Radikale Transparenz“

Die Digital X zeige, was mit Hilfe von KI, Virtual Reality, Metaverse oder 5G bereits möglich sei, betonte Tim Höttges, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG, zum Auftakt: „Wir müssen den Weg von ‚Good to Great‘ gehen und eine radikale Transparenz sowie eine umfassende Digitalisierungsstrategie für unseren Standort entwickeln.“ Dazu gehörten auch höhere Investitionen in die digitalen Netze, fügte Höttges hinzu. Dafür müsse die europäische Politik endlich faire Bedingungen schaffen, um den Kontinent trotz steigender Energiepreise wettbewerbsfähig zu halten. Andererseits sei auch von den Unternehmen Mut gefordert, jetzt überall Digitalisierung umzusetzen: „Nur wenn wir gemeinsam versuchen, ein Ökosystem aufzubauen für Digitalisierung,



Telekom-Chef Tim Höttges forderte die Regierungen in Europa auf, faire Bedingungen für den Netzausbau und die Digitalisierung zu schaffen.

werden wir überhaupt eine Chance haben, global zu bestehen“, sagte Höttges.

Die Kölner Oberbürgermeisterin Henriette Reker eröffnete am 21. September den Digital X Event.



## Mehr Innovationen, weniger Bürokratie

Von der amerikanischen Futuristin Amy Webb gab es klare Worte zum Standort Deutschland. In einem Interview mit Claudia Nemat, der Technologie- und Innovationsvorständin der Telekom, warnte die Gründerin und CEO des Future Today Institutes davor, den aktuellen Entwicklungen nur passiv zuzuschauen: „Innovation ist für das Überleben von Unternehmen entscheidend“, sagte Webb. Dem stimmte Claudia Nemat gerne zu: Es gelte, statt „German Angst“ mehr „German Selbstvertrauen“ zu demonstrieren, betonte die Telekom Vorständin. Schließlich könne man auf Events wie der Digital X erleben, wie gut auch in Deutschland innovative Digitalisierung gelingen könne.

Der US-amerikanische Schauspieler George Clooney engagiert sich seit vielen Jahren für Klimaschutz und Menschenrechte. Auch dabei könne die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen, sagte der Hollywood-Star: „In einem aktuellen Projekt unserer Foundation for Justice erfassen wir mit Hilfe digitaler Tools, was im Krieg in der Ukraine an Menschenrechtsverletzungen passiert“, erklärte Clooney. „Dieses Monitoring soll helfen, dass die Greuelaten möglichst schnell vor Gericht kommen und die Täter bestraft werden.“

## Björn Ulvaeus: KI und Kreativität

Abba-Mitbegründer Björn Ulvaeus erklärte bei seinem Auftritt, wie die digitalen Avatar-Konzerte der Band in London umgesetzt wurden. Gleichzeitig stellte er auf der Bühne aber klar: „Heute bin wirklich ich es, der zu euch spricht.“ Am Beispiel Musik berichtete er anschaulich über

das Verhältnis von Menschen zu Künstlicher Intelligenz und sieht KI im kreativen Prozess als Helfer, der ihm neue künstlerische Welten erschließe. Schon in naher Zukunft werde KI genauso selbstverständlich sein wie Elektrizität, sagte Ulvaeus.

## Technik zum Anfassen

Neben den inspirierenden Auftritten wurden auf der Digital X auch zahlreiche digitale Lösungen gezeigt, welche die Besucher selbst ausprobieren konnten. So animierten Roboterarme auf dem „Robotic Playground“ zum Seilspringen. Ein anderer Roboterarm erzeugte große, bunte Seifenblasen, ein weiterer meißelte aus weißem Marmor einen metergroßen Geißbock, das Maskottchen des 1. FC Köln. Andernorts konnten die Besucher in einen virtuellen Lackierraum eintauchen und mit einer VR-Brille, die bei falschen Handgriffen oder zu viel aufgetragener Farbe warnte, das Lackieren von Fahrzeugteilen simulieren. Auch Wartungsarbeiten an einem Großbagger konnten in einer Baggerkabine von Komatsu über virtuelle Simulationen mit einer App geübt werden.

Mehr als 6.000 Gamerinnen und Gamer konnten im Rahmen der Digital X in den Kölner Rheinterrassen beim Equal eSports Festival und Telekom Street Gig ein zweitägiges eSports-Fest erleben. Dabei fand mit dem Equal eSports Cup erstmals ein Turnier ausschließlich für Frauen und nicht-binäre Personen statt.

Auch Musikfreunde kamen auf der Digital X auf ihre Kosten: Die US-amerikanische Band Thirty Seconds To Mars lieferte am Abend des ersten Tages im Kölner Mediapark eine eindrucksvolle Show vor mehr als 3.000 Fans. Zum Höhepunkt holte Leadsänger Jared Leto rund hundert Menschen aus dem Publikum auf die Bühne und intonierte mit ihnen den letzten Song „Closer to the Edge“, während Bruder Shannon am Schlagzeug den Takt angab.

## Die EcoLine Hausgeräte von AEG

## Klimaschutz beim Waschen



Die EcoLine Waschmaschinen von AEG haben eine bessere Energiebilanz als die beste A-Einstufung auf dem Markt.

Mit der EcoLine präsentierte AEG auf der IFA seine Geräte mit der besten Energieeffizienz. Damit wird das Unternehmen wissenschaftlichen Erkenntnissen und Lebenszyklusanalysen der Electrolux Group gerecht, die zeigen, dass rund 85 Prozent der globalen Klimaauswirkungen eines Hausgeräts während seiner Nutzung entstehen. Während das Sortiment der AEG EcoLine alle wichtigen Produktkategorien umfasst, werden die Vorteile für den Geldbeutel, die Umwelt und das Klima bei der Wäschpflege besonders deutlich.

So weisen die AEG EcoLine Waschmaschinen eine bessere Energiebilanz auf als die höchste A-Einstufung auf dem Markt. Zudem überzeugen sie mit Funktionen wie AutoDose für weniger Waschmittelverbrauch und dem PowerClean 59 Min-Programm, das in 59 Minuten

bei 30°C effizient reinigt und dabei im Vergleich zu einem 40°C- Baumwollprogramm 30 Prozent weniger Energie verbraucht. Diese Reduzierung der Temperatur hat den größten Einfluss auf den Klimaschutz: Denn bereits 2020 ergab der damalige Truth about Laundry Report, dass sich mit einer Senkung der Waschtemperatur von 40°C auf 30°C die Treibhauseffekte in der Nutzungsphase von Waschmaschinen um 25 Prozent senken lassen. Das bedeutet 27,2 kg weniger Treibhausgase pro Haushalt und Jahr. Zudem schonen niedrige Temperaturen die Wäsche und reduzieren den Abrieb von Mikroplastikfasern bei Textilien aus synthetischen Stoffen.

Da ist es eine gute Nachricht, dass sich nach Zahlen aus dem aktuellen Truth about Laundry Report seit 2020 weitere zehn Prozent der Haushalte in Europa für niedrige Waschtemperaturen entschieden und auf diese Weise fast eine Million Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent vermieden haben (siehe PoS-MAIL 9/2023, S. 22). Der Fachhandel kann mit der richtigen Beratung dazu beitragen, dass es noch mehr werden.

Ressourcen- und klimaschonend arbeiten auch die AEG EcoLine Wäschetrockner mit Wärmepumpentechnologie: Hier liegt der Stromverbrauch um bis zu 68 Prozent unter dem herkömmlicher Wäschetrockner.

## Im Trend

„Mit der AEG EcoLine erkennen Kundinnen und Kunden nun schnell und einfach unsere energieeffizientesten Geräte“, erläuterte Michael Geisler, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH. „Dabei müssen sie auch weiterhin nicht auf die gewohnte starke Leistung unserer Geräte verzichten. Die EcoLine-Geräte vereinen Nachhaltigkeit und Performance ohne Kompromisse.“

Die Einführung der AEG EcoLine kommt zum richtigen Zeitpunkt: Daten der GfK-Marktforschung zeigen, dass



Michael C. Geisler, Geschäftsführer und General Manager DE/AT der Electrolux Hausgeräte GmbH: „Mit der EcoLine bieten wir unseren Handelspartnern Geräte an, die es den Kundinnen und Kunden leicht machen, die Umwelt und das Klima zu schonen.“

Energieeffizienz einer der wichtigsten Faktoren beim Kauf von Großgeräten wie Waschmaschinen ist. 61 Prozent der Verbraucher in den fünf größten europäischen Ländern gaben im Erhebungszeitraum (Q2 2022 bis Q2 2023) an, dass die Energieeffizienz bei der Auswahl ihrer nächsten Waschmaschine ausschlaggebend sei.

