



Tagesaktuelle

News aus der Welt der Consumer Electronics

- Unterhaltungselektronik
- Informationstechnologie
- Telekommunikation
- Infotainment
- Foto & Imaging



Besuchen Sie

PoS-MAIL

im Internet!

www.pos-mail.de

Consumer Tech auf der IFA



Intelligent, vernetzt, bedienerfreundlich

Willkommen in Berlin! Wieder einmal bietet die IFA eine fast unüberschaubare Menge von Innovationen und Inspirationen, die nicht nur dem Weihnachtsgeschäft des Fachhandels Impulse geben können, sondern weit über den Tageshorizont hinausweisen. Dabei können die Besucher die aktuellen Trends wie künstliche Intelligenz, noch schnellere und problemlosere Vernetzung bis zu 5G live in Berlin live erleben. In der Unterhaltungselektronik sorgen intelligente Technologien für noch bessere Bild- und Tonqualität; bei den Hausgeräten

erleichtern sie nicht nur die Bedienung, sondern erhöhen auch die Energieeffizienz und machen es möglich, dass Waschmaschinen, Trockner und sogar Backöfen dank raffinierter automatischer Funktionen praktisch von allein arbeiten. Ergänzt werden die Neuheiten an den Ständen der Hersteller auf der IFA wieder durch ein breites Rahmenprogramm, das die Zukunft der Consumer-Technologien thematisiert und einen Ausblick auf den Alltag von morgen oder sogar übermorgen bietet.



Die neuen  **AutoClean Wäschetrockner von Bosch:**
Die Reinigung des Türfilters ist Geschichte.



VORWORT



Die IFA ist mehr als ein Branchentreff

„Sich persönlich begegnen“ – ist und bleibt eines der wirkungsvollsten „Social Networks“, und dennoch wird das Kommunikationsinstrument „Messe“ – auch vor dem Hintergrund jüngster Entwicklungen – immer wieder in Frage gestellt. Dabei haben Sie wie bei keinem anderen Instrument die Chance, in Ihrer emotionalen Markenumgebung mit einer Vielzahl von bekannten wie neuen Kontakten zu kommunizieren. Bedenken Sie, wie viele Reisen Sie als Chef oder Vertriebsmitarbeiter für die einzelnen Kundenbesuche aufwenden müssten oder wie viele Veranstaltungen, Roadshows und Einzelgespräche Sie als Kunde besuchen bzw. führen müssten, um auch nur ansatzweise einen Überblick zu erhalten, von unerwarteten Neuentdeckungen nicht zu reden. Diese großen Stärken von Messen, die als dynamischer Treiber im Markt und Innovationswettbewerb wirken, müssen wir immer wieder erarbeiten und beweisen.

Als weltweit internationalste Fachmesse für die digitale Industrie bleibt es für die IFA auch 2019 wichtig, die technischen Innovationen einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Wir sprechen nicht nur über die neuesten Megatrends der Branche – wie smarte Städte, die Zukunft der Mobilität, künstliche Intelligenz, Robotik und Virtuelle Realität – sondern zeigen, was sie den Konsumenten bringen und wie sie aus Sicht des Konsumenten genutzt werden. Das ist die DNA der IFA – Marken, Startups, Entwickler, Handel und Konsumenten an einem Ort zusammen zu bringen.

Halten wir also fest: Der Kunde will Neues sehen. Neu ist attraktiv. Neu zieht an. Und das gilt sicher nicht nur für Messen, sondern auch das Ladengeschäft.

Sie, der Fachhandel, sind der wichtigste Kunde unserer Hauptkunden, der Hersteller, und stehen damit im Zentrum all unserer Überlegungen zur Weiterentwicklung der IFA. Wir werden auch weiterhin alles daran setzen, Ihnen jedes Jahr auf der IFA den bestmöglichen, den für Sie am einfachsten handhabbaren Zugang zu den Neuerungen und Innovationen und zu dem Wissen aufzubereiten, das Ihnen hilft, Ihr Geschäft auszubauen.

Lassen auch Sie sich begeistern von der einzigartigen Vielfalt der IFA mit ihren faszinierenden Marken und neuen Produkten! Nicht zu vergessen: Um Ihnen die Anreise und Ihren Messebesuch so bequem und effizient wie möglich zu gestalten – besuchen Sie unsere Website – hier erwarten Sie wieder umfassende, exklusive Fachbesucher-Services.

Ich freue mich auf Sie und wünsche Ihnen erfolgreiche und unterhaltsame Tage!

Ihr Jens Heithecker

IFA Executive Director

Heithecker

Auch in diesem Jahr haben die IFA Organisatoren wieder internationale Top-Manager der Branche dafür gewonnen, in den IFA Keynotes die Zukunft aus der Perspektive ihrer Unternehmen darzustellen. Dabei beginnt die Serie der insgesamt vier Vorträge mit einem Auftritt von hoher politischer Brisanz. Kein geringerer als Chengdong (Richard) Yu, Executive Director und CEO der Consumer Business Group von Huawei, wird am 1. Messetag, dem 6. September, um 10.30 Uhr mit Sicherheit besonders starke Beachtung finden. Denn der Technologie-Konzern steht bekanntlich im Mittelpunkt der China-kritischen Politik des amerikanischen Präsidenten Donald Trump und hat auf den drohenden Ausschluss aus dem Android Eco System bereits mit der Ankündigung einer eigenen technologischen Plattform reagiert. Die gigantischen Potenziale der vernetzten Gesellschaft und des 5G Standards dürften im Mittelpunkt der Keynote von Christiano Amon stehen. Der Präsident des Chip-Spezialisten Qualcomm spricht ebenfalls am 6. September, um 14.00 Uhr. Am Samstag, den 7. September, wird mit Anthony Wood, dem Gründer und Vorstandsvorsitzenden von Roku, ein Pionier des nichtlinearen Fernsehens antreten. Er wird Strategien und Innovationen skizzieren, die das Fernsehen noch einmal grundlegend verändern sollen. Am 7. September um 14.00 Uhr spricht dann mit Hakan Bulgurlu der CEO des türkischen Konzerns Arçelik, der mit seinen 12 globalen Marken, darunter Beko und Grundig, nachhaltige Technologien zum Nutzen von Mensch und Umwelt entwickeln und vermarkten will.

Im Zeichen der Zukunft

Die Innovationsplattform IFA Next in Halle 26 steht auch in diesem Jahr im Zeichen der Zukunft. Hier werden smarte Städte, die Zukunft der Mobilität, künstliche Intelligenz, Robotics und virtuelle Realität eine große Rolle spielen. Das Spektrum reicht von Videosystemen für autonomes Fahren, Kamerasteuerungen durch Gesichtserkennung, künstliche Intelligenz im Alltag bis zu Mini-Kopfhörern, die mit Internetanbindung Gespräche in Echtzeit übersetzen. Im „House of Smart Living“ lernen sprachgesteuerte Maschinen die Gewohnheiten ihrer Nutzer und stellen die Installationen im Haushalt automatisch auf sie ein. Ganz neu in diesem Jahr: Als IFA Next Global Innovation Partner präsentiert die HighTech-Nation Japan besonders span-



Hochkarätig besetzt ist der Think Tank der IFA, der IFA+ Summit, am 8. und 9. September 2019.

Mit Spannung erwartet wird die Keynote von Chengdong (Richard) Yu, Executive Director und CEO der Consumer Business Group von Huawei.



nende Innovationen. Zu den Themen im Vortrags- und Diskussionsprogramm gehören 8K, die Wohnungswirtschaft und das Zukunftsnetz 5G.

Natürlich haben auf der IFA Next auch zahlreiche Startups ihren großen Auftritt. In Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutsche Startups setzen an allen sechs Messetagen junge Unternehmensgründer spezielle Schwerpunkte. Am 6. September geht es um Digital Health, am 7. um Future Mobility, am 8. um Smart Home, am 9. um künstliche Intelligenz, am 10. um „Tech for Good“, also den Einsatz von Technologien mit besonderer sozialer Verantwortung (Social Entrepreneurship) und am 11. September um IoT, Wearables und FitTech.

IFA+ Summit

Um die Chancen und Risiken von Zukunftstechnologien auf hohem Niveau geht es beim IFA+ Summit, dem Think Tank der IFA, am 8. und 9. September 2019. In diesem Jahr steht unter dem Titel „The Rise of Dataism“ die Datennutzung in all ihren Facetten im Mittelpunkt. Zu den Rednern gehört u. a. Parham Eftekhari, der Mitbegründer des Institute for Critical Infrastructure Technology, das u. a. die Nato, die Weltbank und den US-Kongress in Fragen der Cybersicherheit berät.

Mit der Blockchain wird sich Shermin Voshmgir beschäftigen, eine Gastdozentin der Wirtschaftsuniversität Wien, die als Gründerin des BlockchainHubs zu den weltweit anerkannten Expertinnen in diesem Bereich gehört.

Um bestmögliche Nutzererfahrungen geht es Jens Riegelsberger, dem UX Director von Google. Er leitet User Experience-Teams in den USA, Europa und Asien, die ihre Erfahrungen in den Bereichen Suche, Nachrichten, Maps und Nutzerkonten einbringen. Während seiner 12jährigen Tätigkeit bei Google hat Riegelsberger eine firmenübergreifende Produktentwicklungskultur bei dem Digital-Giganten geschaffen. Seine Arbeit dient als Schnittstelle zwischen digitalen Technologien und benutzerfreundlichem Design und erreicht allein bei Google Maps mehr als 1 Milliarde Menschen im Monat.

Der diesjährige IFA+ Summit stellt in seinem Programm vor allem die wachsende Macht der Daten und natürlich der Daten-



besitzer in den Vordergrund. So wird Dipayan Gosh, der als Berater für Facebook die Unternehmensstrategie für den besseren und effektiveren Umgang mit privaten Nutzerdaten entwickelt hat, diese Erfahrungen mit seinem aktuellen Forschungsthema „Künstliche Intelligenz“ (KI) verknüpfen. Den Einfluss von KI auf die Gesellschaft wird Mark Surman, der Executive Director der Mozilla Foundation diskutieren. Dabei soll deutlich werden, dass KI bereits heute überall zu finden ist, unsere Nachrichten filtert, uns Empfehlungen bei der Partnersuche gibt oder Entscheidungen über unsere Finanzen und unsere Gesundheit beeinflusst. Karten für den IFA+ Summit, bei dem neben den erwähnten noch zahlreiche andere hochkarätige Referentinnen und Referenten auf dem Programm stehen, sind für 599 Euro unter ifa-plussummit.com/Tickets erhältlich. Studierende können für 299 Euro teilnehmen. Zudem sind Tagespässe erhältlich.

Marktplatz für Business

Weniger um Zukunftsvisionen als um um handfestes Business geht es erneut in der Station Berlin auf der internationalen Sourcing-Plattform IFA Global Markets. Hier kommen ODMs (Original Design Manufacturer), OEMs (Original Equipment Manufacturer), Zulieferer, Komponenten-Hersteller und bislang



Auf der internationalen Sourcing-Plattform IFA Global Markets geht es ums Geschäft.



Im Zeichen von Innovationen steht die Plattform IFA Next in Halle 26.

unentdeckte Marken aus aller Welt zusammen. Daraus ergeben sich einzigartige Business-Möglichkeiten für Hersteller, Importeure, Distributeure und den Handel. Als Europas umfassendste B2B-Handelsplattform für die Sourcing-Industrie findet IFA Global Market an vier Tagen von 8. bis 11. September statt. Mit dem neuen Konzept IFA Meet & Match @ Global Markets helfen die Organisatoren in diesem Jahr den Besuchern bei der „Partnersuche“. Um an diesem Format teilzunehmen, müssen sich die Besucher registrieren und ein Profil erstellen, um Business-Partner in vorgeplanten, persönlichen Gesprächen zu treffen. Auch auf den IFA Global Markets werden Experten aktuelle Themen diskutieren. Moderiert von Bob Snyder, dem Chefredakteur von Channel Media Europe, werden international erfahrene Einkäufer Einblick in die neuesten Entwicklungen, Möglichkeiten und Herausforderungen der Branche geben. Zu den Sprechern gehören Anouk Groen, CMF Trend Forcaster bei

IFA

Global Markets

STATION-BERLIN, 8-11 SEP 2019

RnA Design NC, Adam Simon, Global Managing Director Contextworld, Nick Graves, CEO von Aquilla Europe, und Paul Weedman, Director of Victure Industrial Co., Limited of China. Der Handelsplatz IFA Global Markets wird 20.000 qm in der Station Berlin nahe dem Potsdamer Platz umfassen. An allen Veranstaltungstagen wird ein kostenloser Shuttle Service zwischen dem Flughafen Tegel, der Messe Berlin und der Station Berlin angeboten. Das IFA Fachbesucherticket gilt auch als Eintrittskarte für diese Handelsplattform.

INHALT

PoS-Aktuell Nachrichten und Neuheiten

4, 5, 7, 18, 19, 21, 23, 25, 26

LG will das TV-Geschäft weiter stärken

OLED treibt das Wachstum

6

Panasonic will weiter OLED-Maßstäbe setzen

Kinoreif in Bild und Ton

8

Zwei neue Philips OLED+ Fernseher auf der IFA

Premium der neuen Art

10



Toshiba TV mit neuem Sortiment auf der IFA

Besser in Bild und Ton

12

freenet TV mit attraktivem Einstiegsangebot

Einen Monat gratis

12

Samsung setzt mit 8K und künstlicher Intelligenz die TV-Trends der IFA

Die zweite 8K-Generation

14

Die neue Sony Deutschland Spitze erwartet auf der IFA den Fachhandel

Die Premium Partnerschaft

16



Der WhatsApp-Service von HD+

Kommunikation am PoS

18

Aqua-Technologie von Robert Thomas

Nicht nur sauber, sondern frisch

20

Innovatives Seminarkonzept für den Handel

Wissen mit De'Longhi

20

IFA-Neuheiten von Siemens Hausgeräte

Freiräume in der Küche

22

Neues Top-Modell Deebot Ozmo 950 von Ecovacs

Mit Multi-Floor Mapping

24

Krups kombiniert Multikocher mit vernetzter Waage

Intelligentes Duo

24

Reseller Park mit starker Beteiligung

Der B2B Treffpunkt

25

Kombi aus Backofen und Heißluftfritteuse

Zeit für Sage

27

Staubsauger und Luftreiniger in einem

Der Fakir Filter Pro

28

Mehr Unterstützung für Jura Premium-Partner

Attraktive PoS-Ausstattung

28

So will Realtale hochwertige Multi-Brand-Stores eröffnen

Innovationen in 1A-Lagen

29

Caso Design startet Marketing-Kampagne

Smarte Technik für mehr Genuss

30



Wagners Welt • Impressum • PoS-MAIL @ 31

Christian Unger: Neuer Vertriebsleiter bei Bauknecht

Christian Unger hat die Leitung des Vertriebs Küchen- und Möbelhandel Deutschland bei der Bauknecht Hausgeräte GmbH übernommen. Er folgt damit auf Ralf Birk, der nach 19 Jahren im Unternehmen die Entscheidung getroffen hat, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Unger berichtet in seiner neuen Funktion direkt an Jens-Christoph Bidlingmaier, den Vorsitzenden der Geschäftsführung DACH der Bauknecht Hausgeräte GmbH.



Christian Unger

Nach seiner Tätigkeit als Marketing Manager bei der CandyHooverGroup wechselte Christian Unger im Jahr 2016 zu Bauknecht, wo er zuletzt als Senior Category and Trade Marketing Manager KitchenSuite DACH tätig war.

Ab sofort wird der 41-Jährige in seiner neuen Position die Gesamtverantwortung für den Vertrieb in dem Bereich „Küchen- und Möbelhandel“ in Deutschland übernehmen und vor allem die Umsetzung strategischer Ziele in enger Zusammenarbeit mit der Marketing- und Geschäftsführung verfolgen.

„Ich möchte Ralf Birk an dieser Stelle für sehr erfolgreiche und tolle Jahre, seinen persönlichen Einsatz und die immer gute Zusammenarbeit danken und ihm viel Erfolg für seine Zukunft wünschen“, kommentierte Bidlingmaier. „Gleichzeitig freut es mich, dass Christian Unger den Bereich ‚Sales Küche‘ übernehmen wird. Seine langjährige Erfahrung in der Kategorie ‚Einbau‘ und verschiedene Funktionen innerhalb und außerhalb des Unternehmens werden ihm dabei helfen, neue Aufgaben schnell zum Erfolg zu führen.“

Carsten Koch ist neuer CFO bei Euronics

Der frühere Edeka Nord Geschäftsführer Carsten Koch ist neuer Chief Financial Officer (CFO) und Mitglied des Vorstands bei der Euronics Deutschland eG. Er folgt auf den langjährigen CFO Michael Niederführ, der aus gesundheitlichen Gründen seine Vorstandsposition zur Verfügung gestellt hat. Niederführ, der seit 1992 bei Euronics ist, wird als Prokurist mit Verantwortung für strategische Projekte im kaufmännischen Bereich dem Unternehmen im Team des neuen CFO erhalten bleiben.

Der Finanzexperte und Rechtsanwalt Carsten Koch verfügt über langjährige Managementenerfahrung für die Bereiche Finanz- und Rechnungswesen im Groß- und Einzelhandel. Als Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung bei Edeka Nord setzte er sich von 2005 bis 2017 erfolgreich dafür ein, die Bereiche Digitalisierung, eCommerce und Change Management voranzubringen.

„Carsten Koch bringt alles mit, was wir in dieser Zeit des Wandels brauchen“, kommentierte Euronics Aufsichtsratsvorsitzender Dirk Wittmer. „Er kennt den Handel bestens, war lange an der Spitze einer Genossenschaft und ist ein anerkannter Finanzexperte mit starken Führungsqualitäten. Er wird unserem Unternehmen im Rahmen unseres Strategieprojektes ‚Euronics 2025‘ in den Bereichen Finanzwesen und Finanzierung, Digitalisierung und Prozesse wichtige Impulse geben und die Umsetzung weiter beschleunigen. Ganz besonders freut es mich, dass es uns gelungen ist, Michael Niederführ im Unternehmen zu halten. Für seine hervorragende Arbeit als CFO möchte ich ihm danken und für seinen mutigen Schritt Respekt zollen. Wir sind froh, dass uns sein Wissen und seine Kompetenz erhalten bleibt. Michael Niederführs Kenntnis unseres Unternehmens wird Carsten Koch den Einstieg leichter machen.“

„Euronics ist eine starke Marke, die die Herausforderungen des Handels strategisch und mit sehr viel Energie aus eigener Kraft



Carsten Koch

BSH Hausgeräte: Neue Leitung für Marketingorganisation in Deutschland

Michael Bohn (48) leitet seit dem 1. August 2019 die Gesamtorganisation Marketing der BSH Hausgeräte GmbH in Deutschland. Mit dieser neu geschaffenen Position solle der Anspruch der BSH unterstrichen werden, das Marketing zukunftsfähig zu strukturieren und für und mit den Handelspartnern sowie nah am Konsumenten zu entwickeln. Das betrifft das gesamte Markenportfolio mit den Globalmarken Bosch, Siemens, Neff, Gaggenau sowie weiteren lokalen Marken.

Dafür will Bohn, der zuvor das Marketing der Robert Bosch Hausgeräte GmbH verantwortete, neue zukunftsfähige Strukturen aufbauen und dabei auf starke Markenteams setzen, die eng verzahnt mit markenübergreifenden Kompetenzbereichen arbeiten werden.

„Wir stellen jetzt die Weichen, um mit neuen Ideen das sich wandelnde Umfeld in der Vermarktung von Hausgeräten aktiv zu gestalten – für und mit unseren Handelspartnern“, erklärte Bohn. „Ziel ist es, das kreative und strategische Potenzial des Marketings für jede unserer Marken maximal auszuschöpfen und das Vertrauen des Konsumenten in unsere Produkte und Lösungen weiter auszubauen. Das enge Zusammenspiel zwischen Marken- und Vertriebsmarketing sowie unseren Handelspartnern ist und bleibt dabei eine wichtige strategische Säule.“

Zum 1. August 2019 gab es auch Veränderungen bei Bosch, Siemens und Neff. Undine Lory (53) übernimmt von Bohn die Marketingleitung für Bosch Hausgeräte, Jens Grubert (39) verlässt Neff und folgt Lory als Marketingleiter für Siemens Hausgeräte. Elena Polontchouk (41) wird Gruberts Nachfolgerin bei Neff. Karin Stengele (54) bleibt dagegen in ihrer Funktion als Marketingleiterin für Gaggenau Deutschland.



Michael Bohn

anpackt“, erklärte der neue Finanzvorstand und Vorstandsmitglied Carsten Koch. „Das hat man nicht zuletzt mit dem erfolgreichen Cross-Channel-Retail-Konzept bewiesen. Für mich ist es eine äußerst reizvolle Aufgabe, den mit dem Projekt ‚Euronics 2025‘ angestoßenen Wandel zu einer noch kundenorientierteren, schnelleren und schlagkräftigeren Organisation mitzugestalten.“ „Prozessvereinfachung und eine weitere Optimierung unseres Finanzwesens sind wichtige Inhalte von ‚Euronics 2025‘ und zentrale Aufgaben unseres CFO“, sagte Euronics CEO und Vorstandssprecher Benedict Kober. „Mit Carsten Koch bekommt Euronics einen erfahrenen Top-Manager, der voll und ganz hinter den Zielen unserer Strategie steht. Er bringt das Handwerkszeug, die Führungsstärke sowie den Gestaltungswillen mit, den wir in der Umsetzung unseres ambitionierten Programms benötigen. So sehr ich bedauere, dass mein langjähriger Weggefährte Michael Niederführ sein Amt zur Verfügung gestellt hat, so sehr freue ich mich, dass er Euronics in einer neuen Rolle als Kollege und Experte erhalten bleibt.“

Beko & Grundig ohne Danijel Vladimirov

Danijel Vladimir, Vertriebsdirektor Elektrogroß- und Elektroklein-geräte für die Marken Beko und Grundig, hat das Unternehmen zum 31. August 2019 auf eigenen Wunsch verlassen.

Nach fast zehn Jahren Tätigkeit im TV- und Audiobereich für Grundig hat er in den letzten 12 Monaten erfolgreich an der neuen Ausrichtung des Unternehmens im Groß- und Kleingerätebereich für die Marken Beko und Grundig mitgewirkt.

Vor der Neubesetzung der Position wird das Vertriebsteam für Elektrogroß- und Elektroklein-geräte seit Jahresanfang um 30 Prozent vergrößert. Der handelsorientierte Wachstumskurs soll von der erfahrenen Führungsmannschaft um Peter Herzberger, Vertriebsleitung Küchen- und Möbelfachhandel, Gülcin Magel, Vertriebsleitung Multichannel, und Carsten Siebler, Vertriebsleitung Kleingeräte, fortgesetzt werden. Die Key Account Teams für Großgeräte und Kleingeräte stehen den Kunden weiterhin zur Seite.

Neuer Geschäftsstellenleiter für den Mittelstandskreis

Zum 1. September 2019 hat Sebastian Allert Arno Schmidt abgelöst, der eine neue Tätigkeit innerhalb der BSH wahrnehmen wird. Der 46-jährige Berliner Allert ist bereits seit über 20 Jahren im Vertrieb für die Weiße Ware tätig und seit 2011 bei der BSH beschäftigt. Hier zunächst als Key Account Manager, dann als Verkaufsleiter Elektrogroßhandel für die Marke Bosch. „Gerade in der heutigen Zeit, in der Unternehmen durch die Digitalisierung einen erhöhten Wettbewerbsdruck erleben, soll dieses Ziel noch stärker in den Fokus rücken“, so Allert. „Ich

freue mich sehr, in enger Zusammenarbeit mit dem MK-Vorstand daran mitzuwirken. Am Ende geht es darum, dem Endkonsumenten das bestmögliche Angebot zu offerieren. Das geht nur mit durchdachten Konzepten und starken Partnern im Fachhandel.“

Der MK und die BSH setzen sich seit fast 30 Jahren für eine starke Partnerschaft im Fachhandel ein. Zu diesem Anlass gibt es im Frühjahr 2020 für alle Mitglieder in Deutschland ein spezielles Trainings- und Schulungsangebot für die Exklusivsortimente Siemens Extraklasse, Bosch Exclusiv, Neff Excellent und Constructa Energy sowie besonders attraktive Vertriebsmarketing- und POS-Aktivitäten.



