



Österreichs Insiderblatt für die Elektrobranche
Ausgabe 9/2011

P.b.b. Erscheinungsort Wien | Verlagsortamt 1170 Wien | Versandpostamt 8000 Graz | DVR0454591 | Zulassungs-Nr.: 02Z032978M

Franz Schlehta im Interview

„KINDISCH UND BLÖD“

Über Fehlentscheidungen und die Gefahr aus Fernost

SCHIACHE GIER

Die Werte des Willi Fleischmann

KRISE DES FERNSEHENS?

ATV-Chef Ludwig Bauer über die Herausforderung TV

HOCHZEIT DES JAHRES

elektro.at neu – StoryLink verbindet Print und Online



jura[®]



ENA Micro 9 One Touch
kleinfach

Kleinsten One-Touch-
Vollautomat der Welt

besonders energiesparend trocknen.



Mit dem neuen TKF 8352 A Kondensationstrockner von elektrabregenz.

Nur 1,92 kWh Verbrauch und die Energieeffizienzklasse A-50 % machen diesen Trockner mit Wärmepumpe zum sparsamen und doch leistungsstarken Helfer im Haushalt. Weitere Features: 8 kg Fassungsvermögen, eine extragroße Glastür mit 39,5 cm Durchmesser und 150 Grad Öffnungswinkel, 16 Programme sowie ein integrierbarer Trockenkorb für Wolle, Seide und Turnschuhe.

besonders frisch genießen.



REICHL UND PARTNER



Mit der Side by Side Kühl-Gefrierkombination von elektrabregenz. Jetzt neu!

Die Side by Side Kühl-Gefrierkombination SBSQ 4460 überzeugt mit maximaler Frische, voller Flexibilität und dem größten Kühlteil dieser Geräteklasse. 605 Liter Bruttonutzinhalt, vier Türen und 80 cm breite Abstellflächen aus Sicherheitsglas lassen keine Wünsche offen. Außerdem cool: Die 77 Liter fassende Flexi Zone verwandelt sich auf Knopfdruck vom Kühl- in ein Gefrierteil und umgekehrt.

Nicht jedes Smartphone ist ein 3Superphone®



Handy	Tarif
0€	+ 20€
3BestKombi	

3Superphones® um 0 Euro mit dem perfekten Tarif,
wie z.B. dem 3Superphone® L.

Exklusiv für alle.



Liebe Leser

Houston, wir haben ein Problem!“ Dieser bedeutungsschwangere Satz, den am 13. April 1970 James A. Lovell, der Kapitän der Apollo 13, in höchster Not zur Erde funkte, stand am Beginn eines berühmt gewordenen (und erfolgreichen) Rettungsversuchs von drei in einem völlig desolaten Raumschiff Richtung Mond fliegenden Astronauten. Und am Ende einer Fehlerkette, die Wochen vor dem Start ihren Ausgang genommen hatte. Heimlich, still und leise. Und vollkommen unbemerkt.

Fehler sind auch in Unternehmen gefürchtet. Sie sind hinterhältig und nur selten singuläre Ereignisse, die ihre zerstörerische Wirkung sofort entfalten. Viel häufiger schlummern sie eine Zeit vor sich hin und verbünden sich mit anderen Fehlern, bevor sie zuschlagen. Sie verstecken sich besonders gerne auch in lange Zeit scheinbar klaglos funktionierenden Konzepten und Strategien. Wie gut ausgebildete Agenten warten sie geduldig auf den Augenblick, wenn ihre Zeit gekommen ist und schlagen selbst dann nicht immer sofort mit voller Wucht zu. Das ist perfide, schwer zu entdecken, schwer zu beherrschen und im Fall des Falles noch viel schwerer zuzugeben.

Fehler sind Meister im Verkleiden, Verstecken und im Nebelgranatenwerfen. Und als wäre das nicht schon genug, erleichtern wir ihre subversive Tätigkeit auch noch durch den Reflex, sie lange Zeit zu negieren (wenn sie einmal entdeckt sind), sie jemandem in die Schuhe schieben zu müssen, nicht aus ihnen zu lernen und stur auf die Symptome zu reagieren, anstatt uns auf die Suche nach der Wurzel zu machen.

Nehmen wir etwa die gegenwärtige Finanzkrise: Sie entspringt einem systemischen Fehler, der aus dem vorigen Jahrhundert stammt und zur Folge hat, dass ein völlig außer Kontrolle geratener Finanzmarkt, gesteuert durch die nackte Gier einiger weniger, die gesamte Weltwirtschaft in Geiselnahme nehmen kann. Kosmetische Eingriffe, wie sie von hilflosen und dem Diktat des Aktionismus unterworfenen Politikern getätigt werden, ändern am Grundlegenden nichts. Das Ergebnis sind im besten Fall Pflaster auf ein metastasierendes Krebsgeschwür.

Jüngst sagte der Ökonom Stephan Schulmeister in einem Interview mit dem *Kurier*: „Was sich jetzt abspielt, ist eine systemische Krise, die möglicherweise letzte Etappe in einem Implosionsprozess jener Spielanordnung, die seit 30 Jahren die westlichen Industrieländer prägt.“ Und was geschieht? Allenorts rückt die Feuerwehr aus, um kleine Einzelbrände zu löschen. Um den eigentlichen Brandherd kümmert sich niemand.

Peter Klaus Brandl schreibt in seinem Buch „Crash Kommunikation“ zu diesem falschen und sich dennoch wiederholenden Reaktionsschema: „In der Regel konzentrieren sich spontane Aktionen auf eine Reparatur des Bestehenden, nicht auf grundlegende, systematische Veränderungen.“ Das sei der vordergründig



Staying Ahead of the Aircraft

„Fehler sind hinterhältig und nur selten singuläre Ereignisse, die ihre zerstörerische Wirkung sofort entfalten.“

deutlich einfachere Weg einer Krise zu begegnen, da man auf diese Weise nicht zugeben müsste, dass man ein grundsätzliches Problem hat. „Und man kann dem Gedanken ausweichen“, so Brandl weiter, „in der Vergangenheit möglicherweise einen Fehler gemacht zu haben, indem man etwa zu spät auf sich abzeichnende Gefahren reagiert hat.“ Ein Verhalten, das man auch in unserer Branche nur allzu gut kennt.

Fehler entstehen nämlich oft auch durch Inaktivität. Wenn sich etwa die Systemumgebung (zB der Markt) ändert, das System (der Handel) selbst jedoch nicht. Die Folge ist, dass die Antworten des Systems auf Inputs aus der Systemumgebung nicht (mehr) angemessen sind und zu systemkritischen Situationen führen.

Etwas weniger abstrakt: Wenn UE-orientierte Fachhändler eiseren an der Strategie festhalten, ihr Geschäftsmodell auf den Verkauf von Fernsehern aufzubauen, dabei jedoch moderne Gesamtkonzepte in der UE verschlafen, Netzwerkprodukte und Anzeichen für eine dringende Sortimentserweiterung ignorieren und sich dann wundern, dass ihnen die Margen davonlaufen. Aber auch den Großen passieren solche Fehler, die unerklärlich erscheinen, und wo ein längst zu adaptierendes Geschäftsmodell seltsame Blüten treibt. So mag es für Media/Saturn einst mehr als angemessen gewesen sein, schwächere Mitbewerber mit „Schweinepreisen“ und Riesenauswahl unter Druck zu setzen und sie auf diese Art aus dem Markt zu drängen. Im Zeitalter des Onlinehandels ist das nicht mehr so einfach. Das Internet ist ein, was Preisgestaltung und Auswahl betrifft, überlegener Gegner und die Systemantwort, die einst passend war, nämlich enorme Preisaggression zusammen mit „der größten Auswahl“, ist es heute nicht mehr. Eine Strategieänderung lässt dennoch auf sich warten. Das verwundert.

Es empfiehlt sich, über die Mahnung von Brandl ernsthaft nachzudenken: „Wenn operative Hektik regiert, ist der Blick für das Wesentliche längst verloren gegangen. Statt umsichtig zu planen, reagiert man ad hoc. Statt den Flächenbrand zu bekämpfen, löscht man nur einzelne, vergleichsweise harmlose Feuerchen – im schlimmsten Fall, bis die Feuerwalze von hinten alles überrollt.“ In diesem Sinne ist auch der Titel dieses Editorials (eine alte Pilotenweisheit) zu verstehen: Wer die Situation jederzeit unter Kontrolle haben will, muss wissen, wo er sich momentan befindet und was die nächsten wichtigen Schritte sind.

A. Rockenbauer

**DI Andreas Rockenbauer
Herausgeber**

DOWNLOAD

AUDIO



Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone

Rubriken

- 7 Editorial
- 102 Zubehör
- 162 Vor 20 Jahren

Hintergrund

- 11 **Déjà-vu**
Kommentar
- 12 **„Das ist kindisch und blöd“**
Franz Schlechta über Futura-Gegner und Angst, die man nicht haben sollte – Teil 1
- 16 **Die Hochzeit des Jahres**
elektro.at ganz neu und Print findet zu Online
- 18 **Die Gier ist was schiachs**
Willi Fleischmann über Herausforderungen, Menschlichkeit und Preisgestaltungen
- 20 **Gegen die Mächtigen**
PV-Spezialist Erich Tisch tischt auf
- 22 **Da waren's nur noch drei**
Branchenhighlight des Jahres um einen Tag gekürzt
- 26 **Virtual Tools**
EP: bleibt seinem Motto treu
- 28 **35 Jahre unterm Stern**
Expert feiert Geburtstag
- 30 **360 Grad Unterhaltung**
Red Zacs Motto für die Futura
- 31 **Sicherheit durch Sturzsensoren**
Sortimentserweiterung mit Produkten von Spantec
- 32 **Für Sie auf der Futura**
Das E&W Ausstellerverzeichnis
- 36 **(Noch) geschlossen**
Über die Möglichkeit einer Öffnung der UPC-Mediabox
- 38 **Rot schreibt rot**
Media-Saturn-Gruppe ist im Schleudern
- 39 **Fotografieren und gewinnen**
topprodukte.at unterstützen und mitpromotet werden

Telekommunikation

- 41 **Parallellaktion**
Kommentar
- 42 **Intermezzo**
T-Mobile und UpCom sind nicht auf der Futura
- 44 **Den Brand vorstellen**
Die Marke A1 präsentiert sich auf der Futura
- 46 **Wahlhelfer für Zuhause**
Tiptel präsentiert sich in Salzburg und Berlin
- 47 **Kick-off auf der Futura**
Handybusiness.at bringt bekannte Marke zurück nach Österreich
- 48 **Neustart in Salzburg**
Top Telekom präsentiert sich in neuem Look
- 50 **Dienstleistung ist kostbar**
Servicepauschale als Chance?
- 51 **Parallel-Veranstaltung**
AKL/Brightstar: kein Messestand auf der Futura
- 52 **Schwimmen auf der Erfolgswelle**
HTC mit „ambitionierten“ Zielen
- 54 **Höhenwachstum**
Brightpoint und 3 zeigen Neues
- 56 **Mehr als nur Handys**
Emporia auf der Futura

Multimedia

- 58 **Mit Herz – und Hirn!**
Kommentar
- 60 **„Das schauen wir uns an!“**
ATV-Chef im E&W-Interview
- 63 **Expansions-Programm**
ATV verdoppelt sich
- 64 **Mehr dran – mehr drin**
Sky baut sein Angebot aus, der FH bekommt höhere Provisionen
- 66 **Fast Forward**
Loewe setzt mit Zukunftsprogramm klaren Fokus

- 68 **Trendiges Themen-Trio**
Panasonic rückt „grüne Ambitionen“ ins Rampenlicht
- 69 **Generation „I“**
TechniSat forciert ISIO
- 70 **Tigern mit Loewe**
HB Austria bringt Loewe-Highlights auf die Futura
- 72 **Die Welt ist eckig**
Sony bringt die „Connected World“ nach Berlin
- 74 **Smart bleibt Trumpf**
Vernetzte Welt à la Samsung
- 76 **Anschluss und Klang**
vereint von Harman Kardon
- 77 **Estro bringt estro**
Strobl feilt am Sortiment
- 78 **Generationswechsel**
LG hat 3D im Fokus und bringt Cinema 3D der 2. Generation



- 79 **Neuer Exklusiv-Vertrieb**
Baytronic holen G&BL sowie APart an Bord
- 80 **Flotte Flotte**
Neue Receiver von Kathrein
- 81 **Natur pur**
Neue Kompakte von Nikon
- 82 **Display-Vielfalt**
Monitors and More präsentiert alle Arten von Bildschirmen
- 83 **Der Name ist Programm**
Smart vereint neue Technik und bewährtes Bedienkonzept

Medieninhaber (Verleger) und Anzeigenverwaltung
Elektro und Wirtschaft Zeitschriftenverlags-ges.mbH, 1160 Wien, Wilhelmminenstraße 19/II C, Telefon: 01/485 31 49 Serie, Telefax: 01/486 90 32/30, Internet: www.elektro.at, E-Mail: redaktion@elektro.at, verkauf@elektro.at

Geschäftsführer
DI Andreas Rockenbauer

Herausgeber
DI Andreas Rockenbauer, Helmut J. Rockenbauer

Chefredakteur
Mag. Dominik Schebach

Redaktion
Stefanie Bruckbauer, Mag. Peter Fußl, Mag. Lilly Neumayer, Mag. Bettina Paur, Ing. Karl Pichler, DI Andreas Rockenbauer,

Helmut J. Rockenbauer, Ronald Rockenbauer B.A., Wolfgang Schalko, Mag. Dominik Schebach

Anzeigen
Mario Ernst

Grafik
Alexander Kuhn, Martin Mares

Grundlegende Richtung
Unabhängige Fachzeitschrift für den Elektrohandel und das -gewerbe

Hersteller
Druck Styria GmbH & CoKG, 8042 Graz, Styriastraße 20

Abonnements
Ein Jahresabonnement für Österreich 11 Ausgaben EUR 64,90 (inkl. 10% MWSt.), Einzelpreis EUR 8,80 (inkl. 10% MWSt.), Preis für

Auslandsabonnement Europa EUR 121,00 (inkl. 10% MWSt.), Übersee EUR 215,00. Das Abonnement verlängert sich um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis spätestens 31.10. lfd. Jahres schriftlich gekündigt wird.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Bei mit „Adverorial“ gekennzeichneten Seiten handelt es sich um bezahlte Anzeigen.



Die aktuellen Auflagezahlen und Anzeigenpreise entnehmen Sie unseren Mediadaten auf www.elektro.at

- 84 **Metz nimmt Maß**
Vernetzung und 3D sind die
Messeschwerpunkte
- 86 **Gesellschaftsfähig...**
Hochauflösende Musik
- 88 **Nachhaltig und trendy**
Elfogro trägt Trends Rechnung
- 89 **Volles Programm**
AustriaSat startet mit HD Austria
- 90 **Aus eins mach zwei**
Philips punktet in der UE mit
Innovationen
- 91 **Standard-Fragen**
ORS zeigt auf der Futura News
in Sachen Rundfunk
- 92 **Und die Größe zählt also doch**
Sharp zeigt Aquos Quattron TVs
in nie da gewesener Größe
- 93 **Das richtige Zubehör für alles**
gibt es bei Hama
- 94 **„Wenn Strom durch den
Verbraucher fließt ...“**
Wir besuchten das Varta-Werk
in Dischingen
- 95 **Die Welt steht Kopf**
Triax sorgt für frischen Wind
- 96 **Doppelpack**
Neue Irdeto-Receivergeneration
von WISI
- 97 **Kunterbunter Mix**
News von IP bis Multiroom von
Kleinhappl
- 98 **Die News frei Haus**
Roadshow statt Futura heißt's
bei oli.cc
- 99 **Aktuelles**
- 100 **Flexibilität neu definiert**
Delta Solutions vielseitige
Lösungsansätze
- 101 **Aktuelles**

Hausgeräte

- 105 **Innovationen – Fluch oder
Segen?**
Kommentar
- 106 **Einfach alles**
Bei BSH aus den Vollen schöpfen
- 110 **Handschlag-Qualität**
Bauknecht-GF Kolb über die
Messe und sein Unternehmen
- 112 **Neues von Hans Dampf**
Spirit und Spirit von
elektrabregenz
- 114 **Gipfelstürmer**
Interview mit neuem Nespresso-
GF Dietmar Keuschnig
- 118 **Die Qualität der Kälte**
Liebherr setzt auf Energieeffi-
zienz, Komfort und Design

- 120 **Grüner Sparefroh**
AEG schlägt den Sparkurs ein:
für Umwelt und Konsumenten
- 122 **Kraft der Verlässlichkeit**
Miele feiert 25 Jahre Besteck-
schublade
- 124 **Streng gehütetes Geheimnis**
Dyson präsentiert Weltneuheit
- 125 **Große Größen**
Samsung legt bei der WW zu
- 126 **Jetzt wird's GIGAntisch**
Jura auf der Pole Position
- 128 **Alle Zeichen auf Klassik**
DKB setzt weiterhin auf Kaffee
- 130 **Kaffee wie vom Barista**
Nicht nur der Messestand von
De'Longhi/Kenwood glänzt
- 132 **Innovationen bei den Kleinen**
Philips trumpft auf
- 133 **Klein, schnell und nachhaltig**
Cremesso's neue Maschinen
generation
- 134 **Caffeo à la Melitta**
Kaffee und Zubehör bei Melitta
und Swirl
- 135 **Testsieger testen**
Absatzförderung von
Procter&Gamble
- 136 **Eine Armada an Produkten**
SEB zeigt neue Produkte und
neue Kampagne für den FH
- 138 **Drei aus einer Hand**
News von Unold, Thomas und
Boneco/Air-O-Swiss bei MBO
- 140 **„Must Haves“ für diesen Herbst**
Remington, Russell Hobbs und
Varta gemeinsam auf der Futura
- 141 **Luft & Licht**
Klein Robotics zeigt drei unter-
schiedliche Produktgruppen
- 142 **1000, 500, 10, 5, ...**
Die neuen Automaten von wmf

- 142 **Die nächste Generation**
Sich verwöhnen lassen mit
HTN/Beurer
- 144 **Auf's Haar genau**
Der Messe-Jungbrunnen
von BaByliss
- 146 **Der Vorhang wird fallen**
Die Geheimnisse von Severin
- 146 **Persönliche Wellness-Oasen**
Schimek zeigt, wie man es sich
gut gehen lassen kann
- 147 **Aktuelles**

E-Technik

- 150 **Koarls Sommerquatsch**
Kommentar
- 151 **LED goes LCD**
Ledon bringt Leuchtmittel ins TV
- 152 **Einsatz von LEDs ohne Energie
einsparung?**
Lichttechnische Tagung 2011
- 154 **Arbeit ohne Ende**
Martin Karall im Interview
- 156 **Aktuelles**

Management

- 158 **In die Miesen geschlittert**
Kommentar
- 159 **Lost Point of Sale**
Die Story of „Unstoring“
- 160 **Jetzt beginnt's wirklich
weh zu tun**
Hinausverkaufs-Halbjahresbilanz
- 161 **Rat & Tat**
Erfreuliches zum
Thema „Reisen“



Machen Sie aus jedem Essen ein gesundes Festmahl

Mehr Genuss, weniger Aufwand – die neuen Avance Küchenhelfer



Maximale
Saftausbeute.
Minimale
Reinigung.

Maximale
Ergebnisse.
Minimaler
Aufwand.



Mehr Informationen zur Avance Collection finden Sie unter: www.philips.com/avance

GESUNDER
GENUSS

PHILIPS
sense and simplicity

Am 11. November ist es zu spät!

Das Branchenfest

Was nicht einmal Optimisten für möglich gehalten haben, wird am 10. November Realität: *plugged 11.0* wird mit dem Museumsquartier nicht nur in einer der absoluten Top-Locations Wiens stattfinden, sondern auch gästemäßig alle Rekorde brechen. Bis zu 800 Manager und Unternehmer erwarten die Veranstalter Kurier und E&W heuer auf dem größten Networking-Event der Branche.



Der größte Networking-Event der Branche findet am 10. November im Museumsquartier statt – vermutlich mit TV-Beteiligung

Kurier-Geschäftsführer Thomas Kralinger, Futurezone-Chef Gerald Reischl und E&W-Herausgeber Andreas Rockenbauer haben über *plugged* zu einer richtungsweisenden Partnerschaft gefunden. Daher wird es auch heuer wieder neben den – zum 17. Mal vergebenen Goldenen Steckern für die besten (Fachhandels-)Lieferanten – einige Goldene Stecker auch für herausragende Produkte geben. Das Publikumsvoting dazu findet im Oktober auf futurezone.at statt.

Welchen Stellenwert *plugged* nach nur vier Jahren genießt, kann man auch daran erkennen, dass sich mittlerweile sogar TV-Sender für den Branchenevent interessieren – und eine entsprechende Partnerschaft vor der Tür steht. Der Branche kann das nur gut tun.

EINBLICK

„Sie müssen halt was tun. Aber nicht nur mit halbnackten Frauen und irgendetwelchen Blödheiten.“
Seite 12

„Es wär gleich gescheiter, die Prospekte ohne Preise zu drucken.“
Seite 18

Bettina Paur



Déjà-vu

Mein lieber, polnischer Freund Grzegorz zitiert gerne ein altes Sprichwort aus seiner Heimat: „Kapitalismus ist die Ausbeutung des Menschen durch den Menschen. Im Kommunismus ist es genau umgekehrt.“ – Ein schöner Satz, der mir schon lange gefällt, und welcher sich in letzter Zeit wieder öfter durch meine Gehirnwindungen schleicht. Weil er aufzeigt, wo Gemeinsamkeit herrscht, wenn man gemeinhin Gegensätzlichkeit vermuten würde.

Natürlich wird zwar kaum ein Österreicher den Kommunismus als beste Staatsform bezeichnen (die KPÖ erlangte bei der letzten Nationalratswahl nur 0,8% der Stimmen). Kolchosen und Kontrolle aus einer weit entfernten Leitstille hält man hierzulande nicht für besonders effizient. Die Unterschiede der Landschaften und Menschen wären zu groß, als dass man von einer entfernten Zentrale aus den Steuerknüppel würdig und für alle zufriedenstellend schwingen könnte. Das hätte schon in der UdSSR nicht funktioniert, weil die Turkmenen eben andere Bedürfnisse als die Kasachen und die Esten haben. Dann noch lieber den Kapitalismus, würde man wohl meinen. Da gibt's zumindest Bananen. Und trotzdem scheint es mir, als gingen diese beiden Gesellen immer inniger Hand in Hand – in den Sonnenuntergang. Mich beschleicht zunehmend der Eindruck, als würde der Zentralismus einem Phoenix gleich aus der Asche steigen. Von Gleichbügeleien, was auf einem ganzen Kontinent richtig und wichtig sei. Über Konzernzentralen, die ihren Niederlassungen weniger Handlungsspielraum geben, um nur ja nicht die Oberhand zu verlieren. Bis hin zur Bevorzugung des Großen zur Nachsicht des Kleinen. „Die Geschichte lehrt die Menschen, daß die Geschichte die Menschen nichts lehrt“, hat Mahatma Gandhi so treffend vermerkt. Es scheint, als hätte der weise alte Inder auch hier recht behalten.

Denn dass österreichische Besonderheiten beschnitten werden, wenn man ja auch auf deutschen Gigantismus setzen kann – das kommt einem ja auch irgendwie bekannt vor...

DOWNLOAD

AUDIO

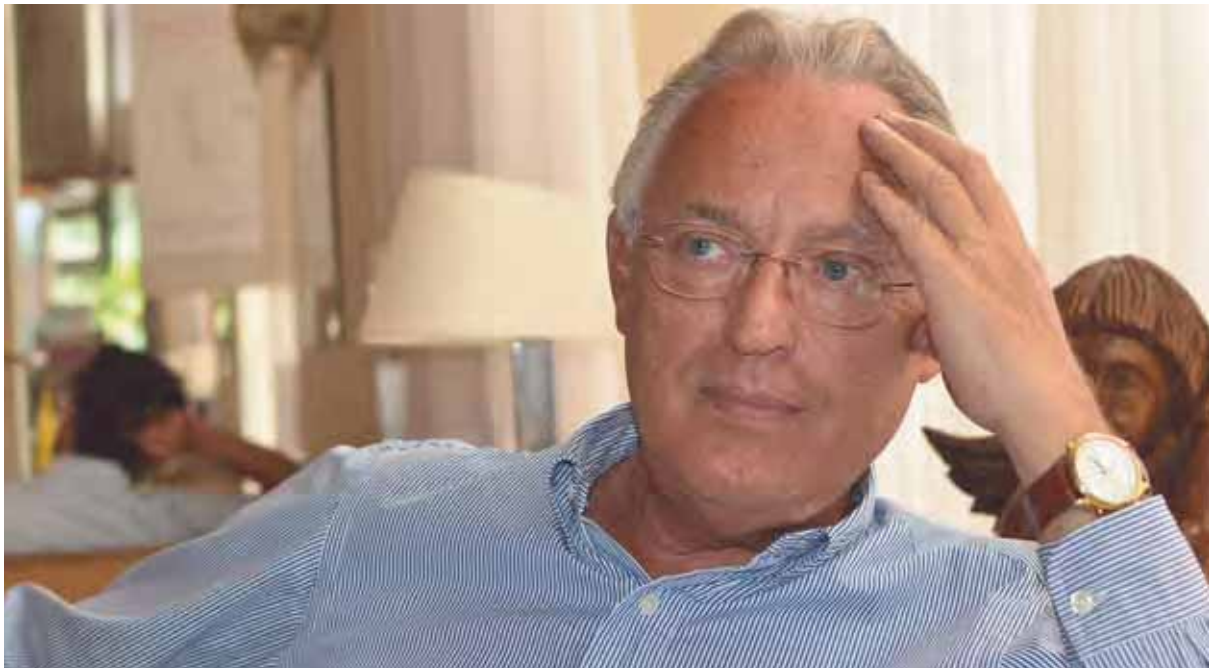


Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone.

ATV

DA KOMMT ETWAS AUF SIE ZU.

Dieses Ereignis dürfen Sie nicht verpassen: Besuchen Sie uns von 15.-17. September in der ATV-Lounge (Halle 7, Stand 104) auf der Futura und holen Sie sich alle wichtigen Informationen zum Start von ATV2.



Franz Schlechta über Futura-Gegner und Angst, die man nicht haben sollte – Teil 1

„Das ist kindisch und blöd“

Der Ex-BSH-Chef sitzt im Cafe Prückel am Parkring, beißt genussvoll in seine Frankfurter und erfreut sich eines erfüllten Pensionistenlebens. Locker plaudert er über Gott und die Welt, Blödheiten in der Branche, Futura, Internet, Mediamarkt, die Kooperationen und neue Mitbewerber und streut nebenbei Lebensweisheiten ein. Pensionsschock? Kenne er nicht, sagt er, lacht herzhaft – und erzählt die nächste Anekdote.

Seit er sich mit seinem auberginefarbenen Benz („der vom Sandler schaut fast genauso aus, hat aber doppelt soviel PS“) nicht mehr täglich in die Quellenstraße stauen muss, beginnt der Morgen bei Schlechtas sehr entspannt – mit ein paar Tassen Kaffee und drei Tageszeitungen („Presse, Standard und Kurier – da geht der halbe Vormittag drauf“). Auf die *Kronenzeitung*, früher „wegen der Inse- rate“ berufsbedingt Standardlektüre, verzichtet er dabei gerne: „Da steht nichts drinnen. Ich verstehe nicht, wer dieses Blatt gerne liest.“ Ganz im Gegenteil zu *profil* und der Wiener Stadtzeitung *Falter* – die hat er auch abonniert.

„Ich bilde mir nicht ein, alles zu durchschauen“, sagt Franz Schlechta gleich zu Beginn des Gesprächs, „aber ich habe in meinem Berufsleben so viele Dinge gesehen – übrigens auch ein paar empfindliche Niederlagen erlebt –, dass ich zu den meisten Dingen schon eine Meinung

habe. Und ich habe damit auch nie hinter dem Berg gehalten.“

Das ist in der Branche nichts Neues und kann – wie ebenfalls bekannt – beim deklarierten Fachhandelsfan dann auch schon mal ziemlich pointiert rüberkommen. Zum Thema Verkürzung der Futura auf drei Tage etwa findet er deutliche Worte: „Das ist kindisch und blöd.“ Obwohl er – und darauf legt er großen Wert – jetzt „nicht daherkommen will und alles besser weiß“. Aber punkto Futura kenne er keinen Pardon, die sei für die gesamte Branche einfach unverzichtbar.

Wer Zweifel an der Sinnhaftigkeit einer Fachmesse wie der Futura habe, sei nicht ganz bei Trost, der habe die elementarsten Dinge nicht verstanden, so Schlechta. Denn neben einer ganz einfachen betriebswirtschaftlichen Rechnung, für die man lediglich die vier Grundrechnungsarten benötige, seien auch die „Softfacts,

die gar nicht so soft sind“, Grund genug, um eine Futura mit „Zähnen und Klauen“ zu unterstützen.

Die Futura rechnet sich

Slechta: „Ich bin ein uneingeschränkter Befürworter der Futura – aus den verschiedensten Gründen. Erstens stärkt das den Geist einer Branche. Auf der Futura zeigen wir einander, wie gut wir sind, wie stark wir sind und was wir alles können – das gibt Selbstvertrauen und ein Zusammengehörigkeitsgefühl. Das ist sehr wichtig für die Befindlichkeit der gesamten Branche.“

Zweitens ist die Messe vor allem für die kleineren Händler überlebensnotwendig, weil die dort aus erster Hand erfahren, was es für Neuigkeiten in der Branche gibt. Wenn die Händler eine Messe nur dazu verwenden, zu ihren Freunden zu pilgern und mit denen ein Achterl zu trin-

ken, dann haben sie den Sinn nicht verstanden. Dann ist das nicht sehr gescheit. Da müssten auch die Kooperationen ihre Händler noch stärker sensibilisieren, obwohl sie es schon sehr gut geschafft haben, ihre Mitglieder überhaupt zu den Messen zu bringen. Da rede ich von den vielen kleinen und mittelständischen Händlern, die das Rückgrat unserer Branche bilden.

Und – es gibt einen weiteren ganz primitiven Grund für ein klares „Ja“ zu einer Fachmesse: Es zahlt sich betriebswirtschaftlich aus. Das ist eine einfache Rechnung: Ein Vertreter bei uns hat die Aufgabe, vier bis sechs Kunden pro Tag zu besuchen, der Schnitt liegt also irgendwo bei fünf. In der Praxis stehen pro Woche allerdings nur vier Tage zur Verfügung, weil der Freitag ein kurzer Tag ist und der meist für die ganze Computerarbeit verwendet wird. Das ergibt also etwa 20 Besuche pro Woche. Bei einer Futura kommen in dreieinhalb Tagen 500 bis 550 Kunden zu uns. Nicht Menschen, sondern tatsächlich Kunden. Dann

„Wenn die Händler eine Messe nur dazu verwenden, zu ihren Freunden zu pilgern und mit denen ein Achterl zu trinken, dann haben sie den Sinn nicht verstanden. Dann ist das nicht sehr gescheit.“

Franz Schlechta

braucht man kein Rechengenie zu sein, um auf einen Wert von 100 bis 110 Manntage im Vertrieb zu kommen. Und es gibt keine einzige Rechnung, die das konterkariert. Darum habe ich auch die blöden Aussagen nicht verstanden, dass das alles so teuer ist und sich nicht rechnet. Nochmals: Die Futura rechnet sich!”

Dabei sei klar, so Schlechta, dass man sich als Branchenführer mit Organisation und Finanzierung eines Messeauftritts natürlich relativ leicht tue, weil man von den Händlern auf einer Messe quasi erste Besuchswahl sei. Kleinere Unternehmen, die sich damit schwerer täten, wären jedoch gut beraten, diesen Sog für sich selbst zu nützen: „Gerade für die Kleinen ist das die große Chance, mitzuspielen. Die müssen halt etwas tun, dann können sie von einer Futura sehr profitieren. Aber nicht nur mit halbnackten Frauen und irgendwel-



chen Blödheiten. Da muss man sich schon etwas überlegen. Und sich natürlich zB einer E&W bedienen, um die Händler vorab zu informieren und ihnen den Besuch schmackhaft zu machen. Das ist ja nicht wirklich so schwierig, wenn man sein Hirn ein bisschen einsetzt.”

Das ist kurzsichtig

Unverständlich sei ihm, Schlechta, warum die UE „so ein Anti-Futura-Programm“ fahre. Denn während „die Weißen“ bei der Futura im Allgemeinen nicht sehr viele Neuheiten zu präsentieren hätten, sei das bei der UE ja ganz anders: „In der UE gibt es doch alle paar Wochen neue Produkte. Da ist so eine Messe doch unverzichtbar, sonst kann diese Produktvielfalt doch niemand mehr überblicken. Dass also gerade die UE-Lieferanten die Futura immer wieder in Frage stellen, halte ich für extrem kurzsichtig.”