## In Küche und Haushalt

Die neue Produktlinie von AEG trägt aber nicht nur beim Waschen zur Schonung von Ressourcen und Klima bei: So verbrauche z. B. AEG EcoLine Backöfen beim Dampfgaren im Vergleich zu Multifunktionsbacköfen bis zu 20 Prozent weniger Energie, und sie schonen Mineralien und Vitamine in den Lebensmitteln. Zudem werden diese Backöfen besonders schnell und umweltschonend wieder sauber: Ihre Dampfreinigungsfunktion spart im Vergleich zur Pyro-Reinigung in anderen AEG-Geräten bis zu 95 Prozent Energie.

Auch bei der Bodenpflege setzt AEG Akzente für die Umwelt: Die Akku-Staubsauger der Serie 7000 bestehen zu bis zu 70 Prozent aus recyceltem Kunststoff und können im Auto-Modus im Vergleich zur Max-Einstellung bis zu 47 Prozent Strom sparen.

## DOPPELT STARK!

Die neue Generation der hoogo-Stick-Vacs: mit und ohne Beutel



Staubbeutelbetrieb im hoogo S5+ auch mit optionalem hoogo blitzblank Staubbeutel-Set möglich.



Einfach die Zykloneinheit ausbauen, die hoogo blitzblank Beutelhalterung einsetzen und lossaugen.

hoogo  
... and shine!

hoogo S5+

2-in-1 Stielstaubsauger

hoogo blitzblank

endlich. sauber. eintüten.

- 550 Watt High-Power Digitalmotor
- Inkl. selbstreinigender Elektrobürste & motorisierter Polster- & Milbenbürste
- HEPA 13 Hochleistungsfilter für 99,95% Filtration
- 300 m<sup>2</sup> Reichweite und bis zu 75 Minuten Laufzeit
- Sechs Leistungsstufen für Extra-Power
- Doppeltes Fassungsvermögen – von 400 auf 800 ml



Zum Imagevideo

Entdecke die [www.hoogo.world](http://www.hoogo.world)



Beko sieht in Deutschland viel Potential

# Innovationen fürs echte Leben

Mit neuen Produktideen, die den Kundinnen und Kunden das Leben erleichtern, präsentierte sich die Marke Beko selbstbewusst auf den wichtigen Branchenmessen IFA und Küchenmeile. Im Mittelpunkt standen Hausgeräte für die Wäschepflege und Innovationen rund ums Backen, Kühlen und Spülen. Damit soll die Marke in Deutschland weiter wachsen, denn hier sieht der Hersteller noch besonders großes Potential.



Tatsächlich hat sich Beko bereits unter den Top Drei der Hausgerätemarken in Europa etabliert: Produkte der Marke stehen in mehr als 490 Millionen Haushalten. In Großbritannien, Frankreich und Rumänien ist Beko sogar die Nummer Eins; in Deutschland liegt die Marke Beko derzeit auf dem fünften Platz. „Deshalb sehen wir noch viel Potential, gemeinsam mit allen Partnern weiter zu wachsen“, erklärte Marius Stoica, Geschäftsführer der

*Im kommenden Jahr soll eine neue Geräte-Generation von Beko Waschmaschinen und Trocknern auf den Markt kommen, deren Energieverbrauch mit der EnergySpin-Technologie um bis zu 20 Prozent niedriger ist als heute.*

Beko Grundig Deutschland GmbH. „Denn die Marke Beko steht nicht nur für hohe Qualität, Energieeffizienz und gesunden Lebensstil, sondern auch für ein besonders attraktives Preis-/Leistungsverhältnis. Zudem legen unsere

Ingenieure viel Wert auf die intuitive Bedienung der Geräte, gepaart mit praktischen Spitzentechnologien, damit die Menschen Kraft und Zeit gewinnen, die sie sich selbst oder ihren Familien widmen können.“

## Nachhaltig durch geprüfte Qualität

Die wichtigste Voraussetzung für weiteres Wachstum sehen die Verantwortlichen bei Beko in erstklassiger Produktqualität. Sie trägt nicht nur zur Akzeptanz auf dem Markt bei, sondern leistet auch einen eigenen Beitrag zur Nachhaltigkeit, denn nur hochwertige Produkte können bei täglichem Gebrauch eine lange Lebensdauer erzielen. Deshalb gibt es bereits bei der Produktion der Beko Geräte gründliche Qualitätstests, für die das vom TÜV Rheinland genehmigte ForcedFailure Verfahren genutzt wird. Dabei werden die Produkte starken Belastungen unterzogen, wie sie sich im Alltag ergeben. So müssen z. B. Kühlschränke einen Dauertest mit 100.000 Türöffnungen und



*Marius Stoica, Geschäftsführer der Beko Grundig Deutschland GmbH: „Wir sehen in Deutschland noch viel Potential, gemeinsam mit allen Partnern weiter zu wachsen.“*

## Sparpotentiale selbst berechnen

Energieeffizienz ist zwar vielen Konsumenten wichtig, aber die Unkenntnis ist oft noch groß. Darum bietet Beko auf seiner Webseite (beko.com/de-de) das Energieeffizienz-Tool Youreko an, mit dem sich die Betriebskosten über die gesamte Lebensdauer eines Produktes berechnen lassen. Dabei gibt es auch produktspezifische Empfehlungen für



*Mit dem Energieeffizienz-Tool Youreko können auf der Beko-Webseite die Betriebskosten über die gesamte Lebensdauer eines Produktes berechnet werden.*

Einstellungen die Nutzungsdauer zu verändern und neue Berechnungen durchzuführen. „Die Zusammenarbeit mit Youreko zeigt einmal mehr, was wirklich in Beko Produkten steckt“, kommentierte Jens Grubert, Director Marketing Northern Europe der Beko Grundig Deutschland GmbH. „Nämlich bezahlbare Spitzentechnologien, die den Konsumenten helfen, im Haushalt wichtige Ressourcen wie Strom und Wasser zu sparen. So unterstützen wir die Kaufentscheidungen, indem wir bereits bei der Auswahl neuer Produkte relevante Informationen geben und über mögliche Kosten- und Energie-Einsparungen informieren.“

Kosten- und Energieeinsparungen bei der Auswahl neuer Geräte. Das Tool steht für die Bereiche Waschen, Trocknen, Spülen und Kühlen zur Verfügung. Zuerst zeigt Youreko, welche Energie-Einsparung bei dem entsprechenden Gerät möglich ist – und zwar durch die Prädikate Gold, Silber oder Bronze. Selbst wenn ein Gerät ausnahmsweise keine Energie-Einsparung ermöglicht, wird das aufgeführt. Mit einem Klick können die Nutzer Alternativen zum entsprechenden Produkt aufrufen; zudem ist es möglich, in den

-schließungen aushalten; Spülmaschinen werden mit 10 kg Beladungsgewicht im oberen und 16 kg im unteren Korb getestet – und zwar für 100.000 Spülgänge. Ähnliche Verfahren gibt es für Waschmaschinen und Trockner. Der Erfolg ist bereits sichtbar: Im aktuellen Test der Stiftung Warentest (August 2023) landeten zwei Wäschetrockner von Beko jeweils mit dem Testurteil „Gut“ (2,2) auf den vorderen Plätzen. Nur ein Gerät war besser, zugleich aber auch teurer. „Mit Beko kann der Fachhandel Spitzentechnologie zum bezahlbaren Preis anbieten“, betonte Stoica. „Die aktuellen guten Testergebnisse bestätigen einmal mehr unseren Qualitätsanspruch.“

## Nachhaltigkeit durch Energieeffizienz

Besonders anschaulich lässt sich Nachhaltigkeit durch geringen Stromverbrauch der Geräte darstellen. So finden sich im Beko Portfolio z. B. zahlreiche Waschmaschinen mit der besten Energieeffizienzklasse A. Aber damit nicht genug: Im kommenden Jahr wird eine neue Geräte-Generation besonders energiesparender Beko Waschmaschinen mit der auf dem Markt einzigartigen EnergySpin-Technologie erhältlich sein. Das Besondere: Die EnergySpin-Technologie senkt den Energieverbrauch nicht nur im

Öko-Programm, sondern auch in den anderen Programmen und fördert so einen nachhaltigeren, effizienteren und kostengünstigeren Lebensstil in den Haushalten. Mit dieser neuen Waschtechnologie sparen Beko-Waschmaschinen im Vergleich zu herkömmlichen Beko-Geräten bis zu 35 Prozent Energie – und das, ohne die Waschleistung zu beeinträchtigen.

Auch bei Spülmaschinen will Beko das Sortiment ab Anfang 2024 in Richtung der Energieeffizienzklasse A ausweiten. Dabei soll nicht nur der geringe Stromverbrauch Argumente für den Fachhandel liefern, sondern auch der Geräuschpegel: Bereits jetzt arbeitet der Einbaugeschirrspüler BDIN38440 von Beko (EEK C) mit nur 42 dB(A).