Sebastian Allert

Kathrein Digital Systems im 2. Quartal erfolgreich

Die Kathrein Digital Systems verzeichnet ein erfolgreiches zweites Quartal 2019. So konnte das Unternehmen nach seiner Ausgliederung aus der Kathrein Gruppe zum 1. April 2019 nicht nur seine Marktführerschaft im Bereich Satellitenempfangstechnik behaupten, sondern auch das Ergebnis im Vergleich zum ersten Quartal deutlich steigern.

„Durch den Erfolg in den vergangenen drei Monaten liefern wir einen eindeutigen Beleg, dass der Übergang in die Eigenständigkeit unseres Geschäftes abgeschlossen ist“, so Uwe Thumm, Managing Director der Kathrein Digital Systems GmbH. „Daher können wir uns viel früher als erwartet dem Ausbau unserer Marktanteile und der Erschließung neuer Produktsegmente bzw. neuer Absatzmärkte widmen.“

Neben der Erweiterung seines klassischen Produktportfolio für TV- und Radioempfang setzt die Kathrein Digital Systems seit kurzem gleich zwei neue Schwerpunkte in den Bereichen Sicherheitstechnik und IP-Lösungen. Beiden gemein ist die Anwendung von jahrelanger Erfahrung und Know-How bei der Übertragung von Signalen in digitalen Systemen.

„Die Firma Kathrein stand schon immer für traditionelle Werte, und das setzen wir selbstverständlich fort“, so Thumm ergänzend. „Denn nur durch die Menschen im Unternehmen und hinter der Marke gelingt es uns, das gewohnt hohe Niveau weiter zu verbessern und hochwertige Lösungen für den digitalen Empfang von Satellit, Terrestrik, Kabel oder IP sowie deren Verteilung in Gebäuden und sogar Caravans zu entwickeln.“

Um sein Wachstum zusätzlich zu beschleunigen, plant die Kathrein Digital Systems zudem einen neuen Schwerpunkt im Projektgeschäft sowie die weitere Verstärkung der Internationalisierungsbemühungen. Zuletzt wurde dazu eine eigene Vertriebs Tochter in Österreich geschaffen.

Neuer Regionalleiter bei Wertgarantie

Thorsten Siebert ist neuer Regionalleiter bei Wertgarantie für das neue Gebiet ZAD 100 in Norddeutschland und dort bereits seit Jahresbeginn Ansprechpartner für Inhaber und Filialleiter im CE-Fachhandel. Siebert war zuvor als Regionalbetreuer tätig und hat die Verantwortung für den Großraum Bremen und Ostfriesland übernommen. Siebert startete 1987 mit einer Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel für Unterhaltungselektronik. Ab 1998 war er als Fachhandelsbetreuer bereits freiberuflich für den Versicherer tätig. 2001 nutzte er mit einer Festanstellung bei Wertgarantie die Chance zum beruflichen Aufstieg. „Neu ist jetzt, dass ich nun Personalverantwortung habe und dass künftig mehr die Gespräche mit den Inhabern und Geschäftsführern auf der Tagesordnung stehen“, sagte Siebert und fügte hinzu: „Fest steht: Für den Fachhandel werden Dienstleistungen immer unentbehrlicher. Daher wird Wertgarantie auch in Zukunft der zuverlässige Partner für den Fachhandel sein, und daran will auch ich weiterarbeiten.“



Thorsten Siebert

Wertgarantie-Vertriebsleiter Thilo Dröge erläuterte die neue Funktion von Thorsten Siebert: „Das neue ZAD wurde gegründet, um die Struktur zu entlasten. Aufgrund des starken Wachstums und hohen Zuwachses an Partnern stellen wir somit auch weiterhin unseren hohen Anspruch an die Unterstützung und Schulung unserer

Fachhandelspartner vor Ort sicher. Mit Thorsten Siebert haben wir uns für einen Regionalleiter entschieden, der durch seine langjährige Wertgarantie-Erfahrung und seine Vernetzung im Fachhandel prädestiniert für diese Aufgabe ist.“

Jan Hillebrand wechselt von Samsung zu expert



Jan Hillebrand

Zum 1. September 2019 hat Jan Hillebrand die Position des Abteilungsleiters Weiße Ware in der Langenhagener expert-Zentrale übernommen.

Der gebürtige Ostfrieser verfügt über profundes Know How im Einzelhandel, den er als Produktmanager beim Elektronik-Versandhaus ELV Elektronik AG kennenlernte, bevor er mehrere Jahre lang als Bereichsleiter Category Management Haushaltsgeräte, Haustechnik & Neue Sortimente für den Vertrieb der Telepoint-Märkte verantwortlich war. „Jan Hillebrand bringt die ideale Kombination aus stationärer Fachhandelskompetenz und Expertise im Onlinehandel mit“, sagte Peter Zyprian, Gesamtvertriebsleiter der expert SE. „Wir freuen uns deshalb sehr auf die Zusammenarbeit und die frischen Impulse, die er mit Sicherheit setzen wird.“

Den Wechsel von der Lieferantenseite zurück zum stationären Fachhandel erklärte Hillebrand so: „Der aktuell stattfindende Wandel in der Branche ist sehr

spannend und birgt Potenziale, die es zu nutzen gilt. Diese Veränderungen aus Sicht und im Sinne eines stationären Fachhändlers mitzugestalten und mit guter Sortiments- und Maßnahmenstrategie zu begleiten, ist eine Herausforderung, auf die ich mich freue.“

Haier verstärkt Key Account Team



Frank Schlieck

Haier Deutschland verstärkt mit Frank Schlieck das Key Account Management. In seiner neuen Funktion soll Schlieck ab sofort die Beziehungen zum Online-Handel weiter intensivieren.

Ziel sei es, in Europa und Deutschland/Österreich eine angemessene Marktstellung zu erreichen und weltweit führend bei Internet-of-

Things-(IoT)-Lösungen für Haushaltsgeräte zu werden, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Frank Schlieck vereint Fach- und Branchenkompetenz in idealer Weise“, so Holger Weißel, Head of Sales bei der Haier Deutschland GmbH. „Denn als früherer Verkaufsleiter der Candy Hoover GmbH ist er auch mit unseren Wettbewerbern sowie den Anforderungen von Verbrauchern und Handelspartnern exzellent vertraut.“

Der 51-jährige Schlieck war zuletzt als Key Account Manager Retail für die Amica International GmbH tätig.

AutoClean

Der erste Wäschetrockner ohne Türfilter. Trocknen war noch nie so komfortabel.

Die neuen AutoClean Trockner: Die Reinigung des Türfilters ist Geschichte.

Bosch geht neue Wege und präsentiert eine Weltneuheit: **AutoClean** ist ab sofort der komfortabelste Weg, mit zurückbleibenden Textilflusen umzugehen.

Die Vorteile von AutoClean:



Bei **AutoClean** gibt es keinen herkömmlichen Türfilter mehr, der nach jedem Trocknungsdurchgang gereinigt werden muss. Dank eines ausgeklügelten Systems werden die Flusen in ein separates Flusendepot geleitet. Dieses muss nur etwa alle 20 Trocknungsdurchgänge geleert werden; bei durchschnittlicher Nutzung rund acht Mal* jährlich. Intelligente Sensoren melden, wann es soweit ist.



Sparsam trocknen bei voller Trocknerleistung.

Während bei herkömmlichen Trocknern die Energieeffizienz des Gerätes sinkt, je mehr Flusen im Sieb sind, bleibt beim Wäschetrockner mit **AutoClean** der Energiebedarf über die gesamte Nutzungsdauer konstant.

* Basierend auf der durchschnittlichen Nutzung dreimal wöchentlich.

Smart Dry. Der vernetzte Trockner wählt automatisch das optimale Programm.

Der intelligenteste Weg, um Wäschepflege zu perfektionieren. Die Waschmaschine sendet die Daten des Waschgangs – also Programm, Füllmenge und Restfeuchte – an den Trockner. Dieser wählt automatisch die passende Trocknungseinstellung. Mehr erfahren auf www.bosch-autoclean.de.



LG will das TV-Geschäft weiter stärken

OLED treibt das Wachstum

Mit einer eindrucksvollen Erfolgsbilanz im TV-Geschäft kommt LG Electronics auf die IFA. Das Unternehmen hat mit seinen OLED TVs nicht nur kräftig Marktanteile gewonnen, sondern auch spektakuläre Testergebnisse erzielt und renommierte Auszeichnungen erhalten. Diesen Schwung will der Konzern nutzen, um seine Position weiter auszubauen und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel zu intensivieren.

Mit einem Marktanteil von über 50 Prozent ist LG Electronics die klare Nummer Eins im Segment OLED-TVs – und das ist das Einzige im gesamten TV-Markt, das wirklich wächst. Diese starke Position kommt nicht von ungefähr, denn der koreanische Technologie-Konzern ist das einzige Unternehmen, das TV-Displays mit OLED-Technologie herstellt. Um Größe geht es bei LG nicht nur bei den Absatzzahlen: Pünktlich zur IFA will das Unternehmen den 88-Zoll großen OLED-TV Z9 in die ersten Geschäfte bringen – zum scharf kalkulierten Preis von 29.999 Euro (UVP).

Auszeichnungen und Testergebnisse

Bei der diesjährigen Runde der renommierten EISA Awards zeichnete die European Imaging and Sound Association zum achten Mal in Folge OLED-Fernseher von LG aus: Der LG OLED 65E97LA gewann in der Kategorie „Best Premium OLED-TV“. Die überragende Bildqualität, mit der das Gerät die EISA Jury überzeugte,



Besser geht es kaum: Im aktuellen Test der Stiftung Warentest platzierte sich der LG OLED 65C97LA nicht nur mit der Note „Sehr Gut“ auf Platz 1, sondern stellte mit 1,4 auch eine historische Bestmarke bei allen jemals getesteten OLED-TVs auf. Den zweiten Platz belegte mit dem kleineren OLED 55C97LA ebenfalls ein „sehr gutes“ (1,5) LG Gerät.

ist allerdings nicht nur der Bauweise des Displays zu verdanken. Auch die zweite Generation des Bildprozessors Alpha 9 mit Deep-Learning Algorithmen sowie

die Features AI Brightness und Dynamic Tone Mapping (Dynamische Farbton-Zuordnung) tragen zur spektakulären Bildqualität bei. Zudem würdigten die Experten der EISA auch die beeindruckende Klangleistung, mit der das sowohl mit Dolby Vision als auch mit Dolby Atmos ausgestattete Gerät aufwartet. Auch beim Sound kommen KI-gestützte Technologien zum Einsatz.

Ebenfalls gelobt wurden die intelligenten Fähigkeiten und die intuitive Bedienung des OLED 65E97LA, der auch optisch mit dem charakteristischen „Picture on Glass“-Design der E-Serie von LG zu gefallen weiß.

Dass LG auch bei LED-Fernsehern mit seinem NanoCell TV 65SM90107LA einen EISA Award mitnehmen konnte, ist der Intelligenz dieses Gerätes zu verdanken. Es ist mit ThinQ AI Technologien von LG ausgestattet und gewann deshalb in der Kategorie „Smart Home TV“.

Als besonders zukunftsweisend empfand die Jury die HDMI 2.1-Konnektivität an allen Eingängen, die Dolby-Atmos- und Dolby-Vision-Unterstützung und das NanoCell IPS-Panel mit extraweitem Blickwinkel. Zudem unterstützt der Fernseher nicht nur die Sprachassistenten Amazon Alexa und Google Assistant, sondern ist auch mit Apple AirPlay 2 kompatibel.

Dass LG Electronics mit je einem EISA Award für seine Soundbar SL8YG sowie den mobilen Bluetooth-Speaker Xboom Go PK7 auch in den Audio-Kategorien ausgezeichnet abschnitt, war für die Verantwortlichen noch das Tüpfelchen auf dem i.



Je ein EISA Award für einen OLED und einen NanoCell TV sowie eine Soundbar und einen Bluetooth-Speaker unterstreichen die starke Position von LG im Consumer Electronics Segment.

„Bester OLED-TV, der je getestet wurde“

Mit seinen OLED-TV's hat LG Electronics nicht nur die EISA Jury überzeugt, sondern auch die unabhängigen Experten der Stiftung Warentest. Sie vergaben für den LG OLED 65C97LA nicht nur die Bestnote „Sehr Gut“, sondern das Gerät stellte mit der Note 1,4 auch eine historische Bestmarke bei allen jemals getesteten OLED-TV's auf. Dass die Stiftung Warentest mit der Feststellung, „das Maß der Dinge sind derzeit Fernseher mit OLED-Technologie“, die Strategie von LG ausdrücklich bestätigte, dürfte sowohl die Verantwortlichen in Deutschland als auch in Korea gefreut haben. So ist es folgerichtig, dass sich auch auf dem zweiten Platz des jüngsten Tests mit dem kleineren OLED 55C97LA ein Familienmitglied platzierte, das mit der Note 1,5 ebenfalls ein „Sehr Gut“ erreichte.

Mehr Unterstützung für die Handelspartner

Von der Dynamik der Nachfrage nach LG OLED-TV's sollen auch die Partner im Fachhandel profitieren. Dafür will Daniel Schiffbauer, Direktor Home Entertainment bei LG Electronics, die Präsenz der Marke im Fachhandel weiter verstärken. „Die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern entwickelt sich seit Jahren sehr positiv; wir haben aber noch Potential“, erklärte er im Gespräch mit PoS-MAIL. „Deshalb wollen wir unsere Unterstützung weiter verstärken und haben dafür neue Werkzeuge für unseren Außendienst entwickelt.“ Dazu gehört z. B. Quick Instore Research (QIR), ein Verfahren, mit dem man messen kann, wie sich die Kunden durch den



Daniel Schiffbauer, Direktor Home Entertainment bei LG Electronics: „Wir haben neue Werkzeuge für unseren Außendienst entwickelt, um die Unterstützung für unsere Handelspartner weiter zu verstärken.“

Laden bewegen. Auf der Basis dieser Ergebnisse lassen sich dann Konzepte entwickeln, um das Kundenerlebnis und natürlich auch die Präsentation von LG zu verbessern.

Auch die Schulungsmaßnahmen für das Verkaufspersonal, z. B. für das Erklären des intuitiven Bedienkonzeptes WebOS, sollen verstärkt werden. Zudem will LG mit der Unterstützung von Store Events wie Partys oder Hausmessen und kooperativen Werbemaßnahmen über lokale Medien und Out-of-Home-Auftritte die Kunden gemeinsam mit den Handelspartnern direkt ansprechen. „LG wird weltweit die Kapazitäten zur Herstellung von OLED-Displays für Fernseher bis zum nächsten Jahr verdoppeln“, betonte Schiffbauer. „Das sehen wir als große Chance an, unseren Wachstumskurs fortzusetzen.“

PoS-Aktuell

Blaupunkt Smart Home Set und neue Boxen

Auf der IFA wird Blaupunkt das neue Smart Home System SHS 100 für den einfachen und komfortablen Einstieg in ein smartes Zuhause demonstrieren. Darüber hinaus werden auch die neuen Party-Speaker, die neben satten Sounds und True Wireless Stereo auch eine coole Light-Show an Bord haben, sowie der kabellose In-Ear-Kopfhörer BTW 10 gezeigt.

Das Smart Home Set SHS 100 besteht aus einem Alexa-kompatiblen WLAN-Speaker mit integriertem Bewegungssensor und Nachlicht, einem Tür-/Fenstersensor, einer smarten Steckdose sowie einer „Tint“ LED-Birne. Da die Verbindung dieser Komponenten bereits vorprogrammiert ist, fällt der Installationsaufwand gering aus. Eine Steuerung per Sprache ist über den zum Set gehörenden Alexa-Speaker mit Steckdosen-Plug möglich. Zusätzlich kann das smarte System über eine App kontrolliert werden – und das auch offline. Wird die Verbindung zum Internet unterbrochen, kann das Kit z. B. weiterhin das Licht aktivieren, wenn der Tür-Sensor auslöst.

Der Nutzer kann auch auf bereits vorprogrammierte Szenarien zugreifen, die auf Wunsch per One-Click aktiviert werden. Dazu gehört z. B. eine Anwesenheitssimulation durch Einschalten der LED-Birne, Abspielen von Musik oder Hundegebell. Auch eine Alarmpunktion mit blinkendem Rotlicht und Alarmton, wenn der Tür-/Fensterkontakt ausgelöst wird, ist mit dem neuen Smart Home Set schnell und einfach umsetzbar. Darüber hinaus unterstützt das Set über den WLAN-Lautsprecher verschiedene Alexa Skills und ermöglicht dank des verwendeten ZigBee-Standards die Einbindung von weiterem smartem Zubehör von Blaupunkt oder anderen Anbietern.

Die große Allround-Box Blaupunkt PS 2000 mit 2 x 22 Watt, integriertem Akku und Mikrofonanschlüssen mit Echofunktion kann für klangvolle Karaoke-Abende sorgen. Echten Stereo-Partysound liefert der 225 mm (B/T) x 455 cm (H) große Speaker dank True Wireless Stereo (TWS) per Bluetooth-Kopplung von bis zu zwei Geräten oder dank Party Link auch in großen Räumen über den Anschluss beliebig vieler Lautsprecher via Line IN/Line OUT. Optional pusht der Blaupunkt PS 2000 mit auf die Musik abgestimmten Lichteffekten die Stimmung des tanzenden Partyvolks.

Satte Klänge, True Wireless Stereo (TWS) und eine Light-Show bietet auch der kleine Blaupunkt PS 200. Mit Maßen von 270 x 103 x 110 mm und 2 x 15 Watt gibt er die Playlists per Bluetooth-Musikstreaming wieder oder spielt Songs von anderen Audioquellen via AUX-IN. Dabei erzeugt er ebenfalls mehrfarbige Lichteffekte, die zur Musik passen.

Abgerundet wird das neue IFA-Produktportfolio von dem kabel-



losen In-Ear-Kopfhörer Blaupunkt BTW 10. Auch hier setzt Blaupunkt auf True Wireless Stereo. Die kabellosen Kopfhörer sind dazu mit Bluetooth 5.0 ausgerüstet. Über die in die Ear-Pads eingearbeitete Touch-Control-Panels lässt sich die Musikwiedergabe oder die Annahme von eingehenden Anrufen steuern. So ist auch der Einsatz als Freisprecheinrichtung möglich. Die Sprachsteuerung über Siri oder Google Assistant unterstützt der Kopfhörer ebenfalls. Im Lieferumfang enthalten ist eine kabellose Ladeschale, die die Kopfhörer vor äußeren Einflüssen schützt und auch auflädt. Die Ladeschale selbst ist mit einem USB Type-C-Anschluss ausgestattet. Für besonderen Tragekomfort sorgen unterschiedlich große Silikon-Ohrstöpsel in verschiedenen Größen. Der Blaupunkt BTW 10 ist in den Farben Schwarz und Weiß erhältlich.

Die beiden Party-Speaker „PS 2000 und PS 200 sind bereits Ende September zu Preisen von 199,95 Euro bzw. 129,95 Euro (jeweils UVP) erhältlich. Mitte Q4 sollen das Smart Home Set Blaupunkt SHS 100 und der Kopfhörer BTW 10 folgen.

Yamaha auf der IFA 2019

Yamaha präsentiert auf der diesjährigen IFA in Berlin mit einem beeindruckenden Messeaufgebot die gesamte Bandbreite seiner Audio-Produkte. Dabei werden auch mehrere Soundbars vorgeführt, darunter die neuen Modelle YAS-109 und YAS-209 mit Unterstützung von Amazon Alexa sowie der Soundprojektor YSP-2700. Feinster High-End-Klang soll die 5000er-Serie von Yamaha in einer separaten Hörkabine erlebbar machen.

Vom kompakten Drahtlos-Lautsprecher über aufwendige Heimkino-Installationen bis zum vernetzten Klavierflügel bietet Yamaha mit seinem Multiroom-System MusicCast unendliche Möglichkeiten, die eigene Lieblingsmusik im ganzen Haus zu verteilen. Besucher des Messestandes können unterschiedliche Anwendungsszenarien von MusicCast live erleben – das Ausprobieren der Produkte ist ausdrücklich erwünscht! Zu den vorgestellten MusicCast Highlights gehören die hochwertigen Kompaktsysteme aus der Yamaha Pianocraft Serie sowie die multifunktionalen und leistungsstarken AV-Receiver der RX-V und RX-A Baureihen. Und auch der netzwerkfähige Plattenspieler MusicCast Vinyl 500 ist am Messestand zu finden.

Filmfreunde können den Soundprojektor YSP-2700 sowie die Soundbar MusicCast Bar 40 im Zusammenspiel mit dem drahtlos angebundenen MusicCast Sub 100 und den ebenfalls kabellos eingebundenen MusicCast 20 als Surround-Lautsprecher live erleben. An einer weiteren Station werden die neuen Soundbars YAS-109 und YAS-209 mit Amazon Alexa vorgeführt – die angeschlossene Spielekonsole lädt Messebesucher zum Mitmachen ein.

Mit der Vor-/Endstufenkombination C-5000 und M-5000 werden auch Yamaha HiFi-Produkte gezeigt, und zwar in einem separaten, akustisch abgetrennten Hörraum. Zudem werden der exklusive Plattenspieler GT-5000 sowie die NS-500 Lautsprecher gezeigt.



Im Mittelpunkt des Messeauftritts von Yamaha steht das MusicCast Multiroom-System.

Panasonic will weiter OLED-Maßstäbe setzen

Kinoreif in Bild und Ton



Die aktuellen OLED-TV-Serien GZW2004, GZW1004 und GZW954 stehen für die besonders naturgetreue Wiedergabe von Inhalten aus verschiedenen Quellen von SDR bis 4K-HDR.

Mit seinem umfassenden Heimkino-Portfolio will Panasonic auf der IFA seinen Anspruch unterstreichen, im Premium-Segment der Unterhaltungselektronik eine führende Rolle zu spielen. Dafür ergänzt das Unternehmen die spektakuläre Bildqualität seiner in Zusammenarbeit mit Spezialisten aus Hollywood entwickelten OLED-TV-Serien GZW2004, GZW1004 und GZW954 mit kongenialen Klängen aus der neuen Soundbar SC-HTB900. Zudem wird ein transparenter OLED-Bildschirm zeigen, wie das Wohnzimmer der Zukunft aussehen könnte.

Der HCX Pro Intelligent Processor, den Panasonic in enger Zusammenarbeit mit renommierten Spezialisten aus Hollywood entwickelt hat, ermöglicht den aktuellen OLED-Modellen die Darstellung sehr feiner Kontraste und detaillierter Farbabstufungen mit rasanten Reaktionszeiten und noch mehr Schärfe.

„Wir wollen die Visionen der großen Filmemacher in Bild und Ton möglichst originalgetreu in die Wohnzimmer der Zuschauer bringen“, erklärte Michael Langbehn, Head of PR, Media und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Diesen Anspruch erfüllen wir mit unseren OLED Fernseh-

ern, die in Hollywood sogar als Referenzmonitore genutzt werden.“

Die besonders hohe Rechenleistung des HCX Pro Intelligent Processors macht die Integration von speziellen Analysefunktionen möglich, um die Bildsignale noch detaillierter auszuwerten und zu verbessern. So entstehen durch den HDR Dynamic Effect auch bei statischem HDR10-Content kontrastreiche und besonders helle Fernsehbilder. Denn der Prozessor analysiert die Signale Bild für Bild und fügt ihnen Metadaten hinzu, wie sie auch bei dynamischem HDR10+ vorliegen.