„Mit mir wäre das nicht gegangen“

Auch für die Amputation der Futura um einen Tag findet der ehemalige BSH-Chef sehr deutliche Worte: „Mir geht’s am Hammer, wenn man immer etwas ändern will, obwohl das System gut funktioniert. Ich meine damit die ständig geänderten Öffnungszeiten, aber auch den Verzicht auf den Sonntag. Das halte ich für kompletten Schwachsinn und ein falsches Signal. Das ist kindisch und blöd und bringt kostenmäßig so gut wie nichts.“ Plötzlich lächelt Schlechta fast ein wenig verschmitzt: „Das war das Erste, das sie geändert haben, als ich nicht mehr dabei war. Die haben genau gewusst, dass das mit mir nicht möglich gewesen wäre.

Ich war immer diskussionsbereit, aber für solche Unsinnigkeiten war ich nicht zu haben. Einmal habe ich mich breitschlagen lassen und zugestimmt, dass am Sonntag um drei zugesperrt wird. Aber selbst das war schon blöd. Denn wenn

ZITATE – EINE VORSCHAU

Teil 2 des Gesprächs mit Franz Schlechta lesen Sie in der nächsten Ausgabe von E&W. – Heft 9a/11 erscheint am 28. September. Hier finden Sie bereits jetzt ein paar Zitate als Appetizer.

„Wenn ich Media-Manager wäre, ich würde der Industrie die Hölle heiß machen.“

„In vielen Berufen ist es hilfreich, wenn man die Moral in der Früh an der Garderobe abgibt. Bei manchen schadet es auch nicht, das Hirn dazuzuhängen.“

„In Wirklichkeit ist das keine deutsche Eigenschaft, alles besser zu wissen und überall beglückend einzugreifen, sondern das haben alle Zentralen – egal wo sie sitzen.“

„Preisabsprachen? Das wäre doch deppert.“

„Eine Zitrone kann man nicht mit der Faust auspressen. Da wird man waschelness und es geht nichts hinein ins Glas. Richtig macht man das mit drei Fingern und viel Gefühl.“

„Der Adolf Thurner hat immer gesagt: ‚Chef ist der, der als Erster hinter dem Sarg hergeht.‘“

man will, dass die Familienunternehmen auf die Futura kommen, die am Samstag bis am Abend geöffnet haben, dann muss man denen auch eine faire Chance geben.

Außerdem wäre es wünschenswert, wenn mehr Großflächen-Verkäufer auf die Futura kommen würden. Ich brauche ja

keinen Geschäftsführer am Stand, der von mir einen zusätzlichen Zehner als WKZ haben will, weil er die Häusltüre neu gestrichen hat. Das habe ich denen auch gesagt und bin mit allen gut befreundet, weil sie einen tollen Job machen. Aber die Verkäufer hätte ich gerne da. Und die tun sich unter der Woche schwer."

Messe ist Chef-Sache

Außerdem bemängelt Schlechta, dass einige Geschäftsführer zu wenig persönliche Messe-Präsenz zeigen würden: „Ich habe nie verstanden, wenn von namhaften Mitbewerbern maximal der Verkaufsleiter vor Ort war und das auch nur zwei von vier Tagen. Und der Geschäftsführer war überhaupt nicht zu sehen. Das sagt ja in Wirklichkeit, dass man den Wert des Ganzen nicht besonders hoch einschätzt.

Das macht man schon aus Anstand nicht und es ist auch nicht sehr gescheit. Denn wenn der Händler auf eine Messe kommt, dann möchte er dort auch dem Geschäftsführer die Hand schütteln und ein paar Worte wechseln. Diese Art der Kundenbindung wird oft unterschätzt und sträflich vernachlässigt. Wenn man das aber ernst nimmt, muss man auch dort sein. Ich weiß, dass das viele meiner Kollegen nicht so sehen und sich maximal mit wichtigen Media-Leuten ins Kammerl zurückziehen. Das halte ich für völlig falsch. Der Kontakt mit dem Händler ist wichtig, das ist Teil des Jobs. Außer man ist so stark, dass man das nicht nötig zu haben glaubt. Nur: Wie lange ist man so stark? Es gibt kein Unternehmen, dass permanent ganz oben ist und keine Schwächen zeigt."

Nicht viel hält Franz Schlechta von den von der Industrie in zunehmendem Maße gesponserten Pilgerreisen zur IFA: „Ich brauche meine Kunden nicht nach Berlin fliegen. Jene, die so interessiert sind, dass sie sich das gerne anschauen, fahren sowieso. Und die anderen sollen auf die Futura kommen. Ich habe immer dafür gesorgt, dass während der IFA die ganze Zeit über ein hochrangiger Ansprechpartner vor Ort war. Sinn hat das jedoch keinen. Außer jenen, den Besuchern Wertschätzung zu zeigen. Das heißt nicht, dass ich nicht beeindruckend finde, was die Weißware in wenigen Jahren in Berlin auf die Beine gestellt hat. Aber Geschäft machen wir keines dort, Geschäft machen wir auf der Futura."

Ernst, aber keine Angst

Über LG und Samsung, die in der UE in den vergangenen Jahren einen viel beachteten Senkrechtstart hingelegt haben und schon längst auch in den Hausgerätemarkt drängen, denkt Schlechta pragmatisch: „Es ist gut, wenn sich die Branche entwickelt und neue Marken auftauchen. Beide sind weltweit längst schon ernstzunehmende Mitspieler und die BSH hat das die vergangenen Jahre sehr genau beobachtet. In einigen Ländern sind die ja schon früher gestartet. Bei uns mit etwas Verspätung."

„Man darf weder die Nase so hoch tragen, dass es von oben hineinregnet, noch das Ganze kleinreden und nicht reagieren.“

Franz Schlechta

Das sei vor allem ein Sortimentsproblem gewesen: „Das Sortiment war bei den Koreanern in der Vergangenheit natürlich zu schmal und für Europa zum Teil nicht sehr passend. Außerdem haben die lange Zeit nicht in den lokalen Vertrieb investiert. Vor allem personell, meine ich. Und solange das eine Marke nicht macht, solange wird sie keine Rolle spielen.

Wenn irgendeine vertriebsmäßig bei uns nicht aufgestellte Marke einen Zentraldeal mit einer großen Handelsorganisation macht, dann hat mich das in der Vergangenheit überhaupt nicht gekratzt. Da darf man nicht reagieren, sonst tut man sich nur selbst weh. Wenn Hersteller wie Samsung und LG, im Gegensatz zu Haier, aber anfangen in die Substanz zu gehen und einen Vertrieb aufzubauen, dann muss man sie auch ernst nehmen.

Ab diesem Zeitpunkt muss man das genau beobachten und gegebenenfalls auch reagieren. Vorher sollte man nur Augen und Ohren offenhalten und darüber hinaus nichts tun. Man darf weder die Nase so hoch tragen, dass es von oben hineinregnet, noch das Ganze kleinreden und nicht reagieren. Man muss einen Mittelweg finden. Wenn man seine Hausaufgaben gemacht hat, braucht man sich aber nicht fürchten."

Text: Andreas Rockenbauer
Fotos: Andreas Rockenbauer

WORDRAP

PENSIONSSCHOCK

Kenne ich nicht.

DIE BESTE ERFINDUNG DER WELT

... ist meine Frau.

DAS BRAUCHT KEIN MENSCH

Facebook

ALS KIND WOLLTE ICH ...

... Chemiker werden

GEPRÄGT HAT MICH ...

Beruflich waren das Gerhard Weiner und Adolf Thurner. Es waren jedenfalls immer Personen und keine Ideen, Institutionen oder gar Parteien oder die Kirche. Das war mir alles immer wurscht.

AUF DIE PALME BRINGT MICH ...

Blödheit

LEBENS MOTTO

Hab ich nicht.

ANGST HABE ICH VOR ...

... dass mir der Himmel auf den Kopf fällt. Sonst habe ich vor nichts Angst.

DAS WÜRDEN ICH GERNE MACHEN

Segelfliegen

ICH KANN NICHT LEBEN OHNE ...

... Bücher. Ich lese meistens zwei bis drei gleichzeitig – ein Gescheites und sonst gerne auch leichtere Kost wie Krimis oder Humorvolles. Früher bin ich mit allen drei Büchern immer gleichzeitig fertig geworden, heute brauche ich für das gescheite Buch länger.

TOTAL ÜBERBEWERTET IST ...

... der Finanzmarkt.

DAS MUSS MAN GESEHEN HABEN

Venedig

MIT DIESEM MENSCHEN WÜRDEN ICH GERNE EIN GLAS TRINKEN

Ganz klar – mit dem Franz Josef Hartlauer. Erstens würde er dann noch leben und zweitens hat das immer großen Spaß gemacht. Ein sehr gescheiter Mann.

Die Home Entertainment Zukunft ist da!



Was Ihre Kunden für die Zukunft wünschen.

Das Leben ist schon kompliziert genug. Deshalb sollte das Unterhaltungsangebot zu Hause ganz und gar unkompliziert sein. Gerade heute und in Zukunft, wenn immer mehr Musik, immer mehr Filme und immer mehr Spiele aus immer mehr Quellen verfügbar sind.

Damit in dieser neuen Angebotsvielfalt die Technik nicht zum Spaßverderber wird, wollen Ihre Kunden mitreißenden Spitzenklang, diskrete Eleganz und einfachste Bedienung in einer neuen Dimension – immer und unabhängig von der Wahl der jeweiligen Audio- und Video-Quelle.

Und weil Ihre Kunden zukunftsicher investieren wollen, ist ihre erste Wahl die Technologie, die auch morgen und übermorgen bereit ist für alle neuen Quellen – am besten ganz einfach auf Knopfdruck.

Wie Bose schon heute diese Wünsche erfüllt.

Jetzt machen es die Bose Partner 2000 Händler ihren Kunden ganz einfach, sich zu entscheiden! Die Lifestyle® V- und T-Class Home Entertainment Systems geben allen Kunden heute und in Zukunft die freie Wahl der Audio-/Video-Quellen – wie z. B. Blu-ray Player, Spielekonsolen, Kabel-TV oder iPod.

Nur von Bose: Die Unify® Technology integriert automatisch bis zu 6 HD Audio-/Video-Quellen. Bose Kunden kontrollieren alle Quellen und Funktionen über einfache Navigationsmenüs „on-screen“ und eine einzige, logische Fernbedienung. Schon nach wenigen Minuten steuert jeder Nutzer zu Hause sicher durch die neuen Home Entertainment Welten.



Patentrechte in den USA und anderen Ländern verliehen und/oder beantragt. iPhone/iPod® nicht im Lieferumfang.

BOSE
Better sound through research®

elektro.at ganz neu – Print findet endlich zu Online

Die Hochzeit des Jahres

Print und Online sind in so gut wie allen Magazinen zwei Seiten ein und derselben Medaille – und schauen trotz inhaltlicher Nähe oft in zwei verschiedene Richtungen. Sie sind aneinander gebunden und finden dennoch selten zueinander. Das war einmal. Mit dem vollkommen neuen Internetauftritt von E&W (www.elektro.at) verschmelzen Print und Online zu einem multimedialen Informationspool.

Mit der Logoänderung von E&W samt Relaunch des Magazins im Frühjahr dieses Jahres war eine logische Konsequenz, dass sich auch bei E&W Online etwas tun müsse. Eine bloße „Behübschung“ der Seite mit dem neuen CI schien uns jedoch nicht adäquat zu sein.

Auf der Hand lag, dass besonders multimediale Inhalte verstärkt Teil von E&W Online werden mussten. Diese – etwa Videos von Futura-Neuheiten – sollten jedoch nicht für sich alleine, sondern in enger Verbindung mit Artikeln in der jeweils aktuellen Printausgabe stehen. E&W Online als multimedial erweiterter Aktionsraum des Print-Magazins sozusagen.

Die StoryLink-Idee

Wir sagten uns: Gibt es zu einem Artikel im E&W Magazin zusätzliche (multimediale) Informationen wie zB Videos auf E&W Online, dann müssen die Leser in der Lage sein, diese Zusatzinformationen

möglichst schnell und einfach auf www.elektro.at finden. Also wurde das – ebenso einfache wie unschlagbare – Konzept der StoryLinks geboren. StoryLinks übernehmen dabei die Aufgabe von schwierig zu merkenden und kompliziert einzutippenden URLs. Letztere werden damit bei der Arbeit mit www.elektro.at völlig entbehrlich.

Ein StoryLink (siehe Beispiel) führt den Benutzer direkt von einem interessanten Artikel in E&W Print zu allen zu diesem Artikel vorhandenen Zusatzinformationen auf E&W Online (www.elektro.at). Er besteht aus einem siebenstelligen Code, wobei die ersten beiden Stellen die Heftnummer angeben, die nächsten beiden das Jahr und die drei letzten aus einer fortlaufenden Nummer bestehen.

STORYLINK: 0911004 TEXT VIDEO

Weiters geben Icons neben dem StoryLink an, um welche Art es sich bei der Zusatzinformation handelt (siehe Erklärung der Icons). Ist ein Artikel im E&W Magazin nun mit einem derartigen StoryLink gekennzeichnet, muss der Leser den siebenstelligen Code in einem entsprechenden Feld auf www.elektro.at eingeben – und wird sofort zu allen online verfügbaren Zusatzinformationen weitergeleitet. Einfacher geht es nicht.

TEXT

- Hinter dem Icon „Text“ können sich etwa pdf-Datenblätter von neuen Produkten verbergen, eine Checkliste für das Führen von Mitarbeitergesprächen, eine besonders gute PowerPoint-Präsentation zur Erläuterung eines neuen Konzeptes oder einer neuen Technologie, oder ein Excel-Sheet mit einer Beispielkalkulation oder dem Marketingplan eines Lieferanten.

STORYLINK:

Der StoryLink ist Ihr Wegweiser zu mehr Information auf www.elektro.at. Vom Video bis zur Powerpoint-Präsentation, vom Excel-Sheet bis zur Fotogalerie.

Mit elektro.at einfach besser informiert – schauen Sie rein!

Informationskästen werden in den nächsten Ausgaben von E&W immer wieder auf die Funktion der StoryLinks hinweisen.

AUDIO

- Das Icon „Audio“ deutet stets auf Information zum Anhören hin, seien das Mitschnitte von einem interessanten Interview, eines tollen Vortrags oder eines E&W-Kommentars – vom Autor selbst gelesen – oder etwa der neueste Radiospot einer Kooperation oder eines Branchenlieferanten.

BILD

- Das Icon „Bild“ steht als Symbol für die Fotogalerie eines Branchenevents oder den neuesten Produktfotos, von denen nicht alle im Magazin abgebildet werden konnten.

AM PUNKT

KOMPLETT-RELAUNCH

Neues Design, neue Funktionen – ab Mitte September (zur Futura) präsentiert sich E&W Online unter www.elektro.at im neuen Gewand.

STORYLINK

Über den StoryLink findet man in Zukunft zu Artikeln im Magazin wertvolle Zusatzinformationen auf elektro.at.

INFO-CONTAINER

Verwandte Artikel werden auf elektro.at zu Themen zusammengefasst. Das Auffinden von Information wird damit erleichtert.

ELEKTRO.AT WIRD MULTIMEDIAL

Multimedialinformationen wie Videos, Audiofiles, Fotoalben, Powerpoint-Präsentationen, Excel-Sheets, pdf-Files usw sind in einem Informationskonzept zusammengefasst.

VIDEO 

- Das Icon „Video“ führt schließlich zu Videos von Produktschulungen, Fernsehspots von Lieferanten oder Kooperationen oder Videos von Messehightlights oder einzelnen bemerkenswerten Produkten.

Selbstverständlich wird es für einige Artikel eine ganze Fülle von verschiedenen Informationen geben, was sich dann mit mehreren Icons neben dem StoryLink zu einem Artikel bemerkbar machen wird (im Beispiel etwa Text- und Videoinformationen). Stets mit dem Ziel, Sie auf kürzestem Weg und auf die denkbar einfachste Art und Weise mit allen relevanten Informationen zu einem Thema zu versorgen. Konvergenz von Print und Online „at it's best“.

Die Info-Container

Und noch eine Neuerung werden Sie auf *elektro.at* finden: Verschiedene Informationen zu einem übergeordneten Thema werden in so genannten „Info-Containern“ zusammengefasst. Diese werden optisch auf der Seite hervorgehoben und sollen das Auffinden von verwandten Informationen erleichtern. Ein Beispiel:



www.elektro.at: Hier hat sich nicht nur optisch viel getan.

Im Info-Container „Futura 2011“ werden Sie alle Berichte zusammengefasst finden, die mit der Futura 2011 zu tun haben.

Für die programmtechnische Umsetzung der neuen Seite ist Gottfried Brandel (Ostry & Partner Werbeagentur GmbH) verantwortlich, das Layout hat – wie auch das gesamte neue CI-Konzept von E&W – Ronny Talasz („trafikanter – Handel mit Gestaltung“) entworfen. Jetzt bleiben nur noch zwei Dinge zu hoffen: Erstens, dass unsere Entwickler ihr Ver-

sprechen halten und die neue Seite pünktlich zur Futura ans Netz geht und zweitens, dass Sie mit unserem neuen Konzept ebenso viel Spaß haben wie wir.

Die erste E&W-Ausgabe, in der Sie einige Storylinks finden (und ausprobieren!) können, wird die nächste Ausgabe, Heft 9a/2011 sein, die am 28. September erscheint.

**Text: Andreas Rockenbauer
Grafik: E&W/Ronny Talasz**

RED ZAC

Elektronik. Voller Service.



360° Unterhaltung – 360° Betreuung!

Rundum bestens betreut! Das gilt bei Red Zac nicht nur für Kunden, sondern auch für unsere Händler – denn wir haben immer ein offenes Ohr für ihre Anliegen. Werden auch Sie Partner in der größten Elektronik-Händlergemeinschaft Österreichs.

Infos über unsere Kooperation bei Alexander Klaus oder Mag. Peter Osel, den Vorständen von Euronics Austria:
Tel. +43-2236-47140-0, office@redzac.at oder besuchen Sie uns auf der Futura!

Über 220x in Österreich

www.redzac.at





Willi Fleischmann ist einer der bekanntesten Elektrofachhändler in Wien. Sein Erfolgsgeheimnis beruht zwar auf einem gelungenen Mix vieler Komponenten. Aber Treue, Herzlichkeit und Menschlichkeit gehören für ihn beim Geschäft mit dazu.

Willi Fleischmann GmbH

Die Gier ist was schiachs

„Vielen Dank an das Wunderteam!“, schrieb ihm kein Geringerer als Peter Alexander. Auch Niki Lauda, Arik Brauer, Thomas Bernhard oder Gert Voss haben sich über die Dienste des Elektrohändlers gefreut – genauso wie das Mutterl ums Eck. Willi Fleischmann, einer der traditionsreichsten Wiener Elektrohändler mit dem Händchen für die Promis, nahm sich Zeit für ein Gespräch mit E&W. Dabei plauderte man über Herausforderungen, Menschlichkeit und Preisgestaltungen der Industrie.

In der Sieveringerstraße 24, oder für Branchenkenner am Willi-Fleischmannplatz 60, residiert Willi Fleischmann, einer der alteingesessendsten Wiener Red

Zac-Händler. Direkt nach dem Krieg, im Jahr 1945, hatte sein Vater das Geschäft in dieser Straße aufgemacht, 1979 hat er es an seinen Sohn weitergegeben. Und nach und nach wurden kleine benachbarte Läden übernommen. Mittlerweile erschließt sich die Verkaufsfläche auf rund 200 qm – getrennt durch zwei Eingänge gelangt man in den Bereich der Unterhaltungselektronik bzw der Weißware. Drei Magazine in drei Häusern umfassen ebenfalls rund 200 qm. Der „Willi-Fleischmannplatz“ liegt alles andere als in einer Geschäftsgegend – „Nach uns kommt nichts mehr“ –, und so sieht sich der Red

Zaclar als Nahversorger ums Eck, bei dem der Kunde von Reparaturen bis zum Staubsackerl alles bekommt. „Wir decken alle Bereiche ab“, so Fleischmann im Gespräch mit E&W. Und so sind die Schubladen voll mit Zubehör und Ersatzteilen. Denn gerade die Pensionistenheime in der Umgebung sorgen für Frequenz.

Döblinger Mix

Natürlich ist der Wiener Bezirk Döbling bekanntermaßen nicht die schlechteste Adresse in der Bundeshauptstadt – ein Umstand, über den sich Fleischmann

AM PUNKT

WERBUNG

läuft bei Willi Fleischmann vor allem über Empfehlung seiner Kunden.

PREISGESTALTUNG

der Industrie wenig nachvollziehbar

ebenfalls nur freuen kann: „Wir haben ein tolles, treues Publikum, gute Referenzen. Es ist hier eine super Gegend. Ich bin froh, in diesem Bezirk zu sein und mein Kundenstock macht mir Spaß.“

Selbstverständlich gehört dabei eine ausgeklügelte Auswahl an Marken am POS mit dazu. Bei der UE findet man ua Panasonic, Sony, Sharp, Philips und Samsung – „ohne Samsung geht es heute nicht mehr“, so Fleischmann. Auch der Audiobereich ist abgedeckt: „Bose ist ein gutes Geschäft und von Geneva bin ich sehr begeistert.“ Schließlich gilt es für den Promi-Händler, auch auf „exotische“ Marken zu bauen. Deshalb setzt er zudem auf die TV-Möbel von Spectral, um seinen Kunden besondere Gustostücke bieten zu können. Im Weißwarenereich präsentiert sich neben Gorenje, Bosch und Liebherr vor allem der Marktführer. „Miele ist eindeutig die Nummer eins“, so der Red Zacler. „Wenn auch die Spanne nicht hoch ist, Miele ist dank des selektiven Vertriebs der einzige, der die Preise halten kann.“

Gangarten bei Preisen

Denn die Krux mit den Preisen ist wohl eine, die nicht nur den EFH-Veteran Fleischmann sauer aufstößt. „Mich stören die unseriösen Gangarten der Preisgestaltung von Seiten der Industrie. Denn eins ist klar: Der Fisch fängt am Kopf zu stinken an“, macht Fleischmann deutlich.

Über die Eröffnungsorgien der letzten Zeit hat der Promi-Händler eine eindeutige Meinung: „Schaut man sich die Eröffnungsangebote der Großfläche an, dann ist das nicht mehr seriös. Nehmen wir zB einen Siemens-Spüler, den die GF um 222 Euro im Angebot hatte. Den kann ich um 419 Euro einkaufen – außer, es läuft über die Zentrale von Red Zac, dann sinds 175 Euro, ich hab mich erkundigt. Da versteht man echt die Welt nicht mehr.“ Und er bringt es auf den Punkt: „Die Preislisten vieler Hersteller sind oft vollkommen unnötig. Da wär es gleich gescheiter, die Prospekte ohne Preise zu drucken.“

„Die Preislisten vieler Hersteller sind oft vollkommen unnötig. Da wär es gleich gescheiter, die Prospekte ohne Preise zu drucken.“

Willi Fleischmann

„Die Preislisten vieler Hersteller sind oft vollkommen unnötig. Da wär es gleich gescheiter, die Prospekte ohne Preise zu drucken. Denn die sind völlig aus der Luft gegriffen, wenn sie bei Angeboten der Großfläche um 50-60% unterboten werden.“ Und ein weiterer Umstand nervt Fleischmann gewaltig: „Die vom Saturn verlangen von den Herstellern Zuschüsse für einen Umbau. Dieser sogenannte Umbau schaut dann so



Miele ist im Geschäft von Willi Fleischmann eine der wichtigsten Marken überhaupt – nicht zuletzt aufgrund der Preisstabilität.

aus, dass sie ein Kastl von links nach rechts schieben. Der Wahnsinn ist der, sie bekommen die Zuschüsse auch.“

Mehr als Werbung

Trotz dem die Zeiten härter geworden sind, spricht Fleischmann, wenn er zurückblickt, von „30 zufriedenen Jahren“. Denn sein Erfolg beruht nicht zuletzt auf einem wesentlichen Faktor: der Menschlichkeit. So beruht sein „Marketingkonzept“ vor allem auf dem Mensch-zu-Mensch-Konzept. „Wir versuchen immer, am letzten Stand zu sein, die Kunden richtig zu behandeln, unseren Kundenstock zu pflegen. Das ist mehr wert als Werbung“, ist Fleischmann überzeugt. Deshalb wird man ihn auch nicht bei einem Spiel mitspielen sehen, dem sich so viele EFH schon verpflichtet fühlen: „Mit Geizhals hab’ ich nicht viel zu tun.“

Der Plan geht auf, denn der Red Zacler kann sich über eine hohe Weiterempfehlungsrate seiner zufriedenen Kunden freuen und damit nicht nur seine Stammkunden halten, sondern noch weitere dazugewinnen. Die Geiz ist Geil-Mentalität liegt ihm nicht, wenn er betont: „Die Eier ist was schiachs“. Die Frage nach seinem Erfolgsgeheimnis erklärt der Red Zacler mit einer einfachen und zutreffenden Wahrheit: „Ich will keinen belehren. Aber wichtig ist die Persönlichkeit des Händlers, und dass er im



Als Nahversorger ist das Thema Zubehör ein wichtiger Aspekt.

Geschäft anwesend ist. Mein Geschäft ist auf mich zugeschnitten. Es ist zwar nicht immer einfach, dauernd vor Ort zu sein, aber es gibt mir auch Kraft.“ Denn eines liegt für den Elektrofachhändler auf der Hand: „Treue, Herzlichkeit und Menschlichkeit – das hast du bei der Großfläche nicht.“

Text & Fotos: Bettina Paur



Augenscheinliches Bekenntnis: Seit 1996 befasst sich der Expertler Erich Tisch mit Begeisterung mit dem Thema Solarstrom – wie man allein anhand des Geschäftsgebäudes nicht übersehen kann.

PV-Spezialist Erich Tisch

Gegen die Mächtigen

Der Expert-Händler Erich Tisch aus Feld am See hatte bereits 1996 die erste PV-Anlage zur Netzeinspeisung errichtet. Damals galt es noch, einige Widerstände zu überwinden, aber seither hat das Thema den Kärntner nicht mehr losgelassen.

Ein wenig Faszination war schon dabei, die Erich Tisch zur Photovoltaik brachte. „Dass ich eine Glasplatte in die Sonne lege und da kommt Strom raus, das hat mich damals begeistert. Und wie in Kärnten der Einspeistarif von zehn Schilling pro KW beschlossen wurde, da hat

sich das auch fast gerechnet“, so Tisch über seine Anfänge in der Photovoltaik.

Die PV-Aktivitäten fügen sich bei Erich Tisch ins Gesamtbild. Der Kärntner Expert-Händler sieht sich zwar nicht als „Grünen“, den Umweltschutzgedanken hält er allerdings hoch. „Da passt die PV-Anlage in die Philosophie. Zusammen mit der Zertifizierung zum EnergiesparExperten, der Stromtankstelle und der Elektromobilität ergibt die Photovoltaik ein stimmiges Bild. Das kommt auch bei den Kunden gut an.“

Dafür, dass der PV-Schwerpunkt dem Kunden entsprechend ins Auge fällt, dafür sorgt das Geschäft von Erich Tisch selbst. Die Fassade des Gebäudes ist prominent mit einer großflächigen PV-Anlage verkleidet (zusätzlich zu mehreren freistehen-

den Trägern sowie der Nachführ-Anlage auf dem Dach) und wirkt damit gleich als Marketing-Botschaft – neben den Flyern der Expert-Kooperation und der Mundpropaganda.

Mühsamer Start

Der Start war allerdings nicht ganz einfach. Bevor 1996 die erste 2.800 Watt-Anlage gebaut werden konnte, galt es noch, einige Widerstände zu überwinden. Denn damals legte sich die KELAG quer – und prozessierte wegen der Einspeisverordnung gegen das Land Kärnten. Auch Tisch erhielt ein Schreiben des Energieversorgers, in dem gleich einmal Rückforderungen angekündigt wurden, sollte das Verfahren gewonnen werden. Tisch holte sich deswegen Rückendeckung vom damaligen Landeshauptmann Jörg Haider.

AM PUNKT

PHOTOVOLTAIK

als sinnvolle Ergänzung zum klassischen Installationsgeschäft und Umsatzbringer.

KONTINUITÄT

und Sicherheit sind wichtiger als die Höhe der Einspeistarife.

UMWELTSCHUTZ

und Energiespardgedanke werden durch erneuerbare Energie unterstrichen.

„Das war ein Kampf gegen die Mächtigen. Aber sobald die Zusicherung vom Landeshauptmann da war, dass das Land die Kosten übernehmen würde, sollte sich die KELAG durchsetzen, da haben wir gebaut“, so Tisch.

Durch diese erste Anlage konnte Erich Tisch viele Kunden für PV-Anlagen gewinnen. Und seit 16 Jahren ist der Kärntner bei dem Thema intensiv dabei. Allein im vergangenen Jahr hat der Experte zehn Anlagen errichtet. Dabei geht es nach Ansicht von Tisch gar nicht so sehr um die Höhe der Einspeis-Tarife. Viel wichtiger ist es, dass für Kontinuität gesorgt wird, damit Gewerbe und Auftraggeber planen können. Das neue Ökostromgesetz könnte nach seiner Einschätzung der erste Schritt in die richtige Richtung sein. „Nur durch eine kontinuierliche Linie der Politik können Unternehmen planen und die notwendigen geschulten Mitarbeiter aufbauen, weil die Investitionsbereitschaft der Kunden ist da“, so der Kärntner. „Allerdings habe ich in den vergangenen Jahren sicherlich an die 1.000 Kunden wegschicken müssen, weil es sich für sie einfach nicht gerechnet hat.“

„Edelkunde“

Dabei sind die Kunden, die an PV-Anlagen interessiert sind, eine besonders interessante Zielgruppe für Tisch: „Das sind die Edelkunden schlechthin. Diese Kunden verfügen über freies Kapital, das sie

sinnvoll anlegen wollen. Viele sind dabei, ihr Haus zu renovieren.“ Für Tisch bringen diese Kunden eine zusätzliche Auslastung seiner Mitarbeiter im E-Technikbereich und damit ein lukratives Zusatzgeschäft: Mit einer umfassenden Beratung und einigen Tagen Installationsaufwand für eine Anlage lässt sich derselbe Umsatz und Ertrag erzielen wie bei der Installation eines Einfamilienhauses – und das bei deutlich weniger Risiko.

Qualität ist ein Muss

Dass diese Kunden nicht dicht gesät sind, versteht sich allerdings von selbst. „Diese Kunden gewinnt man nur durch jahrelange ehrliche Arbeit. Denn wir leben von der Mundpropaganda und in der Region kennt jeder jeden“, so der Experte.

„Das sind die Edelkunden schlechthin. Die Kunden verfügen über freies Kapital, das sie sinnvoll anlegen wollen.“

Erich Tisch

Deswegen kann Tisch jedem PV-Installateur nur raten, sich bei den Produkten an die namhaften Hersteller zu halten: „Bei 25 Jahre Leistungsgarantie muss man auf Top-Qualität achten, um sich vernünftig abzusichern und damit der Kunde seine Freude hat. Vielleicht bekommt man einmal No-Name-Module billiger, aber dafür hat man fünf Jahre später massive Probleme. Langfristig fährt man mit High-end-Herstellern besser.“ Weswegen der Kärntner bei den Modulen und beim Zubehör traditionell immer auf die Toplieferanten setzt – bei den Modulen zB auf Sharp oder Schott, bei den Wechselrichtern auf SMA oder Fronius.



Erich Tisch ortet großes Interesse für Photovoltaik auf Seiten der Endkunden.

Zeitfenster

Tisch ist jedenfalls überzeugt, dass sich für den Fachhandel derzeit in Sachen PV ein Fenster auftut: „Jetzt ist der Zeitpunkt, um einzusteigen. Fukushima führt dazu, dass viele Kunden und Entscheidungsträger umdenken. Gleichzeitig gibt es ein Überangebot bei Modulen und Zubehör, weswegen die Ware billiger wird und leichter verfügbar ist.“

**Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach
Info: www.etisch.at**

Futura 2011

Da waren's nur noch drei

Mehr als 300 vertretene Marken, rund 170 Aussteller auf insgesamt 21.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche in neun Hallen – die Grundfakten der diesjährigen Futura lesen sich eigentlich ähnlich wie letztes Jahr, mit einem Unterschied: Heuer steht Handel, Industrie und Fachpublikum ein Tag weniger zur Verfügung, um Geschäfte zu machen und Kontakte zu pflegen und zu knüpfen. Die Messeleitung ist trotzdem positiv gestimmt und überzeugt, dass auch die 13. Futura ein ebenso großer Erfolg wird wie 2010.



Volle Hallen: Reed Exhibitions Messe Salzburg ist zuversichtlich, dass die Futura heuer ein ähnlich großer Erfolg wird wie 2010.

Die von Reed Exhibitions Messe Salzburg veranstaltete Fachmesse für Unterhaltungselektronik, Haushaltstechnik und Telekommunikation wird vom 15. bis 17. September 2011 wieder zum bedeutendsten Branchentreffpunkt in Öster-

reich und dem gesamten Alpen-Donau-Adria-Raum, verspricht sich die Messeleitung. „Im Mittelpunkt stehen die Technologien, Geräte und Systeme von morgen, die neuesten Trends und Innovationen in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Hausgeräte und Elektrogerätschaften, Elektrokleingeräte, IT, Computer und Multimedia, Telekommunikation, Terrestrik, Satellit und Kabel sowie digitale Fotografie. Die Futura ist die große heimische Branchenleitmesse im Herbst, die direkt nach der Internationalen Funkausstellung, der IFA in Berlin, die Neuheiten nach Österreich bringt“, betont Direktor Johann Jungreithmair, CEO von Veranstalter Reed Exhibitions Messe Salzburg.