### Nachhaltigkeit durch Frische

In der Küche können Menschen einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, indem sie z. B. weniger Lebensmittel wegwerfen. Dabei werden sie in den Kühlgeräten von Beko von der HarvestFresh-Technologie unterstützt, welche die Nährstoffe in Obst und Gemüse für besonders lange Zeit erhält. Um das zu erreichen, imitiert die Beleuchtung mit drei Farben das Licht der Sonne, um die Photosynthese anzuregen. So bleiben Obst und Gemüse nicht nur lange frisch, sondern es lässt sich auch Energie sparen: Denn das 3-Farben-Beleuchtungssystem von HarvestFresh verbraucht 45 Prozent weniger Strom als das ähnliche Blaulicht.

Die EverFresh+-Kühlschranktechnologie von Beko hält Obst und Gemüse zusätzlich lange frisch, indem sie für die richtige Feuchtigkeit und Temperatur sorgt. So können Obst und Gemüse bis zu 30 Tage lang verzehrfähig bleiben.

Auch gelungene Speisen vermeiden Lebensmittelabfälle. So kann beim neuen Beko Backofen mit Split&Cook-Technologie der Garraum geteilt werden, um verschiedene Gerichte mit bis zu 80 Grad Temperaturunterschied zuzubereiten. Zudem lässt sich mit Split&Cook spürbar Energie sparen: Denn wenn nur eine Hälfte des Backofens benötigt wird, kann die andere deutlich kühler bleiben. Nicht ohne Grund trägt der Backofen das Label der EEK A+.

„Beko-Geräte geben dem Fachhandel die Möglichkeit, den Kunden Produkte anzubieten, die sich durch lebensnahe Funktionen und ein exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnen“, resümierte Stoica. Das wurde bereits von unabhängiger Seite bestätigt: So zeichnete das SZ-Institut Beko 2023 zum zweiten Mal in Folge mit dem Siegel „Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis“ in der Kategorie Haushaltsgeräte-Hersteller aus.



Beim neuen Beko Backofen mit Split&Cook-Technologie kann der Garraum geteilt werden, um verschiedene Gerichte mit bis zu 80 Grad Temperaturunterschied zuzubereiten.

## Bahnbrechende Kooperation von LG, Samsung und Vestel

# Steuern mit einer App

Führende Hersteller von technischen Konsumgütern, die Mitglieder der HCA (Home Connectivity Alliance) sind, haben auf der IFA angekündigt, Möglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher zu schaffen, intelligente Geräte von verschiedenen Anbietern über eine App ihrer Wahl zu steuern. Das betrifft zum Beispiel die SmartThings-App von Samsung, LG ThinQ oder Vestel VeeZy. Die Nutzer müssen dafür nur ihre präferierte App aktualisieren.

Ab dem 4. Quartal 2023 soll diese Möglichkeit zunächst in acht Ländern zur Verfügung stehen, darunter Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien. Die Interoperabilität soll nach und nach auch in anderen Regionen angeboten werden. Möglich wird sie durch die von der HCA entwickelte Schnittstellenspezifikation 1.0 für die Cloud-to-Cloud-Interoperabilität (C2C) zwischen bestimmten Hausgeräten und HLK-Systemen.

### Meilenstein für Kunden

Diese Kooperation ist ein Meilenstein, um Smart Home Anwendungen kundenfreundlicher zu machen. Erstmals unterstützen die koreanischen Technologiekonzerne LG Electronics und Samsung Electronics die Steuerung ihrer Geräte über die App des jeweils anderen Unternehmens. Wer beispielsweise eine LG-Waschmaschine und einen Samsung-Geschirrspüler zu Hause hat, muss nicht mehr zwischen den Apps der beiden Hersteller wechseln, um den bevorzugten Waschgang und Reinigungseinstellungen verwalten zu können. Die Geräte müssen lediglich in der ThinQ App von LG oder der SmartThings App von Samsung registriert werden.

Die Kooperation wird von vielen Experten als wichtiger Schritt gesehen, der die Benutzerfreundlichkeit entscheidend steigern und das Potenzial zukünftiger Kollaborationen aufzeigen kann. Darüber hinaus waren Samsung gemeinsam mit Vestel unter den ersten Key-Playern der Branche, die mit der HCA-Integration begonnen haben. Nachdem es im ersten Schritt um die Unterstützung zentraler Funktionen ging, die besonders häufig genutzt werden, soll die Schnittstellenspezifikation 2.0 neue Schwerpunkte setzen. Sie wird für 2024 erwartet und soll dann Energiemanagement-Funktionen sowie weitere Produktlinien, wie etwa Ladegeräte für Elektrofahrzeuge, unterstützen.

Die Home Connectivity Alliance, zu deren Gründungsmitgliedern neben Samsung auch die Arçelik Gruppe (Muttergesellschaft von Beko Grundig), Electrolux, Haier, GE Appliances und der irische Spezialist für Kühltechnologien, Trane Technologies, gehörten, ging auf der CES 2022 offiziell an den Start. Kurz darauf stieß auch LG Electronics zu der Kooperationsplattform und arbeitet seit dem Sommer 2022 in deren Vorstand mit, dessen Vorsitz seit der Gründung bei Samsung Electronics liegt. HCA ist eine Organisation, die sich mit der Entwicklung und Förderung der Kompatibilität und des Energiemanagements von Hausgeräten, HLK-Systemen und Fernsehgeräten im Rahmen von Smart-Home-Ökosystemen beschäftigt.

Die Zusammenarbeit bietet einen einheitlichen Rahmen für die Überkreuz-Steuerung von Geräten und schafft damit eine solide Grundlage für die Vernetzung im Smart Home. Sie kann den Verbrauchern zukünftig eine Reihe spürbarer Vorteile bieten, beginnend mit der Integration bestehender Geräte in die jeweilige App-Steuerung und künftig dann auch deren Ausweitung auf Energieverbrauchs-Steuerung. Da für die herstellerübergreifende Konnektivität weder ein zusätzlicher Hub noch Geräte-Updates notwendig sind, wird sie auch für bereits installierte Hausgeräte der beteiligten Marken Vorteile bringen.



Nach Spezifikationen der Home Connectivity Alliance (HCA):  
Erstmals können mit der ThinQ App von LG und der SmartThings App Samsung-Geräte des jeweils anderen Herstellers gesteuert werden.

## Neue Produktkategorie und KI in der Küche

# Die IFA-Neuheiten von Miele

Mehr Nachhaltigkeit im Haushalt, mehr Freude am Kochen und die sinnvolle Nutzung Künstlicher Intelligenz (KI) gehörten zu den Top-Themen des IFA-Auftritts von Miele. Zudem fügte der Gütersloher Familienkonzern seinem Portfolio mit dem Wäschpflegeschränk Aerium eine neue Produktkategorie hinzu.

Der etwa zwei Meter hohe und mehr als einen halben Meter breite Aerium Wäschpflegeschränk wurde für das einfache Auffrischen und Trocknen von Textilien entwickelt. Das geschieht mit Luft, Dampf und feinen Düften, aber ohne Waschmittel und größere Mengen an Wasser. Neben Mänteln, Sakkos, Hosen und anderen Kleidungsstücken können auch Schuhe, Hüte, Stofftiere und sogar Rucksäcke im Miele Aerium von Gerüchen befreit, getrocknet und geglättet werden. Dafür wird die Luft im Innenraum verteilt und durch einen HEPA-Filter gereinigt, um, ggf. im Zusammenspiel mit Dampf, anhaftende Partikel wie Pollen, Sporen, Staub oder andere Allergene zu



Dank der sinnvollen Innenaufteilung finden im Aerium Wäschpflegeschränk Kleider, Blazer, Schuhe, Helme und selbst Kuscheltiere ihren Platz.

entfernen. Je nach Anwendung stehen drei Programme zur Verfügung: PowerFresh für das Auffrischen der Kleidung, zur Reduzierung von Falten und zur Entfernung von Gerüchen mit Dampf, DryFresh für das Auffrischen von besonders empfindlichen Kleidungsstücken ohne Dampf und AutoDry für das schonende Trocknen von Textilien aller Art. Bereits nach 45 Minuten (PowerFresh und DryFresh) können die Kleidungsstücke wieder entnommen werden. Die Programme lassen sich mit der Option „Hygiene“ verbinden, um Bakterien und Viren mit ionisierter Luft unschädlich zu machen.

Für den effektiven und zuverlässigen Betrieb sorgen Komponenten, die sich bereits in anderen Miele Geräten bewährt haben, darunter ein Dampferzeuger und eine Wärmepumpe, die mit dem klimafreundlichen Kältemittel R290 arbeitet.

Geöffnet werden kann der Aerium wie Miele Geschirrspüler mit Knock2open-Funktion durch zweimaliges



Die Miele Manager (v. l.). Dr. Markus Miele, Dr. Axel Kniehl und Dr. Reinhard Zinkann (Foto: Miele) präsentierten auf der IFA-Presskonferenz des Unternehmens die wichtigsten Neuheiten.

leichtes Klopfen an die Tür. Das Gerät kommt im zweiten Quartal 2024 in den zwei Designvarianten Obsidianschwarz und Brillantweiß zum Preis von 3.959 Euro (UVP) auf den Markt kommen. Optional soll auch ein Holzkorpus angeboten werden.