Von SDR zu HDR

Um auch klassische Inhalte brillant zu zeigen, wandelt der Intelligent HDR Remaster SDR- in HDR-Content um. Dafür greift Panasonic auf die Datenbank und das Wissen von Hollywood-Filmemachern zurück. Zusätzlich sorgt der Intelligent 4K Fine Remaster des HCX Pro Intelligent Processors für effektive Rauschunterdrückung und mehr Schärfe, und zwar bei SD-, HD- oder 4K-Inhalten. Mit Multi HDR Ultimate sind die neuen Panasonic OLED-TVs die ersten Geräte, die alle gängigen Standards wie

Soundbar „Tuned by Technics“

Mit dem Soundbar System SC-HTB900 wird Panasonic auf der IFA ein neues 505 Watt (RMS) starkes Audio-Produkt präsentieren, das die erstklassige visuelle Leistung der aktuellen OLED-TVs mit echtem Premiumsound ergänzt. Dafür haben die Klang-Spezialisten der HiFi-Audiomarkte Technics nicht nur das puristisch-elegante Design des 3.1 Soundbar Systems maßgeblich beeinflusst, sondern auch Komponenten beigesteuert und dem Klangbild den letzten Feinschliff verpasst.

So minimiert die Jeno (Jitter Elimination and Noise-Shaping Optimization) Engine den digitalen Jitter, um eine hochaufgelöste, realitätsgetreue Audiowiedergabe zu ermöglichen.

Gleich acht Lautsprecher verteilen sich über die 105 Zen-

timeter breite Haupteinheit der HTB900: sechs 6,5 cm große Mitteltöner und zwei High-Res-fähige Tweeter, die nach Angaben von Panasonic alle hörbaren Höhen abbilden. Dazu liefert der Wireless Subwoofer mit 16 Zentimeter Tieftöner ein druckvolles Bass-Fundament. Männerstimmen fallen dabei – anders als üblich – nicht in die Zuständigkeit des Subwoofers, sondern werden durch die Mitteltöner mit erweitertem Frequenzbereich abgebildet. Auf diese Weise werden Dialoge besonders naturgetreu wiedergegeben.

Für ein immersives Heimkinoerlebnis unterstützt die High-End Soundbar Dolby Atmos und DTS:X. Mit diesen Technologien lassen sich Audioobjekte akustisch im Raum platzieren, um die Zuschauer mitten ins Geschehen zu versetzen. Für die Einbindung in das Home Cinema System ist das HTB900 mit drei HDMI-Schnittstellen ausgestattet, davon ein Ausgang mit Audio Return Channel (ARC) für die verlustfreie Übertragung von 4K HDR Inhalten zum Fernseher. HDMI-CEC beziehungsweise HDAVI Control

ermöglichen herstellerübergreifend die komfortable Bedienung aller verbundenen Geräte mit nur einer Fernbedienung. Alternativ ist ein optischer Audio-Eingang für den Anschluss an das TV-Gerät vorhanden.

Das Soundbar System SC-HTB900 erzeugt nicht nur kongenialen Klang zu den faszinierenden Fernsehbildern der OLED-TVs, sondern eignet sich auch bestens zur Wiedergabe von hochaufgelösten Musikdateien.





Das in Zusammenarbeit mit Vitra, dem Spezialisten für Designermöbel, entwickelte transparente OLED-Display ähnelt in ausgeschaltetem Zustand einer Vitrine mit Glasscheibe.

HDR10/PQ, HLG, die dynamischen Formate HDR10+ und Dolby Vision sowie HLG Photo unterstützen.

Netflix Abonnenten könnten mit den aktuellen OLED Modellen von Panasonic dank des neuen Bildschirm-Modus Netflix Calibrated Mode (siehe PoS-MAIL 8/2019, S. 11) die Filme und Serien genau so sehen, wie sie die Urheber in ihren professionellen Studio-Monitoren konfiguriert haben. Inzwischen haben die OLED Fernseher ebenso wie die LCD-Modelle der Serien GXW945, GXW904 und GXW804 das Siegel „Netflix Recommended TV“ erhalten.



Die aktuellen OLED TVs von Panasonic sowie einige LCD-Serien tragen das Siegel „Netflix Recommended TV“.

„Mit unseren Innovationen und unserer Expertise machen wir auf der IFA deutlich, dass Panasonic auch bei OLED-TVs als Synonym für eine einzigartige Bildqualität steht“, erklärte Armando Romagnolo, Marketing Director CE. „Das wurde kürzlich auch von den Lesern der Zeitschrift ‚video‘ bestätigt: Sie haben nicht nur mehrere Fernseher aus unserem Portfolio mit Einzelauszeichnungen gewürdigt, sondern Panasonic bei der Leserwahl auch mit dem Titel ‚Brand of the Year‘ in der Kategorie ‚Bild‘ ausgezeichnet.“

Passend zu allen TVs wird Panasonic auf der IFA wieder ein großes Sortiment von Home AV Produkten wie Blu-ray Player, einer Soundbar oder Bluetooth-Kopfhörern präsentieren, die sich leicht mit den TVs verbinden lassen.

Displays mit Durchblick

Auf der IFA wird Panasonic neben seinem aktuellen

TV-Sortiment erstmals in Deutschland einen neuen Prototyp eines transparenten OLED-Bildschirms zeigen, um den Besuchern einen Blick in das Wohnzimmer der Zukunft ermöglichen. Im ausgeschalteten Zustand erscheint der transparente OLED-TV wie eine aus Holz gefertigte Vitrine mit Glasscheibe, also ein ganz normales Möbelstück. Eingeschaltet liefert das Display dann eindrucksvolle Bilder mit lebhaften Farben.

Der Prototyp besteht aus Materialien wie Holz, Metall und Glas. Alle technologischen Komponenten sind geschickt in dem Holzrahmen verborgen, der gleichzeitig als Ständer für das Gerät dient. Ein Beleuchtungselement, das die Erscheinung des Gehäuses zusätzlich elegant unterstreicht, ist ebenfalls unauffällig im Rahmen untergebracht.

Hinter diesem innovativen Display steckt ein gemeinsames Forschungsprojekt von Panasonic und Vitra, dem in der Schweiz ansässigen Spezialisten für Designermöbel. Der transparente OLED Bildschirm ist das erste Resultat dieser Kooperation, mit der die beiden Unternehmen Technologie nahtlos in menschliche Lebenswelten integrieren wollen.

Neues Gateway integriert Panasonic TVs ins Smart Home

Dank einer Partnerschaft von Panasonic und der ise Individuelle Software und Elektronik GmbH können Panasonic Fernseher jetzt komfortabel in Smart Home Umgebungen integriert werden. Mit dem ise Smart Connect KNX Panasonic werden die TVs in die vernetzte Technik eingebunden, weil die Systeme auf der Basis von KNX hersteller- und gewerkeübergreifend miteinander kommunizieren können. Damit haben Besitzer eines intelligenten Zuhauses neue Möglichkeiten, zahlreiche Funktionen in Bereichen wie Wohnkomfort, Energieeffizienz oder Sicherheit bequem vom TV aus zu bedienen.

Diese Möglichkeiten reichen vom Festlegen des Nachrichtensenders, der sich morgens automatisch einschaltet, wenn die Jalousien hochfahren, über das automatische Abschalten des Fernsehers beim Verlassen des Hauses bis zur Wiedergabe der Überwachungsbilder einer Sicherheitskamera. Zudem können individuell konfigurierbare Bildschirmtexte Mitteilungen von Hausgeräten darstellen und die Nutzer z. B. darüber informieren, dass die smarte Waschmaschine fertig ist. Film- und Fernsehfans werden zu schätzen wissen, dass sich die Beleuchtung des Heimkinos automatisch abdimmt.

In die KNX-Umgebung bis zu vier Panasonic Fernseher eingebunden werden. Steuerbar sind die Funktionen An/Aus (Standby), Lautstärke, Programm- und Quellenwahl, Wiedergabe von Bildern einer IP-Kamera, Anzeige von Bildschirmtext mit vordefiniertem Inhalt oder Nachrichten aus der KNX-Gebäudeautomation.

Zur Inbetriebnahme wird der ise Smart Connect KNX Panasonic einfach mit der vorhandenen KNX-Installation und dem Heimnetzwerk verbunden, in dem sich der Panasonic TV befindet. Anschließend wird eine Senderliste am TV erstellt und das Gateway über die herstellerunabhängige Konfigurationssoftware Engineering Tool Software (ETS) projiziert. Dann ist das System einsatzbereit.

„Durch die Kooperation mit Panasonic als Partner mit hervorragender Marktposition ermöglichen wir einem breiten Nutzerkreis die Vernetzung des TV-Gerätes in die Gebäudeautomation“, kommentierte Detlef Boss, Geschäftsführer bei der ise GmbH. „Zu dem Multimedia-Erlebnis liefert das intelligent vernetzte Panasonic TV-Gerät signifikante Mehrwerte in puncto Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz.“

„Wir sind sehr glücklich darüber, mit der ise Individuelle Software und Elektronik GmbH einen starken Kooperationspartner gewonnen zu haben, der unseren Anspruch teilt, die Nutzer und ihre individuellen Bedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen“, ergänzte Dirk Schulze, Head of Product Marketing TV/Home AV bei Panasonic Deutschland. „Mit unserer Partnerschaft und dem daraus entstandenen TV-Gateway führen wir den Ausbau unserer Aktivitäten im Bereich Smart Home konsequent fort.“

Der ise Smart Connect KNX Panasonic ist zum Preis von 335 Euro (UVP) ab sofort bestellbar. Er unterstützt alle 2019 Panasonic 4K-HDR TVs ab GXW804-Serie.

Mit dem ise Smart Connect KNX Panasonic Gateway lassen sich wichtige Smart Home Funktionen vom Panasonic TV aus steuern und überwachen.





Schon vor der offiziellen Markteinführung im September 2019 wurde der Philips 65OLED+984 mit dem EISA Award als Home Theatre TV 2019-2020 ausgezeichnet.

Zwei neue Philips OLED+ Fernseher auf der IFA

Premium der neuen Art

Mit zwei neuen OLED+ Flaggschiff-Modellen will TP Vision die positive Entwicklung von Philips TV in diesem Jahr weiter beschleunigen. Beide Neuheiten zeichnen sich dank der Zusammenarbeit mit dem Audio-Spezialisten Bowers & Wilkins durch hervorragende Klangqualität aus, die beim neuen OLED+984 sogar audiophiles Niveau erreicht. Um guten Ton geht es auch beim neuen Kopfhörer Philips PH805 mit Active Noise Cancelling und einem ausgezeichneten Preis-/Leistungsverhältnis.

Die neuen Philips OLED+ Modelle bieten nicht nur mehr Klang-, sondern auch mehr Bildqualität. Denn die dritte Generation des P5 Prozessors bringt die einzigartige Perfect Picture Technologie der Philips TVs noch einmal auf ein höheres Niveau. Dazu kommt bessere HDR-Leistung sowohl bei HDR10 und HDR10+ Signalen als auch – zum ersten Mal – die Verbesserung von Dolby Vision-kodiertem dynamischem HDR-Content. Die Geräte bieten mit der Android Pie Smart TV Oberfläche hohen Bedienkomfort und sind mit integriertem Google Assistant sowie Alexa Skill für Sprachsteuerung ausgestattet. Beide Modelle haben einen Subwoofer-Ausgang.

Premium neu definiert

Eine besondere Rolle im Philips OLED-TV Sortiment ist für den neuen OLED+984 reserviert. Nach Angaben seines Herstellers ist er mit dem fortschrittlichsten Soundsystem ausgestattet, das jemals zu einem Fernseher gehörte. Um ein audiophiles Niveau der Tonwiedergabe sicher-



Das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis des Philips 55OLED804 würdigte die Jury des EISA Awards mit der Auszeichnung „Best Buy OLED TV“.



Auch der Philips OLED+984 ist mit einem hochwertigen Soundsystem von Bowers & Wilkins ausgestattet, das elegant in den Fuß integriert ist. Für die Wandmontage wird das Soundsystem nach unten geklappt.



zustellen, wurde das Lautsprecher-System separat unter dem Fernseher angebracht. Von dort aus gibt es nicht nur Dialoge mit räumlicher Wirkung wieder, sondern füllt das ganze Zimmer auch mit erstklassigen Klängen.

Um das möglich zu machen, haben die Entwickler von Bowers & Wilkins spezielle Lautsprecher-Technologien eingebaut. So befinden sich im Gehäuse des Soundsystems je eine separate Einheit links, rechts und in der Mitte; davor steckt jeweils ein 100 mm messender Mittel-/

Basstöner. Die Hochtöner sind in der Mitte oben und an den Seiten rechts und links separat montiert. So werden sie nicht von den größeren Lautsprechern beeinflusst und geben die hohen Frequenzen mit außerordentlicher Klarheit wieder. Für noch mehr Bass-Fundament ist ein Subwoofer erhältlich.

Ergänzt werden die mechanischen Sound-Technologien durch einen hochwertigen Dolby Decoder mit Virtual Atmos, dessen raumfüllender Klang zusammen mit dem vierseitigen Ambilight des Gerätes vor allem bei Filmen

und Musikübertragungen eine geradezu spektakuläre Atmosphäre im Raum erzeugt. Das Gerät ist in 65 Zoll voraussichtlich ab September 2019 verfügbar.

Auch die in Bildschirmgrößen von 55 und 65 Zoll ebenfalls ab September erhältliche OLED+934 Serie ist mit einer separaten Lautsprecher-Einheit ausgestattet, die gemeinsam mit einem minimalistischen Metallelement als Standfuß fungiert. Alternativ kann das Gerät auch an der Wand montiert werden.

Das mit Kvadrat-Stoff bespannte Gehäuse aus glasfiber-verstärktem ABS ist nicht nur mit internen Rippen zur Vermeidung unerwünschter Resonanzen ausgestattet, sondern bietet doppelt so viel Platz für Lautsprecher wie das Soundsystem des erfolgreichen OLED+903. So konnten die Toningenieure nicht nur vier 30 mm Mitteltöner, zwei entkoppelte Tweeter und einen mittig angebrachten 80 mm Subwoofer unterbringen, sondern auch zwei nach oben gerichtete 50 mm Dolby Atmos Einheiten. Dadurch wird der OLED+934 zum ersten Philips TV mit 2.1.2 Dolby Atmos Unterstützung. Das Gerät erkennt und decodiert Dolby Atmos Signale automatisch und kann auch konventionelle Inhalte verbessern, um einen besonders räumlichen Klang zu erzeugen, dessen Wirkung durch das dreiseitige Ambilight des Gerätes unterstützt wird.

Noise Cancelling Kopfhörer TAPH805

Wenige Monate nach dem Neustart der Audiomarke Philips unter dem Dach von TP Vision erweitert der Hersteller zur IFA das Sortiment deutlich. Dazu gehört auch ein neuer Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung, der sich durch ausgezeichnete Tonqualität, komfortable Handhabung und interessante Zusatzfunktionen auszeichnet.

Die Active Noise Cancelling Technologie unterdrückt zuverlässig Außengeräusche und ermöglicht ungestörten Musikgenuss. Die Unterstützung von Hi-Res Audio ermöglicht in Verbindung mit kompatiblen Zuspiegeln feine Musikerlebnisse mit brillanten Höhen, detailreichen Mittellagen und satten Bässen. Für die Wiedergabe ist der Kopfhörer mit zwei 40 mm Neodymium-Treibern versehen, die eingebauten Akkus ermöglichen bis zu 30 Stunden Musikgenuss. Spezielle Ladefunktionen machen es zudem möglich, den Kopfhörer in nur fünf Minuten für zwei Stunden Betrieb aufzuladen. Nach 15 Minuten steht genug Strom für sechs Stunden Unterhaltung zur Verfügung. Dank der weich gepolsterten Ohrmuscheln und dem verstellbaren Bügel ist der Philips PH805 komfortabel zu tragen; für den Transport kann der Kopfhörer flach zusammengeklappt werden.

Für das Regeln der Lautstärke streicht man mit den Fingerspitzen über das Control Panel auf der Ohrmuschel; ein einfaches Tippen aktiviert oder deaktiviert die Noise Cancelling Funktion. Ein spezieller Awareness Mode macht es möglich, mehr von der Umwelt wahrzunehmen; das eingebaute Mikrofon verhindert Echoeffekte, wenn man selber spricht.

Mit einem einfachen Tipp auf das Control Panel des Philips TAPH805 kann man auch den Google Assistant aktivieren und sich Kalendereinträge, Nachrichten vom Smartphone, Playlists etc. vorlesen lassen. Der PH805 kommt im Oktober zum Preis von 179,99 (UVP) auf den Markt.



Henrik Köhler, Geschäftsführer TP Vision DACH

„Mit Premiumprodukten weiter wachsen“

PoS-MAIL hat vor der IFA mit Henrik Köhler, Geschäftsführer TP Vision DACH, nicht nur über die Neuheiten, sondern auch über die Marktposition von Philips TV und die Pläne fürs vierte Quartal gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Köhler, der TV-Markt ist derzeit nicht unbedingt ein Areal, für dessen Betreten man Vergnügungssteuer entrichten muss. Ist Ihre Vorfreude auf die IFA deshalb getrübt?

Henrik Köhler: Nein, im Gegenteil: Ich freue mich besonders auf die IFA 2019, weil wir dort in hervorragender Form antreten und wichtige Neuheiten präsentieren werden. Denn mit unseren Philips TVs haben wir 2019 deutlich besser abgeschnitten als der Markt und sind derzeit der am schnellsten wachsende Anbieter von Fernsehgeräten in Deutschland. Besonders freut uns dabei, dass wir nicht nur unsere Marktanteile nach Stückzahlen steigern, sondern auch einen höheren Durchschnittspreis pro Gerät erzielen können. Das tut nicht nur uns gut, sondern hilft auch unseren Partnern im Fachhandel.

PoS-MAIL: Worauf führen Sie diese Erfolge zurück?

Henrik Köhler: Am wichtigsten ist und bleibt die Produktqualität. Das wissen wir bei Philips TV besonders gut. Und hier haben wir in den letzten Jahren nicht nur Fortschritte gemacht, sondern uns in vielen Segmenten in Spitzenpositionen positioniert. Nicht ohne Grund haben wir drei Jahre hintereinander EISA Awards für unsere OLED-TVs erhalten. In diesem Jahr wurde unsere IFA Neuheit OLED+984 als Home Theatre TV des Jahres ausgezeichnet, und der 55 Zoll OLED 804 als Best Buy OLED 2019/2020. Darauf dürfen wir, glaube ich, ein wenig stolz sein.



Henrik Köhler, Geschäftsführer TP Vision DACH: „Wir sind guter Dinge, unsere erfreuliche Entwicklung auch im vierten Quartal fortsetzen zu können.“

PoS-MAIL: Nun besteht ein TV-Sortiment bekanntlich nicht nur aus preisgekrönten Spitzenprodukten. Wo liegen die Stärken Ihres Portfolios?

Henrik Köhler: Wir sind mit unserem Produktangebot sehr breit und vor allem gut aufgestellt, weil wir in den wichtigen Marktsegmenten die richtigen Geräte haben. Ein Beispiel dafür ist die Performance Serie, die sich tatsächlich im Sweet Spot des Marktes befindet und seit dem Frühjahr dem Handel gute Argumente liefert, die Kunden richtig, d. h. nach oben, zu beraten. Mit unseren 2019er OLED-TVs haben wir uns in der Oberklasse nochmals verstärkt und bieten jetzt eine differenzierte Aufstellung, die mit dem neuen OLED+984 in das absolute Premium-Segment vorstößt. Dieses Gerät ist wirklich viel mehr als ein Fernseher mit überragender Bildqualität und Ambilight. Ein Soundsystem macht nicht nur Filme, Serien, Sport-

und Musikübertragungen zu spektakulären Ereignissen, sondern kann auch bei ausgeschaltetem Bildschirm selbst audiophile Ansprüche erfüllen. Wenn ich IFA-Besuchern einen Rat geben darf, dann ist es der, sich diesen Fernseher nicht nur genau anzuschauen, sondern vor allem anzuhören.

PoS-MAIL: Seit diesem Jahr gibt es bei TP Vision Philips Audio-Produkte. Wie sind Sie mit dem Start zufrieden?

Henrik Köhler: Wir sind zufrieden, aber wir müssen weiter hart daran arbeiten, mit unserem gut positionierten Portfolio das Vertrauen vieler Handelspartner in die Marke zurück zu gewinnen. In dieser Hinsicht gibt es noch einiges zu tun, und deshalb zeigen wir auf der IFA zahlreiche Neuheiten aus dem Bereich Audio, darunter Soundbars, smarte Lautsprecher, Home Audio Systeme, Sound Machine und Uhrenradios. Besondere Aufmerksamkeit widmen wir dem Segment Kopfhörer, das sich bekanntlich zur Zeit durch hohe Nachfrage auszeichnet und in dem wir mit unserer IFA Neuheit mit Noise Cancelling ebenso mitspielen wollen wie mit den neuen True Wireless Modellen.

PoS-MAIL: Welche Pläne haben Sie für das vierte Quartal?

Henrik Köhler: Wir sind guter Dinge, unsere erfreuliche Entwicklung in diesem Jahr auch im nachfragestärksten Quartal fortsetzen zu können. Mit den IFA Neuheiten ist unser Produkt-Portfolio jetzt noch besser aufgestellt, und zusätzlich werden wir ab Oktober unsere Handelspartner mit einer sehr interessanten Aktion unterstützen, um die Konsumfreude der Kunden und den Abverkauf im Fachhandel kräftig anzufeuern.

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

Toshiba TV mit neuem Sortiment auf der IFA Besser in Bild und Ton

Toshiba TV wird auf der IFA sein neues Sortiment vorstellen, das zahlreiche Verbesserungen in Bild und Ton bringt. Dabei wird das Angebot von Fernsehern erstmals durch eine Toshiba Soundbar mit kabellosem Subwoofer und ein externes Alexa Mikrofon ergänzt. Die Neuheiten sollen schon im vierten Quartal 2019 in den Handel kommen.

Nachdem im vergangenen Jahr Dolby Vision und HDR10 in die Standard-Ausstattung der Toshiba UHD-Modelle integriert wurden, soll jetzt das eigens entwickelte Optimierungstool Tru Picture Engine für eine noch höhere UHD-Bildqualität sorgen. Durch die Kombination von Super Resolution, Micro Dimming und MEMC verbessert die Tru Picture Engine nicht nur der Kontrast der Hintergrundbeleuchtung, sondern skaliert Inhalte hoch, die niedriger als 4K aufgelöst sind.

Für besseren Klang hat Toshiba in das 2019er Line-Up nicht nur erneut DTS TruSurround HD integriert, sondern arbeitet bei den UHD-Modellen Toshiba mit der führenden Audio- und Heimkino-Marke Onkyo zusammen. „Sound by Onkyo“ ergänzt bei diesen Geräten die Verbesserung der Audio-Leistung durch die Nachbearbeitungstechnologie Dolby Audio Processing (DAP).

Größere App-Auswahl

Das Toshiba Smart Portal bietet zukünftig eine noch größere Auswahl an Apps, wie z. B. den beliebten Musikdienst Deezer.

Netflix und Prime Video sind in jedem Smart Portal des neuen Line-Ups integriert.

Erstmals ergänzt
Toshiba TV sein
Sortiment von
Fernsehern mit
einer Soundbar
(TY-WVB600)
mit kabellosem
Subwoofer.



Um die Nutzung des Amazon Sprachassistenten Alexa noch bequemer zu machen, hat Toshiba das Connect-Fernfeldmikrofon speziell für TVs entwickelt, das separat erhältlich sein wird. Es lässt sich ganz einfach via USB mit dem TV verbinden, um diesen nach der Anmeldung im Amazon Konto per Sprachsteuerung zu bedienen. Dabei ist nicht nur das Wechseln der Kanäle oder das Ändern der Lautstärke mit Sprachkommandos möglich, sondern die Nutzer können Alexa auch bitten, nach Songs auf Amazon Music, Deezer oder Tunes zu suchen,

die neuesten Nachrichten abfragen und Erinnerungen festlegen. Zudem kann man mit dem Mikrofon weitere smarte, Alexa-kompatible Geräte steuern, z. B. Glühbirnen oder Klimageräte.