Die Futura startet in bewährter Art und Weise am Donnerstag, den 15. Septem-

ber, schließt jedoch erstmals bereits am Samstag, den 17. September. Der Sonntag als Messetag fällt also weg. „Mit dieser Fokussierung auf drei Tage folgen wir dem einstimmigen Wunsch des FEEI und der vier Branchenforen, die nach einer Befragung ihrer Mitglieder für die Komprimierung eingetreten waren“, erklärt Gernot Blaikner, themenverantwortlicher Leiter des Geschäftsbereichs Messen bei Reed Exhibitions. Am ersten und zweiten Messetag wird es ab 18.00 Uhr ein „soft end“ geben, um Ausstellern und Fachbesuchern die Möglichkeit zu geben, laufende Gespräche in Ruhe zu beenden. Am dritten und letzten Tag endet die Messe offiziell auch um 18.00 Uhr. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob sich die Aussteller an die Schlusszeiten halten oder ob schon früher mit dem Abbau begonnen wird. Es wurden auf jeden Fall Befürchtungen laut

AM PUNKT

FUTURA 2011

Von Donnerstag, 15. September bis Samstag, 17. September 2011: An den ersten zwei Messetagen gibt es ein „soft end“ ab 18.00 Uhr, der letzte Messetag endet ebenfalls um 18.00 Uhr.

DATEN & FAKTEN

Rund 300 vertretene Marken, circa 170 Aussteller, 21.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche, neun Hallen, neue Aussteller, Rahmenprogramm an allen drei Tagen.

A1 Business Kombi um €29,90 pro Monat



A1 Business Kombi.

Die A1 Business Kombi ist das perfekte Kommunikationspaket für Klein- und Mittelbetriebe. Unlimitiertes Breitband-Internet, Festnetz, Mobilfunk und bestes Business Service für Ihr Unternehmen. Einfach alles aus einer Hand.

 +  +  ab € 29⁹⁰* pro Monat

Einfach A1.



* Einmaliges Herstellungsentgelt (in Abhängigkeit der gewählten Mindestvertragsdauer): 12 Monate MVD € 199,90. 24 Monate MVD € 99,90. 36 Monate MVD € 0,-. xDSL-Herstellbarkeit vorausgesetzt. 12 Monate Mindestvertragsdauer. Alle Preise exkl. USt. Exkl. Herstellungs-, Aktivierungs- und Gesprächsentgelte. Aktion gültig bis 31.08.2011 und nur für Neukunden. SIM-Pauschale €8,34 pro SIM-Karte. Es gelten die AGB, LB und EB in der jeweils gültigen Fassung. Details auf A1.net

(E&W berichtete), dass manch Aussteller schon vor offiziellem Messeschluss mit dem Wegräumen beginnen könnte, damit er so früh wie möglich von dannen ziehen kann. Dies würde den Messebetrieb und jene, die die Zeit noch produktiv nutzen möchten, empfindlich stören. Außerdem würde der Samstag auf diese Art zu einem halben Messetag verkommen. Sandra Hribnik-Schweinberger von der Messe Salzburg hat diesbezüglich keine Befürchtungen, denn „die Messe ist jetzt eh schon einen Tag kürzer und die Leute wollen und müssen die Zeit mit Sicherheit bis zum Schluss ausnützen.“

Größer und mehr

„Insgesamt werden rund 300 Anbieter ihre neuesten Produkte und Technologien präsentieren. Besonders erfreulich ist, dass wir zum einen wieder einige neue Firmen begrüßen können, zum anderen namhafte Aussteller mit einer größeren Fläche vertreten sein werden“, führt Futura-Messeleiter Thomas Jungreithmair aus. Zu den Neuzugängen zählen zum Beispiel die Etherma Elektrowärme GmbH, Jupiter Küchenmaschinen, MBO Handels GmbH, Top Telekom, Solis AG, ARS Akustika, Eviso Austria und Vestel. Ihre Stände erweitert haben unter anderem die Firmen Dyson, SEB, Leifheit, Arcorm Vertriebs GmbH, Satec Beratungs + Vertriebs GmbH sowie die Strobl GesmbH und A1. Andererseits sind gerade aus der Telekom-Branche dieses Jahr zwei langjährige Aussteller abwesend: UpCom (mit T-Mobile) und Brightstar.

Stimmen aus der Branche

Welchen Stellenwert die Futura für den Elektro- und Elektronikfachhandel hat, zeigen die Statements der vier Forensprecher. „Die Futura ist die wichtigste Veranstaltung für die österreichische Elektrobranche im ganzen Jahr. Nirgendwo anders bekommt der Fachhandel innerhalb von drei Tagen so viel Information rund um neue Produkte, Preise und Aktionen von der Industrie. Dieser Informationsvorsprung ist ein ganz wesentlicher Bestandteil für den Erfolg“, meint etwa Ing. Christian Blumberger, CEO HB Europe und Branchensprecher Consumer Electronics Forum.

„Bei der Futura findet der Fachbesucher den Großteil der Elektro-Industriepartner für den österreichischen Handel. Verkaufsfördernde Angebote, interessante Neuheiten sowie attraktive Promotion werden von professionellen Präsentatoren



Messezentrum Salzburg: Trotz Umbauarbeiten in den Hallen 10 bis 15 wird die Branchenmesse ungestört in den Hallen 1 bis 9 über die Bühne gehen.

vorgestellt. Gerne nimmt sich die Markenindustrie auch Zeit für Anregungen und neue Vermarktungsmöglichkeiten der Handelspartner“, formuliert Thomas Polerin, National Sales Manager Non-Food Procter & Gamble Austria GmbH und Branchensprecher Elektrokleingeräte, seine Einladung an die Fachbesucher.

Josef Vanicek, Miele-Geschäftsführer und Branchensprecher Hausgeräte, meint über die Futura: „Sie ist für uns die richtige Messe zum richtigen Zeitpunkt. Und sie bietet als wichtiger Branchentreffpunkt im Zentrum Österreichs vor allem auch den kleineren Händler die Möglichkeit, sich vor der Herbst- und Wintersaison über die Neuheiten der Industrie zu informieren.“

„Mit dem Start der Austria-HD-Programme, wie zum Beispiel Sat1 HD, RTL HD, etc. im September 2011 und der bevorstehenden Astra Analogabschaltung erwartet sich die DVB-Branche einen Boom im Herbst- und Weihnachtsgeschäft 2011. Daher ist die Futura 2011 ein Pflichttermin für den Fachhandel“, präzisiert der Branchensprecher des DVB-Forums und Geschäftsführer WISI, Christian Koller, die Bedeutung der Futura für seine Branche.

Neue Halleneinteilung

„In den Hallen 1 und 2 wird die Weißware beheimatet sein, in den Hallen 3 und 5 ist der Bereich Elektro-Kleingeräte zu finden. Telekommunikation und Zubehör werden in Halle 6 untergebracht, Halle 7 steht für die Produktgruppen Terrestrik, Satellit und Kabel. In den Hallen 8 und 9

werden sowohl die Unterhaltungselektronik, die digitale Fotografie als auch der Bereich IT präsentiert“, gibt Messeleiter Thomas Jungreithmair einen Überblick über die Halleneinteilung. Diese Einteilung gilt allerdings nur für die Futura 2011. Zu diesem Zeitpunkt werden nämlich die rigorosen Umbauarbeiten, im Zuge derer aus den ursprünglichen Hallen 10 bis 15 eine Großhalle mit der Nummer 10 gemacht wird, noch nicht abgeschlossen sein. Ab nächstem Jahr soll dann eine moderne 15.000 Quadratmeter große Multifunktionshalle zur Verfügung stehen. Die Messeleitung verspricht sich davon vollkommen neue Möglichkeiten, „da man den neu gewonnenen Raum unter anderem auch in Segmente teilen können wird“, so Sandra Hribnik-Schweinberger von der Reed Messe Salzburg, PR-Abteilung.

Besucher-Informationen

Die Futura ist von Donnerstag bis Samstag jeweils von 09.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist ausschließlich Fachbesuchern aus dem FH vorbehalten. Wie gewohnt ist der Eintritt frei und die Parkplätze beim Messezentrum sind kostenlos zu benutzen. Alle Infos zu kostengünstigen und umfangreichen Messebesucher-Packages sind im Besucher-Service-Center bei Frau Susanne Wiener, Tel. 0662/44772600 oder unter bsc@reedexpo.at erhältlich.

Text: Stefanie Bruckbauer
Fotos: Reed Messe/Kolarik
Info: www.futuramesse.at

Der sparsamste Wäschetrockner der Welt: Das ist HomeProfessional.



Weltrekord: Der neue HomeProfessional Trockner mit SelfCleaning Condenser™ ist 60% besser als die beste Energie-Effizienz-Klasse A.*

Besuchen Sie uns auf der



15. bis 17. September 2011
Messezentrum Salzburg
Halle 2, Stand 205



Höchster Bedienkomfort ohne mühevolleres Reinigen Während eines Trockenvorgangs wird der Kondensator vollautomatisch bis zu viermal mit dem Kondenswasser der Wäsche durchgespült. Das erspart Ihnen nicht nur die mühevollere Reinigung, sondern auch eine hohe Stromrechnung. Dank selbstreinigendem Kondensator verbraucht der Trockner 60% weniger Energie als die beste Energie-Effizienz-Klasse A. www.bosch-home.at



BOSCH
Technik fürs Leben

* 60% sparsamer (0,19kWh / kg) als der Grenzwert (0,48 kWh / kg) zur Energie-Effizienz-Klasse A

EP: bleibt seinem Motto treu

Virtual Tools

Der Futura-Auftritt von ElectronicPartner folgt einmal mehr der Devise „Bester Service für unternehmerischen Erfolg“. Heuer stehen insbesondere virtuelle – bzw elektronische – Tools im Vordergrund, die aber sehr reale Auswirkungen aufs Geschäft haben.

Auf einer Standfläche von 350 Quadratmetern präsentieren EP:Chef Friedrich Sobol und sein 25-köpfiges Messteam den Mitgliedern – und natürlich allen, die es werden wollen – diesmal die neuesten unterstützenden und verkaufsfördernden Errungenschaften sowie die aktuellsten Trends in den einzelnen Produktgruppen. Gemäß dem Motto „Bester Service für unternehmerischen Erfolg“ hat die Kooperation einige hilfreiche Tools entwickelt.



ElectronicPartner sorgt auf der Futura mit virtuellen Tools für handfeste Ergebnisse.

Im Sinne des Geschäfts

Die Probleme bei der Serviceabwicklung im Garantie-/Gewährleistungsfall – hoher manipulativer Aufwand und kein Ertrag – sind im Fachhandel hinlänglich bekannt. Um die Händler hier zu unterstützen, führt EP: im Spätherbst das dazugehörige Onlinetool ein: Über dieses kann für alle über die ElectronicPartner Logistik bezogenen Waren mit geringstem Aufwand die komplette Serviceabwicklung und Reparaturverwaltung durchgeführt werden. Mittelfristig sollen damit

auch Reparaturen außerhalb der Garantiezeit administrierbar sein.

Neben diesem Tool werden im Rahmen der Futura zwei neue Apps gezeigt: Zum einen wie bereits angekündigt die EP:App, wo der Konsument neben der aktuellen Werbung und der Händlersuche auch einen virtuellen Einrichtungsassistenten findet. Zum anderen eine Energiespar-App zur Verkaufsunterstützung, mit der dem steigenden Energiebewusstsein der Konsumenten Rechnung getragen wird. Der Kunde oder auch der Händler im Verkaufsgespräch kann so schnell und ein-

fach das Einsparungspotenzial gegenüber dem bestehenden Altgerät ermitteln.

Mit dem virtuellen Regal stellt EP: eine vollkommen neue Entwicklung für den POS vor – zu der auf der Futura die Händlerreaktionen eingefangen werden. Ziel dieses Tools ist es, das Vorort-Sortiment deutlich zu erweitern und dem Konsumenten die Produkte in perfekter Form zu präsentieren. Gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten soll diese Entwicklung dem Händler die Möglichkeit geben, seine Kompetenz zu erhöhen und gleichzeitig seinen Warenbestand zu optimieren.

Rund ums Produkt

Produktseitig werden alle Sparten vertreten sein, wobei besondere Schwerpunkte auf den Bereichen Mobilfunk und Net/Smart-TV in Kombination mit Festnetzvermarktung liegen. Außerdem steht das Thema LED-Licht in Kooperation mit Philips im Fokus: Zu sehen gibt es professionelle LED-Leuchten für die Bereiche Büro, Verkaufsräume sowie Anstrahlungen im Außenbereich. „Wir möchten zeigen, dass sich der Umstieg auf moderne LED-Lösungen lohnt“, so Ulrich Haumer von Philips Licht, der während der gesamten Futura am EP:Stand für Fragen und interaktive Präsentationen (zB der Referenzprojekte EP:Köck in Wien und EP:Kicking in Vorchdorf) zur Verfügung steht.

PERSONELLES



Lukas Pachner kehrt zurück und übernimmt mit 1. September die Position des Vertriebsleiters bei ElectronicPartner. Der 32-Jährige hat seine berufliche Laufbahn im Einzelhandel absolviert und war bereits 2006–2010 als Regionalleiter bei EP: an Bord. Danach folgte der Wechsel zur Großfläche, wo er für die Media-Saturn-Gruppe als Marktleiter für den Standort Amstetten verantwortlich war. EP:Chef Friedrich Sobol zeigte sich sehr erfreut, mit Lukas Pachner „einen Vollprofi für diese verantwortungsvolle Position“ gefunden zu haben.

Ebenfalls ab 1. September avanciert **Petra Grün** zur Spartenleiterin für IT/Tele-

kom. Seit nunmehr 13 Jahren im Team von ElectronicPartner, erbrachte sie in ihrer letzten Funktion als Produktmanagerin Telekom hervorragende Ergebnisse, sodass mit der Gesamtverantwortung für den IT- und Telekombereich nun der logische nächste Karriereschritt erfolgt.

Nach zwei erfolgreichen Jahren im Vertriebsinnendienst tritt **Simon Broser** in die Fußstapfen von Dieter Obmann, der EP: verlässt, und wird neuer Junior Produktmanager für den IT-Bereich.



Text: Wolfgang Schalko
Fotos: ElectronicPartner
Futura: Halle 6, Stand 121



15. BIS 17. SEPTEMBER
HALLE 5 | STAND 115

FUTURA SALZBURG

PREMIUM

Strahlende Sauberkeit und ein staubfreies Saugen.
Innovationen - Made in Germany

THOMAS HYGIENE T2

Das Multitalent von THOMAS

Trockensaugen mit Hygiene-Bag-System.

Hygienische Nassreinigung von glatten Böden und Teppichböden.

Optional: Saugen mit Aquafilter.



NEU

THOMAS
DIE SAUBERE LÖSUNG

ESGE-Zauberstab und UNOLD Kleingeräte, einfach brillant und vielseitig.

Innovationen - aus Switzerland und Germany

ESGE M160 B

Neues Design > bewährte Technik

Sondermodell in trendigem Bronze Design.

inkl. 6-teiliges Zubehörset.

Die Anwendungsmöglichkeiten sind unerschöpflich.

Diese werden Ihnen am Messestand präsentiert.

NEU



UNOLD Nudelmeister

Nudel- und Teigmaschine selbst für schweren Nudelteig.

NEU



ESGE-Zauberstab
Made in Switzerland
UNOLD

Pflegeleichte Luftwäscher und Ultraschallvernebler, für Ihr Wohlbefinden im Hochglanz-Design.

Innovationen -

Made in Switzerland

AIR-O-SWISS W490

Der „NEUE“ von AIR-O-SWISS

Modernes Touch-Panel, klassisches Hochglanz-Design und der

spezielle Reinigungsmodus zeichnen diesen Luftwäscher aus.

NEU



BONECO
improving your quality of life

AIR-O-SWISS
ADVANCED AIR TREATMENT SYSTEMS

Expert feiert Geburtstag

35 Jahre unterm Stern

Einiges zu feiern hat Expert auf der kommenden Futura und der dabei traditionellen Expert-Tagung. Immerhin wird die Kooperation mit Stern dieses Jahr 35 Jahre alt. Daneben wird Expert auf seinem Stand wieder einen kleinen Blick in die Zukunft werfen.

Gleich in der Halle 1 ist dieses Jahr der Expert-Stand auf der Futura zu finden. Der Umbau der Messe hat auch die Kooperation zum Umziehen gezwungen. Nicht, dass sich Expert-Chef Alfred Kapfer übermäßig beschwert. Ist doch der Stand damit in unmittelbarer Nachbarschaft zu einigen wichtigen Partnern aus der Weißware.

Die Kooperation nutzt die Futura wieder, um ihren Mitgliedern einige Schwerpunkte zu präsentieren. Als Zukunftsthema hat sich das Expert-Team dieses Jahr Smart TV vorgenommen. Eine große Rolle wird dieses Jahr auch wieder das EnergieSparExperte-Programm spielen, das laut Kapfer weiter forciert werden soll. Um die Verbesserung der Ertragsituation geht es beim Zubehörverkauf, dem ebenfalls großer Raum auf dem Expert-Stand eingeräumt werden soll. Ein weiteres Highlight wird das neue Konzept für den Internetauftritt der Mitglieder. Zu Redaktionsschluss waren bereits zehn Expertler

mit ihrer neuen Homepage im Expert-Design online und weitere werden im Herbst folgen. „Da haben wir eine einheitliche Linie und trotzdem für jedes Mitglied einen individuellen Auftritt“, so Kapfer. „Ich bin überzeugt, dass uns damit eine sehr gute Mischung gelungen ist und wir haben auch viele Interessenten unter den Mitgliedern, die ihre Homepage umstellen wollen.“

Tagen und feiern

Als eine Folge der kürzeren Messe wird die Herbsttagung der Expertler dieses Jahr um eine Stunde später beginnen. „Weil die Futura kürzer ist, haben wir den Beginn unserer Tagung auf 15 Uhr verschoben. Der Messe-Samstag ist traditionell unser stärkster Tag, und so können unsere Mitglieder und Industrie-Partner die Futura besser nutzen“, so Kapfer, der auf der kommenden Tagung auch eine Bilanz über seine fünf Jahre als Geschäftsführer der Kooperation ziehen möchte.



Expert-GF Alfred Kapfer möchte auf der Futura den Mitgliedern Zukunftsthemen wie SmartTV näher bringen.

Dass die Streichung des Sonntags eine Auswirkung auf den Zustrom der Expert-Mitglieder zur Messe hat, glaubt Kapfer nicht, schließlich bleibt auch die traditionelle Expert-Abendveranstaltung am Samstagabend als Fixpunkt für die Kooperation. Laut Kapfer haben sich nicht nur viele Mitglieder bereits angemeldet, auch viele Vertreter aus der Industrie haben sich bereits für das Event wieder angesagt, das dieses Jahr in der Rotunde der Salzburg AG stattfinden wird.

Für die Kooperation gibt es jedenfalls viel zu feiern. Expert begeht heuer auf der Herbsttagung sein 35-jähriges Jubiläum. Zum Geburtstag verspricht Kapfer einige Überraschungen. Daneben wird natürlich wieder die Expert-Verleihung ein weiteres Highlight sein. Der Preis wird wieder von der Industrie an einen von sechs von der Zentrale nominierten Expert-Händler vergeben.

Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach | Expert
Futura: Halle 1/Stand 306

PROMOTION

„Endlich gutes Licht“

Energiesparen und Licht sind Kernbereiche von Expert. Dazu geht die Kooperation erstmals ins Fernsehen.

Seit dem 15. August läuft dazu bereits eine gemeinsame TV-Kampagne von Expert und LEDON im ORF und privaten Werbefenstern. Die zentrale Botschaft: „Endlich wirklich gutes Licht“. Es ist der erste Fernsehspot der Kooperation. Expert und LEDON wollen damit Endkunden ansprechen, die seit der Verbannung der Glühlampe aus den Einkaufsregalen nach einer Alternative suchen. Während des Aktionszeitraums gibt es eine Sonderpräsentation in den Expert-Geschäften, wo gezielt Lampen von LEDON beworben werden. „Die Kampagne und die Leuchtmittel von LEDON passen perfekt zu unserem ganzheitlichen EnergieSparExperte-Kon-

zept“, erklärt Expert-GF Alfred Kapfer.

Ebenfalls gepusht werden soll das Fotogewinnspiel von TopProdukte (Siehe Seite 39). Expert setzt auch hier ganz auf den Energiespardanken. Daneben wird mit der zusätzlichen Gewinnchance den Händlern ein weiteres Argument für hochwertige und energieeffiziente Geräte in die Hand gegeben.





Zeigen Sie Ihren Kunden das echte Italien – mit dem authentischen Espresso-Aroma unserer neuen Intelia!



DTP number: B001

Wer will schon langweiligen Blümchenkaffee, wenn das original italienische Espresso-Erlebnis nur einen Knopfdruck entfernt ist? Mit der neuen Intelia servieren Sie Ihren Kunden ein echtes Stück Italien für zu Hause. Das intuitive Display und die kinderleichte Bedienung machen es ganz einfach, jeder einzelnen Bohne das volle Aroma zu entlocken. Deshalb haben wir schließlich den Espresso-Vollautomaten erfunden. Für erstklassige Espresso-Qualität, zertifiziert vom renommierten Centro Studi Assaggiatori. Einfach perfetto!

Alles über das Original auf philips.at/saeco

PHILIPS

Saeco

sense and simplicity

Der mit dieser Maschine zubereitete Espresso entspricht den Geschmacksparametern „Espresso Perfetto von Philips Saeco“, die von der Qualitätssicherung „Disciplinare Tecnico di Produzione (DTP N° B001)“ aufgenommen und zertifiziert wurden.

Red Zac

360 Grad Unterhaltung

Dies ist das Motto von Red Zac für die diesjährige Futura. War im Vorjahr das Thema „Audio, Audio, Audio“ – O-Ton Peter Osel – im Fokus, so wird diese Schiene heuer fortgesetzt – und noch gehörig erweitert.

Unterhaltungselektronik und Audio sind die beiden Schlagworte, mit denen sich Red Zac heuer konzentriert auseinandersetzt. „Und zwar mit dem kompletten Paket, was sich von neuen Medien über Apps bis hin zu Wireless und Streaming etc erstreckt“, verrät Vorstand Alexander Klaus im Gespräch mit E&W.

Im Zuge dessen wird es auf der Futura in einem eigenen Raum Workshops geben, die von E&W-Medienkooperationspartner Michael Holzinger im Stundentakt gestaltet werden. „Wir nehmen die Thematik rund um Smart-TV als Aufhänger und zeigen, welche fantastischen Lösungen es hier gibt“, so Holzinger im Gespräch mit E&W. „TV wächst mit Netzwerktechnologien zusammen, und hier spielen natürlich auch andere UE-Produkte mit hinein – wie eben Audiosysteme. Medien werden heute auf ganz neue Art und Weise definiert. Der Fernseher wird zur zentralen Info-Schnittstelle im Haus, und selbige muss natürlich vernünftig gesteuert werden. Eine einfache Fernsteuerung reicht da meist nicht mehr aus, hier sind wir bei Mobile Devices“, fasst Holzinger die stetige Vernetzung zusammen. Sein Ziel ist klar definiert: „Wir möchten den Fachhandel für praxisnahe Lösungen begeistern, die weggehen von Produkten, die den Preisdumping-Prozessen unterliegen – und hingehen zu den Dienstleistungen des Fachhandels. Denn damit lässt es sich gut Geld verdienen.“ Damit schließt sich auch der Kreis zur jüngst aus der Taufe gehobenen Red Zac-Akademie (E&W berichtete),



Red Zac Vorstand Alexander Klaus freut sich zur Futura auf regen Besuch der Mitglieder.

die ebenfalls – unter anderem versteht sich – dieses Thema forciert.

Futura

„Ich hoffe, dass viele unserer Mitglieder den Weg zur Messe in Salzburg finden“, betont Klaus im Gespräch mit E&W. „Denn dies dokumentiert den Wert dieser Messe. Und ich hoffe auf reges Interesse an den neuen Produkten der Industrie. Die Futura ist eine einmalige Gelegenheit, die man sich nicht entgehen lassen sollte – egal, ob man ein kleiner oder großer Händler ist.“ Natürlich finden zur Futura wieder für die Mitglieder Führungen bei der Industrie statt. Wie jedes Jahr wird im Rahmen der Futura die Red Zac-Generalversammlung stattfinden, die die Zukunftsrichtungen der Kooperation thematisiert.

Party

Ein weiterer feiner Anreiz für die Red Zac-Mitglieder wird auch in diesem Jahr wieder die Abendveranstaltung sein. Am Freitag, den 16. September findet ein „außergewöhnliches Event“ statt, wie Klaus verspricht. Die Location ist nicht irgendeine: Direkt am Terminal 2 am Salzburger Flughafen wird die Party ab 19:30 Uhr steigen. War vergangenes Jahr Gehör Genuss im Fokus, so steht diesmal der visuelle Reiz im Vordergrund. Viel mehr möchte Klaus aber aus überraschungstechnischen Gründen noch nicht verraten.

Text: Bettina Paur
Futura: Halle 5, Stand 202
Info: www.redzac.at

AM PUNKT

NETZWERK

Red Zac stellt die diesjährige Futura unter das Motto „360° Unterhaltung“

WORKSHOPS

Praxisnahe Lösungen präsentiert Michael Holzinger.

PARTY

Red Zac hebt die Stimmung am Salzburger Flughafen.

Sortimentserweiterung I: Spantec

Sicherheit durch Sturzsensoren

Der österreichische Hersteller Spantec sucht neue Vertriebskanäle für sein Sicherheitssystem iResidence und will sich an den Elektrofachhandel annähern. Deswegen kommt man auch auf die diesjährige Futura.

Spantec, eine junge österreichische Technologie-Schmiede mit Hauptsitz in Linz, hat ein System entwickelt, mit dem man Menschen im Falle eines Sturzes schnell und unkompliziert helfen kann. Das System soll laut Hersteller weniger Fehlalarme auslösen als vergleichbare Produkte. Nach intensiven Testbetrieben (unter anderem in der Christian-Doppler Klinik in Salzburg oder in der Seniorenresidenz Wels) ist man nun auf der Suche nach neuen Vertriebskanälen, um die Endkunden direkt anzusprechen. Nachdem man sich bisher auf Projektgeschäfte konzentriert hat, ortet man im EFH gutes Entwicklungspotenzial – zum Profit beider Seiten, versteht sich.

Worum geht es?

30% der über 65-Jährigen stürzt einmal im Jahr, bei den über 80-Jährigen ist es fast die Hälfte. Das sind also häufige Phänomene, bei denen meistens körperlich außer Prellungen nicht viel passiert. Aber das Problem des Erlebens der Hilflosigkeit nach dem Sturz ist es, das sich nachhaltig auf die Betroffenen auswirkt. Diese Sturzangst führt dazu, dass sich die Personen weniger bewegen, das bedingt Muskelabbau und Stürze werden wahrscheinlicher. Das auf den Namen iResidence getaufte System von Spantec ist eine selbstinstallierbare intelligente Wohn- und Pflegeumgebung und registriert Gefahrensituationen (Stürze), reagiert dementsprechend darauf und kann so Leben retten. Erkennen die Sensoren (der Sturzsensoren wird mit einem Gürtel am Bauch getragen), dass die Person gestürzt ist, wird die bei Vertragsabschluss gewählte Nummer kontaktiert. Eine 24-Stunden-Betreuung vom ÖWD (Österreichischer Wachdienst) ist mit dabei. iResidence kann aber auch manuell via Notrufknopf alarmieren und ist zusätzlich um Vitaldaten (zB EKG, Blutdruck, etc) erweiterbar.

Das System kann als Standardpaket im praktischen Koffer entweder für 990 Euro gekauft, oder für 49 Euro monatlich gemietet werden. Als Händler kann man sich einfach per eMail oder Telefon an



Alles drin: Im Standardpaket enthalten sind der Sturzsensoren, zwei Raummelder und der GSM- oder LAN-Sender – alles in einem praktischen Plastikoffen.

Spantec wenden, sich informieren und bestellen. Eine interessante Möglichkeit für den Händler ist folgende: Man kauft ein Gerät und schließt mit dem Kunden einen Mietvertrag ab. Abrechnungstechnisch läuft dann alles über den Händler, technisch ändert sich im Gegensatz zum Kauf oder der Direktmiete über Spantec aber nichts. Spantec GF Armin Blaha: „So kann der Händler den Kunden an sich binden, das ist bestimmt interessant.“

Das Standardpaket des Sturzsensors reicht für eine Wohnfläche von rund 50m². Einzelne Raummelder können je nach Bedarf dazugekauft werden (insgesamt bis zu 40 Stück für ein Netzwerk). Die Installation ist dabei denkbar einfach: auspacken, Raummelder in die Steckdose stecken und die Stromversorgung für den GSM- oder LAN-Sender herstellen. Der Rest erledigt sich von selbst, sprich die Sensoren und Melder bauen automatisch eine Verbindung auf und signalisieren die bestehende Kommunikation untereinander durch grüne Blinklichter. Es sind keine besonderen Kenntnisse notwendig, jeder kann das System installieren. Zudem wurde bei allen Komponenten auf Bedienknöpfe verzichtet. So schaltet sich der Sturzsensoren automatisch ein, wenn der Gürtel geschlossen wird. Die Einsatzmöglichkeiten des Systems sind aber nicht nur auf ältere und/oder gebrechliche Menschen beschränkt, sondern eignen sich auch für die Arbeitssicherheit von etwa

Wald- und Forstarbeitern oder aber auch Arbeitern in Kühlhäusern.

Spantec bietet neben dem iResidence-System (Sturzerkennung und Vitaldaten) auch noch Securemotion (mobile Sturzerkennung, mobiles EKG) sowie Securebed (Intelligenz für jedes Krankenbett) an. Das Unternehmen ist heuer auch auf der Futura vertreten – zwar nicht mit eigenem Stand, aber man will die Branche kennenlernen. GF Armin Blaha und Harald Karner (Head of Sales) freuen sich auf Gespräche mit den Händlern. So können Sie Spantec kontaktieren: Tel: +43 1 585 13 592 oder per Mail an office@spantec.at.

Text: Peter Fußl
Fotos: Spantec
Info: www.spantec.at,
www.i-residence.at

AM PUNKT

SPANTEC

Österreichische Technologieschmiede mit Hauptsitz in Linz; produziert in Österreich; sucht neue Vertriebskanäle wie den EFH.

I-RESIDENCE

Intelligente Wohnumgebung, die mit unterschiedlichen Sensoren (Sturz, Vitaldaten) ausgestattet Leben retten kann.

Das Branchenevent im Herbst

Für Sie auf der Futura

Heuer läuft auf der Futura einiges anders als die letzten Jahre: andere Hallen, einige neue Aussteller, ein Tag weniger! Damit Sie sich trotzdem zurechtfinden haben wir für Sie wie jedes Jahr unser bewährtes Ausstellerverzeichnis erstellt. Für einen schnelleren Überblick wurden die einzelnen Unternehmen farblich den unterschiedlichen Branchen zugeteilt: **Hausgeräte**, **Telekom**, **Unterhaltungselektronik**, **E-Technik**, Distributoren und Kooperationen.

A1 Telekom Austria AG (Halle 6/ Stand 308): Gerhard Oberauer, Leiter Indirect Sales; Alexander Kren, Leiter Key Account; Jürgen Fusek, Leitung Account Management; sowie der gesamte AD.

Aisin Europe S.A. (Halle 2/Stand 305).

Aqipa GmbH (Halle 6/Stand 207).

Arcom VertriebsgmbH (Halle 7/Stand 207).

ARS Akustika (Halle 7/Stand 204).

ATV Privat TV GmbH&Co KG (Halle 7/Stand 104): Peter Guderlei, Leitung ATV Reichweitenmanagement und sein Team Helga Neubauer, Romana Dibarbora und Andreas Morgenfurt.

Audio Tuning VertriebsGesmbH (Halle 8/Stand 203).

Austria 9 TV GmbH (Halle 7/Stand 108): Nina Nimmrichter, Marketing & Sales; Elisabeth Heberling, Projektmanagement.

AustriaSat M7 Group (Halle 7/Stand 103): Martijn van Hout, GF Eviso Austria (tägl); Olaf Castritius, Vice President M7 Group (2 Tage); Gerhard Grill, Channel Management (tägl); Birgit Sadlo, Marketingleiterin (2 Tage); Marion Payr, Direct Marketing Executive (2 Tage).

b2c-electronic GmbH (Halle 7/Stand 300).

BaByliss Austria GmbH (Halle 3/Stand 409): GF Christian Frank; Außendienst: Peter Lusk, Wolfgang Kollmann, Robert Weihs; Marlene Buchart, Marketing.

Battery Center (Halle 3/Stand 406).

Bauckhage Karsten (Halle 7/Stand 105).