### Verbesserungen bei Geschirrspülern

Mit zuletzt mehr als 940.000 verkauften Exemplaren in einem Jahr, fünf Siegen bei der Stiftung Warentest in Folge und der Auszeichnung mit dem Green Product Award 2023 ist Miele derzeit mit Geschirrspülern sehr erfolgreich. Fast alle Modelle der aktuellen Baureihe G 7000 tragen zudem das Label der besten Energieeffizienzklasse A. Jetzt werden die Geräte mit zusätzlichen Programmen weiter aufgewertet: ComfortWash eignet sich mit einer Temperatur von 45° C z. B. für leicht verschmutztes Besteck und Geschirr sowie empfindliche Gläser. Eine stärkere Alternative ist das ebenfalls neue 55-Grad-Programm ComfortWash+ für hartnäckige Verschmutzungen – es kann in vielen Fällen bei deutlich geringerem Energieverbrauch das klassische Intensiv-Programm (75 °C) ersetzen. Ebenfalls neu ist das 60° C-Programm PowerWash mit höherer Reinigungs- und Trocknungsleistung bei einer Laufzeit von nur 1,5 Stunden. Mit Hilfe des Extras Quick kann diese auf weniger als eine Stunde reduziert werden. Auch bei den Geschirrkörpern gibt es Neuigkeiten: Wiederverwendbare Flaschen und Trinkhalme lassen sich jetzt besonders einfach und sicher befestigen, um gründlich durchgespült zu werden.

### Neuer Akku-Staubsauger

Mit dem Duoflex HX1 stellte Miele auf der IFA einen neuen Akku-Staubsauger vor, der mit sechs attraktiven Farbvarianten und einem vergleichsweise günstigen Preis (UVP ab 339 Euro) auch jüngere Zielgruppen ansprechen soll. Seine Reini-



Der neue Akku-Staubsauger Duoflex HX1 soll auch jüngere Zielgruppen ansprechen.

gungsleistung verdankt das Gerät dem bewährten Digital Efficiency Motor, der Monozyklon-Bauweise und der neuen, 25 Zentimeter breiten Elektrobürste Multi Floor, deren Walze automatisch den Bodenbelag erkennt. Auf Hartböden wird z. B. die Drehzahl reduziert, um Energie zu sparen und die Akkulaufzeit zu verlängern. So kann der Duoflex im Solobetrieb und ohne Elektrobürste eine Laufzeit von bis zu 55 Minuten in der Mindeststufe erreichen. In der Maximumstufe mit Saugrohr und Elektrobürste sind es zwölf Minuten – das reicht etwa für 60 Quadratmeter Hartboden. Der Duoflex HX1 arbeitet mit einem zweistufigen Filtersystem, das nach Angaben von Miele 99,99 Prozent des Feinstaubs zurückhält.

### Künstliche Intelligenz in der Miele App

Um Nachhaltigkeit, schnellere Hilfe bei Problemen und gutes Essen geht es bei den neuen Features der Miele App, die das Unternehmen auf der IFA vorstellte. So erhalten die Nutzer auf dem Consumption Dashboard wichtige Verbrauchsinformationen zu ihren Geräten und Tipps zum Energiesparen.

Das neue Service Tool „AI Diagnostics“, das in wenigen Monaten zuerst für Waschmaschinen verfügbar sein soll, nutzt künstliche Intelligenz, um den Kunden Fehlermeldungen ihrer Geräte direkt auf das Smartphone zu spielen, die wahrscheinlichste Fehlerquelle zu



Das Consumption Dashboard der Miele App gibt einen Überblick über die Wasser- und Stromverbräuche der Hausgeräte.

identifizieren und Anleitungen zur Selbsthilfe zu geben, wenn diese möglich ist. In einer späteren Ausbaustufe soll die KI Gerätestörungen auf der Basis von Sensordaten sogar vorhersagen. So kann sie z. B. vor übermäßiger Schaumbildung in Folge hoher Waschmitteldosierung bei gleichzeitiger Teilbeladung des Geräts warnen und Empfehlungen für die richtige Dosierung geben.

Mit Künstlicher Intelligenz will Miele auch das Leben in der Küche leichter machen. So erkennt die Funktion Smart Food ID über eine Kamera im Backofen die Speisen und ihre Zutaten, um das passende Automatikprogramm vorzuschlagen. 30 Rezepte sind bereits im Repertoire, und es sollen kontinuierlich mehr werden. Praktisch ist auch die smarte Funktion MealSync: Sie stellt sicher, dass die Garprozesse für alle Zutaten eines Gerichts, die in den Backofen oder den Dampfgarer geschoben werden, so gestartet und gesteuert werden, dass sie genau gleichzeitig fertig sind.

Bosch und Siemens mit neuen Hausgeräten auf der IFA

# Nachhaltigkeit und Komfort

Mit zahlreichen Neuheiten präsentierten sich die Marken Bosch und Siemens aus dem BSH Hausgeräte Konzern auf der IFA. Dabei lag ein besonderer Schwerpunkt auf energieeffizienten und vernetzten Hausgeräten: Bosch zeigte unter anderem die Großgerätserie Green Collection, Siemens stellte die intelligente Küche vor.

Die Green Collection von Bosch besteht aus zahlreichen Geräten, die hohe Energieeffizienz, nachhaltigen Materialeinsatz und viel Bedienkomfort kombinieren. Dazu gehören z. B. zwei Kühl-Gefrier-Kombinationen, die nicht nur das Label der Energieeffizienzklasse B tragen, sondern auch mit umweltfreundlicheren Materialien hergestellt werden. Das bedeutet nach Angaben des Herstellers 33 Prozent weniger CO<sub>2</sub> beim Produktionsmaterial im Vergleich zu Modellen mit konventionellen Komponenten. Die Green Collection Geschirrspüler der Energieeffizienzklassen A und B verbrauchen ebenfalls wenig Strom und werden darüber hinaus zum Teil aus CO<sub>2</sub>-reduziertem Edelstahl hergestellt. Geräte der Effizienzklassen A und B machen inzwischen über die Hälfte des deutschen Sortiments von Bosch in dieser Produktkategorie aus. Außerdem zeigte die Hausgerätemarke auf der IFA neue Funktionen seiner Küchenmaschine mit Home Connect und All-in-one-Lösungen für die Bodenpflege.



Beim neuen temperaturgesteuerten Kochfeld, hier von Siemens, kann man anstelle von Leistungsstufen die genaue Gradzahl wählen.

## Intelligenz in der Küche

Siemens zeigte in Berlin smarte Technologien, Vernetzung und neue Designs in den „Gardens of Intelligence“. Das Herzstück des Standes war die intelligente Küche: Bereits im letzten Jahr hatte Siemens mit dem iQ700 Backofen mit Bräunungssensor die ersten KI-Anwendungen für die Küche vorgestellt. Mit einer neuen Gerichtererkennung, die rund 40 unterschiedliche Speisen identifizieren kann, war auf der IFA der nächste Schritt zu sehen, mit dem das Backen noch einfacher werden soll. Auch beim Kochen soll das gelingen, z. B. mit dem neuen temperaturgesteuerten Kochfeld, bei dem man anstelle von Leistungsstufen die genaue Gradzahl wählen kann. Damit das funktioniert, misst und kontrolliert der Bratsensor Pro ständig die Temperatur im Kochgeschirr und erhöht bzw. verringert automatisch die Leistung. Zu den neuen Einbaugeräten von Siemens und Bosch zählen 194 Zentimeter hohe und 75 cm breite Kühl-/Ge-



Die Marken der BSH stellten auf der IFA ein großes Sortiment von nachhaltigen, komfortablen und intelligenten Hausgeräten vor.

frierkombis, mit denen nun auch XXL-Geräte hinter der Möbelfront platziert werden können.

## Gute Verbindungen

Die Sortimente von Bosch- und Siemens sind Teil des digitalen Ökosystems Home Connect, mit es dem die BSH möglich macht, Hausgeräte markenübergreifend zu vernetzen und zu steuern. Wie das funktioniert, konnten die IFA Besucher der Halle 1.1 unter dem Motto „Shaping the future home“ erleben. So zeigt z. B. die Ecoprognose der Home Connect App, wieviel Wasser und Energie die Geschirrspüler-Programme verbrauchen. Vorgestellt wurde auch die Verbrauchsstatistik für Geschirrspüler, die einen schnellen Überblick über den monatlichen und wöchentlichen Wasser- und Stromverbrauch der Geräte bietet.

## Bis zu 15 Jahre Ersatzteile

Neben Produkten und Features kündigte die BSH auf der IFA eine Entscheidung für mehr Nachhaltigkeit und Komfort an: Der Hersteller verlängert die Verfügbarkeit von Ersatzteilen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Für alle Großgeräte, die nach dem 1. Januar 2023

produziert wurden, stehen Ersatzteile nun in der Regel 15 Jahre lang zur Verfügung, für Kleingeräte zehn Jahre. Das bedeutet die ständige Verfügbarkeit von rund 350.000 Artikeln.