Das neue Toshiba TV-Sortiment umfasst vier Produktlinien, mit insgesamt 13 Geräten in Größen zwischen 43 und 65 Zoll zu Preisen (UVP) von 479 bis 1.019 Euro. Das Alexa Mikrofon ist für 49 Euro (UVP) erhältlich, die Soundbar TY-WVB600 mit kabellosem Subwoofer soll 149 Euro (UVP) kosten.

freenet TV mit attraktivem Einstiegsangebot Einen Monat gratis

freenet TV nutzt die Einführung des neuen HD Moduls für DVB-T2 HD geeignete Fernseher bzw. Receiver für ein attraktives Einstiegsangebot. Die Kunden können das hochauflöste Fernsehen nicht nur einen Monat lang kostenlos testen, sondern bei Nichtgefallen auch den Kaufpreis für das Modul zurückerhalten. Der Fachhandel verliert in diesem Fall weder Umsatz noch Provision.



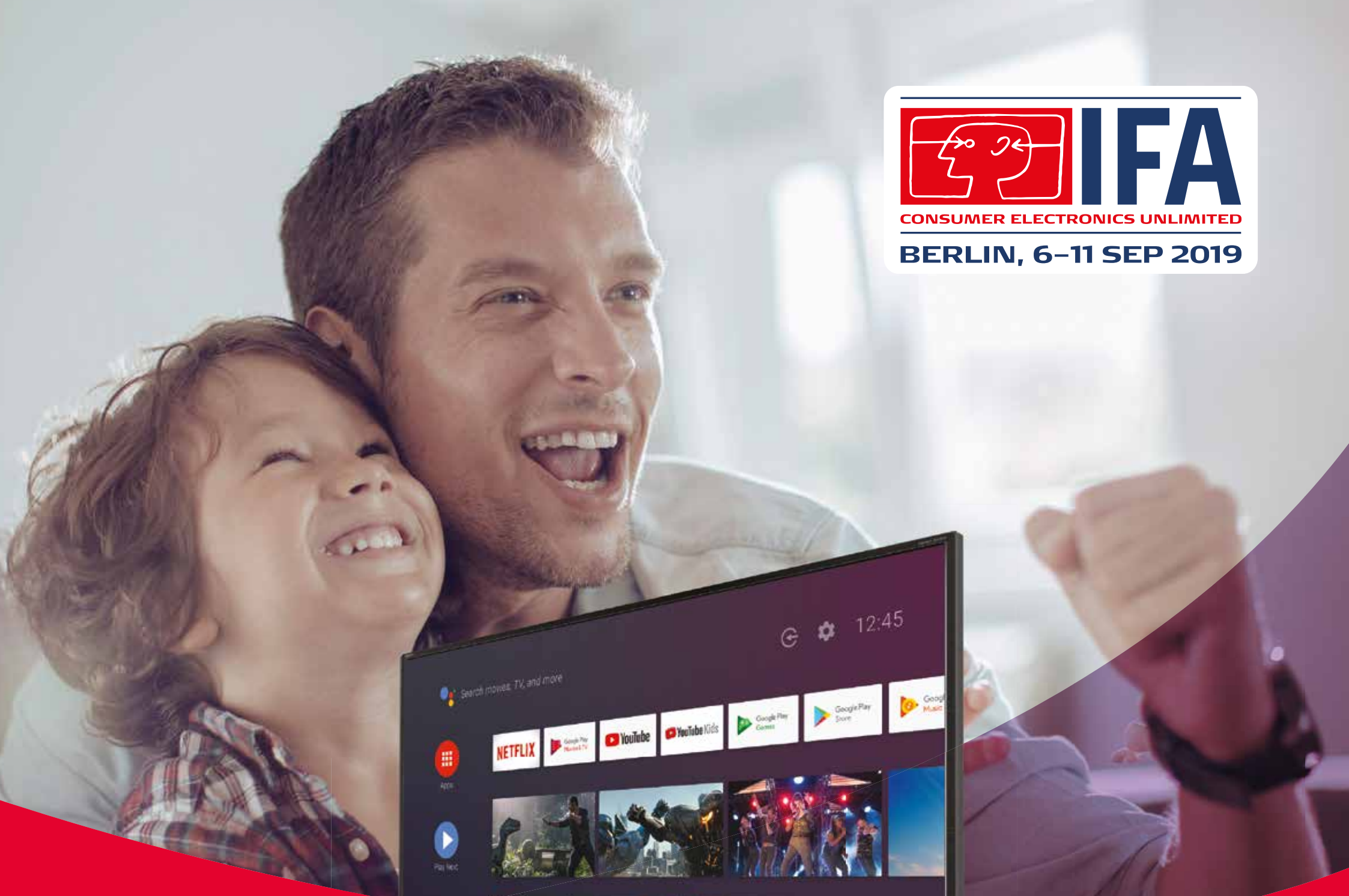
Wenn die Kunden das neue Modul zum Preis von 34,99 Euro (UVP) erworben haben, können sie sich nach der Aktivierung im Kundenkonto (www.freenet.tv) einen Gratismonat freenet TV als Willkommensgeschenk sichern. Auch das Modul kann dank der gleichzeitig gewährten freenet TV Geld-Zurück-Garantie 30 Tage lang unverbindlich getestet werden. Wenn trotz der bis zu 69 Top-sender in echtem Full HD die Begeisterung zu wünschen übrig lässt, entstehen den Kunden keine Kosten: Denn sie erhalten den Kaufpreis zurück, wenn sie innerhalb von 30 Tagen das HD Modul in der Originalverpackung zusammen mit einer Kopie des Kaufbelegs unter vollständiger Angabe ihres Namens, der Anschrift und der Bankverbindung an freenet TV zurückschicken.

Für den Handel ist dabei wichtig, dass diese Einstiegsaktion weder Arbeit macht noch Kosten verursacht. Denn die gesamte Abwicklung verläuft zwischen dem Kunden

und freenet TV; der Umsatz und die Provision bleiben im Handel. Der hat damit neben der hohen Programm-Qualität, der einfachen Installation ohne Smartcard und der Nutzung ohne automatische Verlängerung ein weiteres wichtiges Verkaufsargument.



Bis zu 69 HD Sender können mit freenet TV empfangen werden.



SHARP

androidtv

Enjoy effortless entertainment tailored for you.



Hall 11.2

Sharpconsumer.eu | [#sharpeurope_official](https://twitter.com/sharpeurope_official)

SHARP
Be Original.

Samsung setzt mit 8K und künstlicher Intelligenz die TV-Trends der IFA



Mit dem neuen Flaggschiff Q950R stellt Samsung auf der IFA schon die zweite Generation von 8K QLED-TVs vor. Sie erzielen mit Hilfe künstlicher Intelligenz und Spitzenhelligkeiten von bis zu 5.000 Nits eine noch höhere Bildqualität.

Die zweite 8K-Generation

Samsung hat das Thema 8K schon früh besetzt und damit einen der derzeit wichtigsten TV-Trends gesetzt. Bereits ein Jahr lang erfüllt der Marktführer mit QLED 8K die Kundenwünsche nach großen Display-Diagonalen, hochwertigem Design und immer besserer Bildqualität. Dieser frühe Start in die 8K-Zukunft gereicht Samsung nun zum Vorteil: Auf der IFA 2019 setzt Samsung mit der 2. Generation den QLED 8K eine Erfolgsgeschichte fort, an die im vergangenen Jahr einige noch nicht so recht glauben wollten.

Während andere Branchengrößen mit ersten eigenen 8K-Modellen nachziehen, baut Samsung mit dem neuen Flaggschiffmodell Q950R seine Vorreiterposition auf dem Markt weiter aus. Als einer der ersten Hersteller verbessert Samsung dabei die Bildgebung seiner 8K-TVs auf Basis von künstlicher Intelligenz.

Ungeachtet der Auflösung des Quellmaterials verbessert der integrierte Quantum Prozessor das Bild, so dass Zuschauer nahezu lebensechte Details und eine spektakuläre Tiefenwirkung genießen können. Dabei vergleicht der Fernseher mit Hilfe der 8K AI-Upscaling-Technologie die aktuellen Bildinhalte mit Millionen Referenzmustern und wählt daraufhin die optimale Formel aus, um das Bild zu verbessern. Die Datenbank wird durch maschinelles Lernen stetig erweitert.

Der Einsatz von KI ist jedoch nicht nur auf die Bildqualität beschränkt. Der Quantum Prozessor erkennt, ob der Sound aus einem Fußballstadion oder einem Action-Film kommt und sorgt für entsprechende Feinjustierung.

Auch der Universal Guide, mit dem Zuschauer ihre Lieblingssendungen im Handumdrehen finden, basiert auf einem KI-Algorithmus, der Video-on-Demand-Dienste und Fernsehgewohnheiten analysiert und daraufhin bevorzugte Inhalte vorschlägt.

QLED noch besser

Der Q950R profitiert auch von den neuesten Entwicklungen der QLED-Technologie. So konnte Samsung z. B. die Spitzenhelligkeit Jahr für Jahr verbessern. Der Q950R erreicht mit bis zu 5.000 Nits extreme Helligkeitswerte und zeigt selbst in sehr hellen Räumen besonders kontrastreiche Bilder an. Dies können Fachbesucher auf der IFA live erleben – und Händler schließlich auch am Point of Sale leicht demonstrieren.

„Der wichtigste Termin im Jahr“

Der Stand von Samsung Electronics ist auf der IFA wieder im CityCube Berlin zu finden. Dort zeigt der Technologiekonzern neben QLED 8K auch, welche praktischen Möglichkeiten die neuen, intelligenten Fernseher im Bereich Connected Living im Zusammenspiel mit der Plattform SmartThings bieten.



„Die IFA ist nicht nur für Samsung, sondern für alle Hersteller der wichtigste Termin im Jahr“, erklärte Leif-Erik Lindner, Vice President TV & AV, Samsung Electronics Deutschland. „Nirgends sonst können sich unsere Partner so leicht einen Überblick über die TV-Neuheiten verschaffen und erleben, wie diese bei den Konsumenten ankommen. Auch 2019 stellt Samsung seinen Führungsanspruch im TV-Markt unter Beweis und legt den Fokus auf die Trendthemen 8K und künstliche Intelligenz. Letztere bringt deutlich spürbare Verbesserungen für Bild, Ton und Bedienung mit sich – und damit starke Verkaufsargumente im Premiumsegment. Denn immer mehr Kunden haben verstanden, dass nicht nur die Hardware wie die Panel-Technologie und Auflösung für die Qualität eines Premium-TVs entscheidend sind.“

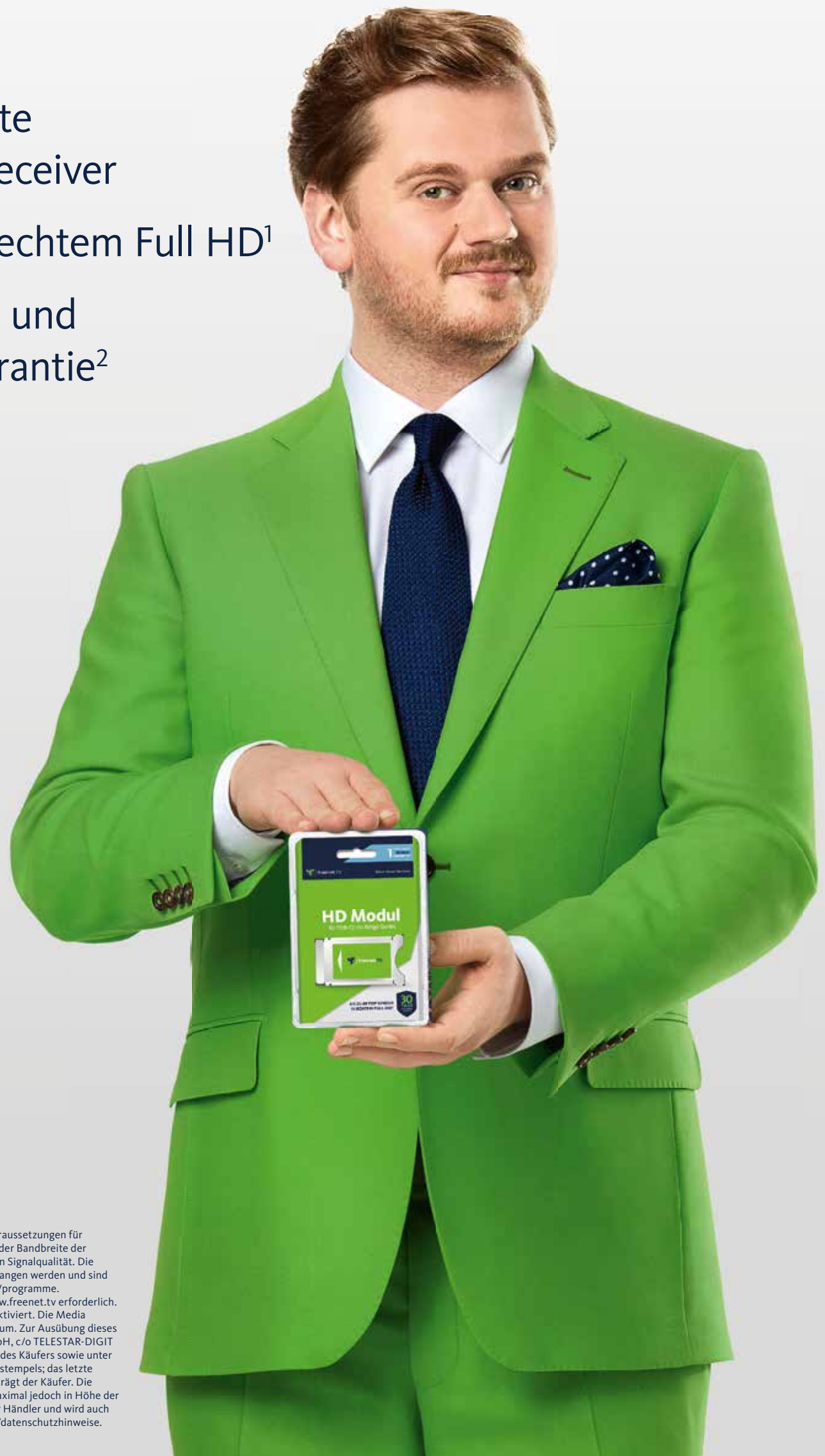


Leif-Erik Lindner,
Vice President TV & AV, Samsung Electronics Deutschland

Brillantes HD zum kleinen Preis!

- ✓ Für DVB-T2 HD geeignete HD-fähige TV-Geräte/Receiver
- ✓ Bis zu 69 Top Sender in echtem Full HD¹
- ✓ Inkl. 1 Monat freenet TV und 30 Tage Geld zurück Garantie²

**JETZT
NEU!**



www.freenet.tv

Media Broadcast GmbH | Erna-Scheffler-Straße 1 | 51103 Köln

¹ Einzelne Programme sind nur in Verbindung mit DVB-T2 HD über das freenet TV connect Angebot verfügbar. Die Voraussetzungen für freenet TV connect finden sich unter www.freenet.tv/connect. Die Qualität ist bei freenet TV connect abhängig von der Bandbreite der zur Übertragung genutzten Internetverbindung des Kunden und der vom Programmanbieter zur Verfügung gestellten Signalqualität. Die öffentlich-rechtlichen Programme können über ein mit dem DVB-T2 HD gekennzeichnetem Empfangsgerät frei empfangen werden und sind nicht Teil von freenet TV. Weitere Informationen zu den genauen Programmen entnehmen Sie unter www.freenet.tv/programme.

² Für die Freischaltung von freenet TV ist das Anlegen eines Kundenkontos unter Angabe einer E-Mail-Adresse auf www.freenet.tv erforderlich. Der ausgezeichnete Gratismonat beginnt, sobald der Kunde den in seinem Kundenkonto hinterlegten Gratismonat aktiviert. Die Media Broadcast GmbH gewährt bezüglich dieses HD Moduls ein Rückgaberecht von 30 Tagen beginnend mit dem Kaufdatum. Zur Ausübung dieses Rückgaberechts muss das HD Modul innerhalb von 30 Kalendertagen nach dem Kaufdatum an Media Broadcast GmbH, c/o TELESTAR-DIGIT GmbH, Am Weiher 14, 56766 Ulmen unter vollständiger Angabe des Namens, der Anschrift und der Bankverbindung des Käufers sowie unter Beifügung einer Kopie des Kaufbelegs in der Originalverpackung zurückgesendet werden. Es gilt das Datum des Poststempels; das letzte mögliche Einsenddatum ist der 30.06.2020. Sämtliche im Zusammenhang mit der Rücksendung anfallende Kosten trägt der Käufer. Die Erstattung des Kaufpreises – sofern das HD Modul voll funktionsfähig und optisch einwandfrei ist: in voller Höhe, maximal jedoch in Höhe der UVP 34,99 Euro – erfolgt innerhalb von 6-8 Wochen nach Eingang der Rücksendung. Das Rückgaberecht gilt nicht für Händler und wird auch beim Kauf mehrerer HD-Module nur einmal pro Kunde gewährt. Datenschutzhinweise siehe <https://www.freenet.tv/datenschutzhinweise>.



freenet TV

Einfach.Besser.Fernsehen.

Die neue Sony Deutschland Spitze erwartet

Die Premium Partnerschaft



Mit Modellen wie dem OLED TV A9 (oben) und den LCD-Fernseher XG95 (rechts) bietet Sony dem Fachhandel die Möglichkeit, in beiden TV-Segmenten Premium-Produkte zu verkaufen.

Während Thilo Röhrig in der deutschen Consumer Electronics Branche seit Jahren gut bekannt ist, ist der neue Country Head von Sony Deutschland, John Anderson, ein neues Gesicht. Unerfahren ist er allerdings nicht, denn er arbeitet bereits seit knapp drei Jahrzehnten in Führungspositionen für Sony. Als Geschäftsführer von Sony Österreich sammelte er bereits Erfahrungen im deutschsprachigen Raum. Zu seinen weiteren Tätigkeiten gehörten die Position des Vice President Customer Service Europe, Vice President Home Entertainment & Sound und zuletzt die Funktion als Country Head von Sony Großbritannien & Irland.

Die neue Spitze von Sony Deutschland hat ihre Positionen in einer herausfordernden Zeit angetreten, denn der TV-Markt ist bekanntlich nicht gerade von Wachstum geprägt. Marktveränderungen wie die Zentralisierung des Handels, Wirtschaftskrisen und die wachsende Marktmacht von globalen Online-Unternehmen wie Amazon machen das Leben für alle Beteiligten nicht



einfacher. Zusätzlich integriert Sony Deutschland in diesem Jahr die Mobile Sparte des Unternehmens, die zuvor in Düsseldorf ein Eigenleben führte. PoS-MAIL hat mit John Anderson und Thilo Röhrig über ihre Pläne für die Weiterentwicklung des Deutschland-Geschäfts und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Anderson, Sie sind von Ihrer Position als Country Head von Sony in Großbritannien & Irland nach Deutschland gekommen. Fühlen Sie sich in Ihrer neuen Heimat wohl?

John Anderson: Ich fühle mich in Deutschland sehr wohl, weil ich auf der sehr positiven Entwicklung der letzten Jahre aufbauen kann. Besonders beeindruckt bin ich von dem guten und soliden Verhältnis zum Fachhandel und zu den Zentralen der großen Kooperationen. In diesem Segment haben wir in den vergangenen zwei Jahren unseren Marktanteil verdoppelt. Das sind gute Voraussetzungen, um diese Partnerschaften strategisch auszubauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen zu erzeugen.

Seit dem 1. April dieses Jahres hat Sony Deutschland eine neue Spitze. Zu diesem Termin übernahm John Anderson die Position des Country Head, und der langjährige Vertriebsdirektor Thilo Röhrig erweiterte als Commercial Director Consumer Audio Video (CAV) seinen Verantwortungsbereich um das Marketing. Auf der IFA wollen beide Manager dem Fachhandel nicht nur spannende Neuheiten in den Bereichen Digital Imaging, Home Entertainment, Personal Audio und Mobile vorstellen, sondern auch über eine noch intensivere Zusammenarbeit bei der Vermarktung von margenträchtigen Premium-Produkten sprechen.

PoS-MAIL: Worauf führen Sie die positive Entwicklung der letzten Jahre zurück?

John Anderson: Die Tatsache, dass wir trotz der harten Bedingungen, die in den letzten Jahren das TV-Segment kennzeichneten, stetig Kunden gewinnen, ist eine Bestätigung für die Produkt-Strategie von Sony und die Aktivitäten meines Kollegen Thilo Röhrig beim Vertrieb über den Fachhandel. Sony hat sich in den letzten Jahren zu Recht auf das Premium-Segment konzentriert. Aktuell bieten wir dem Fachhandel mit der Sony Bravia XG95 Serie, dem ZG9 und dem AG9 aus der Master Serie ein erstklassiges Premium-TV Sortiment an, das sowohl in der OLED- als auch in der LCD-Klasse Spitzenprodukte enthält. Das ist die Voraussetzung dafür, dass unsere Handelspartner mit Sony den höchstmöglichen Tagesumsatz pro Kunde generieren können, wie sich in aktuellen GfK-Analysen zeigt.

PoS-MAIL: Wie helfen Sie Ihren Handelspartnern bei der Vermarktung dieses anspruchsvollen Produktes?



John Anderson, Country Head Sony Deutschland: „Wir wollen die Partnerschaften mit dem Fachhandel und den Kooperationszentralen strategisch ausbauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen erzeugen.“

auf der IFA den Fachhandel



Thilo Röhrig, Commercial Director Consumer Audio Video (CAV): „Gerade in diesen Zeiten braucht der Fachhandel zuverlässige Lieferanten von margenstarken Premium-Produkten.“

Thilo Röhrig: Mit unserem 50-köpfigen Außendienst haben wir eine der größten Mannschaften der Branche und sind in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen. Dazu gehören auch Schulungsmaßnahmen und die Entwicklung individueller PoS-Lösungen. Im Premium-TV Segment bieten wir dem Fachhandel zudem besonders attraktive Start-Konditionen und gewährleisten einen 100-prozentigen Lagerwert-Ausgleich, unabhängig vom Bezugsdatum.

PoS-MAIL: Wollen Sie mit solchen Strategien und Produkten die Nachfolge von Loewe im oberen Marktsegment antreten?

Thilo Röhrig: Die Insolvenz und Abwicklung von Loewe ist ein großer Verlust für die gesamte Branche. Trotzdem ist es richtig, dass der Fachhandel gerade in diesen Zeiten zuverlässige Lieferanten von margenstarken Premium-Produkten braucht. Hier hat Sony viel zu bieten. Übrigens nicht nur bei den Fernsehgeräten, sondern auch im Audio-Segment, wo wir für unsere Kopfhörer WH-1000XM3 mit Geräusch-Minimierung soeben einen EISA Award gewonnen haben. Und natürlich möchte ich auch das Segment Digital Imaging nicht unerwähnt lassen, in dem wir nicht weniger als sechs EISA Awards eingesammelt haben. Besonders stolz sind wir auf die Auszeichnung in der Klasse „Foto Innovation“, denn als Kamerahersteller hat Sony bekanntlich eine viel kürzere Tradition als andere große Namen, und deshalb freuen wir uns, dass die bahnbrechende Innovation, die unser Echtzeit-Autofokus darstellt, von der EISA Jury anerkannt wurde.

PoS-MAIL: Versprechen Sie sich von der Integration von Sony Mobile eine weitere Stärkung des Portfolios?

John Anderson: Unbedingt, denn im Gegensatz zum Wettbewerb ist Sony jetzt in der Lage, den Kunden gemeinsam mit dem Fachhandel komplette Produktwelten anzubieten. Dazu gehört z. B. ein perfekt abgestimmtes

Zubehör-Sortiment mit Bluetooth-Speakern oder Kopfhörern, die für praktisch jeden Smartphone-Nutzer dazugehören.

PoS-MAIL: Ist das nicht eine Herausforderung für Ihre Vertriebsmitarbeiter?

John Anderson: Die Integration eines so wichtigen Geschäftsbereichs ist eine Herausforderung für alle Beteiligten. Deshalb konzentrieren wir uns im Moment darauf, alle Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit den neuen Produkten vertraut zu machen, damit sie in der Lage sind, das gesamte Sony-Portfolio zu vermarkten und unsere Handelspartner dabei effizient zu betreuen.