Baytronic Handels GmbH (UE, WW) (Halle 8/Stand 205): GF Franz Lang; GF Johann Wagner; das komplette Vertriebsteam und Servicetechniker (alle: 15.9.-17.9.).

Beltec HandelsgmbH (Halle 9/Stand 306).

Braukmann GmbH (Halle 1/Stand 103)

Braun Handelsmarketing GmbH/ Laica (Halle 3/Stand 110):

Brightpoint Austria GmbH (Halle 6/ Stand 115): Bernhard Kabicher, Commercial Lead Brightpoint Austria; Christian Sturm, Head of Sales & Enterprice; Regional Sales Manager: Herbert Dichtl, Markus Kirschner, Paul Jeller; Key Account Manager: David Kitzberger, Michaela Bouse; Manuel Krippner, Key Account Manager Media/Saturn; Regional Sales Manager Media/Saturn: Harald Schmid, Christian Haberler; (alle 15.9.-17.9.).

BRITA GmbH (Halle 1/Stand 207).

Brother International GmbH (Halle 9/Stand 101): Wechselndes Messteam.

BSH Hausgeräte GmbH (Halle 2/Stand 205) GF Pascal Javet, die Markenchefs Peter Henner, Erich Scheithauer sowie Udo Pogatschnig mit den gesamten Markenteams.

Candy Hoover (Halle 2/Stand 105): GF Olaf Thuleweit; VL Heimo Molterer; Reisende: Manfred Baar, Stefan Wetzler; Marktmanager: Fouad El-Hamdani, Christian Unger; (alle 15.9.-17.9.); Jörg Ducke, Leiter Kundendienst & Logistik (15.9.-16.9.).

Canton Elektronik GmbH & Co KG (Halle 9/Stand 201).

Ce2 GmbH (Halle 7/Stand 101).

Clearwhite GmbH (Halle 1/Stand 205): Raphael Reifeltshammer, Sales Manager; Raphaela Desch, Promotion (beide 15.09-17.09); Nathalie Schober, Sekretariat (16.09).

Color Drack GmbH (Halle 9/Stand 310): Kundenbetreuer Manfred Fanninger; Großhandel: Hannes Amon, Matea Mijacevic; Kodak Austria: Felix Bousek, Karin Göbel; Olympus Austria: Rene Ritzinger.

Comtech EDV Organisations GmbH (Halle 9/Stand 314).

Cremesso (Halle 1/Stand 203): Head cremesso international Jacqueline Streit; Gregor Bussmann; Martin Maurer; Gerald Mocker; Anton Posch; Marco Scheucher; Karin Greider.

Data Design System GmbH (Halle 9/Stand 210).

Degupa VertriebsGmbH (Halle 8/ Stand 103): Vertrieb: Gerhard Kienzl, Franz Löcker, Elke Schmelz.

De`Longhi-Kenwood GmbH (Halle 5/Stand 201): GF Michael Frank; KAM: Katharina Walenta, Walter Wanke; Marketing: Patricia Botan, Vanja Kuzet, Melanie Weber; Und das After Sales Service sowie die Gebietsleiter.

Delta Solution Multimedia Handels GmbH (Halle 7/Stand 301): GF Jürgen Winsauer und das gesamte Außendienst Team an allen Tagen: Josef Standl-Niederreiter, Gerhard Legerer, Gratzter Stefan.

Dicota GmbH (Halle 9/Stand 301).

DigiFoto HandelsGmbH (Halle 9/Stand 209).

HINTERGRUND

DKB (Turmix, Koenig, Zyliss,...) (Halle 3/Stand 111): GF Renee Grebien und das Außendienst-Team.

Dyson Austria GmbH (Halle 5/Stand 302): GF Peter Pollak; Consumer Team: Andreas Leuthner, Key Account Manager; Sales Representatives, Area Sales Manager; Janina Engl, Marketing & Sales ; und das Commercial Team um Josef Feringer.

Efbe Elektrogeräte GmbH (Halle 5/Stand 415).

Electrolux Hausgeräte GmbH/AEG (Halle 2/Stand 101+102+301).

ElektronikPartner Austria GmbH (Halle 6/Stand 121): GF Friedrich Sobol; VL Lukas Pachner und ein 25-köpfiges Team.

elektrabregenz AG (Halle 1/Stand 212): Serdar Sözenoglu, General Manager; Christian Schimkowitsch, Verkaufsdirektor; Theresia Heitzinger, Marketingmanager; 29-köpfiges Team (ua. AD, Sales Reps and Training Ladies etc).

Elektro Obwegeser GmbH (Halle 2/Stand 206).

Elektrogeräte Vertriebs GmbH, Laurastar Distributor Österreich (Halle 1/Stand 203).

Elfogro (Halle 5/Stand 303): GF Günter Fischer (16.9.-17.9.); Mario Knapp, VL (15.9.-17.9.); Außendienst: Klaus Pukl, Christian Rachinger, Richard Lorenz; Diana Holzer, Auftragsbearbeitung; Thomas Valentinitzsch, Einkauf; (alle 15.9.-17.9.).

Emporia Telecom (bei TFK: Halle 6/Stand 319) Österreich-GF Herbert Schwach (15.9.) Zubehör-VL Günter Auer (15.-17.9.)

Etherma Elektrowärme GmbH (Halle 2/Stand 311).

Euronics Austria (Halle 5/Stand 202): GF Peter Osel, Alexander Klaus.

EXPERT Österreich e. Gen. (Halle 1/Stand 306): GF Alfred Kapfer, ML Matthias Sandtner, EL Thomas Wurm, VL Gerald Purner und das gesamte Expert-Team.

Gastroback GmbH (Halle 5/Stand 204).

Grothusen Audio Vertriebs GesmbH (Halle 7/Stand 303).

Hama Technics Handels GmbH (Halle 6/Stand 213): GF Kurt Böhm; VL: Alexander Thyri, Mario Schwarz; Klaus Reising, Key Account; Außendienst: Kraus Andreas, Kunc Paul, Hoch Wolfgang, Bauer Manfred, Schneider Norbert, Helmut Weissenböck.

Handybusiness (Halle 2/ Stand 113): Handybusiness: GF Robert Ribic; Andreas Kolar Produktmanager; Rene Krug, Einkauf; Josef Gludovatz, Vertrieb Key Accounts; LED-Business: GF Josef Gludovatz; Peter Schöffthaler, Vertrieb.

Hans Lurf GmbH (Halle 8/ Stand 201).



MACHEN SIE IHRE KUNDEN HD READY!



Weitere Sender folgen in Kürze.



Mit dem
**HD Austria CI+ Modul und
HD Austria-lizenzierte Hardware!**

Kaufen Sie jetzt das HD Austria CI+ Modul und HD Austria-lizenzierte Hardware und ermöglichen damit Ihren Kunden, die beliebtesten Privatsender in HD-Qualität zu sehen und zu hören.

Alles, was Ihr Kunde braucht: eine ORF DIGITAL-SAT-Karte der neuen Generation (ICE), eine HD Austria-lizenzierte Hardware oder das HD Austria CI+ Modul (erkennbar am HD Austria-Logo auf der Verpackung).

Aber Vorsicht, nur Hardware mit der HD Austria-Lizenz hat diese Vorteile:

- 3 Monate GRATIS HD Austria für Ihre Kunden
- Kein Aktivierungsbeitrag (Ihr Kunde spart mind. € 29,90)

Bestellen Sie am besten schon jetzt POS-Material oder werden Sie HD Austria-Händler unter handel@austriasat.at oder www.austriasat.at/hdaustrializenz

Besuchen Sie uns auf der Futura

15.-17.09.2011, Halle 7, Stand 103.

Bedingungen und AGB unter www.hdaustria.at

AS057

HB Austria electronic products (UE, WW) (Halle 8/Stand 202): Geschäftsführung Christian Blumberger; LOEWE/Schaub Lorenz BW: PM Hannes Maurer; WW: PM Erich Posch und das gesamte AD-Team.

HHP Home Health Products GmbH (Halle 2/ Stand 104).

HTN Elektrogeräte VertriebsgesmbH (Halle 5/ Stand 117): GF Arno Kittl, Renate Höfer, Karin Bischof und Harald Gschwandtner

Indesit Company Österreich GmbH (Halle 2/ Stand 111).

Ingram Micro GmbH (Halle 9/ Stand 206).

ionia it-insurance & service GmbH (Halle 6/ Stand 209).

Jupiter Küchenmaschinen GmbH (Halle 2/ Stand 104).

JURA Elektroapparate VertriebsgesmbH (Halle 1/ Stand 202): GF Andreas Hechenblaikner; Michael Lipburger, Head of International Business; Maximilian Hager, VL; Gebietsverkaufsleiter: Klaus Jansenberger, Hubert Gostner, Oliver Zwanzger; Bernd Längle, Leiter Verkaufsdienst; Caprice Massak, Leitung Marketing.

Kathrein VertriebsgesmbH (Halle 7/ Stand 205): GF Matthias Zwifl (Fr und Sa); gesamtes Vertriebsteam.

KAZ Hausgeräte GmbH (Halle 3/ Stand 410).

Kenwood Electronics Deutschland GmbH (Halle 9/Stand 205 a).

Kienleitner Walter (Halle 2/ Stand 307)

Kleinhappl Electronic GmbH (Halle 7/ Stand 107): Firmengründer Willi Kleinhappl; Geschäftsleitung Karin Kleinhappl und Jürgen Kleinhappl; gesamtes ID- und AD-Team (tägl).

Kplus Software Solutions GmbH (Halle 9/ Stand 311).

Leifheit AG (Halle 2/ Stand 107): GF Gerhard Lasselsberger; Key Account: Herr Degeorgi, Herr Brenner, Frau Frank; Frau Wimmer, Marketing; Frau Kastner; sowie der gesamte AD.

Leopold Rokos GmbH (Halle 3/ Stand 104).

LG Electronics Austria GmbH (WW, UE) (Halle 8/ Stand 287): VL Markus Monjau + AD-/Vertriebsteam.

Liebherr (Halle 1/ Stand 210): GF Alfred Martini; VL Robert Ortner; Vertriebsrepräsentanten: Gerald Zilvar, Bernhard Köberl, Hubert Fölser, Roland Lex, Anton Krempel, Reinhard Schrammel; Hermann Rinner, Leitung Vertrieb Innendienst; sowie abwechselnd die Innendienst-Mitarbeiter; Manfred Klocker, Leitung Kundendienst; Thomas Ausserdorfer, Leitung Verkaufsförderung; (alle 15.9.-17.9.).

Maukner Geschenke GmbH & Co KG (Halle 5/ Stand 114).

MBO Handels GmbH (Halle 5/ Stand 115): GF Manfred Bohacek; Eduard Nimmrichter, Verkaufsleiter; sowie Mitarbeiter von der Plaston AG, Robert Thomas KG und Unold AG.

MEHR Datasystems GesmbH (Halle 2/ Stand 309).

Melitta GmbH (Halle 2/ Stand 103).

Metz Werke GmbH & Co KG (Halle 8/ Stand 303): Robert Trapp, Leitung Vertrieb Deutschland und Österreich (16. - 17.); gesamtes AD-Team tägl).

Miele G.m.b.H. (Halle 1/ Stand 101): Senior Vice President Josef Vanicek, GF Martin Melzer, VL Ingo Wimmer und die gesamte Vertriebs-Mannschaft.

MK Illumination Handels GmbH (Halle 9/ Stand 203): Das Verkaufsteam der Firma M. Schurrer und der Firma MK Illumination.

Monitors and More (Halle 8/ Stand 204): GF Markus König; Key Account Manager: Michael Strnad, Paul Gutschy; Manuela Kraus, Einkauf & Marketing; Daniela Kowar, Marketing; Andreas Neumayer, Technikleiter; Bernhard Neumayer, Marketing. BenQ: Matthias Grumbir; Samuel Haider, Area Manager.

Nedis Italia S.R.L. (Halle 6/ Stand 211).

Nikon GmbH (Halle 9/ Stand 305): Wolfgang Lutzky, Country Manager; Manfred Rybar, Key Account Manager; Verkaufsaußendienst: Roland Hörmann, Oliver Weigel, Peter Brandauer.

Novis Electronics GmbH (Halle 9/ Stand 312): GF Jodok Kaufmann; Erika Riedmüller, Leitung Innendienst; AD: Fabian Presslaber, Peter Skrabl, Gerald Grassl.

Optama Deutschland GmbH (Halle 9/ Stand 315).

ORANIER Heiz- und Kochtechnik (Halle 2/ Stand 106).

ORS Österr. Rundfunksender GmbH & Co KG (Halle 7/ Stand 302).

Philips Austria GmbH CL (UE, KG) (Halle 8/ Stand 102): GF Martin Bardeleben; sowie alle Area Sales Manager und Key Account Manager von Consumer Lifestyle.

Pickhart Emil KG (Halle 1/Stand 105).

Pötzelsberger Electronic HandelsgmbH (Halle 7/ Stand 201).

Procter&Gamble (Halle 3/ Stand 107): GF Felix Fröhner; Thomas Poletin, Sales Manager Non-Food; Bianca Prinz, Assistentin; Werner Gazzia, KAM; Christoph Sperlich KAM; und die Gebietsleiter (alle 15.9.-17.9.).

Rainer Brauch Industrievertretungen (Halle 9/ Stand 308).

REC Trade d.o.o. (Halle 5/ Stand 304).

Riess Kelomat GmbH (Halle 1/ Stand 303).

Ritterwerk GmbH (Halle 1/ Stand 204): Klaus Rehm, VL Export; Annemarie Steinhäuser, Vertrieb international.

Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH (Halle 1/ Stand 208).

Royal Appliance International GmbH (Halle 3/ Stand 408).

Samsung Electronics Austria GmbH (UE, WW, Telekom) (Halle 8/ Stand 101): Director Gerald Reitmayr; Sales Manager Emmanuel Fink; Senior Manager Es Yang; Head of PM CE Dietmar Pils; Product Manager; Business Manager Martin Amstler; Channel Manager Retail; und Teams aus Key Account Management, Sales Support und Trade Marketing Management.

SANO Transportgeräte GmbH (Halle 1/ Stand 304): Vertriebsleiter Österreich Hans Hinterkörner.

Satec Beratung und Vertrieb GmbH (Halle 7/ Stand 304): GF Stephan Hörl; AD-Team.

Schimek Electronics Vertriebsges.m.b.H (Halle 3/Stand 109): Helga Leitner, GF, Marketing/PR; Robert Bolena, GF, Verkaufsleiter, Key Account; Bernhard Ulm, Gebietsverkaufsleiter.

Schneider High-Tech Vertriebs-GmbH (Halle 9/ Stand 202).

Screen professional GmbH (Halle 8/ Stand 201a).

SEB Österreich HandelsgesmbH (Krupps, Rowenta, Tefal) (Halle 5/ Stand 301): GF DACH Olivier Naccache; Vertriebsdirektor: Herbert Kleinhaus, Gabriele Eder, Wolfgang Götz; Christian Loback, KAM; Adrienne Agoston, Marketing; Udo van Bergen, TMD; Lars Hengstler, Marketingdirektor; und Team.

Servus TV Fernsehgesellschaft m.b.H. (Halle 7/ Stand 102): Josef Mandlmayr, Signal Distribution; Julia Fitzen, Teamleiter btb & Reichweitenmarketing; Alexandra Ita, Manager btb & Kooperationen; Christian Morawietz, the brain behind; Philipp Consemüller, Consequences.

Sharp Electronics (Europe) GmbH (UE, WW) (Halle 9/ Stand 207): Herbert Windisch, Vertriebsleiter; Gebietsverkaufsleiter: Herbert Neussner, Josef Stubenvoll, Helmut Schmidler, Helmut Walcher; Gabriela Pichler, Vertrieb Innendienst.

SIMA Industrievertretungen GmbH (Halle 9/ Stand 304).

Sistem Air Handels GmbH (Halle 2/ Stand 303).

Sky Österreich GmbH (Halle 8/ Stand 304): Vertriebs-Chef Niki Tufaro und sein gesamtes Retail Sales-Team.

SMART electronic GmbH (Halle 7/ Stand 202): Jürgen Höfer, Key Account Manager (tägl).

Solis AG (Halle 3/ Stand 305).

Sonnenkönig Armin Schmid Heiz- und Klimasysteme (Halle 3/ Stand 405).

Stefani Elektronik Handelsges.m.b.H. (Halle 6/ Stand 118).

stelecom Steindl Electronics (Halle 2/ Stand 114).

Strobl GesmbH (Halle 7/ Stand 308): VL Christian Strobl; AD-Team.

styria hifi gmbh (Halle 9/ Stand 204): GF Renate Haidinger; Peter Haidinger, Vertrieb und Marketing; Außendienst: Josef Heher, Walter Kircher; (alle 15.9.-17.9.); Jens Heuer, Vertriebsleiter Klein Robotics (15.-16.9.).

Taifun Software AG (Halle 6/ Stand 208).

Technisat Digital GmbH (Halle 7/ Stand 305): Andreas Vostrovsky, Regionalleiter Ost; Jürgen Stahl, Regionalleiter West; Kai Nelles, Innendienst Österreich; Florian Wagner, AD Südbayern; Kathrin Bley, Assistentin Vertriebsleitung (alle tägl).

Televs Deutschland GmbH (Halle 9/ Stand 211): Bernhard Pesl, Vertrieb Österreich; Albert Krieg, Vertrieb Bayern (beide 15.9.-17.9.)

TFK (UE, Telekom) (Halle 6/ Stand 319+321).

Tiptel GmbH (Halle 2/ Stand 110) GF Jürgen Taplik, KAM + Leiter Technik Österreich Norbert Hörmann, AD Thomas Bauer, AD Horst-Bernd Elsche

Top Telekom Service HandelsgmbH (Halle 6/ Stand 119): Moser Oliver; Herwig Hölzl; Peter Strauss; Alexander Turek; Josef Staufner; Bernhard Feischl; (alle 15.9.-17.9.); Roman Pernek; Thomas Joham; Franz Wiesmayr; (alle 15.9.); Dunja Humer (15.-16.9.); Michael Voglhofer (16.9.).

Triax Austria GmbH (Halle 7/ Stand 203): Matthias Trietsch, Geschäftsführer;

Dietmar Rauch, Produktmanager; 16-köpfiges Team.

Trisa Electro AG (Halle 1/ Stand 203).

Varta/ Remington/ Russell Hobbs (Halle 3/ Stand 105): GF Christian Schamburek; Karl Strobl; Georg Borchering; Wilhelm Pertiller; Ingo Meyer; Michael Plaukovits; Philipp Tunner; Suzana Horvath; Trade Marketing Management: Andrea Kubelka, Christl Kruiswijk.

Vestel Germany GmbH (Halle 9/ Stand 204a).

Waldner biotech-GmbH (Halle 1/ Stand 307).

Wertgarantie Management GesmbH (Halle 6/ Stand 210a): Regionalleiterin Martina Scherer; Marketing- und Vertriebsvorstand Johannes Schulze und das Wertgarantie Team.

Whirlpool Austria GmbH (Halle 2/ Stand 201): GF Hannes Kolb; Christian Miksche, Key-Account Manager; Karin Wöss, Marketingleitung; Anna Bacik, Trade Marketing Manager; sowie das komplette EFH-Vertriebsteam.

Winfo Data GmbH (Halle 9/ Stand 302).

WISI (Halle 7/ Stand 306): Geschäftsführung Christian Koller; Vertriebsmannschaft: Günther Glanseeck, Georg Anzinger, Hubert Meissl, Richard Schwarz, Gerhard Raith; Technik: Gerhard Stern und Markus Haus.

WMF Österreich GmbH (Halle 1/ Stand 206): VL Roland Schmid; VL Christoph Haarstrick; Daniela Sterz, Standbetreuung.

Wolfgang Spatt GmbH (Halle 8/ Stand 302).

Die aktuelle Liste finden Sie auf E&W Online unter www.elektro.at zum Download.



„Ich schätze die Innovationskraft von Expert. Neue Geschäftsfelder erschließen sich eben nicht von allein.“

DI Klaus Schmid, Expert ETECH, Linz

Werden auch Sie Partner von Expert und nutzen Sie die zahlreichen Vorteile der weltweit größten Elektrofachhandels-Organisation. Alfred Kapfer freut sich Sie kennen zu lernen: 07242/290700 oder office@expert.at

expert 

UPC HD-TV bald auch ohne Mediabox?

(Noch) geschlossen

Das Thema UPC Mediabox und das geschlossene System erregen seit nunmehr geraumer Zeit die Gemüter von Kunden und Händlern gleichermaßen. Doch es tut sich etwas: Man scheint zu reagieren und spricht mit den Herstellern darüber, wie man in Zukunft den Empfang aller digitalen Sender samt der Services und Features der Mediabox ohne Letztere ermöglichen kann. E&W hat nachgefragt.



Schwer verliebt trifft es nicht ganz. Aber Fernsehhersteller wie Loewe würden es begrüßen, würde UPC das System öffnen.

Das für den Handel – objektiv betrachtet – leidige Thema des geschlossenen UPC-digital-TV-Systems sorgt nach wie vor für Unverständnis – seitens der Händler und vor allem seitens der Kunden. Wie wir von mehreren Händlern aus Wien (die Namen sind der Redaktion bekannt) erfahren haben, hat sich an der Situation nach wie vor nämlich nichts geändert.

Immer noch kommen nahezu 100 Prozent der Kunden, die ein Fernseh-Gerät im Fachhandel gekauft haben, wieder zurück zum Händler und beschwerten sich. Warum? Weil sie sich ein HD-Gerät gekauft haben und damit HD ohne extra Box, sondern über den Fernseher haben wollen. Obwohl das gekaufte TV-Gerät über einen eingebauten DVB-C-Tuner verfügt, brauchen sie aber wieder eine extra UPC-Mediabox zum Empfang von eben HD-Sendern (wie auch von digitalen). Dies sorgt sowohl bei den Kunden als auch bei den Händlern für Unmut. E&W hat bei allen Seiten nachgefragt, wie die Situation nun wirklich ist und ob sich in absehbarer Zukunft etwas ändern wird.

die UPC-Boxen gibt. Treten Probleme auf, so rufen Kunden oft die Händler an und diese können dann wiederum nur bei den Hotlines von UPC anrufen. Die Lösung wäre für die Händler, dass UPC ein CI-Modul anbieten würde. Dann hätten die Kunden auch wieder den Händler als Ansprechpartner und man könnte als Händler Qualität verkaufen und die einfache Bedienung (ausschließlich über das TV-Gerät) als Verkaufsargument nutzen. Die Händler glauben auch, dass es für UPC verkaufstechnisch sinnvoll wäre.

Aus ökologischer Sicht sind für die Fachhändler Set Top-Boxen heutzutage sowieso nur mehr schwer vertretbar, müssen sie doch ständig am Netz hängen.

AM PUNKT

STATUS QUO

Für den Empfang von UPC HD-Sendern und die Nutzung von Guide und on demand braucht man die Mediabox.

AN DER LÖSUNG WIRD GEARBEITET

UPC spricht derzeit mit der TV-Industrie über Möglichkeiten über DVB-C. In der Schweiz und Holland gibt es bereits Testbetriebe ohne Mediaboxen.

Der Handel

Das schwerwiegendste Problem für den Handel ist, dass es keine Handhabe über

Die Kunden

Steigt man von der Röhre auf ein HD-fähiges Fernsehgerät um, will man als



Um die Mediabox dreht sich der Konflikt; denn diese wird benötigt, um in den Genuss aller UPC-Services und -Sender zu kommen.

Kunde natürlich auch HD-Sender empfangen. Aber für viele ist ein verbauter DVB-C Tuner auch so ein Kaufgrund, um etwa für einfache Bedienung zu sorgen oder nicht noch ein zusätzliches Gerät im Regal stehen zu haben. In Wien hat man in vielen Wohnhausanlagen aber einfach nicht die Möglichkeit auf Satelliten-Empfang und ist somit abhängig von UPC und der Box.

UPC

Die Konzernstrategie von UPC ist offensichtlich: In so vielen Haushalten wie möglich soll eine UPC-Mediabox stehen. Allerdings gibt es in der Schweiz und in Holland bereits Testbetriebe, in denen keine Mediabox für den Empfang von UPC mehr nötig ist. Man folgt also dem Trend der TV-Hersteller und den Wünschen der Kunden und probiert im Moment zumindest, wie UPC über DVB-C Tuner funktioniert bzw von den Kunden angenommen wird. In Österreich gibt es derzeit Gespräche mit allen Fernsehherstellern. In diesen geht es darum, wie man das in Österreich umsetzen könnte. Derzeit kann man aber noch keinen Zeithorizont setzen, wann es erste Ergebnisse geben wird, denn die Gespräche laufen noch und die Thematik ist nicht so einfach.

Hersteller

Wir haben im Zuge unserer Recherche des Öfteren wahrgenommen, dass Sony

und Loewe sehr an einer Zusammenarbeit mit UPC interessiert wären, und haben nachgefragt. Seitens Sony teilte man uns auf unsere Anfrage Folgendes mit: „Unsere Geräte sind technisch komplett vorbereitet und es läuft im Moment ein Zertifizierungsprozess mit UPC. Weitere Informationen können wir von unserer Seite noch nicht geben.“ Das ist natürlich eine interessante Tatsache, wirft allerdings auch weitere Fragen auf: Wird UPC dann ein „exklusiv-Feature“ von Sony-Fernsehern? Oder wie können andere Hersteller das machen? Loewe meinte zu diesem Thema, dass sie nicht in Verhandlungen mit UPC stünden. Dennoch würden sie es natürlich begrüßen, würde UPC das System hingehend auf den Empfang via DVB-C Tuner öffnen. Zumindest hofft man bei Loewe, dass in Österreich den Vorbildern Schweiz und Holland folgend bald ein Testbetrieb ohne Mediabox von UPC gestartet wird.

Technische Seite

Aus technischer Sicht ist das „Problem“ relativ einfach zu beschreiben: Ein DVB-C Tuner oder ein CI-Modul sind nicht so einfach (wenn überhaupt) dazu fähig, zum Beispiel den UPC-Guide oder das on demand-Angebot umzusetzen. Dafür bräuchte es für die jeweiligen TV-Geräte eine eigene Software. Wie bereits erwähnt steckt etwa Sony bereits in einem Zertifizierungsprozess mit UPC und auch andere Hersteller sehen hier großes

Potenzial, denn sie würden natürlich davon profitieren, wenn ihre TVs UPC ohne Mediabox bieten könnten. Wann und wie hier genau etwas passieren wird, wurde uns leider weder von der Industrie noch von UPC verraten. Da wir aber gehört haben, dass bei gewissen Sony-Geräten bereits beim Einschalten die Möglichkeit zwischen dem Empfang von Kabel-TV und UPC-Kabel besteht (nach dem Bestätigen passiert zur Zeit halt noch nichts), ist es durchaus denkbar, dass dieser Prozess bald ein Ende haben wird.

Lösungsmöglichkeiten

Zusammenfassend zeigt sich, dass es derzeit gewisse Probleme gibt. Aber es tut sich etwas, UPC reagiert auf die Wünsche der Kunden und ist in Gesprächen mit den Herstellern. Man kann damit rechnen, dass es eventuell auch in Österreich bald möglich sein wird, das TV-Angebot von UPC ohne Mediabox nutzen zu können. Abzuwarten bleibt nur, wann das sein wird. Darüber hinaus bleibt die Frage offen, ob man dann bestimmte Modelle gewisser Marken braucht, oder ob dies dann mit allen TV-Geräten mit eingebauten DVB-C Tunern möglich sein wird. Denn derzeit hat es den Anschein, als würden nicht alle Features über ein CI-Modul umsetzbar sein.

Text: Peter Fußl
Fotos: P. Fußl | UPC
Info: www.upc.at



„Bei Expert bekomm ich genau die Unterstützung, die ich brauche!“

Manuela Mitterhuemer, Mitterhuemer, Steyr

Werden auch Sie Partner von Expert und nutzen Sie die zahlreichen Vorteile der weltweit größten Elektrofachhandels-Organisation. Alfred Kapfer freut sich Sie kennen zu lernen: 07242/290700 oder office@expert.at

expert

Die Media Markt-Saturn-Gruppe im Schleudern

Rot schreibt rot

Erstmals seit Jahrzehnten schreibt die Metro-Tochter-Gesellschaft Verluste. Mit drastischen Maßnahmen will der Handelskonzern nun die Ertragsschwäche seiner Elektromarkt-Ketten stoppen. Das neue Strategiepaket sieht Schnitte beim Personal, Zukäufe im Bereich des Internet-Handels und noch niedrigere Verkaufspreise vor.



Seit Längerem wird auch in Österreich über ein schwächelndes Geschäft bei den beiden Großvertriebsformen getuschelt. Jetzt hat Finanzvorstand Olaf Koch anlässlich eines Industriemeetings die Katze aus dem Sack gelassen. Demnach ist das Elektronikgeschäft seit 20 Jahren erstmals in die roten Zahlen geraten. Für das zweite Quartal weist die Metro-Tochter Media-Saturn einen Verlust von 44 Millionen Euro aus, was Koch als „nicht erfreulich“ kommentierte.

Hinter dem Niedergang der einstigen Ertragsperle – so der Konzern-Vorstand – stünde die Tatsache, dass das Media-Saturn-Management zu träge auf die zunehmende Konkurrenz durch den Internet-Handel reagiert hätte. Weil, so Koch, das Internet kein Phänomen der letzten zwölf oder 24 Monate, aber der Wille zur Veränderung nicht so stark wie notwendig gewesen sei.

Schon früher äußerte sich Metro-Chef Cordes dazu und sprach „vom süßen Gift des Erfolgs“. Hinderlich sei auch gewesen, dass die Media-Markt-Gründer und Minderheitsgesellschafter Erich Kellerhals und Leopold Stiefel, die ihr Lebenswerk bedroht sehen würden, Entscheidungen blockieren können – was zu einem Streit führte, der derzeit die Gerichte beschäftigt.

Das Strategie-Paket

Gegengesteuert soll mit einem Strategiepaket werden, das unter anderem die Streichung von 3.000 Jobs noch in diesem Jahr, weitere Käufe von Online-Shops sowie eine Internet-Offensive vorsieht – und auch von den beiden seinerzeitigen Firmengründern mitgetragen wird.

Im Internet sollen künftig zwei Wege zum Erfolg beschritten werden. Zum einen wird die Expansion – nach dem kürzlich erfolgten Mehrheitskauf des profitablen Internet-Händlers Redcoon (Umsatzziel für heuer knapp 400 Mio Euro) – durch das Akqui-

rieren weiterer Online-Shops vorangetrieben. Zum anderen will Media-Saturn seine beiden stationären Marken als Multichannel-Händler ab dem Herbst auch im Netz etablieren. „Saturn.de“ soll im Oktober und „MediaMarkt.de“ im Jänner 2012 starten.

Im Gegensatz zu den reinen Online-Händlern werden dabei das Online- und das stationäre Geschäft komplett vernetzt. Das bedeutet, dass im Internet gekaufte Waren über die Märkte abgeholt, umgetauscht oder repariert werden können. Zudem wird es in den Märkten Online-Bestellterminals geben. Die regionalen Märkte, die jeweils von am Gewinn beteiligten Geschäftsführern geleitet werden, würden dabei an den Online-Ergebnissen beteiligt werden.

Niedrigere Preise

Den beiden Elektromarkt-Ketten wurde in der Vergangenheit immer wieder vorgeworfen, trotz gegenteiligen Werbebetrommels („Geiz ist geil“, „Blödmann!“) nicht wirklich billig zu sein. Das scheint jetzt auch im Management angekommen zu sein, und man folgerte daher: „Wir haben ein Preisproblem!“. Und belegte das mit einer Gegenüberstellung zwischen den Media Markt Regal- und den durchschnittlichen Internet-Preisen. Hier setzt man an und will in Zukunft die Preise in beiden Vertriebsschienen gleich „nieder“ auf Basis des billigsten Anbieters auf Preissuchmaschinen auszeichnen. Gesteuert soll diese neue Strategie ebenso wie der Einkauf nunmehr zentral werden. Der wöchentliche Printflyer wird ersatzlos getrichen und durch einen E-Flyer im Internet ersetzt – bei gleich hoher Kostenbeteiligung der Industrie.

Gegenfinanzieren will man diese neue, margensenkende Preisstrategie mit Ausgabenkürzungen. Was eine Kostenreduktion im gesamten Unternehmen von zwei bis drei Prozent (rund 500 Mio Euro) notwendig machen wird. Diese Reduktion soll in hun-

dert von Einzelschritten erreicht werden. Der einschneidendste davon dürfte im geplanten Wegfall von 3.000 der insgesamt knapp 70.000 Stellen sein.