„Bei der BSH sind sowohl unsere Produkte und Lösungen als auch unsere Services konsequent auf Nachhaltigkeit und Komfort ausgerichtet“, sagte Harald Friedrich, Leiter Vertrieb Zentral- und Osteuropa der BSH. „Dass wir damit die Wünsche der Konsumenten erfüllen, haben zuletzt auch die Ergebnisse unserer großen Umfrage unter mehr als 12.000 Europäern bestätigt.“

Ein bisher nicht veröffentlichtes Ergebnis der Umfrage (siehe PoS-MAIL 8/2023, S. 22) zeigt, dass der Kundendienst für die große Mehrheit der Befragten (79 Prozent) bereits beim Kauf eines Hausgeräts „relativ bis sehr wichtig“ ist. Über die Hälfte würde die Ferndiagnose und -reparatur nutzen, wenn sie eine smarte Waschmaschine (58 Prozent), einen smarten Kühlschrank (57 Prozent), einen smarten Ofen (56 Prozent) oder einen smarten Geschirrspüler (54 Prozent) besäßen. Bei der BSH arbeiten allein in Deutschland derzeit 650 Menschen im technischen Kundendienst.

## Kaffeevollautomat EQ900 plus von Siemens

Mit dem EQ900 plus stellte Siemens auf der IFA einen Kaffeevollautomaten der Luxusklasse vor, der nicht nur schmackhafte Spezialitäten zubereitet, sondern sich auch selbst reinigt und entkalkt. Im baristaMode können Wasser- und Kaffeemenge, der Mahlgrad, die Brühtemperatur und -geschwindigkeit sowie die Milchmenge individuell eingestellt werden; wer sich damit nicht beschäftigen möchte, erhält im ComfortMode automatisch das gewünschte Getränk. Zusätzlich zu den bis zu neun klassischen Kaffeegetränken bietet das Gerät eine Auswahl aus bis zu zehn Spezialitäten aus acht verschiedenen Ländern; bei Bedienung per App sind es sogar bis zu 21. Der EQ900 plus ist mit zwei Bohnenbehältern ausgestattet, die jeweils über ein eigenes Mahlwerk verfügen.

Wenn der Vollautomat gereinigt werden muss, startet er automatisch den entsprechenden Prozess, nachdem er ausgeschaltet wurde. Ist eine Entkalkung nötig, macht das Gerät darauf aufmerksam, damit die Nutzer den Startzeitpunkt festlegen können. Dann beginnt das Programm automatisch und schaltet das Gerät wieder aus, wenn es fertig ist. Der EQ900 plus von Siemens ist über sein 6,8 Zoll großes iSelect Display intuitiv per Touch-and-Slide oder mit der Home Connect App zu bedienen. In der App kann auch die Zubereitungszeit der gewünschten Spezialität im Voraus eingegeben werden.

Samsung baut Hausgeräte-Portfolio weiter aus

# Smarter Kühlen und Waschen



**Samsung kündigte auf der IFA neue intelligente, vernetzte Geräte für den Haushalt an, die den Kunden zum einen mehr Funktionen und Komfort bieten, zum anderen aber auch wenig Strom verbrauchen und die Umwelt schonen. Dabei spielt auch Künstliche Intelligenz eine wichtige Rolle.**

„Energieeffizienz und nachhaltige Technologien sind weiterhin zentrale Kaufkriterien für Verbraucher und Verbraucherinnen, das belegt nicht zuletzt der jüngste GfK Nachhaltigkeitsindex“, erklärte Diana Diefenbach, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics. „Deshalb vereint unser erweitertes Portfolio Komfort, Ressourcenschutz und Lifestyle.“

So arbeiten alle WiFi-fähigen Kühlgeräte von Samsung mit dem AI Energy Mode der SmartThings App zusammen. Damit kann die KI z. B. erkennen, zu welchen Zeiten die Tür besonders häufig und lange geöffnet wird. Dann steuert sie den Kompressor so, dass er erst dann wieder volle Leistung bringt, wenn es sich lohnt, den Kühlschrank vollständig herunterzukühlen. Mit einer intelligenten Logik wird das automatische Abtauen erst dann gestartet, wenn eine bestimmte Menge Eis erkannt wird. Auf diese Weise lassen sich mit dem AI Energy Mode nach Angaben von Samsung bis zu 15 Prozent Energie einsparen.

Zur IFA erweiterte Samsung seine Angebote von Modellen mit besonders hoher Energieeffizienz. So sind die RS8000 Side-by-Side-Geräte, die bereits das Label der in dieser Kategorie derzeit besten Energieeffizienzklasse C tragen, auch in der Farbe Premium Black Steel erhältlich. Das erweiterte Kühlgeräte-Line-up ist Teil des SmartThings Ecosystems. So kann man mit der Funktion SmartThings Home Care den Status des Kühlschranks erkennen und Wartungshinweise für das Wechseln des Wasserfilters oder Fehlermeldungen auf dem Mobilgerät erhalten. Die Cooking Funktion der SmartThings App unterstützt die Nutzer beim Einkauf, weil sie über die App den Inhalt des Kühlschranks einsehen können.

## Schonend Waschen

Zur IFA fügte Samsung seinem Sortiment von Waschmaschinen mit Energieeffizienzklasse A und intelligenten Digital Inverter Motoren neue Modelle mit einem Fassungsvermögen von 8 kg (WW5100T) bzw. 9 kg (WW5300T) hinzu. Auch bei der Wäschepflege kann

künstliche Intelligenz dazu beitragen, die Umwelt und das Klima zu schonen. So können die Nutzer WiFi-fähiger Samsung Waschmaschinen den Energieverbrauch ihrer Waschmaschinen mit SmartThings Energy tagesaktuell einsehen. Dabei analysiert der AI Energy Mode die Verbrauchsdaten und erstellt individuelle Nutzerprofile, um personalisierte Tipps zur Anpassung des Energieverbrauchs zu geben.

Zum Stromsparen kann z. B. die wäsche- und energieschonende Ecobubble-Technologie beitragen, mit der Samsung jetzt weitere Modelle ausstattet. Sie reduziert

die mechanische Belastung der Fasern während des Waschprogramms und verringert den Gewebeabrieb durch feine Schaumblasen, die die Trommelbewegung abpolstern. Dabei ist es möglich, ohne Beeinträchtigung der Waschleistung die Temperatur zu reduzieren und den Stromverbrauch um bis zu 70 Prozent zu verringern. Weniger Spülgänge als in anderen Waschprogrammen reduzieren zudem den Wasserverbrauch und dämmen ebenfalls Mikrofaser-Emissionen ein. Die Technologie ist in den neuen Modellen WW5100T und WW5300T serienmäßig verfügbar.

WiFi-fähige und mit Ecobubble ausgestattete Samsung Maschinen haben zudem ein Mikroplastik-Waschprogramm, das mit einem Tastendruck aktiviert werden kann. Kompatible Bestandsmodelle erhalten das gemeinsam mit Patagonia entwickelte Programm, das den Abrieb von Mikrofasern um bis zu 54 Prozent reduziert, per Update via SmartThings. Das ist ein wichtiger Beitrag zur Schonung der Umwelt: 35 Prozent des Mikroplastiks in den Weltmeeren sind synthetische Fasern, die aus Kleidung stammen. Noch einen Schritt weiter sind Samsung und Patagonia mit dem externen Mikroplastik-Filter gegangen, der auch bei schonenden Waschgängen freigesetzte Mikrofasern abfängt, bevor sie ins Abwasser gelangen können, und auch mit Waschmaschinen anderer Fabrikate verwendet werden kann (siehe PoS-MAIL 9,2023, S. 26).

## KI-unterstützte Samsung Food App



Mit der Samsung Food App lassen sich individuelle Speisepläne erstellen und Zutaten online bestellen.

Zur IFA schaltete Samsung die neue, KI-unterstützte Food App frei, die in acht Sprachen und in 104 Ländern verfügbar ist. Mit mehr als 160.000 Rezepten bietet sie ein umfangreiches Angebot zu den Themen Ernährung und Lebensmittel. Die dafür genutzten Daten stammen von Whisk, einer smarten Lebensmittelplattform, die Samsung 2019 übernommen und in die konzerneigene Innovationsgruppe Samsung Next integriert hatte. Whisk nutzt eine Technologie namens Food AI, um den Nutzern saisonal verfügbare Gerichte vorzuschlagen, die ihren Vorlieben entsprechen. Dabei ist es möglich, individuelle Speisepläne zu erstellen und Zutaten online zu bestellen. Zudem kann die App smarte Samsung Hausgeräte steuern und Schritt-für-Schritt-Anleitungen für die Zubereitung von Speisen geben. Wer möchte, kann die Rezepte auf Social Media zu teilen.