PoS-MAIL: Wo liegen die personellen Verantwortlichkeiten für Sony Mobile?

John Anderson: Seit dem Frühjahr wurde das Vertriebs- und Marketing-Team von Sony Mobile in die Deutschland-Organisation von Sony Consumer Electronics eingegliedert. Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes verantwortet Thilo Röhrig auch den gesamten Mobile-Vertrieb. Innerhalb dieser neuen Strukturen ist Jan Costa-Thiele als Sales Head Mobile Operators für die strategische Weiterentwicklung dieses Bereiches ver-

antwortlich, um z. B. Vermarktungskonzepte für den neuen Mobilfunkstandard 5G in Sony Xperia Smartphones zu entwickeln. Darüber hinaus prüfen wir, ob der Bereich Mobile Operators in Zukunft als zusätzlicher Vertriebskanal für das CAV-Portfolio agieren könnte, um weitere Synergien zu schaffen.

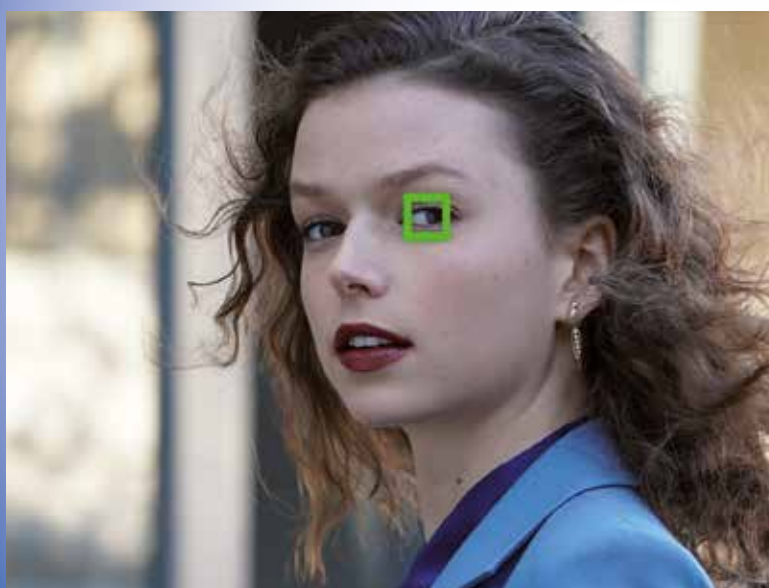
PoS-MAIL: Welche Produkt-Highlights zeichnen das Sony Mobile Portfolio aus?

Thilo Röhrig: Wir haben in diesem Jahr mit dem Xperia 10 und Xperia 10 Plus zwei wichtige Produkte in der Supermittellasse eingeführt und auch im Einstiegs-Segment mit dem Xperia L3 ein hervorragendes Produkt auf den Markt gebracht. Unser Flaggschiff ist natürlich das Xperia 1, das als erstes Smartphone mit einem 21:9 CinemaWide Format Display mit 6,5 Zoll großem 4K HDR OLED-Panel aufwartet. Mit seiner Triple-Kamera, die wichtige Technologien aus unseren erfolgreichen Alpha-Systemkameras enthält, deckt dieses Spitzenmodell mit drei 12-Megapixel-Modulen den gesamten Brennweitenbereich vom Super-Weitwinkel über Weitwinkel bis Tele ab. Das sind wegweisende Features, mit denen wir die Smartphone-Fotografie auf ein neues Niveau heben wollen. Eine solche Innovation passt perfekt zu unserem Premium-Portfolio, das wir gemeinsam mit dem Fachhandel weiter nach vorne bringen wollen.

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



Die Alpha 6400 Systemkamera gewann ebenfalls einen EISA Award. Sie ist mit dem Echtzeit-AF mit Augenerkennung ausgestattet, den die EISA Jury separat als Foto Innovation 2019/2020 auszeichnete.



Die Triple-Kamera des mit einem innovativen 21:9 Display ausgestatteten Smartphone Flaggschiffs Xperia 1 enthält wichtige Technologien aus den Alpha-Systemkameras.



Die Noise-Cancelling-Technologie des Kopfhörer WH-1000XM3 von Sony, der soeben einen EISA Award gewonnen hat, erzielt eine viermal höhere Signalverarbeitungsleistung als das Vorgängermodell.

Der WhatsApp-Service von HD+ Kommunikation am PoS



Timo Schneckenburger, HD+ Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, ist eines der Gesichter der HD+ POST.

Mit seinem innovativen WhatsApp-Service hat sich HD+ in diesem Jahr das Ziel gesetzt, ein Angebot zu entwickeln, das weit über die Möglichkeiten bisheriger Newsletter hinausgeht, um das Verkaufspersonal am PoS auf kurzem und schnellem Wege direkt zu erreichen. Der Händler-Service für die Hosentasche heißt zwar nicht PoS-MAIL, aber immerhin HD+ POST und soll immer zur Hand sein.

Dabei soll es nicht um einseitigen Informationsfluss gehen, denn die Verantwortlichen versprechen sich vom Medium WhatsApp auch einen unterhaltsamen Austausch mit Händlern und Verkäufern. „Wir sind der festen Überzeugung, dass man gut gelaunt besser verkaufen kann“, erklärte Timo Schneckenburger, HD+ Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. „Wir wollen alles außer langweilen – auch wenn das heißt, dass ich in einer Folge

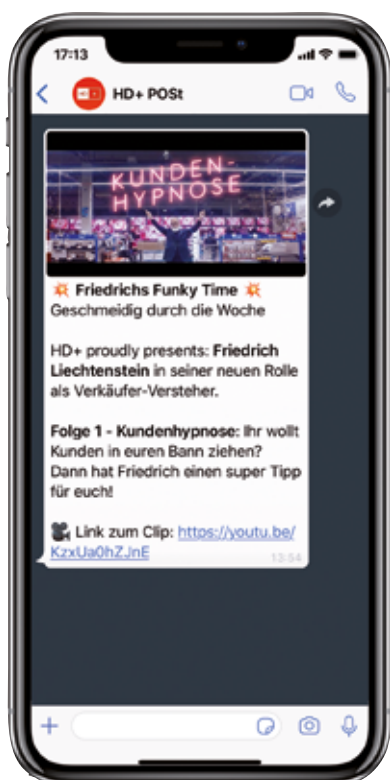
unserer Formel 1 Koch-Show meinen Wetteinsatz einer originalgetreuen Champagner-Dusche einlöse.“

Timo Schneckenburger ist neben dem Testimonial Friedrich Liechtenstein eines der Gesichter der HD+ POST. Das wird auch gleich mit der Willkommensnachricht deutlich, denn sie lautet: „Ausnahmsweise senden wir nicht über Satellit. Und ausnahmsweise darf auch mal einer der Chefs ran.“ Unterstützt wird Schneckenburger bei den WhatsApp-Auftritten unter anderem von Vertriebschef Andreas Müller-Vondey, Key Accounter Raoul Ibler und Pressesprecher Frank Lilie. So treten Lilie und Schneckenburger gemeinsam in der Formel 1 Koch-Show auf und servieren Sendeinweise auf bevorstehende Formel-1-Rennen in mundgerechten Happen. In dem kulinarischen Auf und Ab wird klassische B2B-Kommunikation kreativ verpackt.

Wieder mit Liechtenstein

Der Entertainer Friedrich Liechtenstein, bekannt durch seinen markanten tiefen Bariton aus der vorherigen TV-Kampagne, durfte auch für die aktuellen Werbespots erneut vor die Kamera, um die Integration von HD+ in die aktuellen TV-Modellreihen von Samsung und Panasonic zu kommunizieren. In „Ultratime“ erklärt er zum Beispiel charmant und lässig die Funktionen der HD+ Komfort-Funktion. Sie ermöglicht den Neustart von Sendungen sowie den direkten Zugriff auf Mediatheken und bietet zusätzlich einen innovativen, interaktiven TV-Guide, mit dem Zuschauer schnell die von ihnen bevorzugten Inhalte finden können. Für diesen Mehrwert entstehen den HD+ Nutzern keine zusätzlichen Kosten.

Auch in der HD+ POST spielt Liechtenstein neben dem Team aus dem Unternehmen eine tragende Rolle. In Videoformaten wie der „Funky Time mit Friedrich Liechtenstein“ dreht sich auf unterhaltsame und informative Weise alles um das (Arbeits-) Leben und Leiden eines Verkäufers. „Wir zeigen, dass B2B-Kommunikation auch unterhaltsam sein kann“, begründete Schneckenburger das Konzept des neuen WhatsApp-Dienstes. „Dazu gehört auch, dass man sich und seinen Job selbst auf die Schippe nimmt.“ Ganz in diesem Sinne wurde Liechtenstein von HD+ in den Knast geschickt. In „Friedrich deckt auf“ geht er „investigativ“ den Schicksalen von gescheiterten Verkäufern auf den Grund und demonstriert unverblümt, welche verheerenden Folgen falsche Kundenberatung für alle Betroffenen haben kann. Immerhin hilft er den Inhaftierten auch mit praktischen Verkaufstipps bei der Resozialisierung.



In Videoformaten wie der „Funky Time mit Friedrich Liechtenstein“ wird das (Arbeits-)Leben und Leiden eines Verkäufers aufs Korn genommen.



Auch über die aktuellen UHD-Programme wird in der HD+ POST informiert.

News und Aktionen

Neben unterhaltsamen Videos bietet die HD+ POST inhaltlich eine Mischung aus News aus dem Handel, Sonderaktionen sowie Einblicke hinter die Kulissen. Dazu zählt auch die Suche nach einem vermissten HD+ Einhorn. In enger Absprache mit einem Markt aus Norddeutschland wurde die HD+ Händler- und Verkäufercommunity dazu aufgerufen, nach dem Fabelwesen zu fahnden. Der Hintergrund ist real: Es handelt sich um ein Motiv der aktuellen Werbekampagne von HD+, das im betroffenen Markt großflächig auf einer Außenfassade angebracht war – und über Nacht entwendet wurde.

Nachrichten wie diese sind aber zum Glück die Seltenheit, denn meist geht es um positive Neuigkeiten. So werden regelmäßig die kommenden UHD-Sendungen vorgestellt, um die Verkaufsgespräche am PoS zu unterstützen. Denn das Programm mit spannenden Inhalten ist am Ende das wichtigste Verkaufsargument. Im September sollen vor allem Sport-Highlights wie die mit Spannung erwartete EM-Qualifikation Deutschland gegen Holland oder die Übertragungen der Qualifyings und Rennen der Formel 1 auf RTL UHD die Kunden überzeugen.

Der Weg zur HD+ POST

Die Teilnahme an dem innovativen Dienst ist ganz einfach: Dazu wird hd-plus.de/whatsapp auf dem Smartphone geöffnet und in wenigen Schritten HD+ POST abonniert. Damit die Kommunikation in beiden Richtungen funktioniert, können die Abonnenten Fragen stellen oder Anmerkungen machen. Auch technische Rückfragen können so kurzfristig geklärt werden. „Wir erwarten, in Kürze die Marke von 1.000 Abonnenten zu knacken“, betonte Schneckenburger. „Angesichts unserer sehr engen Kernzielgruppe ist das ein beachtlicher Zwischenstand.“

Auf der Basis des persönlichen Feedbacks der Abonnenten wird der WhatsApp-Service ständig weiter entwickelt, um der Ziel-

gruppe immer wieder etwas Neues zu bieten. „Kommunikation ist für uns keine Einbahnstraße“, sagte Schneckenburger. „Aber vor allem soll die HD+ POST ganz einfach Spaß machen.“

Im Dialog mit den Nutzern entstand übrigens die Idee für die Gründung einer HD+ Facebook-Gruppe. HD+ findet die Idee gut – und überlegt derzeit, was man daraus machen kann.



Der WhatsApp Dienst kann in wenigen Schritten abonniert werden.

Telekom, Telefónica und Vodafone starten Mobile Connect

Mit dem weltweit etablierten, handybasierten Login-Verfahren Mobile Connect wollen die Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland und Vodafone Deutschland den Konsumenten eine einfache und geschützte Anmeldung bei Internet-Angeboten auf PCs, Tablets und Mobiltelefonen ermöglichen. Dafür wird lediglich ein Smartphone und die Handynummer benötigt, die Eingabe von Nutzernamen und Passwort fällt weg. Mobile Connect könnte künftig auch digitale Behördengänge ermöglichen.

Mit Mobile Connect kann die persönliche Handynummer als Nachweis einer eindeutigen digitalen Identität für Anmeldungen in Online-Portalen und Webshops genutzt werden. Damit wollten die drei Netzbetreiber Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland und Vodafone Deutschland mehr Komfort bieten und gleichzeitig Datendieben den Kampf ansagen. Das Verfahren kommt ohne Email-Adresse und Passwort aus und soll einen entscheidenden Beitrag zu mehr Sicherheit beim Login leisten. Bisher erfolgt der Zugang zu Online-Angeboten in der Regel per Nutzernamen und Passwort, wobei Letzteres besonders häufig ein Sicherheitsrisiko darstellt. Denn viele Konsumenten verwenden einfach zu erratene Passwörter wie beispielsweise ihren Vornamen, „qwertz“ oder „123456“, und wechseln sie viel zu selten. Dadurch werden Zugangsdaten zu einem bevorzugten Ziel für Hacker.

Bei Mobile Connect erfolgt die Identifikation des Kunden beim Login nicht mit einem Passwort, sondern über das Handy. Nach Eingabe der Mobilfunknummer im Internet-Portal wird eine SMS an das Handy des Kunden geschickt. Über den in der Textnachricht integrierten Link bestätigt Nutzer den Erhalt. Dadurch erlaubt er dem Netzbetreiber die verschlüsselte Übermittlung einer „pseudonymisierten Kundenreferenznummer“ an den Portalbetreiber. Im Klartext: Der Netzbetreiber bestätigt dem Portal, dass der Anwender „echt“ ist, ohne dessen Mobilfunknummer preiszugeben. So kann der Betreiber den Kunden immer wieder zuordnen und gewährt auch ohne Passwort Zugang zum Onlineshop, sofern dieser von dem zur Nummer gehörenden Mobilgerät auf das Angebot zugreift.

Auch wenn ein Betreiber zunächst an einem passwortbasierten Login festhält, kann die neue Lösung nach Ansicht der drei Netzbetreiber die Sicherheit deutlich verbessern, wenn sie als zweiter Faktor (2FA) zusätzlich zum Passwort genutzt wird. Eine solche doppelte Absicherung wird von vielen Fachleuten seit langem gefordert.

Mit der 2017 gegründeten branchenübergreifenden Identitätsplattform Verimi haben die Mobilfunkanbieter einen ersten großen Partner für Mobile Connect in Deutschland gewonnen. Verimi ermöglicht den Kunden ab sofort, sich via Mobile Connect mit ihrer Mobilfunkrufnummer zu identifizieren.

Die drei Netzbetreiber wollen Mobile Connect schnell als sichere Alternative zu den passwortbasierten Login-Verfahren auf Facebook, Google, Amazon und Co. etablieren. Für Anbieter digitaler Inhalte sowie Portal- und Shop-Betreiber habe das Verfahren erhebliche Vorteile, betonten sie in einer Pressemitteilung. Das neue

Login-Verfahren bringe Kunden sicher in den Shop und schnell zum Kauf. Als Ergebnis seien höhere Abschlussquoten, mehr Umsatz und ein geringeres Betrugsrisiko zu erwarten. So könnten Banken sowie Anbieter von elektronischen Bezahlendiensten, Medien, Unterhaltung, soziale Netzen, Reise oder Logistik von dem Dienst profitieren, der zudem einen sinnvollen Beitrag zur Digitalisierung von Geschäftsprozessen und im Hinblick auf eGovernment leisten könne.

Nach dem Start wollen die drei Netzbetreiber Mobile Connect zügig ausbauen und mit weiteren Authentifizierungs-

methoden und neuen Verfahren mehr Bedienkomfort und -geschwindigkeit ermöglichen. Dabei soll das Angebot auch wachsenden Sicherheitsanforderungen angepasst werden. Die Deutsche Telekom, Telefónica und Vodafone führen derzeit intensive Gespräche mit deutschen und internationalen Dienst-Anbietern über den Einsatz der neuen Identitätslösung und wollen alle Mobilfunkmarken und virtuelle Netzbetreiber ohne eigenes Netz einladen, den GSMA-Standard Mobile Connect ebenfalls zu unterstützen. Nach Angaben der GSMA haben 70 Netzbetreiber in fast 40 Ländern Mobile Connect bereits eingeführt.

METZ

S9A Serie

METZ blue OLED-Wochen

Tauchen Sie ein in die OLED-Welt mit atemberaubenden Rabatten.

bis zu
500 €
OLED-Rabatt

PLUS X AWARD
2019 ausgezeichnet für:
High Quality
Design
Bedienkomfort
www.plusxaward.de

androidtv



UHD 4K

HDR 10

Timeshift
USB

OLED-Rabatt gültig im Aktionszeitraum vom 26. August bis 31. Oktober 2019 für die METZ blue Modelle DS9A26A - 65" (165 cm) mit 500,- € Rabatt und 55" (139 cm) mit 400,- € Rabatt / Energieeffizienzklasse B – Spektrum A++ bis E. Beim teilnehmenden Fachhändler und nur solange der Vorrat reicht. Google, Android TV, Google Play und das Google Play Logo sind Marken von Google LLC. Dolby, Dolby Audio und das Doppel-D-Symbol sind eingetragene Marken von Dolby Laboratories.

Aqua-Technologie von Robert Thomas

Nicht nur sauber, sondern frisch

Vor einem Jahr stellte die in Neunkirchen ansässige Robert Thomas Metall- und Elektrowerke GmbH & Co. KG eine Weltneuheit vor: Mit dem beutellosen Cycloon Hybrid kam erstmals ein Sauger auf den Markt, der mit Hilfe der easyBox nicht nur Schmutz beseitigt, sondern dank der Aqua-Frische-Box auch die Luft reinigen kann.



Der Vorgang, den Robert Thomas „Frischesaugen“ nennt, ist einfach: Die Aqua- Frische-Box wird vor jedem Saugvorgang mit einem Liter frischem Leitungswasser befüllt. Die Handhabung ist simpel, denn kein übel riechender und Allergien anregender Staub wird aufgewirbelt. Für schnelles Saugen zwischendurch wird die easyBox verwendet oder ein XXL-Staubbeutel mit 6 Liter Fassungsvermögen genutzt.

Modelle mit Aqua-Technologie

Neben dem Cycloon Hybrid, der in den Modellvarianten Pet & Friends (UVP: 299,95 Euro), LED Parquet (Nur online, UVP: 329,95 Euro) und Family & Pets (UVP: 349,95 Euro) erhältlich ist, hat Robert Thomas weitere Sauger mit der Aqua-Technologie ausgestattet.

Der Thomas Aqua+, erhältlich als Pet & Family (UVP: 299,95 Euro), Allergy & Family (UVP: 349,95 Euro) und Multi Clean X10 Parquet (UVP: 399,95 Euro), ermöglicht das Frischesaugen mit der Aqua-Box, während extra-große Papierstaubbeutel den trockenen Schmutz sicher aufnehmen. Eine innovative Sprüh-Wisch-Saugfunktion ermöglicht die effektive Reinigung von Polstern, Teppichen und Hartböden.

Mit dem Thomas perfect air ist ein weiteres Modell in den Varianten allergy pure (UVP: 249,95 Euro), animal



Der Pet & Friends von Robert Thomas ist nur eine Modellvariante, die mit der „Frischesaugen“-Technologie ausgestattet ist.

pure (UVP: 249,95 Euro) und feel fresh (UVP: 229,95 Euro) mit Aqua-Technologie erhältlich.

Umfangreiches Zubehör

Allen Thomas Saugern mit Aqua-Technologie gemeinsam ist ein Aktionsradius von 11 m; das Kabel wird automatisch aufgewickelt, 360° Easy-Drive Lenkrollen sorgen für leichtes Manövrieren. Je nach Modell gibt es umfangreiches Zubehör, darunter z. B. eine umschaltbare Tierhaarbodendüse mit Verriegelung, eine Bodendüse mit LED-Licht und Fuß-Click, eine Sprühex-Polsterdüse und vieles mehr.

In Halle 4.1, Stand 210, präsentiert Robert Thomas Nass- und Trockenlösungen für jeden Haushalt, mit denen sich Teppiche, Teppichböden und Polster, PVC- und Natursteinböden, Fliesen und sogar Laminat und Parkett reinigen lassen.

Innovatives Seminarkonzept für den Handel

Wissen mit De'Longhi

Mit einem neu gestalteten Seminarkonzept will De'Longhi Deutschland bestehende und neue Handelspartner von den Vorteilen der drei Marken De'Longhi, Kenwood und Braun überzeugen. Um die Seminarinhalte zielgruppengerecht zu bündeln, gibt es künftig neben der De'Longhi Coffee World auch die Cook & Care Academy für Kenwood und Braun.

„Neben Fachwissen geben wir den Teilnehmern einfache Argumente in puncto Beratung sowie eigene Erfahrungen und relevante Geschichten mit auf den Weg“, so René Némorin, Marketing Director De'Longhi Deutschland GmbH. „So können die Handelspartner Kunden in den jeweiligen Produktwelten und mit unseren Produkten entsprechend umfassend beraten und im Verkaufsgespräch überzeugen.“

Die Erweiterung des Seminarangebots bietet Händlerinnen und Händlern künftig die Möglichkeit, gleich zwei Seminare mit

unterschiedlichem Fokus zu buchen, um so noch tiefer in die Markenwelten von De'Longhi einzutauchen. In der Coffee World zeigen Experten, welche Technologien in den Kaffeevollautomaten und Siebträgermaschinen von De'Longhi stecken und verraten Techniken für die richtige Mahlgradeinstellung sowie die korrekte Temperatur für perfekten, feinporigen Milchschaum. In der modernen Cook & Care Academy der Marken Kenwood und Braun geht es ganz praktisch und genussvoll um die Themen Essenzubereitung und Bügeln. Hierbei stehen innovative Entwicklungen, neue Designkomponenten und alltagserleichternde Funktionalitäten im Fokus.

In der De'Longhi Coffee World können sich die Teilnehmer über die Technologien in den Kaffeevollautomaten und Siebträgermaschinen von De'Longhi informieren.



Um ein echtes Lifestyle-Erlebnis zu schaffen, werden die Veranstaltungsorte der Seminare passend zum Markenimage und den Inhalten ausgewählt. Die teilnehmenden Händlerinnen und Händler können also interessante und spannende Tage in angesagten Locations erwarten. Intensive Beratung, ausgiebige Tests und umfassendes Expertenwissen zu De'Longhi, Kenwood und Braun runden das Programm ab. Das neue Seminarkonzept geht rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft ab Ende September an den Start.

Termine

Coffee World by De'Longhi

- Idstein, 25. September 2019 • Stuttgart, 16. Oktober 2019
- München, 23. Oktober 2019 • Velbert, 30. Oktober 2019
- Leipzig, 6. November 2019 • Hamburg, 13. November 2019
- Berlin, 19. November 2019 • Köln, 21. November 2019

Cook & Care by Kenwood und Braun

- Idstein, 24. September 2019 • Stuttgart, 15. Oktober 2019
- München, 22. Oktober 2019 • Velbert, 29. Oktober 2019
- Leipzig, 5. November 2019 • Hamburg, 12. November 2019

40 Jahre Severin in Österreich

In diesem Herbst feiert Severin ein besonderes Jubiläum: Seit 40 Jahren ist die Marke auf dem österreichischen Markt präsent. Handelspartner und Endkunden dürfen sich auf besondere Jubiläumsangebote freuen. Spannende Produktneuheiten präsentiert das Unternehmen auf den Elektrofachhandelstagen 2019 in Linz am 27. und 28.9.2019.



Die Partnerschaft mit dem Distributor Silva Schneider startete 1979 mit der Einführung der Marke Severin auf dem österreichischen Markt. Seitdem wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit konsequent fortgeführt.