Die Branche schäumt

Nicht ganz zu Unrecht (siehe auch die Startseite zum Management-Teil, Seite 158), weil diese neue Strategie, sollte sie durchgezogen werden, den Preiskrieg noch stärker anzuheizen droht. Was zu einer weiteren Margenvernichtung in der Branche führen würde. Kein Wunder also, wenn *markt intern* kräftig vom Leder zieht und der Media-Saturn-Holding Online-Aktionismus vorwirft – nur „um sich die Metro-Bosse vom Leib zu halten, die schon lange einen Internet-Auftritt der roten CE-Tochter einfordern“. Und weiter im *mi*-Text: „Statt jetzt aber nach wirklich intelligenten Konzernstrategien zu suchen, macht die Fachmarkt-Riege erneut das Einzige, was sie kann und was sie zugleich ja eigentlich erst in ihre verzwickte Lage gebracht hat: Sie poltert prollig drauf los, sucht die Konfrontation mit Gott und der Welt, nimmt das Geld der Industrie in die Hand und verbrennt es ebenso ungehemmt wie den Mehrwert der Produkte, die sie mangels anderer Argumente und Talente nur über den Preis zu verkaufen vermag.“

Zu Recht folgert *mi*, dass diese Strategie den Preisdruck im EFH – zum Teil sogar in existenzgefährdendem Maße – verstärken wird. Gleichzeitig aber meint man, – und hier sind wir der gleichen Meinung – dass durch die Kostensenkungs-Maßnahmen die Service-Qualität sinken könnte. Was wieder den kompetent beratenden, marktorientierten und klassisch aufgestellten Händlern einen Wettbewerbsvorteil bringen würde.

Text: Helmut Rockenbauer
Fotos: Media-Saturn-Gruppe
Info: www.elektro.at

TopProdukte

Fotografieren und gewinnen

„Kauf das TopProdukt und gewinn!“ Mit diesem Slogan startet am 6. September das Fotogewinnspiel des Bundesgremiums sowie der Plattform topprodukte.at. Aktive Händler, die diese Aktion unterstützen, werden im Rahmen des Fotowettbewerbes mitpromotet.

Mit dem Kauf eines Geräts der höchsten Energieeffizienzklasse aus den Bereichen Haushaltsgeräte, Beleuchtung und Unterhaltungselektronik erhält der Kunde eine zusätzliche Gewinnchance. Die Teilnahme ist ganz einfach: Der Kunden bzw. Händler macht ein Foto des gekauften Produktes im Shop (d.h. Käufer mit Produkt und Shop-Hintergrund,) und sendet diese beim topprodukte.at-Foto-Wettbewerb ein oder lädt das Foto auf click.topprodukte.at hoch. Das Foto des TopProduktes mit dem/der KäuferIn wird online gestellt.

Der Wettbewerb endet am 11. November. Danach werden aus allen Einsendungen die Gewinner gezogen. Die Überreichung der Gutscheine und Urkunden findet am 21. November 2011 im Rahmen eines Foto-Termins mit Bundesminister Berlakovich statt. Den Kunden winken dabei attraktive Preise wie zehn besonders energieeffiziente LED-TV's (40 Zoll) der Effizienzklasse A (topprodukt.GOLD) und weitere Preise (Lampen-Packages, etc.) im Gesamtwert von 8.000 Euro.

Lehrlinge aktivieren!

Für Gremialvorstand Wolfgang Krejcik bietet der Wettbewerb, der zusammen mit der Informationsplattform für energiesparende Produkte topprodukte.at im Rahmen der Klimaschutzinitiative klima:aktiv des Lebensministerium durchgeführt wird, eine zusätzliche Chance: „Das Thema Energiesparen begleitet uns ja schon länger und wird weiter wichtig sein. Aber mit dem Wettbewerb können wir besonders auch unsere Jugend, sprich die Lehrlinge, für das Umweltschutzthema motivieren.“



Das Foto des TopProduktes mit dem oder der KäuferIn wird auf der Seite topprodukte.at online gestellt.

So ist angedacht, nicht nur die drei aktivsten Verkäufer, sondern auch die aktivsten Lehrlinge auszuzeichnen.

Unterstützung

Unterstützung für die Aktion kommt von Seiten der Kooperationen. So bewirbt Expert die Aktion u.a. im September-Flugblatt. Red Zac wird in einem ersten Schritt seine Mitglieder für das Gewinnspiel aktivieren und die Aktion auf seiner Homepage und auf Facebook promoten. Bei EP: feilte man zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch daran, wie man die Aktion am besten unterstützen könne.

Text: Dominik Schebach
Foto: topprodukte.at
Info: www.topprodukte.at

INFO

Registrieren und mitmachen

Um sich als Händler für den Wettbewerb zu registrieren, kann man unter redaktion@topprodukte.at die Zugangsdaten für den Händlerbereich von click.topprodukte.at anfordern. Bei allen Fotos, die von Fachhändlern hochgeladen werden, wird der Händlernername mit Ortsangabe im Bereich „Händler des Tages“ auf der Startseite des Gewinnspielportals gelistet. Im Bereich „Fachhändler in Ihrer Nähe“ werden alle teilnehmenden Händler nach Bundesland geordnet in einer Liste dargestellt.



„Ich genieße exklusive Vorteile,
bleib aber mein eigener Chef!“

Heinz Blödorn, Expert Blödorn, Hartberg

Werden auch Sie Partner von Expert und nutzen Sie die zahlreichen Vorteile der weltweit größten Elektrofachhandels-Organisation. Alfred Kapfer freut sich Sie kennen zu lernen: 07242/290700 oder office@expert.at

expert 





Apps & Maps
Bilder & Posts
Auf einen Blick
Immer dabei
Alles mit einem Swipe

Show yourself
Nokia N9 Smartphone
Ab Herbst erhältlich

© 2011 Nokia



visit us on:

-  /NokiaAustria
-  /NokiaASE
-  /NokiaAustria
-  /NokiaASE

NOKIA
Connecting People

Glosse: Apple gegen Samsung

Spiegelfechten

Es ist ein Ausfluss des „Patentkrieges“ in der Handybranche – gelesen hat es sich wie ein Scherz. Aufgrund eines sehr allgemein gehaltenen Designmusters hat Apple am 9. August vor einem Gericht in Düsseldorf eine einstweilige Verfügung für einen Lieferstopp des Samsung Galaxy Tab 10.1 (Bild) erwirkt – EU-weit. Dies ist umso seltsamer, als dass Samsung zu dieser Verfügung nicht einmal gehört wurde. Eine Woche später wurde die EU-weite Verfügung wieder zurückgezogen – sie gilt jetzt nur noch für Deutschland. Die erste Lieferung für die Netzbetreiber hätte die Verfügung allerdings so oder so nicht betroffen, da die Mobilfunkler zu diesem Zeitpunkt bereits ihre Geräte für den Marktlaunch erhalten hatten. Eine erste Verhandlung war für den 25. August (nach dem Redaktionsschluss dieser Ausgabe) angesetzt und Samsung gab sich kämpferisch. Der Elektronikkonzern wolle auf jeden Fall seine Rechte verteidigen. Apples Versuch, den ersten ernsthaften Herausforderer für sein iPad gerichtlich zu blockieren, könnte allerdings nach hinten losgehen. Alles in allem hat Samsung durch den Rummel sicher einiges an Aufmerksamkeit für sein Galaxy Tab 10.1 erhalten. Bleibt die Frage, inwieweit ein so allgemein gehaltenes Designmuster wie jenes des iPads überhaupt schützenswert ist?



Google kauft Motorola

Neuordnung



Mit den Patentkriegen (siehe oben) lässt sich auch das 12,5 Mrd Dollar-Übernahmeangebot von Google für Motorola erklären. Während Google damit ein gewisses Abschreckungspotenzial gegenüber anderen Herstellern erlangt, bleibt

die langfristige Reaktion der anderen Android-Smartphoneproduzenten abzuwarten. Offiziell begrüßen sie die Übernahme. Ob sie diese Meinung auch in Zukunft vertreten, bleibt offen.

EINBLICK

„Der springende Punkt ist, es benötigt eine Vorwärtsstrategie. Neue Ideen braucht das Land.“
Seite 42

„Mit der A1 Servicepalette ist der Stein ins Rollen gebracht.“

Seite 50

Dominik Schebach



Parallelaktion

Die Futura stand schon im vergangenen Jahr im Kreuzfeuer der Aussteller aus der Telekom-Branche. Die Kritik richtete sich gegen das Umfeld, das die Telekom-Aussteller als nicht mehr optimal empfanden. Es ist daher nicht verwunderlich, dass heuer zwei langjährige Aussteller der Messe fernbleiben. Einer – AKL – startet sogar eine Parallelaktion und mietet sich während der Futura in einem Salzburger Hotel ein.

Unter diesen Umständen stellt sich die Frage: Wie kann die Futura wieder an Attraktivität für die Telekom-Branche gewinnen, damit diese Aussteller wieder ihre Flagge auf der Messe zeigen? Damit ist aber auch die Frage verbunden: Was muss geschehen, damit der Telekom-Fachhandel wieder vermehrt nach Salzburg kommt und das Kontakt-Angebot der Betreiber, Distributoren und Hardwarehersteller nutzt? Eines ist klar: Nur zum Kaffeetrinken kommt keiner zur Futura – weder der Fachhandel noch die Industrie. Dazu ist die Zeit zu kostbar.

Dass auch der Telekom-Fachhandel von einer starken Futura nur profitieren kann, liegt auf der Hand. Wo sonst könnte man sich innerhalb kurzer Zeit über die jüngsten Entwicklungen der Branche informieren, die neuesten Trends bei den immer wichtigeren Apps mitnehmen, Möglichkeiten der fortschreitenden Konvergenz zwischen UE und ITK erforschen sowie die Strategien der Betreiber in diesem Bereich gleich kennenlernen und mit seinen Partnern das nächste Halbjahr besprechen. Die Messe muss daher wieder ihre Rolle als zentrale Kommunikationsdrehscheibe zwischen Netzbetreibern, Distributoren, Hardwareherstellern und Fachhandel zurückgewinnen. Dafür gibt es einige Ideen und die Gesprächsbasis zwischen Industrie und Reed-Messe als Veranstalter ist gut, wie mir auch Johann Jungreithmair bestätigt hat. Doch – und auch das war zu hören – muss bei einer Neuaufstellung der Messe die gesamte Branche mitziehen. Denn ist die Messe einmal auf dem absteigenden Ast, lässt sich die Entwicklung nur schwer umdrehen.

DOWNLOAD

AUDIO



Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone.

ATV

EIN NEUER STERN AM SENDERHIMMEL.

Dieses Ereignis dürfen Sie nicht verpassen: Besuchen Sie uns von 15.-17. September in der ATV-Lounge (Halle 7, Stand 104) auf der Futura und holen Sie sich alle wichtigen Informationen zum Start von ATV2.

Nicht bei der Futura: T-Mobile und UpCom passen dieses Jahr

Intermezzo

Nachdem die Telekom-Halle 2010 schwach besucht war, haben T-Mobile und UpCom die Konsequenz gezogen und sind dieses Jahr nicht auf der Futura vertreten – und das, obwohl die beiden Unternehmen in der Vergangenheit immer auf der Messe vertreten waren. Stattdessen wollen sie einen Veränderungsprozess anschieben, damit die Futura für die Telekom-Branche wieder zu einem Fixtermin wird. Als Signal der Wertschätzung an den Fachhandel werden T-Mobile und UpCom im September attraktive „Messeaktionen“ auflegen.



T-Mobile und UpCom sind dieses Jahr nicht auf der Futura: Doch UpCom-VL Franz Schwalb-Schich und GF Martin Lehmann und T-Mobile-VL Daniel Daub (v.l.), wollen sich nicht zurücklehnen, sondern gemeinsam für die Zukunft der Messe engagieren, damit die Futura für den Telekom-FH wieder interessanter wird.

Es hat sich schon im vergangenen Jahr angekündigt. Trotzdem fiel die Entscheidung T-Mobile-VL Daniel Daub sowie UpCom-GF Martin Lehmann und VL Franz Schwalb-Schich nicht leicht. „Wir haben es uns lange und genau überlegt, ob wir dieses Jahr auf der Futura vor Ort sein werden. T-Mobile war seit jeher

auf jeder Auflage der Futura, UpCom seit es das Unternehmen gibt. Das zeigt auch unsere Affinität zu der Veranstaltung. Aber die Futura ist in ihrer jetzigen Form für uns nicht mehr die richtige Plattform um UpCom und T-Mobile dem Fachhandel entsprechend zu präsentieren“, so Lehmann gegenüber E&W. „Wir wollen aber nicht ein Signal gegen die Futura als Veranstaltung setzen, denn zur Futura gibt es unserer Ansicht nach keine Alternative. Aber für uns ist der Telekom-Rahmen nicht gegeben.“ Deswegen wird es von UpCom auch keine Gegenveranstaltung in Form einer Roadshow geben, versichert Lehmann.

Kleine Händler fehlen

In die gleiche Kerbe schlägt auch VL Franz Schwalb-Schich: „Wir wollen der Messe nicht eins auswischen. Aber wir

haben die Händler befragt, und uns zur Futura Feedback geholt. Denn für uns ist entscheidend, was der Telekom-Handel will. Da hat sich gezeigt, dass kaum noch kleine Händler den Weg nach Salzburg auf sich nehmen. Es ist dem kleinen Telekom-Fachhändler nicht mehr wert, zur Futura zu kommen. Deswegen glauben wir, dass wir mit den eingesetzten Mitteln mehr erreichen können. Gleichzeitig wollen wir ein Zeichen setzen.“

Diese Position wird auch von T-Mobile-VL Daniel Daub bekräftigt: „Eine Messe ist kein Selbstzweck. Die Futura muss für die Telekom-Branche wieder attraktiver werden.“

Daub, Lehmann und Schwalb-Schich verweisen in diesem Zusammenhang auf die Erfahrung aus dem vergangenen Jahr. 2010 beklagten fast alle Telekom-Ausstel-

AM PUNKT

AUSSETZER

T-Mobile und UpCom verzichten wegen sinkender Besucherzahlen dieses Jahr auf einen Futura-Auftritt.

INITIATIVE

soll Messe für Telekom-Branche wieder attraktiv machen.

MESSEANGEBOTE

wird es für den T-FH trotzdem geben.

ler auf der Futura einen großen Besucherschwund. Vor allem der Sonntag war extrem schlecht ausgelastet. Kritisiert wurde damals auch, dass die Telekom-Aussteller sich mit der Weißware die Halle teilten. Ein Themenbereich, der naturgemäß sehr wenig mit der Telekommunikationsbranche zu tun hat.

In guter Gesellschaft

Mit der Entscheidung, der Messe einmal fern zu bleiben, sehen sich T-Mobile und UpCom in guter Gesellschaft. In der Vergangenheit haben immer wieder prominente Namen aus der UE oder der Weißware auf einen Auftritt in Salzburg verzichtet. Mit dem Aussetzen von UpCom und T-Mobile (sowie Brightstar, siehe Seite 51) dünnt sich allerdings das Telekom-Angebot auf der Futura weiter aus. Nachdem bereits 2010 die Gesamtfläche der Telekom-Aussteller unter 1.000 Quadratmeter gesunken ist, steht dieses Jahr ein weiterer Rückgang fest.

Die gesunkene Bedeutung der Futura für die Telekom-Branche ergibt sich für Schwalb-Schich in der Entwicklung der vergangenen Jahre. Durch die hohe Schlagzahl in diesem Bereich sind die Händler das gesamte Jahr über einen Trommelfeuer an Neuigkeiten ausgesetzt. Damit fehlen natürlich die zugkräftigen Attraktionen zur Messe und die Telekom-Händler bleiben zu Hause.

Lösungsansatz

Um diese Entwicklung umzudrehen und die Futura auch wieder für die Telekom-Branche attraktiv zu machen, sehen Daub, Lehmann und Schwalb-Schich mehrere Lösungsansätze. An diesen müssten sich allerdings sowohl die Messe als auch die gesamte Branche aus Hardwareherstellern, Distributoren und Betreibern beteiligen, um die entsprechenden Highlights bei Produkten sowie die hochrangigen Gesprächspartner für den Fachhandel auf die Futura zu bringen. Dieses Angebot für den Fachhandel könnte unter Umständen durch ein attraktives Rahmenprogramm ergänzt werden.

„Der springende Punkt ist, es benötigt eine Vorwärtsstrategie. Neue Ideen braucht das Land. Denn eine Messe impliziert Neuigkeiten. Da stellt sich die Frage, wie weit ist die Industrie bereit, zur Futura mit Neuigkeiten auf den Markt zu kommen? Auch muss die Branche die Wertigkeit der Messe betonen, es müssen Topleute aus der Unternehmensspitze vor

Ort sein, und für den Handel als Gesprächspartner zur Verfügung stehen. Wenn es uns so gelingt, die Messe informativ und spannend zu gestalten, dann werden auch die Telekom-Fachhändler wieder nach Salzburg kommen“, so Schwalb-Schich. „Es ist aber klar, da müssen dann alle – Distributoren, Netzbetreiber und Hardwarehersteller – mitziehen.“

Einen ersten Round-Table mit der Reed Messe und anderen Vertretern der Telekom-Branche zur Steigerung der Attraktivität der Futura hat es bereits im März gegeben. – Dabei seien auch einige vielversprechende Ideen auf den Tisch gekommen, wie Schwalb-Schich betont. Allerdings hätte die Zeit für die Umsetzung nicht gereicht, weswegen dieses Jahr UpCom und T-Mobile aussetzen.

2012 wollen UpCom und T-Mobile aber wieder auf der Messe vertreten sein, wie Lehmann, Schwalb-Schich und Daub versichern. Und damit der Erneuerungsprozess mehr Schwung gewinnt, wollen sich die drei entsprechend engagieren und nicht bloß zurücklehnen. Als einen ersten Schritt wollen sie im Oktober eine weitere Gesprächsrunde der Telekommunikationsbranche mit der Reed Messe initiieren. Hier wird sich auch E&W einbringen.

„Messe-Angebote“

Dass sich UpCom und T-Mobile nicht einfach die Kosten für einen Futura-Auftritt sparen wollen, belegen nach Aussage von Daub die Fachhandels-Aktionen von Netzbetreiber und Distributor: „Wir wollen ganz klar zeigen, dass der Fachhandel sehr wichtig für uns ist. Deswegen werden wir auch im September für den Fachhandel spezielle ‚Messe-Angebote‘ umsetzen.“

Von Seiten T-Mobiles wird es dazu zwei Aktionen geben: So zählen für den Händler alle Neuanmeldungen hinsichtlich Zielerreichung und Partnerentwicklungsprogramm (PEP) doppelt. Was sich natürlich wiederum direkt auf den Ertrag des Fachhändlers auswirkt – und natürlich auch auf den Marktanteil des Betreibers. Auf der Hardwareseite wiederum will T-Mobile mit einem Hardwarehersteller ein spezielles „Futura-Paket“ für den EFH schnüren. Details standen zum Redaktionsschluss allerdings noch nicht fest.

UpCom wiederum wird im gesamten September laut Lehmann seinen Partnern auf den gesamten Einkaufsumsatz – unabhängig von der Artikelgruppe – abgestufte Bonifikationen gewähren. Gepusht



Li2me - Für UpCom-VL Franz Schwalb-Schich ist das kompakte Handy das ideale Zweitgerät. Am POS fällt es bereits durch den mitgelieferten Spender auf.

wird auch das Althandy-Rückkaufsystem „Alte Handys = neue Kunden“ wie Lehmann betont. Da wird UpCom alle Rückkäufe mal zwei werten.

li2me

Daneben wird der Distributor im September ein neues Produkt für den Fachhandel vorstellen: li2me. Das besonders preiswerte Mobiltelefon (UVP 29,90 Euro) hat die Größe einer Scheckkarte und steht in den sieben Farben Weiß, Grün, Gelb, Rot, Magenta, Blau und Schwarz zur Verfügung. Aufgrund seiner Größe sieht Schwalb-Schich das in der Schweiz entwickelte Kompakthandy u.a. prädestiniert für den Einsatz als Zweithandy.

Für den Handel ist das Gerät wiederum wegen seiner Spanne interessant. Die Erstausstattung wird in einem Paket von 21 Handys zusammen mit dem eigenen Spender ausgeliefert.

Text: Dominik Schebach
Foto: T-Mobile | Dominik Schebach
Info: www.upcom.at | www.t-mobile.at

Orange Premium Partner Hohe Ziele

Bereits zehn Partner hat Orange in sein Premium Partner Programm aufgenommen. „Das Konzept – der Partner soll mehrere Betreiber anbieten, der Schwerpunkt allerdings liegt auf Orange – ist genau der richtige Weg. Allerdings muss der Händler wirklich vollkommen von Orange überzeugt sein“, erklärt VL Patrick Vallant bei einem ersten Resümee. „Es geht darum, alle Kunden am POS zu erreichen. Die Premiumpartner sollen speziell jene Kunden ansprechen, die eben nicht in den Shop gehen.“

Der Betreiber hat sich ein ehrgeiziges Ziel gesetzt. Bis zum Jahresende will Orange 30 bis 40 Premium Partner in ganz Österreich haben. Damit soll vor allem auch der Marktanteil des Mobilfunkers in den Regionen gestärkt werden, in denen Orange bisher nicht so präsent war. Dafür bietet der Betreiber seinen Premium Partnern auch mehr Möglichkeiten bei den Produkten und Services, womit diese Partner auch eine höhere Kundenzufriedenheit erzielen sollten. Auch werden diese Partner zB im Shopfinder von Orange verzeichnet.

Für das zweite Halbjahr hat Orange rund 40 Standorte in den Regionen identifiziert, die für Premium Partner in Frage kommen. Jetzt werden die Händler aktiv angesprochen. Erste Erfolge stellen sich bereits ein. So hat der Mobilfunker bereits den ersten Premium Partner in Kärnten gewonnen.



Orange wird dieses Jahr nicht auf der Futura präsent sein. Dafür wird aber der Betreiber beim Parallel-Auftritt seines Distributionspartners AKL, der sich ja im Hotel Ramada einquartiert hat, vor Ort sein und für Gespräche zur Verfügung stehen.

A1 ist in Salzburg

Den Brand vorstellen

In „voller Stärke“ wird A1 auf der Futura vertreten sein. Der Betreiber hat ja auch einiges für den Fachhandel. Im Mittelpunkt steht der neue Brand, unter dem nun Mobilfunk und Festnetz gemeinsam angeboten werden.



Gerhard Oberauer, Leiter Indirect Sales – hier noch unterm alten Logo bei der Futura 2010 – verspricht sich viel vom ersten Auftritt unter dem neuen Brand.

Was ist möglich unter dem Schlagwort Konvergenz und was bringt der neue Brand? Zwei Fragen, die A1 auf der Futura den Partnern auf jeden Fall beantworten möchte. Der Telekom-Komplettanbieter wird dazu dieses Jahr als einziger Betreiber auf der Futura direkt vor Ort sein und lädt seine Fachhandelspartner ein, sich umfassend aus erster Hand über die neuen Möglichkeiten zu informieren.

„Die Futura ist eine wunderbare Möglichkeit das volle Produktportfolio von A1 zu zeigen. Nachdem Fest- und Mobilfunk jetzt zu einer Marke verschmolzen sind, gibt es seit Kurzem auch die ersten echten konvergenten Produkte. Gleichzeitig ist es unser erster offizieller Auftritt als Händlervertrieb im neuen A1 Markendesign“, so Gerhard Oberauer, Leiter Indirect Sales A1. „Wir wollen unsere bestehenden als auch eventuell interessierte neue Partner von der ganzen Palette von A1-Produkten begeistern und neue Ertragsmöglichkeiten aufzeigen. Selbstverständlich wird dafür die gesamte A1-Händlervertriebsmannschaft vor Ort vertreten sein.“

Messebundle

Als besonderen Anreiz für die Händler auf der Futura bei A1 vorbeizuschauen, hat A1 wieder ein eigenes Angebot geschnürt. Schließlich will der Betreiber nicht nur die neuesten Möglichkeiten präsentieren, sondern auch verkaufen, wie Oberauer betont: „Dazu wird es wie im letzten Jahr wieder ein attraktives Bundle geben, wo schnell entschlossene Partner viel Freude haben werden.“ Details dazu werden allerdings erst direkt am A1-Stand bekannt gegeben.

Kulinarische Highlights

Der Betreiber wird aber nicht nur seine Partner informieren. Am Freitagabend wird auch gefeiert. Bei cooler Musik und mit kulinarischen Highlights – und vor allem vielen Gesprächen – lässt A1 den Messtag bei einer Standparty ausklingen.

Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach
Futura: Halle 6, Stand 308

Besucht uns
auf der Futura:
Halle 6, Stand 115.

Jetzt Gas geben!

Das HTC Partner-Portal Incentive biegt auf die Zielgerade ein. Auf der Futura in Salzburg überreichen wir den Hauptgewinn: einen Fiat 500! Seid live dabei und erlebt die Produktneuheiten von HTC.



Beim HTC Partner-Portal Incentive gibt es Preise im Gesamtwert von über 20.000 € zu gewinnen. Auf die erfolgreichsten Händler warten ein nagelneuer Fiat 500 im HTC-Look, attraktive Reisegutscheine oder die neuesten Smartphones von HTC – exklusiv nur für Österreich. Also noch schnell Gas geben!

Alle Informationen zum Incentive findet ihr unter:
www.htcpartner.eu

htc
quietly brilliant

Tiptel in Salzburg und Berlin

Wahlhelfer für Zuhause

Ergonomie und VoIP-Kommunikation stellt Tiptel in den Mittelpunkt seines Futura-Programms. Das Unternehmen präsentiert in Salzburg nicht nur die jüngste Generation seiner Anrufbeantworter, sondern auch pfiffige Wahlhilfen für die DECT-Welt. Dieses neue Zubehör für DECT- und Tischtelefone wird von Tiptel erstmals auf der IFA und der Futura vorgestellt.

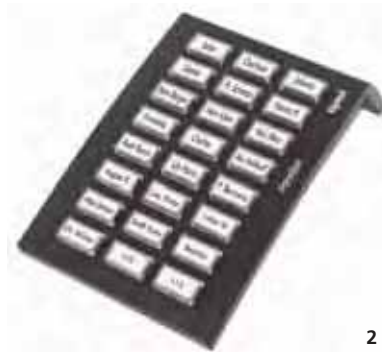
Jürgen Taplik will eine Wiederholung – in diesem Fall vom erfolgreichen Messe-Auftritt von Tiptel auf der Futura vom Vorjahr. Dementsprechend hochgesteckt sind die Erwartungen bezüglich Qualität und Anzahl der Besucher: „Wir waren mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Das wollen wir dieses Jahr wiederholen und unterstreichen das mit unserer starken Präsenz auf der Messe. Tiptel wird dieses Jahr wieder mit vier Mann vor Ort sein“, so der Tiptel-Geschäftsführer, der die Veranstaltung ganz klar auch als Auftragsmesse sieht – aber nicht nur. „Neben dem Außendienst, dem Internet und der Telefonberatung sind Messen ein zentraler Teil unserer Strategie in der Betreuung des Fachhandels. Hier können wir mit unseren Partnern direkt in Kontakt treten und gleichzeitig bietet dieser Event die Möglichkeit, dem Händler ‚Hands-on‘ die neuesten Geräte vorzustellen.“

Wählen nach Bildern

Und da hat Tiptel auch gleich einiges anzubieten. Auf der IFA und in Salzburg stellt das deutsche Unternehmen erstmals seine Schnellwahlhilfen für DECT- und Tischtelefone vor. „Besonders bei vielen DECT-Benutzer haben wir gesehen, dass sie nicht das elektronische Telefonbuch der Geräte benutzen. Und diese Gruppe ist nicht klein. Wer auf die Zielwahl trotzdem nicht verzichten will, kann mit die-



1



2



3

- 1** Besonders für DECT-Telefon-Benutzer, die sich nicht mit dem elektronischen Telefonbuch und den kleinen Tasten auf ihrem Gerät herumschlagen wollen und trotzdem eine Kurzwahl wünschen, hat Tiptel seine Wahlhilfe Ergophone 12 entwickelt.
- 2** Werden mehr Kurzwahlnummern benötigt, bietet sich das Ergophone 24 an.
- 3** Nachfolgemodell: Der tiptel 309 wartet gegenüber dem Vorgänger mit einem vergrößerten Display sowie einem neuen Design auf.

sem Zusatzgerät direkt die gewünschte Nummer anwählen“, erklärte Taplik.

Tiptel stellt dazu in Salzburg und Berlin das Foto-Wahlgerät Ergophone 12 vor. Die Einheit wird einfach zwischen Basisstation und Telefonsteckdose geschaltet, und der Benutzer muss dann nur noch auf die entsprechende Taste mit dem Bild des gewünschten Teilnehmers drücken, um den Anruf auszulösen. Damit bietet Tiptel eine deutliche Erleichterung für die – oft älteren – Telefon-Benutzer, die sich nicht mit den kleinen Tasten und Displays auf vielen DECT-Geräten herumschlagen wollen und trotzdem eine Direktwahl-Möglichkeit wünschen. Bis zu zwölf Rufnummern können so direkt angewählt werden. Wer mehr Rufnummern benötigt, für den hat Tiptel in Salzburg seine Schnellwahlhilfe Ergophone 24 dabei.

Vom Prinzip her gleich bietet dieses Zusatzgerät bis zu 24 Kurzwahl-tasten.

Nachfolge geregelt

Bei den digitalen Anrufbeantwortern erweitert Tiptel seine Palette mit den Modellen tiptel 309 und 307. Der tiptel 309 soll dabei die Nachfolge des erfolgreichen tiptel 308 antreten und wartet mit einem neuen Design sowie einem größeren Display auf. Der Ergonomie-Anrufbeantworter tiptel 307 soll daneben mit einer besonders einfachen Bedienung punkten. Nach der Voreinstellung ist das Modell mit nur drei Tasten zu bedienen.

Ausgebaut wird von Tiptel auch der GSM-Bereich. Hier stellt Tiptel in Berlin und Salzburg das tiptel Ergophone 6030 und das Einsteigermodell tiptel Ergo-

AM PUNKT

MESSEN

bleiben zentraler Teil der Fachhandelsbetreuung für Tiptel.

WAHLHILFEN

sollen Direktwahl-tasten auch für DECT-User verfügbar machen.

GSM-SORTIMENT

unter dem Markennamen Tiptel wird um zwei Modelle erweitert.



Verstärkung im GSM-Bereich: Mit dem 6030 und dem 602/21 stellt Tiptel auch bei den Handys zwei neue Modelle vor.

phone 6020/6021 in Schwarz und Weiß vor. Das tiptel Ergophone 6030 soll mit einfacher Telefonie punkten und ist das erste ergonomische Klapphandy mit Kamera-, Lupe – und Taschenlampenfunktion.

VoIP

Nur in Salzburg setzt Tiptel bei seinem Messe-Auftritt zusätzlich noch einen VoIP-Schwerpunkt. Hier verfolgt ja das Unternehmen ein sehr ehrgeiziges Ziel, wie Taplik betont: „Bei der Festnetztelefonie geht alles in Richtung VoIP und da wollen wir unter die Top 3.“

Die Futura wird Tiptel jedenfalls dazu nutzen, die neuesten Trends hier aufzuzeigen. Dazu gehören nach Ansicht von Taplik unter anderem Farbdisplays für VoIP-Telefone, womit sich die Status-Meldungen von Kommunikationspartnern besser darstellen lassen.

Text: Dominik Schebach
Fotos: Tiptel
IFA: Halle 9/Stand 113
Futura: Halle 2/Stand 210

Handybusiness.at

Kick-off auf der Futura

Wenige ausgewählte Marken an Handyherstellern und Zubehörlieferanten will Handybusiness.at in den Mittelpunkt seines Futura-Auftrittes stellen. Darunter befindet sich auch eine bekannte Marke, die wieder nach Österreich zurückkehrt.



Das Team von Handybusiness.at mit u.a. VL Josef Gludovatz, GF Robert Ribic und Händlerbetreuer Andreas Kolar wird auch dieses Jahr wieder auf der Futura präsent sein.

In der Telekommunikation hat die Marke Alcatel einen guten Klang. Jetzt kehrt die Marke oder besser Alcatel onetouch easy im Sortiment von Handybusiness.at auf den österreichischen Markt zurück. „Zum Kick-off auf der Futura werden wir Alcatel onetouch easy entsprechend präsentieren“, verspricht Josef Gludovatz, Vertrieb Key Accounts Handybusiness.at und GF der Schwesterfirma LEDbusiness. „Vom Preis/Leistungsverhältnis sind diese Geräte sehr interessant, mit dem zusätzlichen Vorteil, dass der Brand hier zu Lande schon bekannt ist. Außerdem bieten sie vom Einsteigerhandy über den Full Touch-Bereich bis hin zu Android Smart Phones eine breite Palette an, die alle Kundenanforderungen abdeckt.“

Neben dem Newcomer will Handybusiness.at auf der Messe vor allem die Hersteller Samsung, HTC und LG in den Mittelpunkt stellen. Ganz getreu der neuen Konzentrationsstrategie des Distributors. „Wir führen zwar ein sehr breites Sortiment, aber wir wollen einige Brands forcieren, um dort unseren Partnern besonders gutes Service anbieten zu kön-

nen“, so Gludovatz. Im Zubehörbereich setzt Handybusiness.at besonders auf die Taschen der Hersteller Bugatti und Valenta. Dazu werden Absatzförderungsprogramme (POS-Lösungen) präsentiert: Hier werden Komplettlösungen für Händler angeboten.