In ihrer persönlichen digitalen Rezeptbox können Nutzer der Samsung Food App Rezepte speichern. Dort werden sie analysiert, in ein Standardformat gebracht und organisiert, um Einkaufslisten für die Zutaten zu erstellen. Auf die App kann man nicht nur mit Mobilgeräten, sondern auch mit Bespoke Family Hub Kühlschränken von Samsung zugreifen. Wenn sie über das Display des Family Hubs geöffnet wird, soll Samsung Food demnächst auch Rezeptvorschläge machen und dafür auf eine vom Nutzer verwaltete Liste verfügbarer Lebensmittel zurückgreifen. Die Food AI-Funktion in der App kann ein gespeichertes Rezept direkt ändern, um den Ernährungsbedürfnissen der Nutzer gerecht zu werden.

Mit Connected Cooking ist es möglich, Food Timer einzustellen, bestimmte Samsung Backöfen vorzuheizen und Parameter wie die Betriebsart und Temperatur direkt an smarte Küchengeräte zu senden. Samsung will bis Ende des Jahres zahlreiche Geräte – darunter das Bespoke Induktionskochfeld, der Bespoke Ofen und Bespoke Mikrowellen – mit Samsung Food verbinden.

## Tragbarer Mixer Ninja Blast



Mit dem Ninja Blast stellte Shark auf der IFA den ersten tragbaren und kabellosen Mixer mit praktischem Griff vor. Mit Abmessungen von 28 cm Höhe und rund 9 cm Durchmesser ist er besonders handlich. Dank seines Lithium-Ionen-Akkus ist das Gerät via USB-C in zwei Stunden komplett aufgeladen. Bis zu 530 ml sind innerhalb weniger Sekunden gemixt und sofort aus dem Mixer trinkbereit. Dafür sorgt der praktische und leicht zu öffnende Deckel mit Trinköffnung.

Der Ninja Blast ist ab Oktober in zahlreichen Farbvarianten zum Preis von 59,99 Euro (UVP) erhältlich. Im Lieferumfang enthalten sind die aufladbare Motorbasis, der Becher mit dem praktischen Trinkverschluss und dem Tragegriff, ein USB-C-Ladekabel, ein Rezeptheft mit Kurzanleitung und eine Bedienungsanleitung.

## Neuer Creations Easy Clean Sandwichtoaster von Russell Hobbs

Mit dem neuen Creations Easy Clean Sandwichtoaster von Russell Hobbs mit 750 Watt Leistung und einer Betriebs- und Temperaturkontrolle werden Sandwiches innen cremig und außen knusprig; die Ränder des Toasts werden dank der speziell geformten Heizplatten und des Verschluss-Clips ordentlich verschlossen. Das verhindert,



dass Käse oder andere Zutaten herausfallen oder tropfen. Die Sandwichplatten sind mit einer 3x langlebigeren Antihafbeschichtung versehen, die eine einfache Reinigung ermöglicht. Mit einem Wisch eines Papiertuchs sind die Platten sauber. Der Sandwichtoaster heizt in weniger als zwei Minuten auf und ist somit fast 25 Prozent schneller als andere Modelle., heißt es in einer Pressemitteilung. Der Creations Easy Clean Sandwichtoaster ist zum Preis von 64,99 Euro (UVP) erhältlich.

## Individuelle Hair-Styles mit Remington

Mit dem neuen One Dry & Style Haartrockner von Remington aus der Styling-Serie One lassen sich Frisuren für jeden Anlass kreieren. Mit zahlreichen Funktionen und Aufsätzen ist das Gerät für jeden Haartyp geeignet und sorgt für glänzendes und gesund aussehendes Haar.

Mit seinem leistungsstarken Motor erzeugt das Gerät einen Luftstrom von bis zu 120 km/h. Das verkürzt die Zeit zum Haartrocknen um 25 Prozent. Mit seinem Thermacare-Sensor passt der One Dry & Style die Lufttemperatur kontinuierlich an, um das Haar vor Hitze zu schützen. Der Luftstrom, der über die Kaltstufe mit LED-Anzeige erzeugt wird, kühlt die Haare nach dem Styling ab und fixiert dadurch die Frisur. Mit acht Heiz- und Geschwindigkeitskombinationen verfügt der Haartrockner



über die richtige Einstellung für jeden individuellen Stylingwunsch.

Für ein frizz-freies Styling stößt das Gerät in einem Trockenvorgang 80 Millionen Ionen aus und reduziert so die statische Aufladung der Haare. Verschiedene Aufsätze erweitern die Funktionalität des One Dry & Style Haartrockners zusätzlich. Die schmale Stylingdüse bündelt die Luft zu einem schnellen und präzisen Luftstrom, der sich zum groben Trocknen oder Stylen mit einer Bürste eignet. Per Push-Lock-System wird die Düse mit einem Klick in die gewünschte Position gebracht. Der FlyAway-Aufsatz kaschiert fliegende Haare und sorgt für ein glatteres Finish. Der Diffusor ist besonders bei lockigem Haar geeignet, erhält die natürliche Sprungkraft der Locken, schützt vor Austrocknung und sorgt für ein voluminöseres Aussehen. Dank der magnetischen Befestigungspunkte ist der Diffusor einfach und stabil am Haartrockner fixiert.

Der Remington One Dry & Style Haartrockner liegt gut in der Hand und ist angenehm und komfortabel in der Anwendung. Eine Aufhängeöse mit integrierter Kabelaufwicklung sorgt dafür, dass das Gerät platzsparend verstaut werden kann.

Der One Dry & style Haartrockner von Remington ist zum Preis von 69,99 Euro (UVP) erhältlich; zum Lieferumfang gehört eine weiche Aufbewahrungstasche mit Schnürverschluss.

## Neue TexStyle 9-Modelle von Braun

Die neuen Dampfbügeleisen der TexStyle 9-Serie, Modell SI 9661 VI bzw. Modell SI 9682 DB, zeichnen sich durch Effizienz, eine einfache Entkalkung und smarte Zusatzfunktionen aus, durch die das Bügeln nicht nur leichter, sondern auf Wunsch auch besonders sparsam werden soll.

Für schnelle Bügelresultate sorgen die hohen Wattleistungen von 3.100 Watt (Modell SI 9661 VI) bzw. 3.200 Watt (Modell SI 9682 DB). Hartnäckige Falten werden durch den hohen Dampfstoß von bis zu 250 g/min (Modell SI 9661 VI) bzw. von bis zu 260 g/min (Modell SI 9682 DB) geglättet. Selbst Gardinen und hängende Garderobe lassen sich mit der TexStyle 9 vertikal bügeln.

Dank FreeGlide 3D Technologie gleiten beide Dampfbügeleisen auch rückwärts über Knöpfe, Taschen und Reißverschlüsse, ohne hängen zu bleiben. Eine abgerundete Bügelsohle sorgt für Gleitfähigkeit. Die beiden TexStyle 9

## Die neue Premium-Kaffeemühle für den Home Barista



CM1012



Weitere Informationen über die Kaffeemühle erhalten Sie hier.

### 3 gute Gründe:

- On-Demand Kaffeemühle mit Scheibenmahlwerk, exakter Dosierung und minimalem Totraum
- Stufenlose Mahlgradeinstellung für genaue Anpassungen
- Besonders leiser Betrieb bei hoher Mahlleistung (60dB)



www.graef.de

Dampfbügeleisen verfügen über drei Dampf-Einstellungen: Der Eco-Dampf befreit empfindliche Textilien sanft von leichten Falten, der Turbo-Dampf entfernt störrische Knicke, und die Standard-Einstellung eignet sich für Wäsche aus Baumwolle und Wolle.



Für Sicherheit sorgt die smarte iCare-Einstellung: Sie ermöglicht perfekte Ergebnisse mit weniger Aufwand – ganz ohne die Gefahr von Brand- und Wasserflecken. Für eine lange Lebensdauer des TexStyle 9 sorgt das ActiClean Entkalkungssystem. Eine Entkalkungs-Erinnerung weist automatisch darauf hin, wenn es Zeit für eine Entkalkung ist. Für die Reinigung muss nur der kleine Kalksammler am hinteren Teil des Dampfbügeleisens über dem Waschbecken gereinigt werden.

Die beiden Braun TexStyle 9-Modelle sind ab sofort im Handel erhältlich, das Modell SI 9661 VI in schwarz/violett zum Preis von 120 Euro (UVP). Der Preis des SI 9682 DB in schwarz/dunkelblau liegt bei 125 Euro (UVP).

Neben Maßnahmen am PoS und online sollen auch im Rahmen einer Testkampagne Aufmerksamkeit und Produktinteresse für die neuen Modelle geschaffen werden.