„In den letzten 40 Jahren sind aus Geschäftspartnern Freunde geworden“, so Harald Kaiser, Head of International Sales bei Severin. „Ich danke dem Silva Schneider Team für die vertrauensvolle Zusammenarbeit über diese lange Zeit hinweg.“ „Ich freue mich, dass wir Severin in Österreich unterstützen dürfen und bin gespannt auf die gemeinsame Zukunft!“, fügte Silva Schneider Geschäftsführer Hans Peter Eder hinzu.

Auch den österreichischen Handelspartnern und Kunden dankt Severin für ihr Vertrauen und die Treue. Ab Herbst 2019 dürfen sie sich auf ganz besondere Jubiläums-Angebote zu höchst attraktiven Preisen freuen, heißt es in einer Pressemitteilung. Drei Wochen nach der IFA stellt Severin gemeinsam mit Silva Schneider die Produkthighlights dem österreichischen Fachpublikum auf den Elektrofachhandelstagen 2019 in Linz vor. Ein Schwerpunkt wird das Thema Kaffee bilden. Kaffee wie von Hand gebrüht dank der Neuauflage der Caprice Kaffeemaschine, perfekter Espresso aus den Edelstahl-Siebträgermaschinen oder das Multitalent Induktionsmilchaufschäumer sind nur einige Highlights, die die Messebesucher erleben werden.

Miele mit neuem Konzept auf der Küchenmeile

Vier neue Themenwelten – zeitlos-elegantes Design, faszinierende Technik und Qualität sowie herausragende Ergebnisse für stilvollen Genuss – kennzeichnen den Auftritt von Miele auf der Küchenmeile 2019, die vom 13. bis 19. September auf Gut Böckel in Rödinghausen stattfindet.

Die Besucher können sich nicht nur von der technischen Finesse der Gerätegeneration 7000 überzeugen. Im Bereich Genuss gibt es praktische Tipps für das Kühlen von Lebensmitteln oder Wein und den richtigen Umgang mit Kaffee – verbunden mit geschmackvollen Kostproben.

„Im Jahr unseres 120-jährigen Jubiläums rücken wir die vier Stärken der Marke Miele in den Fokus und das insbesondere am Beispiel der Einbaugeräte Generation 7000“, sagte Frank Jüttner, Leiter der Vertriebsgesellschaft Deutschland.

Und für mehr Intelligenz im smarten Zuhause hält die Miele@mobile App weitere spannende Anwendungen bereit. Wie zum Beispiel den BaristaAssistant, welcher den Kaffeeliebhaber Schritt für Schritt zu seinem persönlichen Lieblingsespresso bringt. Die Miele Tafelkünstler und der Gourmet-Lieferservice MChef, dessen Gerichte speziell für den Dialoggarer von Miele kreiert sind, sorgen für das leibliche Wohl.

Samsung mit IoT-Portfolio gut aufgestellt

Gemeinsam mit dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut forsa hat Samsung eine Umfrage zum Thema „Hausarbeit in modernen Haushalten“ durchgeführt. Das Ergebnis: Jüngere Umfrageteilnehmer sind weitaus offener für smarte Technik und vernetzte Haushaltsanwendungen als alle anderen befragten Altersgruppen.

So geben 62 Prozent der 18- bis 29-jährigen Studienteilnehmer an, dass Geräte, die mit Hilfe einer Automatikfunktion Aufgaben eigenständig übernehmen, die Hausarbeit erleichtern bzw. erleichtern würden. Bezogen auf alle Befragten sagen dies nur 41 Prozent. Mit der Umfrage zeigt Samsung deutlich,

welche zielgruppen-spezifischen Bedürfnisse bei Konsumenten im Haushalt zu beachten sind. Seit der Einführung der Samsung SmartThings-App und des SmartThings-Hubs lassen sich Geräte verschiedener Hersteller komfortabel miteinander vernetzen und steuern. Als einziges Unternehmen bietet Samsung nach eigenen Angaben damit ein offenes Ökosystem, das alle eigenen Produktgruppen und eine Vielzahl an Drittanbietern mit einschließt. So wird dem Handel ein breites IoT-Portfolio an die Hand gegeben, mit dem sich verstärkt eine junge Käuferzielgruppe ansprechen und begeistern lässt, heißt es in einer Pressemitteilung.

Die Ergebnisse der Haushaltsstudie zeigen: Mit Technologien wie dem SmartThings-Hub und den Funktionen der eigenen Geräte trifft Samsung bei der jüngeren Zielgruppe genau ins Schwarze. Nach dem Kochen per Sprachsteuerung mit Bixby über das Smartphone die neue Lieblingsserie auf dem Fernseher starten und für das passende Ambiente die Beleuchtung dank des Family Hub Kühlschranks schon von der Küche aus dimmen – mit der SmartThings-App und dem SmartThings-Hub ist das kein Problem. Genauso bequem ist die Kontrolle der Waschmaschine, die im Keller steht: Mit wenigen Klicks über die SmartThings-App lässt sich ein Szenario erstellen, das die Philips Hue Lampen im Wohnzimmer grün leuchten lässt, wenn der Waschgang beendet ist. Als offenes Netzwerk verbindet sich das Ökosystem von Samsung schon jetzt mit über 40 weiteren Drittanbietern, darunter beispielsweise Ikea und Sonos, und macht so den Alltag der Konsumenten einfacher und komfortabler.

Laut Studie wünschen sich die 18- bis 29-Jährigen mehr Unterstützung bei der Hausarbeit und vor allem eine ortsunabhängige Steuerung für mehr Flexibilität im Alltag. Hier bietet das offene SmartThings-Ökosystem von Samsung eine Vielzahl an Vernetzungsmöglichkeiten für alle smarten Geräte im Haushalt, ob Saugroboter, Waschmaschine, TV oder Kühlschrank – und das erstmalig produkt- und anbieterübergreifend.

Tefal Sommeraktion

Mit den Aktionsprodukten ActiFry Genius und ActiFry Genius XL von Tefal können Kunden ab September in die kalte Jahreszeit starten. Mit einer limitierten Sonderedition ActiFry Genius unterstützt das Unternehmen gleichzeitig den Handel: 10.000 Aktionspackungen der FZ7600 und AH9600 werden von September bis Dezember 2019 mit einem gratis Fitness-Set bestehend aus einem Flexiband, einem Hantelset (je 0,5 Kg) von MSports sowie einem Fit For Fun Magazin ausgeliefert. Die Aktion wird sowohl im stationären als auch im Onlinebereich umgesetzt.

Beim Kauf einer ActiFry Genius FZ7600 oder ActiFry Genius XL AH9600 bietet Tefal eine limitierte Aktionspackung mit einem gratis Fitness-Set, bestehend aus einem Flexiband sowie Hantelset (je 0,5 Kg) von MSports und einem Fit For Fun Magazin im Gesamtwert von 39,99 Euro an. Das Fitness-Set ist direkt in der Verpackung beige packt. Mit dieser Aktion sorgt Tefal für eine sportliche Unterstützung des Abverkaufs.

Es gibt die ActiFry Genius in zwei verschiedenen Größen: mit einer Füllmenge von 1,2 Kilogramm und 1,7 Kilogramm in der XL-Version. Die Temperaturstufen sind für jede Zubereitungsart präzise regelbar, und mit einer Maximaltemperatur von 220 Grad ist sogar ultrakrosses Frittieren ohne Probleme möglich. Über die Startzeit-Vorwahl lassen sich Rezepte vorbereiten und sind dann zum geplanten Zeitpunkt fertig.

Die Tefal ActiFry Genius ist zum Preis von 299,99 Euro, die ActiFry Genius XL AH9600.FIT für 339,99 Euro (jeweils UVP) erhältlich.



Ausgezeichnet!

Und vielfach bestätigt.



Der **WERTGARANTIE Komplettschutz 2019** sichert Ihre Kunden vor sämtlichen Reparaturkosten ab. Und das sogar bei Verschleiß und Fahrlässigkeit.

Jetzt neu!
Schutz vor Datenmissbrauch
und Betrug im Internet!

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



WERTGARANTIE®
Einfach. Gut. Geschützt.

IFA-Neuheiten von Siemens Hausgeräte

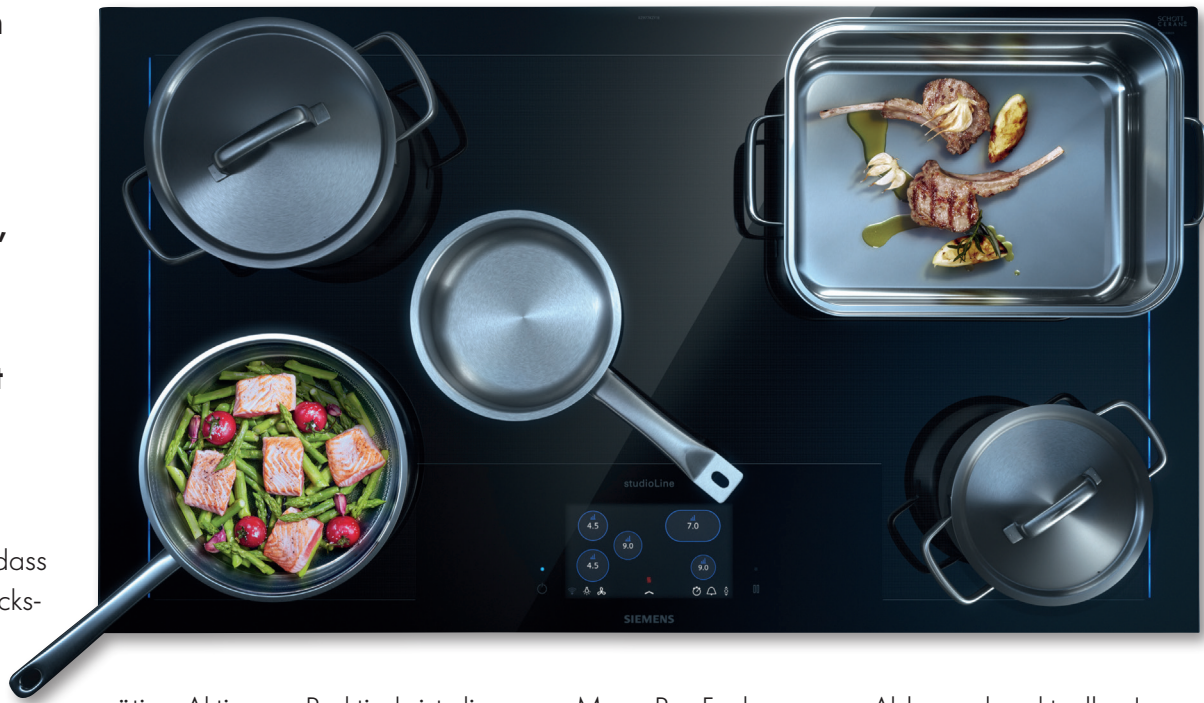
Freiräume in der Küche

Ein neues Kochfeld, das große Flexibilität beim Kochen ermöglicht, ein Kaffeevollautomat für individuell definierte Spezialitäten und eine Frenchdoor-Kombi, die manche Einkaufstour ersparen kann, gehören zu den IFA-Neuheiten, mit denen Siemens Hausgeräte den Konsumenten neue Freiräume verschaffen will. Volle Kompatibilität mit der Home Connect App und praktische Netzwerkfunktionen sind dabei selbstverständlich.

Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts hat ergeben, dass Kochen bei mehr als einem Drittel der Menschen Glücksgefühle hervorruft – unter anderem deshalb, weil man dabei alles um sich herum vergessen kann. Mit dem neuen, 90 Zentimeter breiten freeInduction Plus Kochfeld von Siemens wird das Erlebnis in der Küche noch stressfreier, denn die Kochzonen passen sich automatisch an die jeweilige Situation an: Bis zu sechs Töpfe und Pfannen jeder Größe und Form können auf dem Kochfeld frei platziert und bewegt werden. Möglich wird das durch 56 ovale Mikro-Induktoren unter der Glaskeramik; sie erkennen automatisch, wo die Töpfe und Pfannen stehen und werden nur dort aktiv, wo die Wärme gerade benötigt wird.

Trotz der komplexen Technik ist die Bedienung über das 6,2 Zoll große, farbige Full-Touch-TFT-Display ganz einfach. Denn die Darstellung der Töpfe und Pfannen folgt automatisch jeder Bewegung; dabei werden alle Einstellungen automatisch mitgenommen. Zudem können einige Funktionen mit der Home Connect App auch per Smartphone oder Tablet gesteuert werden.

Als Siemens Weltneuheit mit dem Namen activelight unterstreichen zwei LED-Lichtstreifen an beiden Seiten den Designanspruch der Marke und informieren die Anwender zugleich über



Auf dem neuen freeInduction Plus Kochfeld von Siemens können Töpfe und Pfannen frei platziert und verschoben werden. Die Darstellung auf dem Display folgt automatisch jeder Bewegung; dabei werden alle Einstellungen mitgenommen.

nötige Aktionen. Praktisch ist die powerMove Pro Funktion, mit der Bewegung zur Bedienung wird. Dafür wird die gesamte Fläche in bis zu fünf Hitzestufen unterteilt. Schiebt man nun den Topf z. B. nach hinten, verändert sich die Leistungsstufe bzw. die Temperatur automatisch. Ebenso nützlich ist die cookConnect Funktion, bei der das Kochfeld und die Dunstabzugshaube miteinander kommunizieren und im Zusammenspiel mit dem Luftgütesensor die Absaugleistung anpassen.

Neuer Kaffeevollautomat

Der neue Kaffeevollautomat EQ.9 plus von Siemens ist vor allem für Individualisten gedacht. Denn das Gerät bereitet auf Knopfdruck (oder Steuerbefehl der Home Connect App) zahlreiche Kaffee- und Milchspezialitäten zu, die mit der baristaMode Fein aroma-Einstellung individuell an die Vorlieben der Nutzer angepasst werden können. Das Portfolio von Spezialitäten, die direkt über das komfortable TFT-Farbdisplay ausgewählt werden können, wurde gegenüber anderen Modellen nochmals erweitert. Die Kaffeestärke, das Kaffee-Milch-Verhältnis, Intensität, Menge und die Brühtemperatur können auch bei mehreren Getränkewünschen individuell festgelegt werden. In der coffeeWorld der Home Connect App lassen sich 15 internationale Kaffeespezialitäten vom indischen Kaapi bis hin zum kolumbianischen Cortado entdecken und per Fingertipp auswählen.

Mit seinen klaren Linien und einem Gehäuse aus gebürstetem Edelstahl fügt sich der Kaffeevollautomat in jede moderne Küche ein. Das Gerät ist in verschiedenen Varianten zu Preisen von 1.699 Euro (UVP S300), 2.099 Euro (UVP S500 mit Home Connect) oder 2.649 Euro (UVP S700 mit zwei integrierten Bohnenbehältern mit separaten Mahlwerken) erhältlich.

French-Door Kombi

Mit einer hochglänzenden, schwarzen Glasfront und einem Display auf der abgeschrägten Blende der oberen Schublade, das im ausgeschalteten Zustand unsichtbar ist und nur durch Berührung zum Leben erwacht, hebt sich die neue French Door-Kombination von Siemens schon äußerlich vom Mainstream ab. Weder Griffe noch das Display sollen die klaren Linien der Front durchbrechen. Trotzdem ist die Bedienung problemlos, denn weder muss

zum Ablesen der aktuellen Innenraum-Temperatur die Tür geöffnet werden, noch ist es nötig, Urlaubsmodus oder Kindersicherung über Kopf einzuschalten. Mit der Home Connect App kann man auch vom Tablet oder Smartphone aus Einstellungen vornehmen, um z. B. das Gerät schon während des Einkaufs auf Supergefrieren zu schalten.

Trotz des schlanken Erscheinungsbildes bietet die neue French Door-Kombination von Siemens ein großes Lager-volumen; der Innenraum ist nach Angaben des Herstellers um 25 Prozent größer als der von vergleichbaren Multi-door-Geräten. Da noFrost das Abtauen erspart und hyperFresh Premium laut Siemens die Lebensmittel bis zu dreimal länger hält als üblich, soll das Gerät seinen Besitzern auch manche Einkaufstour ersparen.

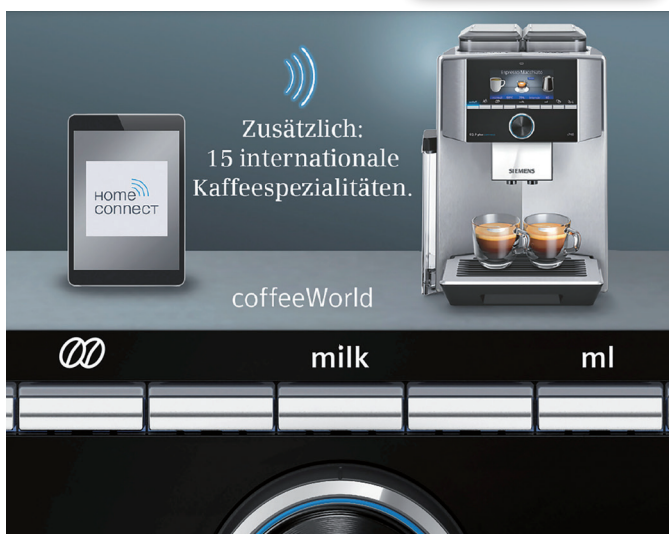
In zwei separaten Boxen können Fisch und Fleisch sowie Obst und Gemüse bei Temperaturen knapp über dem Gefrierpunkt und variabler Luftfeuchte gelagert werden. Die Feuchtigkeit der beiden Boxen wird erstmals (auf Wunsch separat) motorisiert gesteuert. Zudem taucht das neue Premium LED LightSystem sämtliche Fächer, Ebenen und Ecken mit 39 LEDs in taghelles Licht, damit keine Lebensmittel mehr übersehen werden.



Klare Linien und viel Stauraum kennzeichnen die neue French Door-Kombination von Siemens.



Der neue Kaffeevollautomat EQ.9 (hier die Variante S700). In der coffeeWorld der Home Connect App lassen sich 15 Kaffeespezialitäten entdecken.



Zusätzlich: 15 internationale Kaffeespezialitäten.

coffeeWorld

milk

ml

Neuer 3-in-1 Wischsauger CrossWave Cordless von Bissell



Der neue Bissell CrossWave Cordless saugt, wischt und trocknet unterschiedliche Bodenbeläge in nur einem Arbeitsgang. Die Mikrofaser-Bürstenrolle sorgt in Verbindung mit dem „Bissell Multi-Surface“-Reinigungsmittel nicht nur für die sichere Entfernung von Schmutz, Flüssigkeiten und auch klebrigen Verunreinigungen, sondern hinterlässt zudem Glanz und frischen Duft. Über einen Schalter im Griff wird die Reinigungslösung nach Bedarf auf die Bürstenrolle gesprüht. Dabei bleiben Wisch- und Schmutzwasser durch das DualTank-System für eine hygienische Reinigung bis zum Schluss voneinander getrennt.

Zur Reinigung der Bürstenrolle wird einfach die mitgelieferte Reinigungs- und Ladestation mit Wasser gefüllt und für 15 Sekunden der Schalter zur Selbstreinigung gedrückt – schon ist die Bürstenrolle wieder sauber. Mit dem Schmutzsieb im Schmutztank landet grober Schmutz mit einem Griff im Mülleimer und das Schmutzwasser im Abfluss.

Der Bissell CrossWave Cordless ist ab sofort zum Preis von 429,99 Euro (UVP) erhältlich.

Einfach selbstmachen mit der Philips Viva Collection Küchenmaschine

Die neue Philips Viva Collection Küchenmaschine ist mit einem 850-Watt-Motor ausgestattet und schneidet, raspelt, verquirlt, zerkleinert, knetet, entsaftet, mixt und mahlt. Für ein optimales Ergebnis sorgen farblich gekennzeichnetes Zubehör und Geschwindigkeitsstufen. Hellorangene Teile sollten mit Geschwindigkeitsstufe 1 genutzt werden, um Sahne und Eier zu schlagen oder Gebäckteig vorzubereiten. Zum Zerkleinern von Zwiebeln und dem Zubereiten von Smoothies sind die Zubehörteile in Dunkelorange und Geschwindigkeitsstufe 2 vorgesehen.



Durch die PowerChop-Technologie, eine Kombination aus Klingenform, Schneidewinkel und Innenbehälter, ist diese kompakte Küchenmaschine nicht nur für die Verarbeitung von weichen, sondern auch harten Zutaten, wie Nüssen, Käse oder Schokolade, geeignet. Auch Pürees, Dips und Kuchenteig lassen sich mühelos in der Küchenmaschine zubereiten. Bis zu fünf Portionen oder 1,5 Liter können dabei im bruchsicheren Mixbecher in einem Durchgang verarbeitet werden. Praktisch ist auch die Pommes-Scheibe, die aus Kartoffeln gleichmäßige, frische Pommes schneidet. Damit dem anschließenden Genuss nichts mehr im Wege steht, sind alle Aufsätze und Zubehörteile spülmaschinenfest.

Neben dem Top-Modell sind weitere Ausführungen in unterschiedlichen Ausstattungen ab September erhältlich: HR7510/10 (Schwarz, UVP 119,99 Euro) und HR7310/00 (Weiß, UVP 79,99 Euro).

Graef Salita: Klein, stark, schwarz

Mit Salita stellt Graef auf der IFA eine Siebträgermaschine vor, die mit ihrer schmalen Bauweise von nur 14 cm Breite selbst in der kleinsten Küche Platz findet. Der schnell aufheizende Thermoblock bringt das Wasser in kurzer Zeit auf die richtige Temperatur, während die 15-Bar-Pumpe für den entsprechenden Druck sorgt. Hingucker der in Schwarz, Rot und Weiß erhältlichen Salita ist eine 10 cm lange Profi-Dampfdüse mit 14 mm Durchmesser. Sie eignet sich besonders dann, wenn Milchschaum für Cappuccino, Latte Macchiato oder andere Espresso-Spezialitäten in einem großen Kännchen aufgeschäumt werden soll. Mit einem Silikon-Komfortgriff versehen und um 360 Grad schwenkbar, ist sie obendrein leicht zu handhaben.



Für größere Mengen Milchschaum ist die 10 cm lange Profi-Dampfdüse besonders gut geeignet.

Ebenfalls neu im Siebträger-Sortiment von Graef ist die Milegra ESM 802. Sie ist gleichzeitig Espressomaschine und Kaffeemühle und zeichnet sich durch ein elegantes Äußeres aus. Die integrierte Mühle sorgt mit ihrem Kegelmahlwerk für die perfekte Konsistenz des Kaffeemehls. Denn der Mahlgrad lässt sich ganz nach individuellem Geschmack auf 11 verschiedene Stufen zwischen grob und fein einstellen. Der Einkreis-Thermoblock erhitzt das Wasser schnell und energiesparend auf die richtige Temperatur. Die Vorbrühfunktion feuchtet das Kaffeemehl vorab leicht an, damit es aufquillt und seine Aromen besser freisetzt. Schließlich fließt der frisch gebrühte Espresso in ein oder zwei Tassen. Praktisch ist auch die um 360 Grad schwenkbare Profi-Lanze für Dampf oder Heißwasser.

Amica: Neue Designlinie X-type

Zur diesjährigen IFA wird die bereits auf der IFA 2018 vorgestellte Designlinie X-type um neue Modelle ergänzt. Der neue Einbaudampfgarer EBSX 949 600 E in Edelstahl bietet zahlreiche Automatikprogramme. Nach Angaben des Herstellers ist er ein echter Allrounder, da er auch die kompletten Funktionen eines Backofens in sich vereint.

Zu seiner Komfortausstattung gehören z.B. der Graphic Timer MultiColor, die optionale Steuerung per WiFi, Quick-Start-Funktion für Aufheizen von 0 auf 150 Grad C in 3 Minuten, Kerntemperatursensor, SuperBright und Duo Halogenbeleuchtung. Für noch mehr Komfort sorgt die OpenUp-Türöffnung. Per Tipp auf den Griff öffnet sich die Tür automatisch.