LEDbusiness

Handybusiness teilt sich den Stand mit seiner Schwesterfirma LEDbusiness.at. Die Lichtsparte der Predinger präsentiert nicht nur ihr Produktsortiment, sondern stellt auch Schulungsmöglichkeiten zum Thema „LED – Zukunft schon heute“ vor. Außerdem werden vorselektierte Produktbundles zum einfachen und schnellen Verkauf präsentiert.

Für die Stand-Besucher auf der Futura plant Handybusiness.at ein Gewinnspiel. Die Ziehung wird nach der Messe stattfinden, die Preise sollen persönlich überreicht werden.

Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach
Futura: Halle 2-6/Stand 113

Top Telekom

Neustart in Salzburg

Nachdem Top Telekom im vergangenen Jahr die Futura ausgelassen hat, nutzt der Distributor seinen diesjährigen Messeauftritt für einen Neustart. Die Linzer präsentieren in Salzburg nicht nur die neue Ausrichtung des Unternehmens mit Fokus auf Mobiltelefone, Zubehör und elektronische Dienstleistungen für den Handel, sondern präsentieren sich auch im neuen Look.

Anfang des Sommers hat Top Telekom aufgehört, als das Unternehmen seinen Rückzug aus der Vertragsdistribution für A1 bekannt gab. Mancherorts wurde das als Abschied des Distributors vom Fachhandel interpretiert.

Dem widerspricht GF Oliver Moser ganz entschieden: „Wir haben weiterhin den Fachhandel im Visier. Aber das Anmeldegeschäft war für uns nicht mehr zufriedenstellend. Stattdessen legen wir in Zukunft unseren Fokus auf Hardware, Zubehör und elektronische Dienstleistungen für den Fachhandel. Da können wir dem Handel einiges bieten und das werden wir auch auf der Futura zeigen.“ Dazu gehört auch, dass Top Telekom als Apple-Partner zertifiziert wurde. Moser sieht diese Neuausrichtung als logische Konsequenz aus der Veränderung der Telekom-Landschaft. Damit der Neustart auch funktioniert, wird Top Telekom eine besonders konsequente Einladungspolitik für die Messe verfolgen, um möglichst alle Partner aus dem Fachhandel an den drei Futura-Tagen nach Salzburg zu bringen.

Neuer Auftritt

Top Telekom begnügt sich aber nicht mit einer Neugestaltung des Sortiments, sondern geht tiefer. „Unser Auftritt auf der Messe und unser Erscheinungsbild wird vollkommen neu sein. Aber auch unser Brand ändert sich – zu ‚Top of Telekom‘.



Oliver Moser, GF von Top Telekom, kündigt für die Futura einen Neuauftritt des Distributors an. Produktseitig werden u.a. die Großstastentelefon von Avus, etwa das C12, im Mittelpunkt stehen.



Diese Veränderung haben wir lange vorbereitet und jetzt können wir die Ergebnisse präsentieren“, so Moser. „Und wir werden mit Dingen nach Salzburg kommen, die man auf der Futura noch nie gesehen hat.“ In die Karten wollte sich Moser allerdings nicht blicken lassen. Schließlich soll der Überraschungseffekt gewahrt bleiben.

Zubehörschwerpunkt

Ansonsten will Top Telekom bei der Produktpräsentation in Salzburg einen besonderen Schwerpunkt auf die Marke Avus mit seinen Großstastentelefonen legen, für die das Unternehmen in Österreich die Exklusiv-Distribution hat. Derzeit hat Top Telekom sechs Modelle des Herstellers im Programm.

Im Zubehörbereich stehen Tech21 und Galilei mit ihrem Taschensortiment im Mittelpunkt. „Beim Zubehör lässt sich weiterhin Marge machen“, so Moser. „Für

einen entsprechenden Schutz seines Smartphones, Notebooks oder Tablet ist der Kunde auch bereit zu zahlen.“ Und da hat Top Telekom mit den Cases von Tech 21 ein besonderes Hightech-Produkt im Programm: die in die Taschen integrierten Protektoren aus d3o. Die Moleküle des gelartigen Materials verketteten sich bei einem Schlag und absorbieren damit die Energie des Aufpralls, um sich danach wieder zu verflüssigen. Womit die Taschen einen 120 bis 150% höheren Schutz bieten als andere Materialien.

Die Besucher des Top Telekom-Standes auf der Futura haben die Möglichkeit an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Auf der Messe werden u.a. ein Apple iPad2; ein iPhone4 und iPod nano verlost.

AM PUNKT

RÜCKKEHR

von Top Telekom auf die Futura.

NEUES ERSCHEINUNGSBILD

und neuer Brand sollen in Salzburg vorgestellt werden.

NEUER FOKUS

auf freie Mobiltelefone, Zubehör und elektronische Dienstleistungen für Top Telekom.

**Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach | Top Telekom
Futura: Halle 6/Stand 119**

Kein Theater mehr
um Datenlimits.

ALL INCLUSIVE INTERNET 4G

Jetzt mit All Inclusive Internet 4G noch schneller
unlimitiert surfen. Im Netz der Zukunft.

Web Stick 4G

0,-



Gemeinsam mehr erleben.



Nach Verbrauch von 20 GB wird die Übertragungsgeschwindigkeit auf maximal 128 kbit/s reduziert. 24 Monate Mindestvertragsdauer. Basispaket €20,- jährlich. Datenverbrauch (GPRS/UMTS/WLAN) österreichweit gültig, pro Monat. Abrechnung erfolgt in 50 KB Blöcken. Maximal 10 Mbit/s Down- und 2 Mbit/s Uplink. Nähere Infos unter www.t-mobile.at

Chance Servicepauschale?

Dienstleistung ist kostbar

A1 hat es getan: Seit sechs Monaten verrechnet der Betreiber in seinen Shops für Services feste Gebühren-Sätze. Für den Fachhandel ergibt sich eine Chance, wie auch A1 Leiter Indirect Sales Gerhard Oberauer ausführte: Der Telekom-FH muss nicht mehr fürchten, beim Dienstleistungsverkauf von Betreiber-Shops unterlaufen zu werden.

Die Diskussion um die Verrechnung von Dienstleistungen dauert schon länger an. Viele Händler scheuten sich jedoch davor, von ihren Kunden für zusätzliche Services wie das Konfigurieren eines Handys etwas zu verlangen. Sie befürchteten, dass die Kunden in diesem Fall in die Telekom-Shops abwandern. Jetzt hat sich die Situation allerdings geändert, wie Gerhard Oberauer, Leiter Indirect Sales A1, ausführte: „Das war ein Henne-Ei-Problem. Solange die Shops nichts für die Dienstleistung verrechneten, so lange wollte auch der Handel nicht den ersten Schritt tun, und umgekehrt. Mit der A1 Servicepauschale ist jetzt der Stein ins Rollen gebracht. Jetzt muss der Telekom-Händler nicht mehr befürchten, dass der Shop um die Ecke dieselbe Dienstleistung kostenlos anbietet.“



Gerhard Oberauer, Leiter Indirect Sales A1, mit der Liste der bei A1 kostenpflichtigen Dienstleistungen. Jetzt kann auch der EFH leichter zusätzliche Services verrechnen.

Unterstützung

Als Unterstützung für den EFH hat A1 zusätzlich eine Liste der Services, die in den A1 Shops kostenpflichtig sind, an seine EFH-Partner ausgesendet. Darin sind alle Einzeldienstleistungen und Pakete (wie zum Einrichten von Smartpho-

nes oder der Datenübertragung und -Sicherung) aufgelistet, die in dieser Form auch in den Shops des Betreibers kostenpflichtig angeboten werden. Sie soll dem Händler einen Anhaltspunkt zur Gestal-

tung seines Dienstleistungsportfolios geben. Die in dem Katalog enthaltenen Preisvorschläge orientieren sich an den Preisen in den A1 Shops.

Handfester Vorteil

Dass die Kunden bereit sind, für die Services zu zahlen, zeigt die Erfahrung mit der Servicepauschale aus dem vergangenen halben Jahr in den Shops sowie bei zehn namhaften Handelspartnern aus ganz Österreich, die ebenfalls an diesem Versuch teilgenommen haben. Berechtigt ist die Verrechnung der Dienstleistungen allemal. Schließlich haben mit dem Siegeszug der Smartphones auch die Anforderungen bei der Konfiguration der Geräte deutlich zugenommen. Gleichzeitig erhält auch der Kunde durch die Dienstleistungen einen eindeutigen Vorteil: Er kann sein Gerät sofort verwenden und muss nicht erst mühsam sein Gerät konfigurieren.

SERVICEPAUSCHALEN

Nicht über einen Kamm scheren

Die Verrechnung von Dienstleistungspaketen rund um die Konfiguration von Handys sollte man nicht mit den SIM-Pauschalen der Betreiber in einen Topf werfen.

Den Schwenk der Netzbetreiber, dass gewisse Dienstleistungen nicht mehr gratis angeboten werden, kann man auch an der Einführung der SIM-Karten- bzw. Servicepauschale für Neuverträge ablesen. Mit dieser jährlichen Gebühr lässt sich zB A1 Nebenleistungen (wie SIM-Pauschale bei der Anmeldung, Wiedereinschaltungsentgelt bei Verlust oder Diebstahl oder Kartentausch) abgelten. Die SIM-Pauschale gilt für alle A1 Daten

und Voice-Tarife. Bei 3 wird die jährliche Gebühr Servicepauschale bezeichnet und deckt zusätzlich noch die Kosten für die Technik-Hotline. Dafür gibt es als Goody eine kostenlose Wunschrufnummer. Orange inkludiert schließlich Zusatzleistungen wie die Datensicherung oder das Übertragen der Kontakte auf das eigene Handy. Allerdings werden diese Services nur in den eigenen Shops durchgeführt.

Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach
Info: www.a1telekom.at



Kurt Dojaczek, Managing Director von AKL, gehörte vergangenes Jahr zu den schärfsten Kritikern der Entwicklung der Futura. Dieses Jahr setzt er auf eine eigenständige Präsentation.

Brightstar

Parallel-Veranstaltung

Einen Messestand von AKL wird man dieses Jahr auf der Futura vergeblich suchen. Ganz auf die Kontaktmöglichkeit mit seinen Kunden will der Distributor allerdings doch nicht verzichten.

AKL Managing Director Kurt Dojaczek gehörte schon im vergangenen Jahr zu den schärferen Kritikern, wenn es um die Entwicklung der Futura im Telekom-Bereich ging. Dieses Jahr hat er die Konsequenz gezogen: Brightstar verzichtet auf eine Teilnahme an der Messe in Salzburg. Stattdessen wird der Distributor den Entscheidungsträgern der Großfläche und seinen Partnern aus dem Fachhandel nach Vereinbarung im Rahmen einer Roadshow, die parallel zur Futura stattfindet, zur Verfügung stehen. Der Distributor wird mit seiner Präsentation im Hotel Ramada in Salzburg zu finden sein. „Natürlich werden wir dort unseren Besuchern die Top-Neuheiten und Innovationen in unserem Sortiment zeigen.“, erklärt Dojaczek und ergänzt, „Selbstverständlich werden auch wir im Rahmen der Futura mit Sonderaktivitäten aufhorchen lassen.“

Für einen problemlosen Transfer der Gesprächspartner zwischen der Messe und dem Stützpunkt von Brightstar soll der Shuttledienst des Distributors sorgen. Wer vom Unternehmen als Ansprechpartner für die Fachhändler vor Ort sein wird, stand zum Redaktionsschluss noch nicht fest – hängt aber im Endeffekt von den Anmeldungen der Partner ab. Für Donnerstag- und Freitagabend lädt Brightstar seine Partner in die Zirbenstube in „Der Weiße“ ein, um die Messetage in gemütlicher Atmosphäre ausklingen zu lassen.

Text: Dominik Schebach
Foto: Dominik Schebach
Info: www.aklt.at



Einfach alles für Kommunikation.

emporia – Ihr österreichischer Komplettanbieter für die Mobil- und Festnetzkommunikation.

Besuchen Sie uns vom 15.-17. September, Halle 6, Stand 319!

Wir machen es Ihnen einfach:

- Komfortzubehör für alle gängigen Marken
- Alles rund ums Festnetz, Fixed - Line - Apparate, DECT - Telefone,
- Walkie - Talkies für Freizeit & Fun

Unsere Neuheiten auf der Futura in Salzburg:

- erweitertes Bluetooth Sortiment
- neue Style- und Big Button-Serien bei Festnetz/DECT



EMPORIA TELECOM

Produktions- und Vertriebs GmbH & Co. KG
 Industriezeile 36 · 4020 Linz · Austria

www.emporia.at · www.emporia-zubehoer.at



Eric Matthes, Country Manager für Österreich und die Schweiz, sieht HTC auf dem Sprung nach vorne: „Für den Gesamtmarkt ist unser Ziel plus 10%.“

HTC mit „ambitionierten Zielen“

Schwimmen auf der Erfolgswelle

HTC nutzt den derzeitigen Smartphone-Boom, um seinen Marktanteil kräftig auszubauen. Damit einher geht auch der weitere Ausbau des österreichischen Teams, um den Erfolg auch langfristig abzusichern.

HTC ist in der Offensive. Der Hersteller, der sich ganz auf Smartphones konzentriert, will sich dieses Jahr ein großes Stück vom Kuchen abschneiden. Die

derzeitige Entwicklung des Marktes begünstigt jedenfalls das Unternehmen, wie auch Eric Matthes, Country Manager für Österreich und die Schweiz, erklärt: „Wir sind in einer guten Position. In Österreich wächst der Smartphone-Markt weiterhin stark an. Davon profitieren auch wir und schwimmen auf der Erfolgswelle.“

HTC nutzt aber nicht nur den Rückenwind des Smartphone-Booms, der Hersteller setzt auch konkrete Schritte zum weiteren Ausbau seiner Struktur in Österreich. Wie bereits im Frühjahr angekündigt, wird derzeit das Team hier zu Lande weiter aufgestockt. Ende Jänner hat HTC ja bereits Leopold Zvitkovits als Sales Manager für die großen Accounts in Öster-

reich an Bord geholt. Jetzt wurde das Team um die zwei Merchandizer, Anita Agic und Michael Stoimenov, verantwortlich für West- bzw. Ostösterreich, erweitert. Außerdem soll noch ein weiterer Account Manager für den Fachhandel und freie Geräte im Herbst die Mannschaft verstärken.

Ambitioniertes Ziel

Für die weitere Marschroute hat sich HTC in Österreich jedenfalls „ambitionierte Ziele“ gesetzt. „Wir wollen bei Smartphones unter die Top drei Hersteller. Für den Gesamtmarkt ist unser Ziel ein Anteil von plus 10%. Das sollte uns bereits im Sommer gelingen“, so Matthes.

Die Grundlage dazu sieht er im „gesunden“ Produktmix von HTC, der das gesamte Spektrum abdeckt. Neben dem HTC Sensation im Highend deckt das HTC Desire S das mittlere und das HTC Wildfire S das Einstiegssegment ab. Mit dem HTC ChaCha spricht der Hersteller zusätzlich die Facebook-Generation an, und mit dem 3D-Smartphone HTC Evo 3D steckt das Unternehmen auch im Innovations-Wettbewerb der Hersteller seinen Claim ab.

„Dieses breite Angebot hebt uns von anderen Herstellern ab“, so Matthes. „Was uns ebenfalls unterscheidet, ist die Benutzeroberfläche HTC Sense. Das wird auch von den Kunden erkannt. Wenn du dich unterscheiden willst, dann musst du deinen Kunden einen Mehrwert bieten und das tun wir mit HTC Sense.“

Flyer fliegt

Zufrieden mit der Entwicklung am Tablet-Markt gibt man sich bei HTC. Allerdings wüssten viele Konsumenten nicht, in welche Nische denn nun die neue Geräteklasse passt.

„Der Use Case für Tablet muss noch klarer werden. Aber mit Funktionen wie Scribe, dem digitalen Stift, hat HTC ein einzigartiges Feature, um sich eindeutig von der Konkurrenz abzuheben“, so Matthes. Der wichtigste Punkt bei Tablets bleibe allerdings der Multimediakonsum. Es geht darum, Highend-Multimedia-Content auf dem Tablet erlebbar zu machen. Passend dazu kommt der Launch von HTC Watch im kommenden September. Der Video-On-Demand-Dienst wird laut Matthes mit mehreren hundert Filmen starten. Diese können auf bis zu fünf HTC-Geräten geshared werden.

AM PUNKT

10% MARKTANTEIL

am österreichischen Handymarkt ist das deklarierte HTC-Ziel.

STÄRKERE VERANKERUNG

im Fachhandel durch den Einsatz zweier Merchandizer in ganz Österreich.

OFFENER MARKT

wird wichtiger und soll weiter gepusht werden.



- 1 Im Innovationswettbewerb zeigt HTC mit dem EVO 3D auf – seinem ersten 3D-fähigen Handset, mit 3D-Display und -Kamera.
- 2 Sales Manager Austria Leopold Zvitkovits will den Fachhandel stärker ins Boot holen: „Der Fachhandel soll spüren, dass wir da sind. HTC will bei den freien Geräten Preisstabilität bieten. Damit der Fachhandel auch etwas verdienen kann. Das ist uns im ersten Halbjahr ja auch ganz gut gelungen.“

Bekanntheit steigern

Noch einiges Potenzial sieht Matthes bei der Markenbekanntheit des Herstellers in Österreich: „Wir sind ein neuer Hersteller. Das stellt manchmal noch eine Herausforderung dar. Bei der Bekanntheit gibt es deswegen noch einen Aufholbedarf, aber auch da sind wir gut unterwegs.“

Besonders durch das Wildfire S, das derzeit bei allen Betreibern gepusht wird, hätte sich da einiges getan. Allgemein betrachtet genießt HTC bei den Betreibern schon eine starke Position. Aber auch der offene Markt wird für den Hersteller immer wichtiger. Dessen Potenzial von 30% will man nicht ignorieren. Dazu holt HTC den Fachhandel stärker ins Boot, wie Leopold Zvitkovits, Sales Manager Österreich, erklärt: „Der Fachhandel soll spüren, dass wir da sind. HTC will bei den freien Geräten Preisstabilität bieten.“

Damit der Fachhandel auch etwas verdienen kann. Das ist uns im ersten Halbjahr ja auch ganz gut gelungen.“

Für die stärkere Präsenz von HTC am POS sollen die zwei Merchandizer sorgen. An sie kann sich der EFH-Partner bezüglich POS-Material, Dummies usw. wenden. Ein wichtiger Punkt in diesem Zusammenhang ist und bleibt das FH-Portal www.htcpartner.com: Dort kann sich der Partner informieren. Über die Plattform können die Händler auch am Prämien-Programm von HTC teilnehmen, das noch bis zur Futura läuft und mit einem auf Fiat 500 als Hauptpreis lockt. Dieser soll auf der Futura auf dem Stand von Exklusivdistributionspartner Brightpoint vergeben werden.

Text: Dominik Schebach
Foto: HTC
Futura: Halle 6/Stand 115
(Brightpoint)

Menschen für Menschen

Karlheinz Böhm's Äthiopienhilfe

Hilfe zur Selbstentwicklung
Spendenkonto PSK 7.199.000

Deine Spende verwirklicht Trinkwasser in Äthiopien.

Bitte, gib uns Deine Hand!

Menschen brauchen kein Mitleid, sondern Hilfe zur Selbstentwicklung. Deine Spende ermöglicht vielen Menschen den Zugang zu sauberem Trinkwasser. Danke für Deine Hilfe!
www.menschenfuermenschen.at

Menschen für Menschen

30 Jahre

Brightpoint und 3 auf der Futura

Höhenwachstum

Mit einem etwas kleineren Stand wird Brightpoint auf der Futura vertreten sein. Zentrale Rolle beim Futura-Auftritt des Distributors spielt natürlich wieder Netzbetreiber-Partner 3. Daneben hat Brightpoint vor allem in Sachen Smartphones viele Neuigkeiten im Gepäck.

Hoch hinaus geht es dieses Mal am Stand von Brightpoint auf der Futura. Der Stand wächst in die Höhe. Dafür wurde die Grundfläche etwas reduziert. Der Distributor reagiert damit auch ein wenig auf die Telekom-Flaute auf der Futura des vergangenen Jahres.

Futura im Schongang wird es allerdings von Brightpoint nicht geben, wie Head of Sales & Enterprise, Christian Sturm versichert: „Wir werden wieder voll für unsere Partner da sein. Die Futura ist die einzige Messe, wo die Partner hinkommen sollen, um das vierte Quartal und das kommende Weihnachtsgeschäft zu besprechen.“

Im Hinblick auf die prominenten Lücken – zumindest aus Sicht der Telekom-Branche – in der Ausstellerliste, warnt Sturm allerdings: „Wenn sich die Messe im Telekom-Bereich so weiterentwickelt, dann muss man sich etwas für die Messe überlegen.“

3 mit vollem Programm

Für die Futura 2011 hat Brightpoint und Netzbetreiber-Partner 3 jedenfalls wieder ein volles Programm angekündigt. Highlight beim Mobilfunk werden die neuen „Superphones“ für das Weihnachtsgeschäft. Ebenfalls ein heißes Thema soll das Galaxy Tab 10.1 werden, das 3 im Herbst ins Programm aufnehmen will. In-



Brightpoint erschließt die dritte Dimension auf der Futura: Das betrifft nicht nur den Standbau, wie hier zu sehen ist. Ein wichtiges Messe-Thema wird auch 3D am Handy sein. Mit Hilfe von 3D-TVs sollen sich die Partner selbst ein Bild machen können.

wieweit die Auseinandersetzung von Apple mit Samsung allerdings da hinein-funkt, stand zu Redaktionsschluss noch nicht fest.

In Salzburg will 3 aber auch neue Händler-Einkaufsangebote für den Herbst vorstellen. „Die Futura dient uns im Wesentlichen dazu, einen ersten Hardware-überblick zum Weihnachtsgeschäft 2012 zu geben und unserem Partner, die neuen Superphones vorzustellen“, so 3-Händler-VL Karl Schürz. „Gleichzeitig bieten wir unseren Partnern attraktive Messeangebote für die Bestückung ihrer Lager.“

Smartphone-Highlights

Einen weiteren Schwerpunkt von Brightpoint werden natürlich die freien Endgeräte bilden. In Salzburg wird der Distributor mit einer sehr breiten Palette

antreten. So werden das Nokia 500 und das Nokia N9, das bei seiner Vorstellung im Juni auf eine sehr breite Zustimmung gestoßen ist, präsentiert. Laut Gerüchteküche im Internet könnte aber zusätzlich noch die eine oder andere Smartphone-Neuigkeit von Nokia dazukommen, die in den Wochen vor der Futura vorgestellt werden soll. Eine Bestätigung stand zu Redaktionsschluss noch aus.

Viel Raum auf dem Stand von Brightpoint wird natürlich auch Exklusiv-Partner HTC eingeräumt. Dieser Hersteller wird unter anderem mit dem HTC Sensation und dem HTC Evo 3D vor Ort sein. 3D wird auch ein Thema bei der Präsentation der neuesten LG Optimus-Smartphones, wie dem Optimus 3D. „Da haben wir extra einen 3D-TV von LG am Stand, damit sich die Händler unter 3D auch etwas vorstellen können“, so Sturm.

AM PUNKT

FUTURA

bleibt für Brightpoint die zentrale Fachhandelsmesse in Österreich.

MOBILFUNKPARTNER 3

präsentiert sein Superphone-Programm für den Herbst.

SMARTPHONES

bilden den Schwerpunkt bei den offenen Endgeräten.



1



2

1 Ein Highlight auf dem Brightpoint-Messestand wird sicher die Preisverleihung von HTC: Dem aktivsten Händler im Prämiensprogramm winkt ein Fiat 500.
 2 Neben HTC werden aber auch andere Hersteller stark vertreten sein: So wird u.a. auch das Nokia N9 in Salzburg dem FH präsentiert.

Neuer Partner

Auf der Zubehör-Seite freut sich Sturm einen neuen Partner vorstellen zu können: Urbanista. Mit diesem Hersteller hat Brightpoint einen Spezialisten für stylische Headsets als Partner gewonnen. Natürlich wird das Unternehmen in Salzburg mit seinen neuesten Modellen vor Ort sein. Die neue Range von Falk und Becker soll schließlich das Thema Navigation abdecken.

Tradition und Spannung

Hochgehalten wird die Tradition von Brightpoint. Zusammen mit 3 lädt der Distributor am Donnerstag, den 15. September, wieder seine EFH-Partner zum Händlerabend ein. Diesmal wird die Veranstaltung im Salzburger Stieglkeller stattfinden. Spannend macht es dagegen HTC. Der Smartphone-Hersteller wird auf dem Brightpoint-Stand einen gebrandeten Fiat 500 an den Gewinner des im Mai gestarteten Händler-Prämienprogramms überreichen. Daneben werden vom Distributor und Sony Ericsson drei der designbetonten Smartphones Xperia Ray in Gold verlost. Zum Ausklang der Messtage wird es auf dem Stand von Brightpoint jeden Nachmittag ab 16 Uhr Cocktails geben.

Text: Dominik Schebach
 Foto: Brightpoint | HTC | Nokia
 Futura: Halle 6/Stand 115



Unglaublich einfach mobil telefonieren



Tiptel GmbH
 Ricoweg 30/B1
 2351 Wiener Neudorf
 Tel.: 02236 - 677 464-0
 E-mail: office@tiptel.at
 www.tiptel.at

tiptel

T-Mobile

LTE All Inclusive

Bisher hatten alle LTE-Angebote mehr oder weniger den Charakter von Friendly Customer Tests. Mit dem Tarif All Inclusive Internet LTE hat T-Mobile seinen ersten wirklichen LTE-Tarif für Endkunden vorgestellt. T-Mobile sieht den Tarif vor allem als ein Angebot für User, die sehr große Datenvolumina zu sehr hohen Geschwindigkeiten versenden oder herunterladen wollen. Neben begeisterten Multimedia-Usern hat der Betreiber vor allem Gamer im Visier, die von den LTE-Übertragungsraten von bis zu 100 Mbit/s profitieren könnten.

Bevor jedoch LTE in den Mainstream kommt, wird wohl noch ein wenig Zeit vergehen. Denn Preis und technische Reichweite sind derzeit noch nicht Massenmarkt-tauglich. Für die ersten 676 Kunden bietet T-Mobile den Tarif mit einem Grundentgelt von 50 Euro/Monat (anstatt 80 Euro) an. Der LTE-Stick von Huawei ist um 49 Euro erhältlich. Die Reichweite ist ebenfalls noch begrenzt. Derzeit erreicht T-Mobile mit LTE in Wien, Linz, Graz und Innsbruck 250.000 Österreicher. Immerhin soll die Reichweite bis zum Jahresende auf 600.000 Einwohner vergrößert werden.

Der LTE-Tarif ist nur ein Tarif des neuen T-Mobile Datentarif-Portfolios. Mit All Inclusive Internet 3G surft man unlimitiert mit bis zu 2 Mbit/s um zehn Euro pro Monat. Bei All Inclusive Internet 4G für 15 Euro/Monat steigt die Übertragungsgeschwindigkeit auf bis zu 10 Mbit/s. Heavy User werden eher zu All Inclusive 4G Plus greifen. In diesem Tarif sind für 25 Euro im Monat bis zu 20Mbit/s im Downlink und 5 Mbit/s im Uplink möglich. Die passende Hardware gibt es um 0 Euro dazu.

Alle Tarife haben eine Fair Use-Regelung. Nach Verbrauch des jeweils inkludierten Fair-Use-Datenvolumens werden die Geschwindigkeiten gedrosselt. Nach Verbrauch von 10 GB (3G), 20 GB (4G), 30 GB (4G Plus) bzw 40 GB (LTE) wird die Übertragungsgeschwindigkeit auf maximal 128 kbit/s reduziert.

Emporia auf der Futura

Mehr als nur Handys

Auf der kommenden Futura ist Emporia wieder auf dem TFK-Stand präsent. Neben den GSM-Endgeräten haben die Linzer unter anderem neue Festnetztelefone und Freisprecheinrichtungen im Gepäck für die Messe.



Die D40-Familie in Titan/Silber richtet sich mit ihrem großen Display und den großen Tasten speziell an die ältere Generation. Hier stützt sich Emporia auf seine Erfahrungen aus dem GSM-Bereich.

Mit einer neuen Palette von vier Festnetz- und acht Schnurlostelefonen glänzt Emporia auf der Futura. „Die Rückmeldungen vom Markt sind eindeutig, das Festnetz ist auch in vielen jungen Haushalten nach wie vor ein Fixpunkt“, erklärt der emporia-Geschäftsführer in Österreich, Herbert Schwach.

Die ab Oktober erhältliche Familie an Festnetzmodellen soll vor allem mit ihrem edlen Design punkten. Mit der D40-Familie in Titan bzw Silber wendet sich Emporia wiederum an die ältere Generation. Hier nutzen die Linzer ihre Erfahrung, die sie bei den Senioren-Handys gewonnen haben. Mit großem Display und komfortablen Tasten, als Festnetz-Singleapparat oder als Komfortzentrale mit externem Schnurlostelefon bieten die Emporia-Geräte alles, was der Nutzer daheim braucht.

Zubehör

Nicht fehlen darf die Zubehörpalette für den GSM-Bereich auf der Futura. Em-

poria hat sich ja hier einiges vorgenommen, wie auch Günter Auer, Vertriebsleiter Österreich, bestätigt: „Hier erwarten wir uns in Österreich noch 25 bis 30 Prozent Zuwachs im Verkauf.“ Klassische Zubehörteile wie Ladegeräte und Taschen sind ebenfalls auf der Futura ausgestellt, wie die neuen Bluetooth-Headsets „Smooovy“, „Ebony“ und „Helios“.

Gesamtanbieter

Nach Ansicht von Österreich-GF Herbert Schwach wird mit der Futura auch die breite Aufstellung von emporia deutlich. „Damit präsentiert sich emporia Telecom auf der Futura in der ganzen Stärke. Immerhin sind wir seit 20 Jahren erfolgreich am Markt tätig und Österreichs einziger Vollsortimenter“, betont Schwach.

Text: Dominik Schebach
Foto: Emporia
Futura: Halle 6, Stand 319

Auch im Fachhandel erhältlich

Attraktive Business Angebote bei Orange

Smarte Unternehmer telefonieren mit Smartphones von Orange, z.B. dem **Wildfire S** von HTC um **1 Euro** im Tarif Business Unlimited 5000.



 **HTC Wildfire S**

 **Samsung Wave II**

Profitieren Sie von unseren Business Angeboten und bieten Sie Ihren Geschäftskunden die attraktiven Business Tarife von Orange an. Alle Infos finden Sie in der aktuellen Ausgabe der Orange News und natürlich in jeder Tariffbroschüre.

orange.at/business

Business



Wolfgang Schalko



Mit Herz – und Hirn!

Wenn ich mir in Erinnerung rufe, wie die Wochen vor IFA und Futura in den letzten Jahren gelaufen sind, dann ist heuer irgendetwas definitiv anders. Keine eMail-Attacken mit gar nicht mehr in Zahlen zu fassende Messeneuheiten, keine „So-etwas-hat-die-Welt-noch-nicht-gesehen“-Sensationsmeldungen, alles in allem recht geordnet und überschaubar. Nicht, dass uns deswegen langweilig geworden wäre, aber dass der vormals brachiale Innovations-Push nicht in neue Dimensionen vordringt, macht einen zumindest stutzig. Ob da etwas im Busch ist? Können die Hersteller nicht? Wollen sie nicht? Oder...

...oder ist die Sache doch ganz anders gelagert? Eine durchaus plausible Antwort hat HB-Chef Christian Blumberger in Bezug auf Samsung gegeben: Man habe sich besonnen, eine Technologie ein ganzes Jahr lang zu verkaufen. Das macht nicht nur wirtschaftlich betrachtet Sinn, sondern entlastet zugleich Handel und Konsumenten – sich ständig auf Neues einstellen zu müssen, geht mit der Zeit bekanntlich ganz schön an die geistige Substanz. Natürlich wird es heuer wieder viel Neues zu sehen geben, aber doch merklich weniger im TV-Bereich, als vielmehr in den Kategorien Projektoren oder Kameras. Und gerade weil das Thema Connected-TVs ganz oben auf der thematischen Skala bleibt, gewinnt hier der Content massiv an Bedeutung. Die Aussage „Content is king“ hat vielleicht nie stärker zugetroffen als heute. Dieser Schluss lässt sich auch aus den Worten von ATV-Chef Ludwig Bauer ableiten, mit dem ich ein höchst interessantes Gespräch führen durfte. Denn nur allzu gerne wird vergessen, dass all die Inhalte, die über den Schirm schwirren, ja irgendwo herkommen müssen. Und

das nicht aus Jux und Tollerei a lá YouTube, sondern zumindest kostendeckend, besser noch gewinnbringend. Geeignete Geschäftsmodelle bedürfen Entwicklung und Zeit. Zeit, die man sich auch in Berlin und Salzburg unbedingt nehmen sollte, um weniger die Technik hinter, sondern die Inhalte auf dem Schirm unter die Lupe zu nehmen.

DOWNLOAD

AUDIO



Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone.