## Neue Profiküchenmaschine von Graef

Mit der „Chef-X“ stellt Graef die erste multifunktionale Profiküchenmaschine nicht nur für Profis, sondern auch für ambitionierte Hobbyköche vor. Dank des kraftvollen 1.400-Watt-Hochleistungsmotors ist sie für besonders anspruchsvolle Aufgaben geeignet. Die Verarbeitung und das robuste Gehäusedesign sorgen für eine hohe Strapazierfähigkeit und einen festen Stand. Die titanbeschichtete, vierflügelige Winkelklinge zerkleinert Lebensmittel aller Art. Über das manuelle Bedienfeld kann man die Temperatur (37 °C bis 130 °C) einstellen sowie eine der 10 Geschwindigkeitsstufen auswählen. Die praktische Pausenfunktion erlaubt es, Gerichte zwischendurch abzuschmecken oder ihre Konsistenz zu prüfen.



Das Multitalent vereint 13 Funktionen in einem Gerät: Mixen, Karamellisieren, Zerkleinern, Kochen, Cremigrühren, Emulgieren, Mahlen, Homogenisieren, Aromatisieren, Entsaften, Pürieren, Rühren und Schlagen. „Wir wollen Küchengeräte auf den Markt bringen, die Spaß machen – mit der Chef-X führen wir diese Tradition fort und verbinden gleichzeitig zwei Einsatzgebiete“, erklärte Christian Strebl, CCO der Gebr. Graef GmbH & Co. KG. „Die Profimachine ist geeignet für den täglichen Einsatz in Restaurants, Cafés und der Kleingastronomie, aber auch zu Hause kann man dank der leichten Bedienung Gourmetgerichte kochen oder die Zubereitung einfacher Mahlzeiten noch komfortabler gestalten.“

Dank der Timerfunktion der Chef-X sind sekundengenaue Einstellungen möglich, bis zu 90 Minuten. Das Gerät schaltet nach Ablauf der eingestellten Zeit automatisch ab. Die praktische Pausenfunktion ermöglicht es, den Zubereitungsprozess zu unterbrechen, den Deckel zu öffnen, um zu probieren oder die Konsistenz zu überprüfen, ohne die Einstellungen neu vornehmen zu müssen. Mit sichtbaren Portionierstrichen hilft die abnehmbare, transparente Verschlusskappe bei der Dosierung. Mit der Multi-Pulse-Funktion können verschiedene Intervallgeschwindigkeiten genutzt werden.

Die einfache und direkte manuelle Steuerung mit verschiedenen Möglichkeiten der Kombination von Temperatur und Geschwindigkeit sorgen für höchsten Bedienkomfort und perfekte Ergebnisse. Im Deckel ist eine abnehmbare Schüsselbeleuchtung integriert, die mehr Kontrolle während des Herstellungsprozesses ermöglicht. Die LED-Beleuchtung ist mit einem USB-Kabel bequem wiederaufladbar. Die breiten Lüftungsschlitze auf der Rückseite des Gehäuses sorgen für die Kühlung des Motors. Der Rückwärts- bzw. Linkslauf sorgt für sanftes Verrühren mit der stumpfen Klingenseite. Die Schüssel, alle abnehmbaren Teile sowie das mitgelieferte Zubehör können in der Spülmaschine gereinigt werden.

Die Chef-X ist zum Preis von 1.499,00 Euro (UVP) erhältlich. Zum Lieferumfang gehören ein Spatel zur einfachen

und restlosen Entnahme, ein Gareinsatz zum (Dampf-)Garen und ein Rühraufsatz, z. B. für Emulsionen, Sahne oder Mayonnaise.

## Für Outdoor-Fans: der neue Ninja Woodfire

Der elektrische Outdoor Ofen Ninja Woodfire ist mit einem integrierten Smoker mit echtem Holzfeueraroma ausgestattet und ermöglicht Temperaturen bis zu 370 Grad Celsius. Holzpellets aus 100 Prozent hochwertigem Hartholz werden in der Smokerbox verbrannt und verleihen Pizza, Brot, Fleisch oder Gemüse ein spezielles Aroma.

Der neue Outdoorofen verfügt über acht Garfunktionen: Pizzabacken, Schmoren, Max Roast, Oberhitze, Backen, Smoken, Dörren und Warmhalten. Die Temperatur kann präzise von 40 bis 370 Grad Celsius eingestellt werden. Die Echtholzpellets werden in die integrierte Smokerbox gegeben und dort direkt verbrannt; der Rauch wird dem Grillgut zugeführt.

Der Ninja Woodfire Elektrischer Outdoor Ofen (00101DE) ist ab Dezember zum Preis von 399,99 Euro (UVP) erhältlich. Zum Lieferumfang gehören ein Pizzastein, ein Brautrost, ein Preheat-Blech, eine herausnehmbare Pelletbox, eine Pelletschaufel und ein Rezeptheft mit Kurzanleitung.



## Neue SatisFry Snappi Dual Basket Heißluftfritteuse von Russell Hobbs

Russell Hobbs bringt mit der neuen SatisFry Snappi Dual Basket eine Heißluftfritteuse auf den Markt, die über zwei Einsätze verfügt, die entweder separat für zwei verschiedene Lebensmittel oder gemeinsam als extra großer Garraum verwendet werden können. Die Fritteuse verfügt über acht voreingestellte Programme.

Die SatisFry Snappi Dual Basket Heißluftfritteuse synchronisiert die Garzeiten, so dass der Inhalt in beiden Behältern gleichzeitig fertig ist, auch wenn sie unterschiedliche Garzeiten haben. Unterstützung bekommen Hobbyköchinnen und -köche dabei von der „AddFood Reminder“-Funktion. Denn, sind die Behälter auf unterschiedliche Garzeiten eingestellt, wird der Garvorgang des ersten Be-



hälterns genau dann unterbrochen, wenn es Zeit ist, die Lebensmittel für den zweiten einzulegen. Eine Anzeige auf dem Display weist darauf hin. Ist der zweite Behälter startklar, setzt das Gerät das Garen fort. Müssen Speisen gewendet werden, macht ein Signalton nach der Hälfte der Garzeit darauf aufmerksam.

Die neue SatisFry Snappi Dual Basket Heißluftfritteuse ist zum Preis von 229,99 Euro (UVP) erhältlich.

## Espressomaschine Barista Touch Impress von Sage Appliances

Mit der Barista Touch Impress stellt Sage Appliances eine Siebträgermaschine mit neuartigen Assistenzfunktionen vor. Sie soll die Zubereitung von Espresso-Spezialitäten mit schrittweiser Barista Guidance auf dem Display,



einer Auto MilQ-Funktion und dem intelligenten Impress Puck System auch für Kaffee-Neulinge einfach machen. Zudem erlaubt sie die Zubereitung von Heißgetränken wie Schokolade, Tee und Babyccino.

Da Milch auf pflanzlicher Basis für immer mehr Menschen zum Bestandteil von Kaffeespezialitäten wird, erlaubt Auto MilQ nun auch die Verwendung von alternativen Sorten wie Hafer-, Soja- oder Mandelmilch. Das ist wichtig, denn diese Flüssigkeiten haben einen anderen Fett- und Proteingehalt als Kuhmilch und können deshalb beim Aufschäumen leicht überhitzt werden. Die neue Maschine erkennt diese Unterschiede und kalibriert automatisch Temperatur, Zeit, Luft- und Dampfdruck für die jeweils gewählte Milch, um in jedem Fall den richtigen Mikroschaum für Latte Art herzustellen, ohne Kompromisse beim Kaffeegeschmack zu machen.

Das bewährte intelligente Dosiersystem Impress Puck System sorgt für frisch gemahlene Espresso in der richtigen Menge und passt diese automatisch an, wenn die Mahlgradeinstellung geändert oder die Kaffeesorte gewechselt wird. Ein Druckhebel an der Seite der Maschine macht präzises Tampen einfach. Dabei wird die Oberfläche des Pucks automatisch poliert und überschüssiges Kaffeemehl entfernt, so dass auch weniger Überschuss und Schmutz entstehen.

Auf dem berührungsempfindlichen Display werden die Nutzer mit Barista Guidance schrittweise durch den Zubereitungsprozess geführt und erhalten Feedback zu den jeweiligen Aktionen. Dabei werden in Echtzeit Informationen über wichtige Parameter wie den Mahlgrad, die Extraktionszeit usw. angezeigt. Das ThermoJet-Heizsystem mit digitaler Temperaturkontrolle (PID) ist in drei Sekunden betriebsbereit.

Die Espressomaschine ist mit dem europäischen Mahlwerkkegel Baratza mit 30 Mahlgradeinstellungen ausgestattet, der 54-mm-Siebträger aus Edelstahl fasst 18 bis 22 g Kaffeepulver. In den Bohnenbehälter mit neuem, geriffeltem Design passen bis zu 340 g Kaffeebohnen.

Die Barista Touch Impress von Sage ist ab sofort in den Farbvarianten gebürsteter Edelstahl, Trüffelschwarz oder Edelstahlschwarz erhältlich und kostet 1.299,90 Euro (UVP).