Neu im Portfolio von Amica ist der Einbaugeschirrspüler EGS-PV, der sich durch einen in sich drehenden 3D-Sprüharm auszeichnet. Für hartnäckigen Schmutz gibt es das StrongWash Intensiv Plus Programm.

Weil die vollintegrierten Modelle so leise sind, gibt es einen auf den Boden projizierten blauen LED-Punkt BlueDot, der den Betrieb signalisiert.



Weitere Ausstattungsmerkmale sind BLDC Motor, WaterSpinner, TurboDrying, StrongWash, BlueDot, Flex Besteckschublade, LED Innenbeleuchtung und Startzeitvorwahl 1-24 Stunden.

'Save food' mit Vakuumierern von CASO Design

Für einen verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln!

- + Vakuumierte Lebensmittel bleiben bis zu 8x länger frisch – ganz ohne Konservierungsstoffe
- + Wichtige Vitamine und Mineralien bleiben unter Vakuum erhalten
- + CASO Vakuumbeutel und -rollen sind wiederverwendbar, spülmaschinengeeignet und dabei BPA- und schadstofffrei
- + Die kostenlose CASO Food Manager App hilft im Umgang mit Ihren Lebensmitteln:
 - Lebensmittel einkaufen und vakuumieren
 - Lebensmittel in der App erfassen
 - Erinnerungsfunktion einstellen und genießen
 - Vorrat auch immer unterwegs im Überblick: Nichts mehr doppelt einkaufen



Ausgezeichnet vakuumieren Sie mit unserem Testsieger GourmetVAC 380



Weitere ausgezeichnete GourmetVAC Modelle finden Sie online.

Vakuum-Frischebehälter der CASO VacuBoxx Serie managen Ihre Lebensmittel noch einfacher und länger



- + Unterschiedliche Behältergrößen aus Glas und mit Tritan Deckel
- + Vakuum per Vakuumiergerät oder Handpumpe möglich
- + BPA-frei
- + Mit Datumeinstellung



Auch in eckig erhältlich

INNOVATIVE
KÜCHENTECHNIK

Mehr Informationen auf
www.caso-design.de



Das neue Ecovacs Top-Modell Deebot Ozmo 950

Mit Multi-Floor Mapping

Mit dem neuen Deebot Ozmo 950 schickt Ecovacs auf der IFA einen besonders kraftvollen Reinigungsroboter ins Rennen. Das Gerät reinigt nicht nur besonders gründlich, sondern findet sich dank Multi-Floor Mapping auch auf mehreren Etagen zurecht.

Bis zu 21 Prozent mehr Reinigungsleistung als bisherige Deebots bringt das neue Modell mit einem komplett überarbeiteten Bürsten- und Saugsystem auf den Fußboden; vor allem in Ecken oder um Hindernisse wie Tischbeine herum putzt der Ozmo 950 noch gründlicher. Mit einer Höhe von nur 9,3 Zentimetern erreicht er auch schwer zugängliche Stellen und läuft weniger Gefahr, sich unter Möbeln zu verkanten. Zudem überwindet der Roboter Türschwellen bis zu einer Höhe von zwei Zentimetern mit Leichtigkeit. Dass er dabei auch noch gut aussieht, wurde bereits mit dem renommierten Reddot Design-Award bestätigt.

Bei besonders starker Verschmutzung lassen sich zwei

höhere Reinigungsstufen zuschalten: Neben dem bekannten Max-Modus gibt es beim Ozmo 950 auch Max+ für noch mehr Power. Mit der aktuellen OzmoWischtechnik, die das gleichzeitige Saugen und Wischen ermöglicht, sorgt der Roboter zudem dafür, dass 99 Prozent aller schädlichen Bakterien am Boden beseitigt werden.

Bis zu drei Etagen

Der Deebot Ozmo 950 hat von den Ecovacs Ingenieuren nicht nur mehr Kraft mit auf den Weg bekommen, sondern auch mehr Intelligenz. So ermöglicht die neue Generation der Smart Navi 3.0 Technologie des Unternehmens das Kartieren und Scannen von bis zu drei Etagen. Multi-Floor Mapping nennt Ecovacs diese Ausstattung, mit der sich der Roboter sofort zurecht findet, wenn er vom Nutzer in ein anderes Stockwerk gesetzt wird.

Grundsätzlich erfolgt die Steuerung automatisch, kann aber mit der Ecovacs App vom Sofa und sogar von unterwegs beeinflusst werden. Ist Amazon Echo und Google Home im Haus, klappt das auch per Sprachkommando.

Der neue Deebot Ozmo 950 von Ecovacs überwindet bis zu 2 cm hohe Hindernisse und kann sich die Raumaufteilung und Einrichtung von bis zu drei Stockwerken merken.

Mit seinem umfassenden Sensoren-Paket erweist sich der

Deebot Ozmo 950 als smarter Hausgenosse: Er umfährt sensible Möbelstücke oder Einrichtungsgegenstände, ohne sie zu zerkratzen oder umzustößen, stoppt vor Treppen, verheddert sich nicht in Kabeln und verschluckt auch keine herumliegenden Socken. Die automatische Teppickerkennung verhindert, dass im Wischmodus Teppiche nass oder beschädigt werden.

Die Kapazität der 5.200 mAh-Akkus reicht für bis zu drei Stunden Reinigungsarbeit, bevor der Deebot Ozmo 950 selbstständig zurück an die Ladestation fährt. Der Roboter ist ab sofort erhältlich und kostet 599 Euro (UVP).



Krups kombiniert Multikocher mit vernetzter Waage

Mit einer Kombination aus dem intelligenten Multikocher Cook4Me+ Connect und einer vernetzten Waage will Krups das Kochen mit frischen Zutaten besonders einfach machen. Das Duo verdankt seinen etwas sperrigen Namen Cook4Me+ Grameez laut Krups der Ergänzung der Bezeichnung Cook4Me+ mit Kürzeln für Gramm und Easyness (Eez). Denn die Waage verbindet sich mit der Cook4Me-App auf dem Smartphone oder Tablet.



Der Cook4Me+ Grameez soll durch das Zusammenspiel von Multikocher, vernetzter Waage und App das Kochen besonders leicht machen.

Intelligentes Duo

So lässt sich auf die Frage „Was koche ich heute?“ schnell eine Antwort finden. Dazu wählt man in der App das vorhandene Lebensmittel aus und wiegt es auf der Waage, die das Gewicht dann per Bluetooth in die App überträgt. Diese macht dann sofort Vorschläge für passende Gerichte und führt den Nutzer Schritt für Schritt durch das ausgewählte Rezept. Will man dieses öfter zubereiten, kann man es von der App auf den Multikocher übertragen und dort speichern. So lässt sich der Cook4Me+ Connect ganz einfach personalisieren.

Da der Multikocher das schnelle Garen per Dampfdruck

beherrscht, können die Anwender wertvolle Zeit sparen. Dabei bestimmt das Gerät je nach gewählter Zutat bzw. Rezept automatisch das richtige Programm. Ein Dampfkorb mit einem Fassungsvermögen von sechs Litern gehört zum Lieferumfang. Für das klassischen Garen bietet der Cook4Me+ Connect die Funktionen (An-)Braten, Schonendes Garen und Schmoren; dazu kommen Aufwärmen und Warmhalten. Nach dem Kochvorgang hält der Multikocher das fertige Gericht über die automatische Warmhaltefunktion bis zu eineinhalb Stunden warm.

Die Rezepte der App leiten den Nutzer über ein intuitiv

zu bedienendes Scroll-&-Click-System Schritt für Schritt durch den Zubereitungsprozess. Dabei erscheinen die einzelnen Schritte sowohl auf dem Display des Multikochers als auch auf dem Smartphone oder Tablet. Aus allen Rezepten können Nutzer zudem ihre Lieblingsgerichte als Favoriten festlegen, um sie besonders schnell zu finden und anzuwählen. Der Cook4Me+ Connect hilft seinem Besitzer bei Bedarf auch bei der Mengenplanung, denn er berechnet automatisch die Zutaten für zwei, vier oder sechs Portionen.

Das Duo Cook4Me+ Grameez CZ8568 von Krups ist ab September für 434,99 Euro (UVP) erhältlich.

Reseller Park mit starker Beteiligung

Der B2B Treffpunkt

Mit 75 Ausstellern verzeichnet der IFA-Reseller Park in diesem Jahr einen Rekord-Zuwachs und füllt die komplette Halle 11.1, die auch von ihrer zentralen Lage nahe dem Oktoberfestzelt, dem Funkturm, der IT-Halle 17 und der iZone profitiert. Das Angebot reicht quer über alle Produkt-Segmente von der Welt der der IT-, Mobile-, CE- und Hausgeräte bis zu IoT-Lösungen und Haushaltsrobotern. Auch die Computer-Welt-marke Dell ist im Reseller Park vertreten.

Damit zeigt sich die Halle 11.1 wieder als hochkarätiger B2B2C-Marktplatz für Einkäufer und Wiederverkäufer. Neben den Herstellern kann man hier auch international agierende Distributoren wie Yukatel, Ecom (Nexoc) und 2direct (Logilink) antreffen. Das Produktspektrum reicht von Gaming-Zubehör (Keyboards, Mäuse, Headsets, Konsolen) Lifestyle-Produkten über Audio/HiFi-Surround- und Wireless (Bluetooth)-Systeme bis zu Car-Audio-Systemen, Fernsehern, Android-TV-Boxen, Computern, Notebooks, Tablets, Server, Kamera-/Video-Produkten sowie Action- und Webcams. Zudem findet sich in Halle 11.1 ein breites Spektrum des Telecom- und Mobile-Sortiments mit Handys, Zubehör, Karten-Services, mobilen Routern sowie Zubehör und Ladesystemen aller Art. Wearable, Smart Fitness- und Smart Watch-Produkte sowie Digital Health- und robuste Outdoor-Lösungen werden ebenfalls präsentiert. Auch ein großes Spektrum von netzwerkfähiger weißer Ware und neuen smarten Technologien wie Reinigungsrobotern gehört zum Angebot des Reseller Parks.



Auch im Center of SmartBuilding geht es um Technologien, die den Alltag effizienter und nachhaltiger gestalten.



Center of Smart Building

Besondere Aufmerksamkeit verdienen die über zehn SmartHome-Aussteller (Center of SmartBuilding) und das tägliche Workshop-Programm der SmartHome Initiative Deutschland e.V. im Eingangsbereich der Halle 11.1, wo hochkarätige Experten und Anbieter den Fachbesuchern den aktuellen Stand von SmartHome und Smart-Building-Technologien sowie die geschäftlichen Wiederverkaufs- und Service-Möglichkeiten erläutern.



Jan Nintemann, der mit seiner Agentur Global Fairs den Reseller Park organisiert, hat das Angebot in diesem Jahr deutlich ausgeweitet.

Im Center of Smart Home/SmartBuilding finden Interessierte spannende Produkte und Informationen rund um SmartHome-Netzwerke, Hubs, Switches, Router, Gateways, Haussteuerungen, Home Automation, Sicherheitssysteme, Tür- und Video-Security, Robotics, Lichtsysteme, Smart Displays, Temperatur- und Lüftungssteuerungen.

ISP@IFA Global Markets

Jan Nintemann, der mit seiner Agentur Global Fairs den Reseller Park organisiert, startet im Rahmen der IFA Global Markets ein eigenes Nachhaltigkeits-Projekt in der Station Berlin. Damit greift er das weltweit beachtete

Problem des Klimawandels auf, der in Zukunft immer stärkeren Einfluss auf die Produktentwicklung und das Marketing der Firmen und Marken haben wird: „Nur nachhaltiges, klimaschonendes Wirtschaften und Handeln von jedem und überall auf der Welt kann der unkontrollierten Überhitzung unseres Planeten noch entgegenwirken“, erklärte Nintemann. „Deshalb gehört grünen klimaschonenden Produkten (auch die Produktionsweise betreffend) und digitalen Lösungen zur Ressourcenschonung die Zukunft.“

Global Fairs hat aus diesem aktuellen Anlass in der Station-Berlin mit dem Sonderprojekt ISP@IFA Global Markets (International Sustainability Park) eine Nachhaltigkeits-Konferenz-Messe organisiert, die vom 8. bis 11. September den Status Quo und die Bedeutung des Klimawandels darstellen und Entscheidungsträgern für Produktentwicklung und Brand-Marketing Lösungen für nachhaltiges Wirtschaften und Handeln aufzeigen soll. Umweltkommunikation ist ein Begriff, der in der Werbebranche zukünftig eine hohe Bedeutung beizumessen sein wird.

Das Konferenzprogramm sowie ein Bestellformular ist im Bereich ISP@IFAGlobal Markets auf www.tt-messe.de zu finden. Sofern noch Plätze frei sind, sind Tickets auch direkt am Clearing-Eingang der Station-Berlin, Luckenwalder Straße 4-6, erhältlich.



Mit dem Sonderprojekt ISP@IFA Global (International Sustainability Park) organisiert Global Fairs erstmals eine Nachhaltigkeits-Konferenz-Messe im Rahmen der IFA.

THOMAS

IFA Berlin, Halle 4.1, Stand 210

**STAUBSAUGEN
ERFRISCHEND ANDERS**

**NATÜRLICH
MIT
WASSER**

Bluetooth In-Ear Kopfhörer von Sennheiser

Der neue Nackenbügelhörer IE 80S BT baut auf der klanglichen Leistung des IE 80S-Ohrkanalhörers auf und erweitert das Audiophil-Portfolio des Audiospezialisten um ein kabelloses Modell, das High-Resolution Audio unterstützt und nach Herstellerangaben für herausragende Präzision und ein atemberaubendes Klangbild sorgt.

Über die Sennheiser Smart Control App kann das Klangbild den Hörvorlieben des Nutzers angepasst werden. Sprachassistenten wie Siri oder Google Assistant können einfach über eine Taste auf dem Nackenbügel aktiviert werden.

„Den IE 80S BT haben wir mit hoher Sorgfalt und viel Liebe zum Detail entwickelt“, erklärte Ronja Harste, Product Manager Audiophile bei Sennheiser. „Der Ohrkanalhörer erfüllt die anspruchsvollen Kriterien, die Sennheiser an ein High-End-Audioprodukt stellt, und steht der Leistung seines drahtgebundenen Vorgängers in nichts nach. Mit dem IE 80S BT bieten wir Musikliebhabern, die bei der Klangqualität keine Kompromisse eingehen wollen, eine echte Alternative zu kabelgebundenen Lösungen.“

Da der IE 80S BT Codecs wie LHDC, aptX HD und AAC unterstützt, kann er hohe Bitraten verarbeiten, so dass der Nutzer auch unterwegs unkomprimierte Musikformate genießen kann.



Ein leistungsstarker AKM DAC und das dynamische Schallwandlersystem mit 10mm-Wandlern und kraftvollen Neodymiummagneten sorgen für Klangpräzision und überragende Klarheit. Für das ungetrübte anschauen von Videos sorgt die Kompatibilität des Ohrhörers mit aptX Low Latency, die die Audioübertragung perfekt mit den Bildern synchronisiert.

Der IE 80S BT ist ab sofort zum Preis von 499 Euro (UVP) erhältlich.

Panasonic bringt Disco-Feeling in die eigenen vier Wände

Mit dem TMAX10 stellt Panasonic einen neuen Party Lautsprecher vor. Aus zahlreichen Quellen von Bluetooth bis USB liefert er nicht nur einen starken Sound mit satten Bässen, sondern bringt auch die passenden Lichteffekte zum Feiern direkt mit. Dazu kann die Karaokefunktion für noch mehr Stimmung sorgen – und dies dank möglichem Powerbankbetrieb praktisch überall.

Volle 300 Watt (RMS) Musikpower und der einzigartige Airquake Bass animieren zum Tanzen. Dank Bluetooth, CD-Player sowie USB- und AUX-Eingang geht dem Party Lautsprecher der Musiknachschub praktisch nie aus.

Auch Gäste können ganz einfach Tracks beisteuern: Über Bluetooth Multi-Connect ist die TMAX10 für bis zu drei Smart-Geräte gleichzeitig offen. Integrierte DJ-Effekte sorgen für coole Übergänge zwischen den Tracks und individuelle Beats.

Für kultigen Karaoke Spaß unter Freunden bringt der TMAX10 zwei Mikrofonbuchsen und verschiedene Funktionen mit. Damit lassen sich z. B. Klingeffekte wie Echo hinzufügen oder Tracks beim Abspielen in Mitsing-Versionen abwandeln. Natürlich können Karaokefans auch ihre Apps verwenden: Einfach die Musik an den TMAX streamen und die Texte bequem vom Smartphone oder Tablet ablesen. Der Panasonic TMAX10 ist ab sofort für 249 Euro (UVP) erhältlich. Bereits im Oktober erweitert Panasonic seine TMAX Serie um die Modelle TMAX50 und TMAX40. Der 2000 Watt (RMS) starke TMAX50 ist für 599 Euro (UVP) erhältlich. Die unverbindliche Prei-



sempfehlung für den TMAX40 mit 1200 Watt (RMS) beträgt 499 Euro (UVP).

Noch mehr Sicherheit mit den Power Banks von Varta



Für eine noch sorgenfreiere Nutzung von digitalen Geräten bekommt die Family Power Bank Range von Varta Consumer Batteries ein großes Sicherheitsupgrade, um die

Power Banks noch besser gegen äußere Einflüsse zu schützen und Fehlern in der Nutzung vorzubeugen. Die Produkte mit erweiterter Sicherheitstechnologie sind ab sofort erhältlich. Die Family Power Bank Reihe mit erweiterten Sicherheitsfunktionen ist gekennzeichnet durch die Bezeichnung „Advanced Safety Technology“. Darin enthalten sind sechs Sicherheitsmechanismen. Für die Temperaturkontrolle ist ein Sensor im Inneren verantwortlich, der den Ladeprozess bei zu hoher Temperatur automatisch abbricht.

Um Zellschäden zu vermeiden und eine hohe Lebensdauer zu garantieren, sind die Batterien im Inneren der Power Bank sowohl gegen Tiefentladung als auch Überladung und Überstrom geschützt. Ein weiterer Detektor im Inneren schützt den Eingang der Power Bank vor einer Überspannung durch externe Stromquellen. Zudem werden die Power Banks bei Kurzschluss reversibel elektronisch geschützt. Die „Advanced Safety Technology“ ist ein weiterer Schritt, der gemäß der Markenbotschaft „In service for you“ initiiert wurde. Denn die verbauten Schutzmechanismen sind in keinem nationalen oder internationalen Standard vorgeschrieben, vielmehr ist es jedem Hersteller selbst überlassen, entsprechende Protektoren in seine Produkte zu integrieren.

Alle Varta Power Banks sind außerdem sowohl gemäß des Transporttests UN38.3 der Vereinten Nationen als auch nach UL-Richtlinie zertifiziert. Der Transporttest UN38.3 umfasst unterschiedliche Gefahrensimulationen, um einen Transport über Luft, Land und Wasser ohne Zwischenfall zu garantieren. Die Einzeltests reichen dabei von der Auslösung externer Kurzschlüsse über Schläge, Vibration, Überlastung und Tiefentladung der Power Bank bis hin zur Simulation von Höhen- und extremer Thermik.

Die Zertifizierung durch die UL (kurz für die seit 1894 bestehende, unabhängige Einrichtung „Underwriters Laboratories Inc.“) bezieht sich vor allem auf die Qualität der verbauten Batteriezellen. In regelmäßigen Abständen werden hierzu umfassende Kontrollen gemäß der strengen Richtlinien des Marktes durchgeführt.

Epson mit Druck- und Projektions-Neuheiten auf der IFA

Epson zeigt auf der diesjährigen IFA seine neuesten Produkte für die heimischen Druck- und Projektionsaufgaben. Mit dabei sind neben der im August vorgestellten WorkForce WF-Serie die ebenfalls neuen Expression Home XP-3100 und XP-4100. Außerdem werden auf dem Stand zahlreiche EcoTank-Drucker und Multifunktionssysteme zu sehen sein, die sich von Anwendern selbst nachfüllen lassen und somit unschlagbar günstige Tintenkosten bieten.

Neben den stylischen, kompakten Laserprojektoren der EF-100 Serie wird auf der IFA 2019 auch eine neue Serie Projektoren mit Laserlichtquelle für den Einsatz in anspruchsvollen Umgebungen präsentiert.

Die auf der IFA erstmals der Öffentlichkeit präsentierten neuen Epson Expression Home XP-3100 und XP-4100 Drucker vereinen Druck, Kopie und Scan mit der Möglichkeit, auch von mobilen Geräten aus mit ihnen zu arbeiten. Weitere Vorteile der Geräte sind der beidseitige Druck in DIN A4 und ein schickes, kom-



paktes Design. Mit den ebenfalls erstmals gezeigten WorkForce WF-2810DWF, WF-2830DWF, WF2835DWF und WF-2850DWF präsentiert das Unternehmen vier neue, kostengünstige 4-in-1-Drucker, die speziell für den Einsatz in kleinen Unternehmen und Heimbüros konzipiert wurden.

Die Modelle haben alle ein kompaktes, elegantes Design und sind, wie auch die Expression Home Reihe, ab September erhältlich.

Auf dem Epson Stand wird auch eine Auswahl des Epson EcoTank Portfolios präsentiert. Diese von unabhängigen Fachmagazinen und Testinstituten vielfach ausgezeichneten Modelle definieren sich über einen moderaten Anschaffungspreis und besonders günstige Tintenkosten, damit Anwender sich keine Gedanken mehr über die Druckkosten machen müssen. Zudem sind die Tanks dieser Drucker schnell und bequem selbst nachfüllbar, sodass kein Drucker mehr aufgrund Tintenmangel stillsteht.

Das auf der IFA präsentierte EcoTank Portfolio umfasst sowohl Einstiegsgeräte, die aber auch schon in ihrem Lieferumfang Tinte für bis zu 4.500 Seiten in Schwarz und bis zu 7.500 Seiten in Farbe bereithalten, als auch die monochrom druckenden EcoTanks der ET-M Serie.

Zusätzlich stehen auf dem Epson Stand Experten bereit, um Anwendern die Vorteile der verschiedenen Epson Lieferdienste für Tinten zu erläutern. So steht Heimanwendern mit dem Epson „ReadyInk“-System ein Service zur Verfügung, der eine unverzügliche Belieferung mit Tinte durch einen der teilnehmenden Handelspartner gewährleistet. Dabei werden nur die tatsächlich bestellten Tintenpatronen berechnet.

Neuer Bluetooth-Kopfhörer von Hama



Hama stellt mit dem Bluetooth-Kopfhörer „Touch“ einen Kopfhörer vor, über den man ganz leicht sein Musikmenü steuern kann. Dazu reicht eine einfache Streichbewegung über die Ohrmuschel.

Um die Lautstärke oder den Titel ein-

zustellen, wird einfach an der rechten Kopfhörer-Außenseite nach oben, nach unten, nach vorne oder nach hinten gewischt. Alle anderen Funktionen wie z.B. Anruf annehmen und auflegen, Wahlwiederholung oder Power/Play/Pause lassen sich über die Multifunktionstaste regeln.

Das integrierte Mikrofon bietet die Möglichkeit, auch zu telefonieren. Kommt ein Anruf, kann dieser per Tastendruck angenommen werden, und die Musik pausiert automatisch. Weitere Ausstattungsmerkmale des „Touch“ sind das einstellbare Kopfband, weiche Ohrpolster und eine maximale Gesprächszeit von rund 22 Stunden.

Ab sofort ist der Bluetooth-Kopfhörer „Touch“ in Schwarz oder Weiß/Beige zum Preis von 60 Euro (UVP) erhältlich.

Kombi aus Backofen und Heißluftfritteuse

Zeit für Sage

In großer Besetzung tritt Sage Appliances auf der IFA an: Nachdem das australische Unternehmen 2018 seine erfolgreiche Premiere feierte, kommen in diesem Jahr das Produktentwicklungsteam und das von CEO Jim Clayton angeführte Top-Management nach Berlin. Zudem hat Sage Innovationen im Gepäck, welche die Vielseitigkeit der Marke unterstreichen.