Standard für 3D-Brillen

Gemeinsam

Panasonic, Samsung, Sony und XPand 3D haben am 8. August die Full HD 3D-Brillen Initiative vorgestellt. Gemeinsam wollen sie die Entwicklung eines neuen Technologiestandards für aktive 3D-Brillen und die Lizenzierung einer funkgesteuerten aktiven 3D-Brillentechnologie vorantreiben. Universalbrillen mit den neuen IR/Funk-Protokollen sollen im Jahr 2012 verfügbar sein und zu den 2011er 3D-Fernsehmodellen mit Aktivtechnik kompatibel sein. Mit dieser Initiative zielen die vier Unternehmen darauf ab, universelle 3D-Brillen breit im Markt einzuführen. Dies ist eine einmalige Zusammenarbeit der weltweit führenden 3D-TV-Hersteller und 3D-Technologieanbieter im Sinne des Endverbrauchers.

Die Standardisierung wird zusätzlich verschiedene Arten von IR-Systemprotokollen zwischen aktiven 3D-Brillen und 3D-Bildschirmen beinhalten – angefangen bei Protokollen, die gemeinsam von Panasonic und XPand 3D entwickelt wurden bis hin zu den proprietären Protokollen von Samsung und Sony. Die Lizenz der verkündeten „Full HD 3D-Brillen Initiative“ soll im September verfügbar sein; parallel beginnt die Entwicklung von auf dem neuen Standard basierenden aktiven 3D-Brillen.

DVB-T2

Startschuss

Die KommAustria schrieb Ende Juli zwei bundesweite Frequenzbedeckungen aus, die dem Aufbau einer Sendernetzinfrastruktur für digitales Antennenfernsehen in dem neuen Übertragungsstandard DVB-T2 gewidmet sind. Mit der Einführung von DVB-T2 will die Medienbehörde das digitale Antennenfernsehen in Österreich in die Zukunft führen. Die neue Technologie ermöglicht die Übertragung von erheblich mehr Fernsehprogrammen in einem Fernsehkanal, als dies mit dem 2006 in Österreich eingeführten Vorgängerstandard DVB-T möglich ist. Auch die Ausstrahlung von HDTV-Programmen ist damit kostengünstiger und somit für Programmveranstalter eher wirtschaftlich vertretbar zu realisieren. Bis zum 15. November 2011 können Interessenten ihre Bewerbungen und Konzepte für den Aufbau eines DVB-T2-Sendernetzes einreichen.

„Wer hier keinen Spaß hat, ist eh falsch.“
Seite 60

„Die vergangenen Monate war nur die Kaufzurückhaltung ein Problem.“
Seite 66

EINBLICK

ATV

BALD AUF IHREM BILDSCHIRM.

Dieses Ereignis dürfen Sie nicht verpassen: Besuchen Sie uns von 15.-17. September in der ATV-Lounge (Halle 7, Stand 104) auf der Futura und holen Sie sich alle wichtigen Informationen zum Start von ATV2.

And the Winner is: Loewe. EISA-Award „European AV-Streaming TV“.

Loewe Individual 46 Compose 3D für beste Leistungen bei Bild, Ton und Konnektivitätsoptionen ausgezeichnet.

Umfangreiche Anschlussmöglichkeiten, atemberaubende Bilder und Sound machen den Loewe Individual zum besten AV-Streaming-TV Europas! Profitieren Sie von den einzigartigen und zukunftsweisenden Funktionen wie Loewe MediaPortal, MediaText (HbbTV) und Loewe DR+ Streaming.

Nähere Informationen erhalten Sie von Ihrem Loewe Betreuer oder unter www.loewe.co.at.



LOEWE.

ATV-Chef Ludwig Bauer über des Österreichers liebste Freizeitbeschäftigung

„Das schauen wir uns an!“

Steckt das Fernsehen in der Krise? Welche Rolle spielen Online-Inhalte? Womit lockt man die Zuseher vor den Schirm? Und wer verdient am TV-Business überhaupt Geld? E&W hat nachgefragt – bei einem, der es wissen muss ...

E&W: Macht das TV-Business im Moment Spaß bzw noch Spaß?

Ludwig Bauer: Grundsätzlich soll's einem immer Spaß machen, wenn man im Fernsehgeschäft arbeitet. Das ist eine der schönsten, abwechslungsreichsten Branchen überhaupt – wer hier keinen Spaß hat, ist eh falsch. Aber die Frage geht ja sicher in eine andere Richtung ...

E&W: Genau, denn von vielen Seiten wird derzeit die „Krise des Fernsehens“ heraufbeschworen – mit Internet usw.

Bauer: Natürlich – die Krise des Fernsehens gibt's schon seit 20 Jahren. Die wird immer von irgendwem heraufbeschworen, der Interessen aus anderen Verbreitungsfeldern und -technologien hat. Wenn man lange genug in dem Geschäft ist, dann wiederholen sich diese Krisenszenarien, immer mit neuen Gespenstern hinterlegt. Die Krise des Fernsehens durch Online war ja schon einmal beschworen – es ist jetzt 20 Jahre

her, als man zum ersten Mal entdeckt hat, dass es ein World Wide Web gibt und das Fernsehen totgesagt wurde. Doch es lebt immer noch und ist nach wie vor die attraktivste mediale Freizeitbeschäftigung der Bevölkerung. Und man sieht, dass sich alle Formen, die TV ersetzen sollten, relativ gut damit verbinden lassen.

E&W: Sie sehen da keine Bedrohung?

Bauer: Überhaupt nicht, sondern nur die Herausforderung für TV-Unternehmen, immer wieder an die richtige Ergänzung zu denken. Nehmen wir zB arv.at – seit zwei Jahren bauen wir die klassische Plattform, die nur dazu geeignet hat, den Leuten unser Programm mitzuteilen, zu einer mittlerweile fast ausschließlich Bewegtbild-getriebenen Plattform um. Das funktioniert sehr gut, wie 1,5 Mio Sendungs-Abrufe im März belegen.

E&W: Das klingt, als wären Sie mit der Entwicklung von ATV zufrieden?

Bauer: Im Augenblick läuft's sehr gut. Die Messgröße eines werbefinanzierten Senders ist natürlich die Relevanz im Werbemarkt – hier gibt's im Vergleich zum 1. Halbjahr 2010 ein schönes zweistelliges Wachstum und wir schreiben damit die Entwicklung des gesamten letzten Jahres fort. Dh, ATV ist da schon gut positioniert. Aber auf der anderen Seite ist man natürlich nie zufrieden – wenn man sagt „passt schon“, sich zurücklehnt und wie ein Schönwetterpilot nur noch den Flug genießen will, würde man ja was falsch machen.

E&W: Beim diesjährigen „Astra-Tag“ gab es dazu eine interessante Grafik: Das Volumen bei Pay-TV steigt, das der Öffentlich-Rechtlichen bleibt in etwa gleich und die Privaten befinden sich am absteigenden Ast ...

Bauer: Das ist genau einer der Fälle, von denen ich zuvor gesprochen habe, dass der Jeweilige aus seiner Perspektive die

Realität immer etwas gefärbt darstellt. Ich kann überhaupt nicht erkennen, dass TV als Werbemedium abnehmen würde. Betrachtet man zB die aktuellen Focus-Zahlen, heißt es da: Privat-TV entwickelt sich heuer zweistellig, Internet auch – allerdings von einem ganz anderen Niveau aus – und bei Pay-TV ist ein langsamer Wachstumskurs erkennbar.

E&W: Wie würde ein Online-Geschäftsmodell aussehen? Momentan sind diese Inhalte in der Regel ja kostenlos ...

Bauer: Das ist eine ergänzende Nutzung – der User schaut sich Sendungen später, nochmals oder zusätzlich an. Bisher war es beim klassischen Internet-Angebot so, dass man Pop-ups, Banner, etc. in Kauf nehmen musste. Hier stößt man an natürliche Grenzen: Um entsprechende Erlöse zu lukrieren ist ein Ausmaß notwendig, das für den User schon störend wird. Aber bei Bewegtbildinhalten geht's um etwas anderes – nämlich darum, Bewegtbildwerbung zu schalten. Die Leute sind vom Fernsehen ja gewohnt, irgendwo im Umfeld Werbung zu haben. Vor jedem Online-Beitrag lässt sich Werbung platzieren, man kann zwischendurch Spots – so genannte „Mid-Rolls“ – einbauen und am Ende flankiert noch eine Werbung den Beitrag. So hat man schon drei Spot-Platzierungen. Und genau das ist hier das Geschäftsmodell: interaktive Spot-Werbung, die es so vorher nicht gegeben hat.

E&W: Inklusive aller Möglichkeiten, die das Medium bietet, wie zB Verlinkung?

Bauer: Genau. Das hat langsam angefangen, auch weil die entsprechenden Angebote fehlten. Mit der Entwicklung der Plattformen beginnt das aber sehr schnell ein Geschäft zu werden – an diesem Punkt befinden wir uns gerade. Die einzige Bedrohung, die es derzeit gibt, ist die „glorreiche“ Idee des ORF, seine ORF TVthek zu vermarkten. Wird das erlaubt, würde das den gesamten Online-Werbemarkt in Österreich erst einmal wieder in sich zusammenbrechen lassen.

ZUR PERSON

DR. LUDWIG BAUER

studierte Germanistik und Anglistik an der Universität München. Nach einer Promotion in Medienwissenschaften startete seine Fernseh-Laufbahn: 1992 Programmchef bei Kabelkanal (ab 1994 Kabel 1), 1995 Wechsel als stellvertretender Programmdirektor und Leiter der Programmplanung zu ProSieben, 1996–1999 Geschäftsführer von Kabel 1, danach Fernsehvorstand der damaligen ProSieben Media AG. Nach der Fusion mit Sat.1 im Jahr 2000 wurde Bauer zum Vorstand Fernsehen der ProSiebenSat.1 Media AG bestellt. 2004 verantwortete er als TV-Vorstand der Viva Media AG u.a. die beiden Musiksender Viva und Viva plus, ehe im Juli 2005 der Wechsel in die Geschäftsführung der Tele München Gruppe (TMG) erfolgte, wo er seitdem den gesamten TV-Senderbereich des Unternehmens überantwortet. Nach dem Ausscheiden von Franz Prenner aus seinem Vertrag bei ATV übernahm Bauer im Jahr 2007 sämtliche seiner Funktionen sowie die Geschäftsführung von ATV.

E&W: Wieso das?

Bauer: Es gibt da eine fatale Kombination. Laut ORF-Gesetz ist der ORF in seinen Online-Werbeaktivitäten gedeckelt – mit zehn Mio Euro pro Jahr. Das heißt aber, wenn der ORF die TVthek mit ihren fünf Mio Besuchen auch noch als Spot-Werbepattform verwenden darf, sind diese zehn Mio Euro relativ schnell erreicht. Somit könnte er das Preisniveau nach unten fahren und das quasi als „Rabattierungsmodell“ anbieten. Dadurch sinkt auch das Preisniveau bei allen anderen Anbietern und dann ist dieser Markt relativ schnell tot. Was uns Private da natürlich extrem ärgert, ist der Umstand, dass der ORF das mit ohnehin schon gebührenfinanzierten Inhalten macht. Daher wünsche ich mir, dass die Regulierungsbehörden die Situation genauso sehen und man hier nicht einfach einen Markt zerstören lässt.

E&W: In Deutschland haben ARD und ZDF kürzlich bekannt gegeben, bis 2018 werbefrei sein zu wollen – mit einer Medienabgabe für jeden Haushalt. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Bauer: Es wird für die Öffentlich-Rechtlichen notwendig sein, sich von den kommerziellen extrem abzugrenzen. Immer mehr Inhalte zu zeigen, die auch die Privaten haben, führt zu einer Erosion von Marktanteilen, weil ganz einfach die Attraktivität sinkt. Wenn man sich zB beim ORF anschaut, was die 100 Top-Sendungen des Jahres sind, kommt glaube ich 95 Mal „Bundesland heute“. Dh, es handelt sich um ein ganz eigenes Angebot mit regionalen Inhalten – das ist die Stärke des ORF. Die Zuschauer müssen sagen: „Das bekomme ich bei keinem anderen Sender.“ Macht man das konsequent, muss man sich aber von der Werbung verabschieden, sonst befindet man sich permanent im Wettstreit um genau jene Zielgruppen, die auch die Privaten ansprechen – wodurch man seine Positionierung wieder verliert. Anders gesagt: Klar bin ich ein Verfechter der These, dass öffentlich-rechtliches TV werbefrei sein sollte – zu 50% aus Eigeninteresse, weil ein Mitbewerber um den Werbekuchen wegfällt, zu 50% weil es, glaube ich, für die Öffentlich-Rechtlichen eine nachvollziehbare Positionierung ist, um sich auf dem aktuellen Niveau auch in Zukunft zu behaupten.

E&W: Soweit zu den Stärken des ORF – wo liegen denn jene von ATV?



ATV-Chef Ludvig Bauer sieht seinen Sender auf einem erfolgversprechenden Weg.

Bauer: Unsere Stärke ist unglaublich schnell und flexibel reagieren zu können. Und wir haben einen sehr guten Blick dafür entwickelt, was die jüngere Zielgruppe im TV nachfragt. Als ATV wollen wir Formate anbieten, die es nur auf diesem Sender gibt – also keine Formate kopieren, sondern eigene Sendungen entwickeln, die man dann hier in Österreich zuerst sieht. Das funktioniert mittlerweile so gut, dass Sender im deutschsprachigen Raum unsere Formate kaufen und adaptieren, wie zB „Teenager werden Mütter“.

E&W: Oder „Bauer sucht Frau“...?

Bauer: Das ist etwas anderes, weil es ursprünglich ein britisches Format war, für das wir nur als Erste im deutschsprachigen Raum die Lizenz erworben und Sendungen produziert haben. Hingegen ist „Saturday Night Fever“ eine Eigenproduktion, die unter „Jung, wild & sexy“

erfolgreich in der Schweiz läuft. Auch „Schwer verliebt“, das jetzt bei Sat.1 gestartet ist, haben wir entwickelt. Wir haben versucht, unser Angebot auf Österreich zu konfektionieren, um uns damit zwischen ORF und den deutschen Privaten positionieren zu können.

E&W: Welche Formate wollen Sie denn in Zukunft auf das Publikum loslassen?

Bauer: Wir werden uns auf genau die konzentrieren, die schon jetzt stark nachgefragt werden – das umfasst eine Bandbreite von der Doku-Soap über Dokumentarreihen wie „Die Fahnder“ bis hin zu Formaten mit starkem Service-Charakter, zB „Pfuscher am Bau“. Daneben werden wir die ATV-Reportagen weiter ausbauen. Das ist die eine Säule, die andere stellen die internationalen Serien und Spielfilme dar – dieser Mix, ergänzt um hochwertige Informationsleistung, ist im Moment unser Er-

folgsrezept. Vieles ist schon so konzipiert, dass sich große Affinität zum Internet erkennen lässt, zB Diskussionssendungen, wo Zuschauer via Internet Fragen stellen können, die der Moderator live aufgreift. Es wird sehr wichtig sein, das klassische TV-Angebot immer mehr mit solchen Online-Formen zu vernetzen.

E&W: HDTV ist gerade ein heißes Thema – wie schaut's da bei ATV aus?

Bauer: HDTV ist grundsätzlich eine unheimlich spannende Technologie und wird sicher auch für uns einmal ein Thema, aber ich sehe momentan noch keine große Notwendigkeit. Man muss sich ja immer die Frage stellen, wo es da ein Geschäftsmodell gibt. In Deutschland hat die Pro7-Gruppe das Thema frühzeitig besetzt, sich dann still und leise wieder verabschiedet und versucht jetzt quasi einen Relaunch. In Österreich, wo der Markt per se nur ein Zehntel dieser Größe hat, ist das Ganze dann noch ein bisschen sportlicher. Wir werden HDTV dann anbieten, wenn es so weit etabliert ist, dass ein Geschäftsmodell daraus wird.

E&W: HDTV ist also nichts Dringliches, das Sie im Kreis rotieren lässt ...?

WORDRAP

FERNSEHEN IST ...?

Die schönste Versuchung des Tages

IHRE LIEBLINGSENDUNG?

Bauer sucht Frau

WAS MUSS MAN UNBEDINGT ERLEBT HABEN?

Als Fernsehmacher den Start eines Senders

ETWAS, DAS DIE WELT NICHT BRAUCHT?

DVB-H

WELCHE DREI DINGE WÜRDEN SIE AUF EINE EINSAME INSEL MITNEHMEN?

Meine Frau und meine beiden Kinder

ICH HABE EINE SCHWÄCHE FÜR ...?

Espresso

IHR LIEBLINGSBUCH?

Keines – ich habe Germanistik studiert und so viele Bücher gelesen, dass ich das echt nicht sagen kann.

IHR LEBENSMOTTO?

Der schlimmste Tag war gestern.

Bauer: Nein, denn das Thema könnte einen schon seit sechs, sieben Jahren rotieren lassen. Und man stellt immer wieder fest: Es wird nicht alles so scharf gegessen, wie in der Bildqualität angekündigt ...

E&W: Wie stehen Sie zum 3D-Trend?

Bauer: Da kann ich nicht allzu viel dazu sagen. Im Kino ist es ein Selbstläufer geworden und eine schöne Ergänzung für das klassische Angebot. Als Basisangebot in einem Massenmedium seh ich's aber nicht, weil es für die klassische TV-Nutzung ungeeignet ist, solange man dafür Brillen braucht. Dieses Thema beobachten wir aus der Distanz.

E&W: Der zweite große Trend ist Hybrid-TV, zB mit HbbTV ...

Bauer: Das schaue ich mir auch erst einmal an. Technologisch kann die Umsetzung sehr einfach und rasch erfolgen, ich weiß nur noch nicht, wo man die ganzen Inhalte hernehmen will. Das Live-Streaming eines Broadcasters mit Internet-Inhalten zu verbinden ist eine einfache Möglichkeit, die sich sicher durchsetzen wird. Allerdings steht hier eher der Service-Gedanke im Vordergrund, der nicht unbedingt die große Masse erreichen wird. Ich weiß ja gar nicht genau, wieviele geeignete Endgeräte es derzeit in Österreich dafür gibt, aber jedenfalls sind es sehr wenige ...

E&W: Diesbezüglich sollte aber die Futura einiges an Neuheiten bringen ...

Bauer: Das war bei der letzten auch schon so – technisch faszinierend, aber man sucht nach Content. Ich glaube, dass es nicht darum geht, jeden Inhalt auf jede Plattform stellen zu können, sondern die entscheidende Frage lautet: Ist es auch der geeignete Content für diese Verbreitungsmöglichkeit? Wir haben gelernt, dass es nichts bringt, bestimmten Content 1:1 mit DVB-H aufs Handy zu stellen, weil die Leute sagen: Das ist das Gleiche wie im TV, nur kleiner – warum schau ich's mir dann nicht gleich am Fernseher an? Genauso ist es im Internet: Sie können alles in eine Mediathek stellen, aber vieles wird vor sich hinschimmeln, weil es zwar angeboten, aber nicht nachgefragt wird. Ich bin mir noch nicht sicher, was für HbbTV die richtige Kombination sein wird.

E&W: Mit DVB-T2 testet die ORS gerade einen neuen Übertragungsweg. Bei

DVB-T gab es ja damals einige Differenzen, oder?

Bauer: Anfangs war es ein hartes Ringen ... Es gab unterschiedliche Vorstellungen bezüglich der Wertigkeit, aber wir konnten diese Differenzen ausräumen und mittlerweile ist das kein Thema mehr – wir senden ja seit 2006 via DVB-T. Und es hat seine Berechtigung, weil es Nischenbereiche abdeckt, die sonst nur schwer zugänglich sind – bei der jetzigen Dimension macht das für uns auch noch Sinn, wenn die Anteile aber weiter sinken und das Angebot durch andere Verbreitungswege immer stärker überlagert oder ersetzt wird, wird man das überdenken müssen. DVB-T2 sehe ich eher als Alternativangebot, mit dem sich wieder neue Dinge veranstalten lassen – aber das schauen wir uns auch erst einmal an.

E&W: Wie schätzen Sie denn die Entwicklung der Verbreitungswege ein?

Bauer: Ich glaube, dass sich der Satellit weiter positiv entwickeln wird, für das Kabel kann ich's ehrlich gesagt nicht abschätzen und die Terrestrik wird sich weiter durchsetzen müssen – da herrscht momentan eher eine Seitwärtsbewegung.

E&W: Und Internet bzw Mobile-TV?

Bauer: Das Internet wird einen Teil der Nutzung abdecken, aber das wird auch noch ewig dauern, weil die Zuseher im Internet aus einem Portfolio von 100.000 unstrukturierten Angeboten wählen. Für uns als Broadcaster ist der Verbreitungsweg attraktiv, da er einfach und günstig zu beschreiten ist – und man viel vom Budget darauf verwenden kann, die Zuseher ins Web zu führen.

E&W: Welche Rolle spielt hier der Programmplatz 3 von ATV? Im Internet ist man ja nur irgendwer ...

Bauer: (lacht) So wie jeder andere auch. Die Österreich-Programmierung ist natürlich wichtig für uns, wir machen das seit Jahren zusammen mit den Herstellern und werden sicher nicht damit aufhören. Denn jeder Zuseher hat in seinem Relevant-Set vielleicht zehn Sender, aus denen er sich sein persönliches Angebot zusammenstellt, den Rest berücksichtigt er nur punktuell. Von daher ist die Position in der Senderliste bzw auf der Fernbedienung wichtig, weil man einfach schneller bei diesen zehn dabei ist. Ein Sender auf Platz 445 hat's halt deswegen schon schwer, weil die Zu-

gangsschwelle an der Fernbedienung mehr ist als bloß ein Tastendruck.

E&W: Und wer verdient mit Fernsehen eigentlich Geld?

Bauer: In der Branche gibt es viele, die ihren Anteil haben – vom Gerätehersteller über den Anlagenbetreiber bis hin zum Content-Anbieter. Der Elektrohandel auf Umwegen. Wobei ich glaube, dass der Fachhandel über die Jahre mehr mit den Inhalteanbietern verdient hat als die Inhalteanbieter selbst. Denn der Händler hat bei einem Gerät eine gewisse Gewinnmarge, sonst würde er es nicht zu diesem Preis verkaufen. Wenn man aber einen TV-Sender aufbaut, braucht man Jahre, in denen Anlaufverluste angehäuft werden, bis man endlich mehr Geld einnimmt als man für den Sendebetrieb ausgibt. Keiner würde zehn Jahre lang Fernseher verkaufen, ohne etwas daran zu verdienen – für einen Fernsehsender sind das durchaus gängige Zeiträume. Man braucht einen langen Atem bis zum Break-even. Und der Betrieb eines Senders wird ja nicht billiger, denn die Zuseher fragen nach immer höherwertigen – also auch teurer produzierten – Angeboten. Außerdem gibt es eine zunehmende Fragmentierung im Markt: Mehr Anbieter streiten sich um einen Kuchen, der nicht größer wird. Daher wird es auch für einen TV-Sender immer wichtiger, Diversifikationserlöse anzupeilen – also der Frage nachzugehen, was man mit seinem vorhandenen Content in anderen Verbreitungswegen holen kann. Aber das ist ein recht kompliziertes Feld, weil am Wegesrand viele darauf warten, ordentlich mitzuverdienen. Die Verleger erleben das ja gerade: Die haben von Apps geträumt, die sie machen können und wo sie wahn-sinnig viel Geld verdienen werden. Irgendwann sagt dann Apple: „Hey, wir hätten da aber schon gerne 30% Wegezoll plus dieses und jenes“. Und da wird's dann plötzlich auch wieder kein Geschäftsmodell – zumindest nicht für die Verleger ...

E&W: Zum Ausblick in die Zukunft: Wo sehen Sie denn ATV in vier, fünf Jahren?

Bauer: Das Ziel von ATV lautet einfach, die Akzeptanz bei den Sehern weiter zu steigern. In fünf Jahren wäre das, in der Zielgruppe stabil bei 7% Marktanteil zu liegen – dann ist es ein gutes Geschäft.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: ATV
Info: www.atv.at

ATV verdoppelt sich

Expansions-Programm

Wie schon in den letzten Jahren ist auch heuer beim Futura-Auftritt von ATV ein Mix aus Unterhaltung und Information garantiert. Diesmal mit besonderem Augenmerk auf Zweiterem, denn am 1. Dezember startet ATV2 – und in Salzburg gibt's alles Wissenswerte aus erster Hand.

Vor zehn Jahren wurde mit ATV das Privatfernsehen in Österreich eingeführt. Zum runden Jubiläum beschenkt der Sender sich und die Zuseher mit seinem zweiten Vollprogramm – ATV2. Der Sendestart wird am 1. Dezember via Kabel und Satellit erfolgen, und für Peter Guderlei und sein Team vom Reichweitenmanagement bietet sich auf der Futura die ideale Gelegenheit, alle Details von den technischen Empfangsparametern bis hin zu den Sendehalten zu präsentieren.

Doppelpack

Der Start von ATV2 sorgt für neue Formate, tolle Highlights und 24 Stunden Information & Unterhaltung mal zwei, wie Guderlei vorausschickt: „ATV2 ist ein neues, attraktives Programm von und für Österreicher. Mit Top-Filmen, Information, Blockbustern und natürlich den erfolgreichen ATV-Eigenproduktionen. Dazu gesellen sich die Revivals der Top-Hits aus den vergangenen Jahren, mehrmals täglich aktuelle Kurznachrichten, die besten Serien und natürlich eine Fülle an neuen, erfolgreichen Filmen und Reportagen – exklusiv auf ATV2.“ Als Öster-



Peter Guderlei und sein Team haben alle News zu ATV2 im Futura-Gepäck.

reichs etabliertester und erfolgreichster Privatsender setzt ATV auch noch weitere Akzente, wie etwa den Ausbau der digitalen Mobile-Services. Demonstriert wird das alles in gewohnt angenehmer Atmosphäre in der ATV-Lounge in Halle 7 – inklusive Fun-Faktor, versteht sich.

Spannung, Spiel und ...

... jede Menge Gewinne warten auch diesmal auf die Messebesucher. Bei „ATV Klick“ geht's um das Erraten von Bildern der Moderatoren oder ATV-Sendungselementen – es winken digitale Video- und Foto-Kameras. Bei „Schnapp den Hund“ ist Geschick gefragt – um sich mit der „Kralle“ einen der begehrten ATV-Stoffhunde zu schnappen. Last but not least wird beim ATV-Gewinnspiel diesmal ein 42“ LG Cinema 3D LED-LCD-TV verlost. Und natürlich stehen an der Cocktail-Bar wieder erfrischende Getränke bereit. Durchs tägliche Messestand-Programm führt auch heuer Niki Fuchs.



ATV auf Programmplatz 3 bleibt die Devise des erfolgreichen Privatsenders.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: ATV
Futura: Halle 7, Stand 104

Sky baut Programm- und Serviceangebot aus, für den Fachhandel gibt's höhere Provisionen

Mehr dran – mehr drin

„Geld verdienen mit dem besten Programm der Welt“ lautet das heurige Messemotto von Sky. Intensiviert wird aber nicht nur die Bezahlung, sondern auch die Betreuung der Fachhändler – wofür im Herbst die Retail-Mannschaft ausgebaut wird.

In gewohnter Manier werden auf der Futura Vertriebs-Chef Nikolaus Tufaro und das gesamte Retail Sales-Team dem Fachhandel Rede und Antwort stehen. Und es dürften relativ lange Gespräche werden, denn Sky hat jede Menge News mit im Messegepäck.

Schärfer denn je

Mit Sky Sport News HD startet im Winter der erste Sender in Deutschland und Österreich, der täglich 24 Stunden Sportnachrichten live präsentiert. Der Sender wird im Simulcast-Verfahren auch in SD ausgestrahlt und steht allen Sky Abonnenten als Teil des Sky Welt Pakets zur Verfügung. Derzeit werden über 140 neue Mitarbeiter, darunter ungefähr 70 Sportjournalisten, gesucht. Die Redaktion, das Hauptstudio und der Großteil der Produktion werden sich im neuen Sky Gebäude in Unterföhring, Deutschland, befinden. Sie werden von einem Netzwerk mobiler Teams in Deutschland und Österreich, die vor Ort von allen aktuellen Geschehnissen berichten, unterstützt.

Fixiert ist bereits der Starttermin von zwei weiteren HD-Sendern: Am 15. Oktober gehen Fox HD und Nat Geo Wild HD als Simulcast in Österreich und Deutschland on Air. Während Nat Geo Wild HD exklusiv über Sky zu empfangen sein wird und mit spektakulären Natur- und Raubtieraufnahmen für Safarifeeling gesorgt wird, bietet Fox HD noch mehr deutschsprachige Erstausstrahlungen internationaler Serienhighlights.

AM PUNKT

MEHR PROGRAMM

Im Herbst starten die Sender Fox HD, Nat Geo Wild HD und Sky Sport News HD.

MEHR SERVICES

Die Dienste Sky Go und Sky Anytime werden ausgebaut.

MEHR GELD

Aktiven Fachhändlern winken bessere Betreuung und höhere Provisionen.



Sky baut aus. Ab Herbst wird einerseits das HD-Angebot erweitert, andererseits das Vertriebs-Team – denn die Fachhändler sollen zukünftig ebenfalls mehr von Sky haben.

Beide HD-Sender sind ohne zusätzliche Kosten im Einstiegspaket Sky Welt enthalten – womit Sky sein HDTV-Angebot auf insgesamt 15 Sender ausbaut, sechs davon im Einstiegspaket Sky Welt. Die Highlights der beiden HD-Sender werden in der Zukunft auch über die Services Sky Anytime und Sky Go verfügbar sein.

Diese Zusatzdienste bilden beim Messeauftritt ebenfalls einen Schwerpunkt: Die iPad-App Sky Go, mit der derzeit Sport-Inhalte live am iPad verfolgt werden können, wird in Kürze um Film-Inhalte erweitert. Seit August ist für den HD-Festplattenreceiver Sky+ der Service Sky anytime verfügbar, mit dem Kunden kostenlos ausgewählte Filme des Sky Film Pakets sowie eine Auswahl an Unterhaltungs- und Sportprogrammen auf Abruf ansehen können.

Attraktiver denn je

Dem diesjährigen Futura-Motto gemäß werden die Details der zukünftigen Fachhandels-Strategie erörtert. Die zentrale Message dabei lautet: Aktive Fachhändler können mit Sky noch mehr Geld verdienen – „Und das ohne Risiko“, merkt Tufaro an. Soll heißen, Premium-Partner kommen in den Genuss intensiverer Be-

treuung, zusätzlicher Schulungs- und Coachingmaßnahmen durch Sky sowie last but not least attraktiverer Provisionen. Darüber hinaus wird ein neues Betreuungskonzept für alle anderen Fachhändler in Österreich vorgestellt. Um diesem Vorhaben das nötige Gewicht zu verleihen, wird Sky im Q4 die Mannschaft für den Retail-Bereich erweitern.

Gefeilt wird aber auch am Produktangebot: In Salzburg werden dem Handel neue, interessante Produkte präsentiert, wie beispielsweise 24-Monats-Verträge ab 29,90 Euro pro Monat für Sky Welt + ein Premiumpaket. In Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft bereitet Sky natürlich ebenfalls einiges vor – die Details zu den speziellen Angeboten und Aktionen gibt's am Messestand. Dem nicht genug hat Sky den Telekom- und IT-Bereich ins Auge gefasst: Rund um Sky Go sind verstärkte Aktivitäten geplant.

Und damit auch der reale Live-Sport nicht zu kurz kommt, steigt am Donnerstag, den 15. September, der Sky Fußball-Event.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: Sky
Futura: Halle 8, Stand 304

HB

AUSTRIA

LOEWE DR+ - SAMSUNG - SCHAUB LORENZ

im Set mit

- HD Austria CI+ Modul
- 3 Monate gratis HD+ Austria Programme
- ORF Karte



- + SET: TV-Gerät + Modul + ORF Karte
- + 3 Monate gratis HD Austria empfangen

AB sofort bei HB AUSTRIA!

HB Austria electronic products Vertriebs GmbH / Pfarrgasse 52, A-1230 Wien
Tel: 01/610 48-500 Fax: -550 / www.hb-europe.com / at.hbshop-europe.com

Loewe: Zukunftsprogramm mit klarem Fokus

Fast Forward

Auf diesen klingenden Namen hört das Programm, das Loewe entwickelt hat, um wieder an die Erfolge der vergangenen Jahre anschließen zu können. Diese beiden Wörter beschreiben aber auch passend die Produkte, die man auf der IFA präsentiert: Loewe-typisch glänzen die neuen Geräte durch viele Innovationen.



Mit den kleinen Connect 22/26 SL stellt man die sinnvolle Abrundung der Connect Familie vor – ideal für Küche oder Kinderzimmer.

Nicht nur Konzern-strategisch (siehe Kasten auf der nächsten Seite), sondern auch Produkt-technisch steigt man bei Loewe diesen Herbst richtig auf's Gas. So präsentiert man auf der IFA in Berlin zahlreiche Produktneuheiten, die es – Loewe-typisch – in sich haben. Dabei ist für jedes Wohnzimmer das Richtige dabei.