### 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 Adwork • Markscheiderhof 31  
45481 Mülheim/Ruhr • Tel. 0177 - 7221088

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 25 v. 1. Januar 2023.

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



### Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

# Bald intelligente Talkshows?

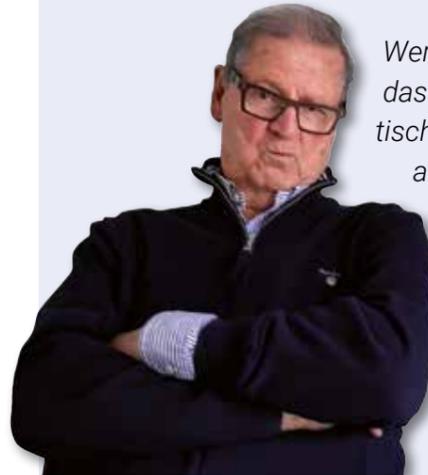


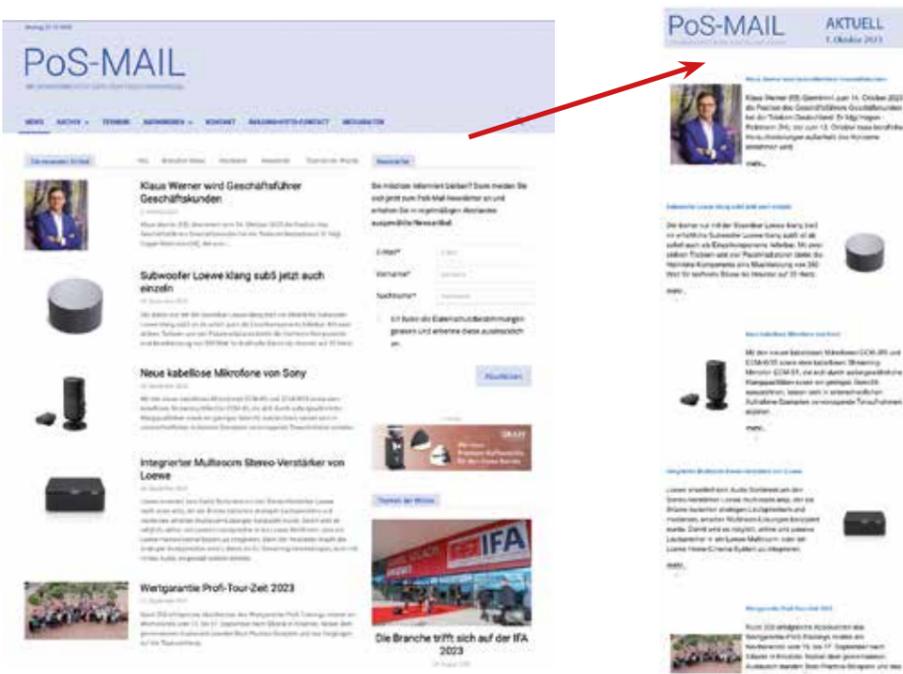
Foto: Ingrid Wagner

Wer meine Kolumne regelmäßig liest, weiß, dass ich Künstlicher Intelligenz eher skeptisch gegenüberstehe. Allerdings ist mir selbst als Rentner nicht entgangen, dass diese Technologie tatsächlich das „nächste große Ding“ zu sein scheint – zumindest erwecken viele Unternehmen und Experten diesen Eindruck. Und tatsächlich habe ich jetzt eine sinnvolle Anwendung für KI oder (für englischsprachige) AI gefunden. Denn Antenne Deutschland verbreitet im Raum Braunschweig via DAB+ mit „Absolut Radio“ den weltweit ersten Rundfunksender, dessen Programme vollständig von AI moderiert werden. Das weckt Hoffnung – zumindest bei mir.

Derzeit führt der kAI genannte künstlich intelligente Moderator zwar im wesentlichen durch die Pop- und Dance-Hits der letzten Jahre und klärt zudem über AI auf. Das kann aber doch nur der Anfang sein. Man stelle sich vor, diese unerträglichen Talkshows von Maischberger, Will und Klammroth würden endlich von KI und damit intelligent moderiert. Ganz ehrlich: Da ist mir egal, ob das Anne will. Ich würde sogar vorschlagen, nicht nur die Moderatoren bzw. Moderatorinnen, sondern auch die teilnehmenden Talkgäste durch künstliche Intelligenzen zu ersetzen. Ich bin sicher, viel mehr Menschen würden Talkshows einschalten, wenn sie davon ausgehen können, dass die digitalen Alter Egos von Friedrich Merz, Robert Habeck, Annalena Baerbock, Kevin Kühnert oder Agnes Strack-Zimmermann endlich etwas Intelligentes zu sagen hätten. Wenn das funktioniert, könnte man auch den ganzen Bundestag und vor allem das Kabinett durch KI ersetzen. Schlimmer als bei der derzeitigen Besetzung dürfte es bestimmt nicht werden – dafür aber mit Sicherheit billiger.

Herzlichst Ihr

## www.PoS-MAIL.de – Die News-Plattform für Ihre aktuelle Werbung



www.PoS-MAIL.de ist das tagesaktuelle Medium für verlässliche Informationen aus der Welt der Consumer Electronics, Weiße Ware, Telekommunikation, IT, Smart Home und der Fotobranche. Neben den Nachrichten gibt es einen Kalender mit den Terminen für Messen, Kongresse und Tagungen, die Rubrik „Themen der Woche“ und ein PDF-Archiv mit allen seit der Premiere im März 2000 erschienenen Ausgaben von PoS-MAIL.

Bitte fragen Sie uns nach attraktiven Kombi-Angeboten für Ihre Online- und Print-Kampagnen.

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

Auf unserer Internetseite [www.PoS-MAIL.de](http://www.PoS-MAIL.de) finden Sie alle weiteren Informationen.

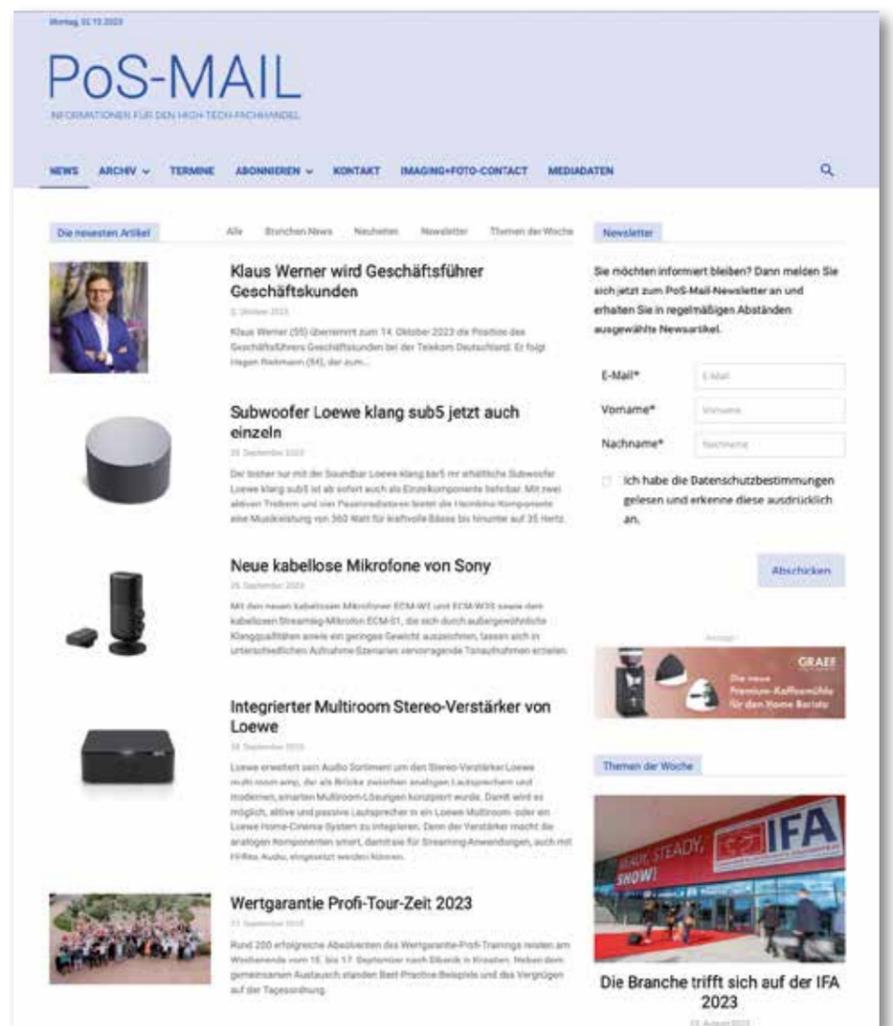
# PoS-MAIL im Internet

## www.PoS-MAIL.de

Tagesaktuelle News, Termine sowie ein umfangreiches PoS-MAIL Archiv



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.