Bisher hat sich Sage in Deutschland vor allem im Bereich Kaffee einen Namen gemacht. Die Auszeichnung der neuen Siebträger-Espressomaschine the Barista Pro mit dem Best New Product Award durch die Specialty Coffee Association in der Kategorie Consumer Coffee bestätigt dies ebenso wie die langjährige Kooperation mit Nespresso. Im September wird der Bereich Kaffee mit der Einführung der ersten Filtermaschine the Precision Brewer weiter ausgebaut. Auch auf dem relativ neuen Markt der Teekoher zeigt Sage u. a. mit the Tea Maker Compact und the Tea Maker Modelle Flagge.

Innovationen für die Küche

Dass Sage nicht nur für Heißgetränke steht, wird sich auf der IFA durch die Neuheiten für die Küche zeigen. Denn nicht ohne Grund steht der Auftritt in Halle 7.1b (Stand 102) unter dem Motto „It's Sage o'Clock“. Damit soll deutlich werden, dass die Marke ihre Kunden den ganzen Tag lang begleiten kann. So wird das Unternehmen eine Innovation im Bereich Mixen und Entsaften präsentieren. Durch den Zukauf der amerikanischen Firma ChefSteps hat die Sage-Muttergesellschaft Breville zudem ihre Ambitionen im Segment Kochen unterstrichen: In Zukunft gehört der Sous-Vide-Garer Joule von ChefSteps zum Sage-Programm. Alle Sage Produkte zeichnen sich durch hochwertige

Der Kompakt-Backofen the Smart Oven Air Fryer mit zehn Einstellungen von Sage Appliances beherrscht verschiedene Zubereitungsarten.



Mit einer Super-Umluft-Stufe, PID-Temperaturregelung und einem Algorithmus für gleichmäßige Temperaturen erzielt the Smart Oven Air Fryer ausgezeichnete Ergebnisse.

Materialien wie Edelstahl und eine angesagte Optik aus. Für noch höhere Ansprüche an Design gibt es neue Produkte in der „the Luxe Collection“. Varianten in Schwarz, Grau und Weiß setzen Farbakzente in der Küche.

IFA Neuheit fürs Backen und Frittieren

Ein besonderes Highlight auf dem Sage Stand wird der neue the Smart Oven Air Fryer sein. Denn dieses innovative Kochengerät backt, brät und frittiert im Air Fry Modus ganz ohne Fett, kann aber auch garen, grillen und vieles mehr. Zehn vorprogrammierte Einstellungen machen die Zubereitung von zahlreichen Speisen wie

Braten, Pizza, Kuchen oder krosse Pommes Frites einfach. Mit seiner Vielseitigkeit soll das Multitalent vor allem Kunden ansprechen, die von kompakten Geräten, die wenig Platz auf der Arbeitsplatte einnehmen, ein Leistungsprofil erwarten, mit dem sie sogar Einbaugeräte ersetzen können. So ist the Smart Oven Air Fryer mit zwei Umluft-Stufen ausgestattet: eine normale für schnelles, gleichmäßiges Backen, Braten und Frittieren sowie Super-Umluft. Letztere ist besonders gut für das Frittieren mit Heißluft geeignet, weil sie den Garprozess beschleunigt, um die kalte Luft rund um das Gargut schnell zu erhitzen. Das Gerät arbeitet mit PID-Temperaturregelung sowie einem Algorithmus für gleichmäßige Temperaturen. Mit der zweistufigen Slow Cook Funktion lassen sich Gerichte bei niedriger Temperatur besonders schonend und mit individuell einstellbarer Dauer garen. Das Herzstück des the Smart Oven Air Fryer ist das von Sage entwickelte Element IQ System. Es steuert mit smarten Algorithmen die Leistung im Ofen so, dass die jeweils optimale Backtemperatur gewährleistet ist. So wird die Hitze für gleichmäßig getoastetes Brot oder knusprig-goldene, heißluftfrittierte Pommes Frites konstant und präzise so verteilt, wie es dem Gargut entspricht. the Smart Oven Air Fryer ist ab Januar für 399,90 Euro (UVP) erhältlich. Zum Lieferumfang gehören je ein Back-, Krümel- und Pizzablech, ein Airfry-Frittierrgitter und zwei Grillroste.

medisana®

THE NEW WAY TO CONNECT

EXPLORE OUR INNOVATIVE HEALTH PRODUCTS

Staubsauger und Luftreiniger in einem

Der Fakir Filter Pro



Mit dem Filter Pro will Fakir zusätzliche Geräte zur Luftreinigung überflüssig machen.

Mit der Weltneuheit Filter Pro will Fakir sich auf der IFA als Innovationsführer aus Baden-Württemberg präsentieren. Denn der neue Zyklon-Staubsauger Filter Pro entfernt nicht nur Schmutz vom Boden und von Einrichtungsgegenständen, sondern befreit auch die Raumluft von Feinstäuben, Schadstoffen, Staubpartikeln, Pollen und Gerüchen. Dafür baut Fakir erstmals einen elektrostatischen Filter und einen Ionisator in einen Staubsauger ein.

Mit dieser Technologie kann der beutellose Filter Pro als Staubsauger und Luftreiniger in einem dienen. Das wird vor allem Freunde sauberer Luft und Allergiker interessieren, denn auch Innenräume können mit Schadstoffen und Feinstaub belastet sein.

Fünf Jahre Entwicklungszeit hat Fakir in das neue Modell investiert, um acht verschiedene Filter zu entwickeln. Dabei wird erstmalig in einem Staubsauger ein elektrostatischer Filter eingesetzt, um mit Hilfe von elektrostatischer Energie selbst kleinste Partikel und Allergene aus der Luft zu entfernen. Dazu kommt ein Ionisator, der den Staub in der Raumluft bindet und zu Boden sinken lässt, damit er einfach aufgesaugt werden kann. Und ein Aktiv-Kohlefilter bindet beim Saugen sogar Gerüche. So entstand eine Technologie, wie sie sonst nur in hochwertigen Luftreinigern zu finden ist. Auf diese Weise will Fakir zusätzliche Geräte zur Reinigung der Luft von Pollen, Tierhaaren, Feinstaub und anderen Allergenen überflüssig machen.

Gut zu handhaben

Durch das ergonomische Griffdesign und die geringe Geräuschentwicklung ist das Saugen mit dem Filter Pro durchaus angenehm, in dem vielseitigen Zubehör findet man schnell das richtige Teil für die jeweilige Aufgabe – von der Möbelbürste und Polsterdüse bis hin zur Turbobürste für stärkere Verschmutzungen im Teppich. Die Kabellänge von neun Metern gewährleistet einen großen Aktionsradius; das kompakte, kraftvolle Modell lässt sich darüber hinaus schnell und leicht verstauen.

Das Designkonzept des Filter Pro wurde von Fakir gemeinsam mit internationalen Farbforschern aus der Automobilbranche erarbeitet. Das Ergebnis ist ein markantes Design, das mit den trendigen Farben Indigo-Blau, Dark Bordeaux und Violett auf den aktuellen Geschmack abgestimmt wurde.

Der Fakir Filter Pro soll 399 Euro (UVP) kosten.

Mehr Unterstützung für Jura Premium-Partner

Attraktive PoS-Ausstattung

Jura weitet das Premium-Partner-Konzept für den autorisierten Fachhandel aus. Für die Geschäfte der Partner stehen jetzt innovative PoS-Elemente im Corporate Design von Jura zur Verfügung. Darüber hinaus sollen die Händler von weiteren Maßnahmen profitieren, zu denen ein neuer Händlerfinder, ein verstärktes Teilnahmeangebot für die „Fit for Coffee...“-Seminare sowie das Angebot einer Jura-Live-Beratung im Geschäft gehören.

Mit diesem Schritt will Jura unterstreichen, wie wichtig die Zusammenarbeit mit den autorisierten Handelspartnern ist, bei denen viele Konsumenten zum ersten Mal mit der Marke Jura in Kontakt kommen. Die hervorragenden Beziehungen sollen auch auf der IFA sichtbar werden, wo der Stand von Jura auch in diesem Jahr wieder zum Treff- und Kommunikationspunkt für die Partner aus dem Handel werden soll. Hier werden u. a. die beiden neuen Varianten des Eintassen-Vollautomats Ena 8 von Jura in Full Metropolitan Black und Massive Aluminium präsentiert.

Bessere Vermarktung am PoS

Mit der Premium-Partner-Offensive will Jura die Vermarktung am POS stärken, der dafür zu einem noch



Im Rahmen der Premium-Partner-Offensive stattet Jura die Geschäfte mit attraktiven PoS-Elementen aus.

attraktiveren Ort werden soll. Nicht zuletzt deshalb stößt die neue Präsentation auf ein großes Interesse bei den Fachhändlern. Denn die stilistisch ansprechenden und hochwertigen Elemente fügen sich gut in praktisch jedes Shop-Konzept ein, während die Multimedia-Lösungen die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich ziehen. Sowohl die Standard- als auch die Plus-Varianten erlauben die Nutzung des innovativen Jura Live-Tool für eine Online-Beratung per Video-Telefonie.

Die Installation in den Geschäften der Partner soll zügig umgesetzt werden, um schon im kommenden Weihnachtsgeschäft den angemessenen Rahmen für

die IFA-Neuheiten von Jura zur IFA 2019 zu bilden. „Die Nachfrage nach der neuen POS-Ausstattung hat unsere optimistische Planung deutlich überschritten“, erklärte Horst Nikolaus, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH. „Dies ist ein sehr klares Zeichen dafür, dass unser Konzept hervorragend aufgenommen wird. Darüber hinaus zeigt uns das sehr positive Feedback, welches hohen Stellenwert Jura für den autorisierten Fachhandel hat. Für diesen Vertrauensbeweis bedanken wir uns bei unseren Partnern im Handel sehr herzlich und freuen uns nun darauf, eine faszinierende neue Jura-Welt entstehen zu lassen.“

So will Realtale hochwertige Multi-Brand-Stores eröffnen

Innovationen in 1A-Lagen

Mit einem neuen Konzept bietet das Start-up Realtale führenden Herstellern die Möglichkeit, innovative Produkte in den 1A-Lagen großer Städte zu präsentieren. Dafür will das Unternehmen, an dem die Unternehmensgruppe Messe Berlin eine Minderheitsbeteiligung erworben hat, deutschlandweit erstklassig ausgestattete Multi-Brand-Stores eröffnen, in denen Konsumenten Neuheiten live erleben und fundierte Beratung erhalten können. Noch in diesem Jahr soll das erste Geschäft der neuen Art in Hannover eröffnet werden.



Realtale Geschäftsführer Michael Volland: „Mit den Multi-Brand-Stores schaffen wir Orte, an denen die Konsumenten in entspannter Atmosphäre Neues entdecken, erleben und testen können.“

Neben eigenständigen Stores sind auch Shop-in-Shop Lösungen mit demselben Ausstellungs- und Verkaufskonzept geplant. Sie können auf Verkaufsflächen großflächiger Fachhändler, z. B. Euronics XXL oder expert Fachmärkten, platziert werden und sollen natürlich nur Produkte enthalten, die zum jeweiligen Sortiment passen. „Realtale bricht mit den Gepflogenheiten des Einzelhandels“, erklärte Michael Volland, Geschäftsführer und einer der drei Gründer des Start-ups. „Statt Masse und Abverkauf stehen Präsentation und Produkterlebnis in lebensnahen Umgebungen im Vordergrund.“ Gerade Hersteller von Premiummarken suchten nach neuen Wegen, um ihre Produkte besser in Szene zu setzen, fügte Volland hinzu. „Mit den Multi-Brand-Stores schaffen wir Orte, an denen die Konsumenten sich vorübergehend wie zuhause fühlen und in entspannter Atmosphäre Neues entdecken, erleben und testen können.“

Vom Startup bis zur Premiummarke

Neben ausgewählten Produkten von Premiummarken aus den Bereichen Smart Home, eMobility, Sport und Gesund-

heit, Haushalt, Gaming und Tech Gadgets sollen auch innovative Lösungen von Start-ups in den Multibrand-Stores Platz finden. In jedem Fall werden die Produkte lebensnah inszeniert und wechseln regelmäßig, so dass Store-Besucher immer wieder Neues entdecken können. Ebenso wichtig ist die Beratung vor Ort durch gut ausgebildetes Personal. „Gerade für den Bereich Consumer Electronics ist das Format gut geeignet, da hier oftmals komplexe und neue Technologien erklärt und ganze Produkt-Ökosysteme vorgestellt werden können“, betonte Volland.

Neue Wege will Realtale nicht nur mit seiner Strategie gehen, durch authentisches Storytelling Premiumprodukte bestmöglich zu inszenieren und damit Markenwerte aufzuladen; auch das Geschäftsmodell ist innovativ. Denn die Erträge sollen weniger aus Verkaufserlösen als vielmehr durch Platzierungseinnahmen und Marktforschung erzielt werden. „Wir übernehmen für die Hersteller die Funktion eines Markenbotschafters und generieren durch unterschiedliche Maßnahmen und technische Lösungen relevante Insights zum Informationsverhalten am PoS und zu den Bedürfnissen und Meinungen der Konsumenten“, erklärt Volland. Und auch wenn man in bestimmten Fällen die Produkte in den Stores erwerben kann, soll die Vertriebsstrategie des Herstellers nicht konterkariert werden. Das bedeutet, dass das Personal in den Stores die Interessenten auf Wunsch des Lieferanten auch gerne an den örtlichen Fachhandel verweisen.

Messe Berlin hat investiert

Eine Minderheitsbeteiligung an der Realtale GmbH wird von der Unternehmensgruppe Messe Berlin gehalten. „Wir engagieren uns bei Realtale, um unsere Wertschöpfungskette zu erweitern“, erläuterte IFA Executive Director Jens Heithecker das Investment. „Auf der Consumer-Tech Messe IFA bieten wir unseren Ausstellern jedes Jahr einen weltweit beachteten Showroom für ihre Premiumprodukte, der im B2B-Bereich globale Beachtung findet. Mit den Realtale-Stores setzen wir auf eine dauerhaft zugängliche Plattform im B2C-Bereich, die Premiummarken ein auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Umfeld bietet.“ Für die Hersteller soll Realtale eine gute Ergänzung zum Einzelhandel sowie eine wirtschaftlichere und flexiblere Alternative zum eigenen Marken-Showroom bieten. „Wir gehen davon aus, dass sich der große Teil der Hersteller keine eigenen Showrooms leisten will oder kann; deshalb sehen wir ein großes Potenzial in unserem Geschäftsmodell“, erklärte Volland. „Daher bieten wir auch das Konzept des Shop-in-Shops. Hier sind die Marken und Produkte auf Zielgruppen der Handelspartner abgestimmt und exklusiv inszeniert.“ Auf der IFA stellt Realtale auf Stand 226 in Halle 26 aus.



Der neue DEEBOT.
Nothing Missed.



DEEBOT OZMO 950
Robotic Vacuum Cleaner



- Intelligente Kartenerstellung von mehreren Etagen
- Smart Navi™ 3.0 Kartierungs- und Navigations-Technologie
- OZMO™ Mopping-Technologie
- Starke Leistung mit bis zu 3h Laufzeit
- Automatische Teppickerkennung

Live Smart. Enjoy Life.

Caso Design startet Marketing-Kampagne

Smarte Technik für mehr Genuss

Caso Design nutzt seinen 170 Quadratmeter großen Messestand auf der IFA zur Präsentation seiner umfangreichen Produktpalette mit interessanten Neuheiten, die den Kunden mit durchdachter Küchentechnik und smarten Technologien noch mehr Genussmomente verschaffen sollen. Zudem gibt das Unternehmen in Berlin auch den Startschuss für eine bundesweite Empfehlungsmarketing-Kampagne, die neue Akzente in der Kommunikation mit den Konsumenten setzen soll.



Eine erste Test-Aktion mit Vakuumierern hat bereits gute Ergebnisse gezeigt.

Wie sehr sich die Konsumenten für die Themen Genuss und Nachhaltigkeit interessieren, hat bereits eine erste Test-Aktion mit Vakuumierern gezeigt. Dabei rief Caso Design über Facebook dazu auf, die Geräte auf Herz und Nieren zu prüfen. Aus den knapp 700 Bewerbungen wurden per Los 60 Tester ermittelt, die sich ausführlich mit den Vakuumierern auseinandersetzten, um anschließend ehrliche Erfahrungsberichte abzugeben. Diese erfolgreiche Marketingaktion war die Overtüre für eine bundesweite Empfehlungsmarketing-Kampagne, mit der Caso Design seine Handelspartner unterstützen wird. Ein entsprechendes PoS-Paket steht für interessierte Händler ab sofort zur Verfügung.

Interessante Neuheiten

Caso Design wird auf der IFA interessante Neuheiten vorstellen, die smarte Funktionen mit der typischen, klaren Formensprache des Unternehmens verbinden. Dabei wird vor allem das Portfolio im Bereich Smart Kitchen weiter ausgebaut. Bereits jetzt können verschiedene Weinkühlschränke sowie die neuen SousVide Sticks SV 1200 Smart und SV 1200 Pro Smart mit der Caso Control App gesteuert werden. Mit der von Caso Design entwickelten Food-Manager App lassen sich auch die Lebensmittel im Gefrier- und Kühlfach einfach verwalten.

Auf dem 170 qm großen IFA Stand wird Caso Design zahlreiche Neuheiten präsentieren.



Die Produktpräsentationen auf dem modernen Messestand orientieren sich an den acht Themenbereichen Kochen & Backen, Induktion, SousVide & Fresh, Coffee Experience, Next Water, Kitchen Tools, Cooling & Wine und Wellnes & Care. Ein exklusiver VIP-Lounge-Bereich lädt die

Handelspartner zum Verweilen ein und dient gleichzeitig als Kommunikationsplattform. Neue Akzente in der Markenkommunikation, die auf der IFA erstmals zu sehen sein werden, sollen für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen.

Der neue TeeGourmet Pro

Ein besonderes Highlight unter den IFA-Neuheiten von Caso Design ist der TeeGourmet Pro mit innovativer Lift-Funktion. Dieses Gerät ist eine praktische Lösung für das bekannte Problem, dass bei den zahlreichen verschiedenen Teesorten die jeweils richtige Temperatur und die korrekte Ziehdauer eine entscheidende Rolle spielen, damit sich Aroma und Geschmack der Blätter voll entfalten können. Mit dem TeeGourmet Pro von Caso Design sind die Kunden immer auf der sicheren Seite. Möglich wird das durch die innovative Lift-Funktion, mit der das herausnehmbare Teesieb aus Edelstahl automatisch abgesenkt bzw. angehoben wird. So kommen die Teeblätter erst dann mit dem heißen Wasser in Berührung, wenn es die perfekte Temperatur erreicht hat. Denn wenn die Blätter z. B. zu früh in das noch siedende Wasser gelangen, kann der Tee an Geschmack und Aroma verlieren, da dem Wasser der Sauerstoff entzogen wird und das Getränk dadurch fade schmeckt. Umgekehrt kann je nach Teesorte siedendes Wasser die Blätter auch verbrühen, so dass der Tee einen bitteren Geschmack annimmt. Gleiches gilt auch, wenn die Ziehzeit überschritten wird. Über die beleuchtete LED-Anzeige hat man deshalb immer die Temperatur und die Brühzeit im Blick. Nach der Zubereitung fährt das Teesieb



Durch die innovative Lift-Funktion kommt der Tee erst dann mit dem Wasser in Berührung, wenn es die richtige Temperatur hat.



Die Parameter für fünf Teesorten sind vorprogrammiert, können aber auch den individuellen Vorlieben angepasst werden.

wieder in die Ausgangsposition und kann entnommen werden. Fünf voreingestellte Teeprogramme sorgen dafür, dass grüner, schwarzer, weißer oder Kräuter Tee beziehungsweise auch Oolong immer bei der optimalen Temperatur und Ziehzeit gebrüht werden. Wer möchte, kann die Parameter auch den persönlichen Vorlieben anpassen, um dem Tee eine eher belebende oder beruhigende Wirkung zu verleihen. Ein praktisches Detail ist, dass der TeeGourmet Pro auch als Wasserkocher genutzt werden. Dazu wird lediglich das Teesieb herausgenommen und die gewünschte Temperatur in 5° C-Schritten von 40 bis 100° C eingestellt. Der Design Teekocher TeeGourmet Pro von Caso Design ist ab September 2019 erhältlich.

www.pos-mail.de

IHR AKTUELLES UPDATE

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



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

stimmten Unternehmen oder Stichwort zu finden. Mit einem Klick kommen Sie zudem auf das News-Portal unserer Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact*, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland. Jede Woche informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der Hightech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren: www.pos-mail.de/newsletter

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Fitschen, übernehmen Sie!

Als Rentner habe ich ja Zeit, ab und zu an früher zu denken, und dann erinnere ich mich auch an meine aktive Zeit vor PoS-MAIL, nämlich in der Industrie. Da hatte man immer einen Kloß im Bauch, wenn man in Ingolstadt bei MediaMarktSaturn antreten musste. Für flaue Gefühle im Bauch sorgt das geizgeile Konglomerat immer noch, allerdings weniger bei den Lieferanten, als vielmehr bei den Aktionären der Muttergesellschaft Ceconomy.

Die befindet sich, was spätestens seit dem Oktober letzten Jahres bekannt ist, in schweren Gewässern und hat deshalb mit Jörn Werner einen einzelhandelserfahrenen Vorstandsvorsitzenden angeworben, der gemeinsam mit der Finanzchefin Karin Sonnenmoser das schlingernde Schiff wieder auf Kurs bringen soll. Ob die Reduzierung des Netto-Verlustes im dritten Quartal von 90 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum auf 62 Millionen schon einen Fortschritt darstellt, darf man bezweifeln. Ich sehe jedenfalls keinen grundlegenden Unterschied darin, ob man mit Tempo 150 oder mit Tempo 100 gegen einen Baum fährt. Wie der Börsenkurs von Ceconomy zeigt, sind Analysten und Aktionäre von den Zahlen auch nicht begeistert.

Der bedauernswerte Jörn Werner muss nicht nur gegen zu hohe Kosten und fehlendes Umsatzwachstum kämpfen, sondern auch gegen den schillernden Chef der MediaSaturn Holding. Der hört auf den klangvollen Namen Ferran Reverter Planet und ist sozusagen der Kellerhals im Fleische von Werner. Reverter soll, so berichtet das Manager Magazin, sogar den Verkauf von MediaSaturn an den Investor Advent ausgelotet haben. Wenn er das tatsächlich an seinem Konzernvorstand vorbei gemacht hat, ist das ein Bubenstück, gegen welches sich das seinerzeitige Störfeuer des seligen Erich Kellerhals auf seiner Convergenta Webseite wie harmlose Zwischenrufe vom Balkon der Sesamstraße aus ausnehmen.

In dieser verfahrenen Situation empfehle ich das Eingreifen eines schlachterprobten Krisenmanagers. Wenn der Ex-Deutsche-Bank Co-Chef Jürgen Fitschen als Aufsichtsratsvorsitzender die Kampfahne Reverter und Werner nicht in den Griff kriegt, dann muss er Ceconomy eben im Zweifelsfall selber führen. Erfahrungen mit Krisen hat er ja genug.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den
High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

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

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

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

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

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Franz Wagner

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

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

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 21 v. 1. Januar 2019.

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



IT'S ALL ABOUT YOUR COFFEE.

Maestosa De'Longhi

Kaffee kann seine Aromenvielfalt in der Tasse nur dann voll entfalten, wenn er frisch und präzise gemahlen wird. Die neue Adaptive Grinding Technologie von De'Longhi steuert den richtigen Mahlgrad elektronisch und garantiert einen hochpräzisen, gleichmäßigen Mahlvorgang. Genießen Sie perfekten Espresso und authentische italienische Kaffeespezialitäten mit der neuen Maestosa. Für maximales Aroma und puren Genuss. Tasse für Tasse.

Adaptive **GRINDING**
TECHNOLOGY



Entdecken Sie die neue Maestosa auf der IFA,
Halle 1.1 Stand 202

De'Longhi
Better Everyday