TV und Heimkino

Als Abrundung des Loewe Connect-Sortiments präsentiert man die Connect 22/26 SL-Modelle im ultraflachen Slim-Line Design. Durch die handliche Größe eignen sie sich ideal für Küche oder Kinderzimmer. In punkto Ausstattung (zB Full-HD in Verbindung mit Edge-LED Backlight, MediaNet, MediaHome etc) stehen sie ihren großen Brüdern aber in nichts nach. Für die Großen (Connect 32/40) präsentiert man dann auch noch eine individuelle Lösung, um den TV an die Wand zu lehnen: den Wall Stand Flex. Ebenfalls neu: Nach der Einführung von 3D in der Individual Familie werden nun auch die Produktfamilien Connect und Art mit der 3D-Technologie ausgestattet.

Zum perfekten Kino-Feeling daheim gehört neben dem Bild ein guter Klang. Diesen liefert das Home Cinema Set, wel-

ches auf der IFA präsentiert wird. Es besteht aus der 3D-fähigen Anlage Media-Vision 3D, den Satellite Speakern, dem Subwoofer Compact und der Assist Multi Control – und das mit allen marktgängigen Fernsehern kombinierbar.

Mit der VideoNet App kann man sein Loewe TV-Gerät mit dem iPad verknüpfen. Die Applikation erlaubt einen freien, direkten Zugang zu den besten Videos im Netz. Die App streamt die gewünschten Sendungen (derzeit mehr als 10.000) ohne Umweg direkt auf ein Loewe TV-Gerät mit MediaNet oder auf das iPad. Von dieser App kann man sich selbstverständlich auch auf der IFA überzeugen.

Für perfekten Klang

Mit dem All-in-One Audiosystem Loewe SoundVision (UVP: 1.500 Euro) präsentiert man einen völlig unabhängigen

AM PUNKT

HEIMKINO-HIGHLIGHTS

Home Cinema Set, Connect 22/26 SL, Wall Stand Flex, VideoNet App, Loewe 3D

AUDIO-HIGHLIGHTS

SoundVision, Air Speaker, Soundbox, Subwoofer

ZUKUNFTSPROGRAMM

„Fast Forward“

agierenden Protagonisten, der aber natürlich netzwerkfähig ist. Für Komfort sorgt bei diesem System die neu entwickelte Bedienung – entweder über das 7,5 Zoll Multi-Touch-Display oder mit der Fernbedienung Loewe Assist. Das minimalistische Äußere und der neue Maßstäbe setzende Sound gepaart mit Features wie iPod/iPhone-Support, AUPEO! (Benutzer erhält Empfehlungen für neue Songs), Musikerkennungsdienst, CD, FM- und Internetradio sind Zeugen dafür, dass SoundVision voller (technischer) Raffinessen steckt.

Darüber hinaus hat man mit den Air Speakern extrem kompakte Lautsprecher – bestehend aus zwei Subwoofern sowie zwei Hoch- und Mitteltonlautsprechern – mit AirPlay-Standard, USB-Schnittstelle und WakeUp on LAN/WLAN-Funktion im Messegepäck. Die Loewe Soundbox ist laut Hersteller das perfekte Audio-Gerät für jeden Raum und darf auf der IFA natürlich nicht fehlen. Zu guter Letzt ist auch das neue Bass-talent aus dem Hause Loewe, der Subwoofer, mit auf dem Messestand. Der aktive Woofer sorgt mit seinen 525 Watt (Sinus) und zahlreichen Features wie dem automatischen Einschalten mittels Signalerkennung für besten, bassreichen Klang. Er ist in Weiß Hochglanz, Schwarz und Chromsilber erhältlich.

Auf der IFA erwarten Hannes Lechner, GF Loewe Austria, und Andreas Stolar,



Das Home Cinema Set besteht aus der 3D-fähigen Anlage MediaVision 3D, den Satellite Speakern, dem Subwoofer Compact und der Assist Multi Control.

Leiter Marketing und Training, von Freitag bis Montag die österreichischen Fachhändler. Das Außendienst-Team ist am Freitag und Samstag vor Ort. Erfreuliche Nachrichten gibt es auch für die Händler, die es nicht nach Berlin schaffen. Denn erstmals seit längerer Zeit ist Loewe auch auf der Futura in Salzburg vertreten – und zwar am Messestand von Distributionspartner HB Austria.

Text: Peter Fußl
Fotos: Loewe
IFA: Halle 6.2b, Stand 201
Futura: Halle 8, Stand 202 (HB Austria)



Das Bedienelement des Loewe SoundVision mit Multi-Touch ist auch abnehmbar.

SCHWIERIGES UMFELD – GUTER AUSBLICK

Der Umsatz des Loewe-Konzerns lag im zweiten Quartal 2011 mit 57,2 Mio Euro um 23% unter dem Wert des Vorjahres. In den ersten sechs Monaten 2011 ist der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr somit von 147,4 Mio Euro um 19% auf 118,7 Mio Euro gesunken. Grund dafür sind für Loewe das preisaggressive Wettbewerbsumfeld und die im Vergleich zum Vorjahr deutliche Kaufzurückhaltung der Kunden bei Produkten der Unterhaltungselektronik. Der Markt für LCD-TVs in Europa sei aufgrund fehlender sportlicher Großereignisse im zweiten Quartal 2011 wertmäßig um 25% zurückgegangen, so Oliver Seidl, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG.

Was tut man aber, um aus dieser Misere herauszukommen? Die Zauberworte bei Loewe heißen dazu „Fast Forward“. Dieses Zukunftsprogramm soll mit klarem

Fokus auf Umsatzsicherung und Kostendisziplin auch in den nächsten Quartalen konsequent forciert werden.

Künftig wird das Sortiment noch stärker an die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden im europäischen Premiummarkt angepasst. Das aktuelle Produktportfolio wird mit einem neuen Audio-Segment strategisch weiter ausgebaut und um eine breite Palette individualisierbarer, innovativer Stand-alone-Audio-Lösungen ergänzt. Zudem wird Loewe die technische Komplexität seiner Produkte weiter reduzieren, vor allem, um die Herstellungskosten zu senken. Ein weiterer Schwerpunkt des „Fast Forward“-Programms ist der konsequente Ausbau der premiumgerechten Vermarktung der Loewe Produkte – und zwar international. Ein weiteres zentrales Element der Zukunftsstrategie ist eine Kommunikationsoffensive. Für eine

weitere Steigerung der Markenbekanntheit will man im zweiten Halbjahr 2011 TV-Spots auf zielgruppenspezifischen Sendern zeigen – so der Plan.

Neben diesem Zukunftsprogramm erwartet man beim Loewe-Konzern eine positive Marktentwicklung im zweiten Halbjahr 2011. Mittelfristig gesehen bietet der Markt für Loewe gute Chancen, ist man im Unternehmen überzeugt. Loewe Austria-GF Mag. Hannes Lechner: „Produktmäßig sind wir für den Herbst extrem gut aufgestellt und unsere hohen Marktanteile im Premium-Segment konnten wir mehr als halten. Die vergangenen Monate war nur die Kaufzurückhaltung der Konsumenten ein Problem, unter dem die gesamte Branche gelitten hat. Wir gehen jedoch davon aus, dass das Geschäft im Herbst wieder deutlich anzieht.“

Panasonic rückt seine „grünen Ambitionen“ ins Rampenlicht

Trendiges Themen-Trio

Bis 2018, wenn Panasonic das 100-jährige Bestehen feiert, will das Unternehmen zur globalen Nummer eins bei „Green Innovations“ avancieren. Grund genug, auf der IFA den Bereich Green Technology & Energy Solutions in den Mittelpunkt zu stellen – ebenso wie Full HD 3D und die digital vernetzte Produktwelt.

Mit dem Ziel, das weltweit führende Unternehmen für „grüne Innovationen“ in der Elektronikindustrie zu werden, erhält auch der IFA-Auftritt einen zusätzlichen Impuls. Dem Bereich „Green Technology & Energy Solutions“ verleiht Panasonic deutlich mehr Gewicht und präsentiert seine wichtigsten Ideen zu Produkten und Technologien zur Energieerzeugung (Solar- und Brennstoffzellen), zum Speichern von Energie (Lithium-Ionen Akkusysteme), zum Energiesparen (LED-Beleuchtung, Wärmepumpen) sowie ein Energiemanagementsystem für den Haushalt (Home Energy Management System, HEMS) vor. Darüber hinaus widmet sich Panasonic auch dem Bereich E-Mobility – und zeigt Antworten auf die Frage, ob und wie elektrisch betriebene Fahrzeuge langfristig traditionelle Kraftstoff-betriebene Fahrzeuge ersetzen können. Zudem wird anhand des Beispiels Fujisawa Sustainable Smart Town (SST) demonstriert, wie energiebezogene Lösungen für den privaten Haushalt auch für ganze Städte adaptiert werden können – Fujisawa Sustainable Smart Town ist ein von Panasonic unterstütztes Zukunftsprojekt einer intelligent vernetzten Stadt in Japan, die sich unter anderem selbst mit Strom versorgt.

Netz-Werken

Den zweiten Themenschwerpunkt der IFA bilden die neuesten netzwerkfähigen Audio-Video-Produkte. Im „Digital AV Network“-Bereich werden alle Möglich-



Kompakter Alleskönner: Die neue Lumix GF3X ist das IFA-Highlight im Fotobereich.

keiten der vernetzten Unterhaltung präsentiert – sowohl die Vernetzung verschiedener AV-Produkte mit dem Fernseher als auch untereinander. Angefangen bei den Applikationen und Lösungen für VIERA Connect, dem umfangreichen Angebot für ausgewählte Internet-Inhalte auf dem Flat-TV, über den Standard Digital Living Network Alliance (DLNA) und bis hin zu WiFi-kompatiblen Produkten.

Horizont-Erweiterung

Im „Full HD 3D“-Bereich erwartet die Besucher die hochauflösende 3D-Welt von Panasonic – inklusive der neuesten 3D-Produkte und -Technologien. Nachdem das Sortiment schon alles von 37 Zoll bis zum größten 3D-Plasma-Fernseher der Welt mit einer Bildschirmdiagonale von 3,86 Metern bzw 152 Zoll (der heuer besonders wirkungsvoll in einer gigantischen 3D-Plasma-Fernseherwand in-

tegriert ist) zu bieten hat, folgen den neuesten 3D VIERA-TVs als logische Ergänzung des Portfolios diesmal 3D-Projektoren. Präsentiert in speziellen Full HD 3D-Kinos werden die spektakulären Bilder noch von mächtigem Sound ergänzt – schließlich zählen Full HD 3D-Rekorder, Blu-ray-Disc-Rekorder/Player und Soundsysteme zu den weiteren IFA-Highlights.

Außerdem spielen wie schon in den letzten Jahren die Produktbereiche Digitalkameras und Camcorder eine zentrale Rolle. Mit der Lumix GF3X bringt Panasonic eine neue Systemkamera mit erstaunlich kompakten Abmessungen, die dennoch alle Stücke spielt: hohe Bildqualität selbst bei Dämmerung, schneller und präziser Kontrast-Autofokus mit 23 Messfeldern, Full-HD Videoaufnahme mit kontinuierlichem Autofokus (AVCHD, 1.080p), hochauflösendes LiveView

AM PUNKT

DIE DREI THEMEN

Umwelttechnologien, 3D und Netzwerk-Lösungen stehen auf der IFA im Fokus.

PRODUKTHIGHLIGHTS

sind die neuen VIERA-TVs, 3D-Projektoren sowie die Lumix GF3X.

MIT PANASONIC LIVE @ IFA

gibt es die Möglichkeit, am Geschehen via Live-Stream teilzuhaben.

Touch 7,5cm LCDisplay, 3D-Foto-Aufnahme und Miniatur-Effekt sowie integrierter Blitz. Elementarer Bestandteil der in Schwarz oder in edlem Chocolate verfügbaren GF3X ist das neue Lumix G X Vario PZ 14-42mm/F3.5-5.6 PowerZoom-Objektiv, das sich durch Motor-Zoom, Highspeed Kontrast Autofokus (0,1s) sowie hohe Abbildungsleistung dank Nano-Oberflächenvergütung auszeichnet. Daneben stellt Panasonic mit dem Lumix G X Vario PZ 45-175mm/F4.0-5.6 noch ein weiteres PowerZoom-Objektiv vor.

Die IFA im Binär-Format

Wie im Vorjahr werden die heimischen Fachhändler auch heuer von Österreich-Chef Helmut Kuster und der kompletten Vertriebsmannschaft in Berlin empfangen.

Für diejenigen, die es nicht nach Berlin schaffen, bietet Panasonic heuer erstmals einen besonderen Service: den Online IFA-Stand. Unter dem Motto Panasonic Live @ IFA lädt das Unternehmen zum virtuellen Messebesuch – den Auftakt macht die Übertragung der Panasonic IFA Pressekonferenz am 31. August von 15:00 bis 15:45 Uhr, danach gibt's vom 2. bis 6. September täglich zwischen 11:00 und 18:00 Uhr einen Live-Stream. Dabei können User online Fragen zu den Messehighlights stellen, die dann von Experten live vor Ort beantwortet werden – wie beim realen Messebesuch mit persönlicher Beratung. Neben der Live-Beratung laden weitere Features zum Verweilen auf der Seite ein, zB die Teilnahme an kurzen Realtime-Umfragen oder das Steuern einer Top-View-Webcam um das Treiben auf dem Messestand von oben zu beobachten. Panasonic Live @ IFA ist unter der URL www.panasonic.eu/ifa zu erreichen. Über das tägliche Programm und weitere exklusive Messeeinblicke informieren der Panasonic Twitter-Kanal und der Panasonic IFA Blog <http://ex-blog.panasonic.co.jp/exhibition/en/>. Im Panasonic YouTube-Kanal sind täglich die Highlight-Clips zu den Userfragen sowie Videos zu den Panasonic-Produkten und Technologien zu finden, während Foto-Impressionen auf Flickr unter panasonic@europe@flickr zur Verfügung gestellt werden.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: Panasonic
IFA: Halle 5.2, Stand 101



ISIO lautet das Zauberwort bei Receivern – die neuen Modelle holen das Web ins Haus.

TechniSat forciert ISIO

Generation „I“

Ob Receiver oder LCD-TVs – mittlerweile hat die ISIO-Plattform bei allen TechniSat-Geräten Einzug gehalten und sorgt damit für die Verbindung mit der Online-Welt. Den geeigneten Rahmen für eine ausführliche Präsentation bietet naturgemäß die Futura.

Die IFA lässt TechniSat in diesem Jahr zwar aus, keineswegs aber die Futura: Andreas Vostrovsky (Regionalleiter Ost), Jürgen Stahl (Regionalleiter West), Kai Nelles (Innendienst Österreich), Florian Wagner (AD Südbayern) und Kathrin Bley (Assistentin Vertriebsleitung) bilden das Salzburger Messe-Quintett, das an allen drei Tagen präsent sein wird. Produktseitig orientiert man sich zum einen am Trendthema Online-Inhalte bzw Vernetzung, zum anderen am „Dauerbrenner“ ORF-Empfang.

Internet trifft Schirm

TechniSats Plattform ISIO, die Receiver und LCD-TVs Internet-tauglich macht, steht beim diesjährigen Futura-Auftritt ganz klar im Mittelpunkt. Die bevorzugten Internet-Seiten lassen sich bequem per Tastendruck auf den Schirm holen, wofür TechniSat eine eigene Internetliste mit Angeboten pflegt, die für die

Darstellung auf großen Displays optimiert sind. Der direkte Zugang zur Online-Videothek maxdome ist ebenso an Bord wie interaktives Musikfernsehen mit QTom und Putpat oder die Möglichkeit, sich eigene Radiosender mit Aupeo! zusammenzustellen. Zusatzinformationen zum aktuellen Programm lassen sich via Red Button und HbbTV jederzeit abrufen, daneben kann der Kunde diverse Apps seiner Wahl nutzen. Und mit dem ISIOLive! Portal bietet TechniSat ein eigenes Service-Portal, über das neben Themenportalen und aktuellen Informationen zum Unternehmen auch Wissenswertes zum jeweiligen Gerät inklusive Videoanleitungen abgerufen werden kann. Die jüngste Content-Partnerschaft wurde im Sommer mit Cloud7movies geschlossen, wodurch nun ein noch umfangreicheres Angebot an Kinofilmen, Blockbustern und Dokumentationen in DVD- oder echter HD-Qualität zur Auswahl steht.

Ergänzend zu den Digit ISIO- und Digidocorder ISIO- Receivern sowie den MultyVision ISIO TVs wird auch das „Österreich-Modell“ TechniStar IR gezeigt, das mit integriertem Irdeto-Decoder ausgestattet ist. Rund um das neue Sortiment wird für Oktober/November zudem eine Schulungstour vorbereitet – bereits auf der Futura gibt's (in Kooperation mit SevenOneMedia) die Teilnahme an einem Euro League Heimspiel eines österreichischen Teams zu gewinnen.



MultyVision ISIO TVs sind nicht völlig neu, aber mit neuen Features ausgestattet.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: TechniSat
Futura: Halle 7, Stand 305

HB Austria bringt die Loewe-Highlights auf die Futura

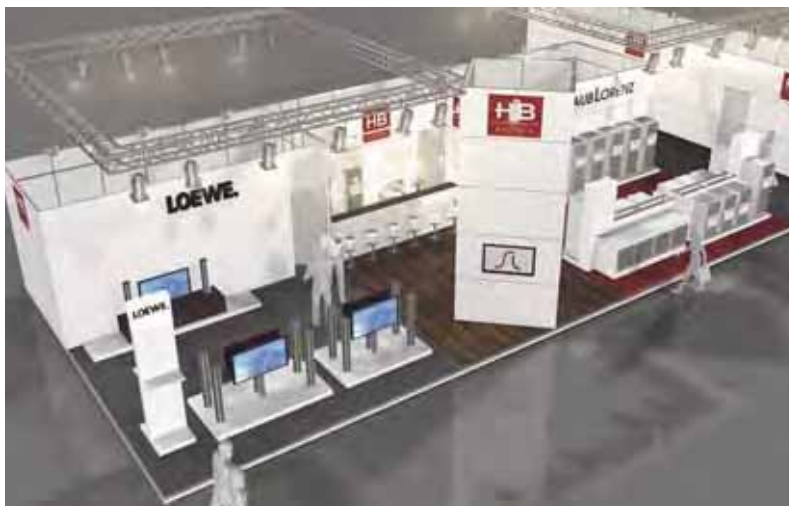
Tigern mit Loewe

Neue Futura, neues Standdesign: Die Distributionspartnerschaft von HB und Loewe macht sich in Salzburg natürlich präsentationstechnisch wie optisch bemerkbar. Und auch bei Schaub Lorenz schaut's heuer ein wenig anders aus – ganz bewusst eher Weißwaren-lastig, wie HB-Chef Christian Blumberger betont.

Es ist mit Sicherheit keine Überraschung, dass HB den Neuheiten von Loewe einiges an Standfläche widmet: Denn zum einen hat der Premiumhersteller für seinen IFA-Auftritt Bemerkenswertes in Sachen 3D und Audio angekündigt (siehe auch Seite 66), zum anderen ist dies sozusagen ein Muss, wenn man sich die Dauer der Futura-Abstinenz von Loewe vor Augen hält.

Klare Struktur

Abgesehen von den Loewe-Produkten konzentriert sich HB heuer verstärkt auf das Segment Hausgeräte: „Nachdem wir das Weißwaren-Portfolio von Schaub Lorenz deutlich erweitert haben, ist auch der Stand dementsprechend aufgebaut“, erklärt HB-Chef Christian Blumberger. Damit ähnelt das Konzept jenem von Samsung, denn die Koreaner legen das Hauptaugenmerk heuer ebenfalls auf die Weiße. Was Blumberger durchaus positiv sieht: „Dazu muss man fairerweise sagen,



Klares Konzept: Loewe und Schaub Lorenz bei HB, Samsung wie gewohnt nebenan.

dass im Frühjahr eine unglaublich breite Range gekommen ist – und man hat sich darauf besonnen, die Technologie ein Jahr

lang zu verkaufen. Und die Kunden wären ohnehin überfordert, wenn jetzt schon wieder alles neu wäre.“

WW-NEWS

Mit im Futura-Gepäck befinden sich auch Schaub Lorenz-Hausgeräte. Neben Produkten aus bekannten Bereichen wie Kühl-Gefrier-Kombinationen, Weinschränke oder Einbaugeräte werden in diesem Jahr neue Segmente erobert: Waschen und Spülen.

Mit der WA126-6072 zeigt HB eine Waschmaschine mit 6 kg Fassungsvermögen, einer Schleuderdrehzahl von 1.200 U/min und LCD-Anzeigefeld mit Restlaufanzeige und Kontrollfunktionen. Die Auswahl der insgesamt 16 Reinigungsprogramme erfolgt via Drehwahlschalter. Zur weiteren Ausstattung zählen Unwuchtkontrolle, Überlaufschutz, Schaumregulierung und Kindersicherung. Das zweite neue Modell WA128-6089 bietet 8 kg Fassungsvermögen. Beide Geräte sind in Weiß erhältlich und in der EEK A+/B angesiedelt.

Die Modelle DWB6063W-6069 sowie DWB6063X-6102 (beide EEK A/A) sind die ersten Einbau-Geschirrspüler von Schaub Lorenz. Beide Geräte bieten Platz für zwölf Maßgedecke, verfügen über sechs Waschprogramme und eine elektronische Steuerung. Zur weiteren Ausstattung zählen eine LED-Nachfüllanzeige für Regeneriersalz und Klarspüler, die programmierbare Startverzögerung (3/6/9/12 h), drei Spültemperaturen (40/50/70°C), ein höhenverstellbarer Oberkorb sowie ein Innenraum aus Volledelstahl.

Mit dem DWS6043-6119 kommt zudem ein unterbaufähiger Stand-Geschirrspüler (EEK: A/A) für zwölf Maßgedecke und ähnlicher Ausstattung wie die Einbaugeräte – mit Ausnahme von zusätzlicher Restlaufanzeige, dafür nur vier Waschprogrammen und Spültemperaturen von 40/50/65°C.

Weil's aber ganz ohne doch nicht geht, hat HB bei der Braunware den Schaub Lorenz 26LT481CT/SI im Gepäck: Der neue 26-Zöller kommt in schmuckem Antrazith-Silber und bietet bewährte Features wie HDTV Triple-Tuner, Simple Hotel Mode und USB-Cloning.

Herbstliches

Ohne groß Aufsehen erregen zu wollen, werden im Herbst die Energielabel ins UE-Sortiment einfließen. „Das wird eher eine ruhige Geschichte, denn die Kunden heuer schon darauf hinzustoßen, wäre zu früh. Zu einem späteren Zeitpunkt kann ich mir aber eine gemeinsame Aufklärungskampagne der UE-Hersteller vorstellen.“ Und noch etwas hält Blumberger fest: „Juli und August haben umsatzmäßig zu wünschen übriggelassen – aber der Herbst wird sicher heiß.“

Text: Wolfgang Schalko
Foto: HB Austria
Futura: Halle 8, Stand 202

sky Anytime

Das Beste auf **Abruf**

sky

Jetzt
neu und
kostenlos*



Fernsehen, wann ich will. Sky Programmhilights werden automatisch auf den Sky+ Festplattenreceiver geladen und sind jederzeit kostenlos abrufbar.

Ihre Vorteile

Sky Anytime bietet das beste des Sky Programms Tag und Nacht auf Abruf

- Flexibel ausgewählte Inhalte Ihres Sky Abonnements auf Abruf anschauen können
- Keine Wartezeit: Alle Sendungen jederzeit abrufbereit
- Sky Anytime steht jedem Kunden mit Sky+ ohne zusätzliche Kosten zu Verfügung
- Direkt über den Sky+ HD-Festplattenreceiver nutzbar. Internet wird nicht benötigt.

Infos zu **aktuellen Angeboten** für den Sky+ Festplatten-Leihreceiver erhalten Sie bei Ihrem Fachhändler.



* Sky Abonnement Voraussetzung. Es sind die entsprechenden Inhalte der gebuchten Pakete abrufbar. In der Startphase exklusiv für Kunden mit Sat-Empfang; demnächst auch für Kabelkunden verfügbar.



Neue Produktgruppe: Im Rahmen der IFA geben Tablets von Sony ihre Premiere.

Sony bringt die „Connected World“ nach Berlin

Die Welt ist eckig

Ob Fernsehen oder Radio, ob Internet-Video oder Blu-ray, ob Live-Aufnahme oder Foto – auf der IFA demonstriert Sony, wie sich jeder Inhalt von Gerät zu Gerät bewegt. In einer völlig neuen Dimension der Wiedergabe-Qualität.

Sony rückt Konnektivität und Netzwerkservices in den Vordergrund – einzelne Geräte aus der Produktwelt – interagieren. BRAVIA-TV, Blu-ray-Player, PS3, VAIO, WiFi Walkman, PS Vita und Xperia verschmelzen zur „Connected World“, wie auch das dazu passende Motto des diesjährigen IFA-Auftritts lautet. Mit den neuen Tablets wird zudem ein starker Fokus auf mobiles Entertainment gelegt – ganz egal, ob Spiele, Filme, Sport, Musik oder persönliche Inhalte.

AM PUNKT

CONNECTED WORLD

lautet das Motto des diesjährigen IFA-Auftritts von Sony.

IM BEREICH DIGITAL IMAGING

erwartet die Besucher besonders viele Produktneuheiten.

„S1“ UND „S2“

heißen die beiden Modelle, mit denen Sony in das Tablet-Segment einsteigt.

1A-Entertainment

Mit der innovativen BRAVIA HX925-Serie will Sony das Fernseherlebnis neu definieren. Dafür bürgt der neue Prozessor „X-Reality PRO“, der aus Blu-ray Filmen, Sport Live-Übertragungen oder Online-Clips stets die beste Bildqualität herausholt. Der „X-Reality PRO“-Prozessor hat einen zusätzlichen Chip mit einer Datenbank, auf der Tausende von Bildmustern gespeichert sind. Dabei wird das Eingangssignal mit den gespeicherten Bildern verglichen und optimiert. Das Ergebnis sind natürliche Bilder, die bezüglich Bildschärfe und Farbtiefe neue Maßstäbe setzen – ein Vorteil v.a. bei Videos aus dem Web. Ausgestattet mit HbbTV, BRAVIA Internet Video und einem freien Internetzugang via Web Browser lassen die Highend TV-Geräte von Sony in punkto Online-Entertainment ebenfalls keine Wünsche offen. Neben zwei aktiven Shutter-Brillen für perfekten Full-HD-3D-Genuss gehört auch eine hochauflösende Skype Kamera

zum Lieferumfang. Trotz ihrer Vielseitigkeit ist die BRAVIA HX925-Serie sparsam im Verbrauch, wie die A-Klassifizierung beim neuen Energie-Effizienzlabel beweist. Darüber hinaus ist das Video-on-Demand-Angebot von LOVEFiLM mit mehreren tausend Film- und Serien-Highlights auf allen aktuellen BRAVIA Fernsehern und Blu-ray-Playern verfügbar.

Kompakt-Klasse

Handlich und stylish wie eine Kompakte, leistungsstark wie eine Spiegelreflexkamera – mit der neuen NEX-C3 stellt Sony die weltweit kleinste und leichteste Systemkamera mit Wechseloptik und APS-C Bildsensor vor. Das neue NEX-Modell bietet eine Auflösung von effektiv 16,2 Megapixel, eine Lichtempfindlichkeit von ISO 12.800, Aufnahme von HD-Videos sowie eine neue Menüführung und kreative Bildeffekte. Außerdem setzt Sony weiterhin auf seine innovative Translucent Mirror Technologie. Als neuestes Modell mit teildurchlässigem Spiegel wird

die Alpha SLT-A35 gezeigt, die mit effektiv 16,2 Megapixel Auflösung, einem Tele-Zoom-Modus mit sieben Bildern pro Sekunde und etlichen Kreativ-Effekten für Fotos und Videos aufwarten kann. Mit der Video-Funktion fängt das neue SLT-Modell Full-HD-Aufnahmen (1080i, AVCHD) ein – via Firmware-Update kommen auch die Besitzer der 2010 eingeführten SLT-Modelle A55V und A33 in den Genuss diverser Verbesserungen.

Die Cybershot DSC-TX55 ist das neueste Designmodell von Sony und die zugleich dünnste Digitalkamera der Welt mit Full HD Videoaufnahme. 3D-Fotos und kreative Bildeffekte gehören ebenso zu ihrem Repertoire wie eine neue Zoom-Technologie, die Aufnahmen mit einer zehnfachen Vergrößerung bei voller Auflösung und ohne Verluste bei der Bildqualität erlaubt. Gerade einmal 12,2 Millimeter (!) ist die wahlweise in Schwarz, Silber, Violett und Rot erhältliche Designkamera dünn – bei 16,2 Megapixel Auflösung und weitwinkligem Carl Zeiss Vario Tessar Objektiv, dessen optischer Fünffach-Zoom mit der neuen „By Pixel Super Resolution“-Technologie kombiniert wurde.

Für Einsteiger hat Sony mit der Handycam DCR-SX21E ein weiteres Highlight parat: Ein Superzoom-Objektiv (57-fach) und die erstmals in dieser Kategorie verfügbaren Automatikfunktionen machen sie zum Top-Einsteigermodell im SD-Camcorder Portfolio von Sony.

IFA-Premiere

Mit zwei brandneuen Modellen betritt Sony nun auch das Tablet-Parkett. Die Modelle stehen für eine optimale Verbindung aus Hardware, Software und Online-Services kombiniert mit unverwechselbarem Design: Hinter dem „S1“ verbirgt sich ein Tablet, dessen ergonomisches Design zum stundenlangen Surfen im Internet, Lesen oder Ansehen von di-



Design trifft Technik. Die Top-Serie BRAVIA HX925 definiert das Fernseherlebnis neu.

gitalen Inhalten wie Online-Nachrichten, Videos oder Fotos in ausgezeichneter Qualität einlädt. Über die Infrarot-Schnittstelle kann das Tablet als Universal-Fernbedienung für TVs (Einschalten, Kanalwechsel, Lautstärkeregelung) eingesetzt werden. Mit der sogenannten „Throw“-Funktion lassen sich zudem Inhalte mit einer Wischbewegung auf den Fernseher oder Musik auf Wireless-Lautsprecher übertragen. Das Modell „S2“ macht durch seine kompakten Abmessungen Kommunikation und Unterhaltung zum mobilen Erlebnis. Beide Geräte sind mit dem neuesten, für Tablet optimierten Betriebssystem Android 3.0 ausgestattet und ab Herbst verfügbar.

Die nächste Runde läutet Sony auch bei den Subnotebooks der VAIO Z-Serie ein: Drei Nachfolge-Modelle werden vorgestellt, die noch leichter und flacher als ihre Vorgänger sind und in Sachen Leistung mit der neuesten Ausstattung sowie schlichter Eleganz im Design punkten. 13,1 Zoll im Durchmesser, 16,65 Millimeter flach und weniger als 1,2 Kilogramm beeindruckend ebenso wie bis zu 14 Stunden Akku-Laufzeit, ein robustes Karbon-Chassis sowie zahlreiche innovative Funktionen (zB Power Media Dock mit Quad Video Monitor-Unterstützung, HD-Grafikkarte und optisches Laufwerk).

Im Audio-Bereich hält mit den neuen WALKMAN-Serien ein breites Angebot an MP3- und Video-Playern für Jung und Alt Einzug. Die Modelle A860 und S760 beispielsweise ermöglichen Bluetooth-Streaming auf kabellose Kopfhörer, Docking-Lautsprecher, Audio-Headsets für das Auto und andere Geräte. Zudem können über die Bluetooth-Verbindung auch kabellos gespeicherte Fotos mit kompatiblen Mobiltelefonen ausgetauscht werden. Design-Liebhaber kommen mit den neuen Musikanlagen CMT-CX5iP, CMT-G1iP, CMT-G1BIP und CMT-G2NIP voll auf ihre Rechnung: Neben fantastischem Klang beeindruckend sie überdies mit Features wie DAB+, WiFi, DLNA oder AirPlay von Apple.

Österreich-Note

Während der gesamten Messezeit ist die CH/AT-Area besetzt. Um Wartezeiten zu vermeiden, sollten Fachhändler allerdings schon im Vorfeld mit ihrem Außendienstbetreuer einen Gesprächstermin vereinbaren – anderenfalls einfach am Sony Messestand beim allgemeinen Empfang melden und nach einem Kontakt der CH/AT-Area verlangen. Neben den Produktneuheiten erwartet die Fachhändler dort weitere News, wie zB spezielle Shop-in-Shop- und POS-Lösungen, wo ja bereits seit dem Vorjahr die Shop-Front sukzessive mit eigenen Displays ausgebaut wird. Diese werden in den kommenden Wochen durch die Sony-Merchandise wieder mit neuester Software sowie einer Überprüfung des Internet-Anschlusses auf den aktuellsten Stand gebracht. Zudem wird dem Fachhandel mit Bundle-Aktionen und dazu passendem POS-Material unter die Arme gegriffen.



Die neue NEX-C3 ist die kleinste und leichteste Systemkamera mit Wechseloptik.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: Sony
IFA: Halle 4.2, Stand 101

Vernetzte Welt à la Samsung

Smart bleibt Trumpf

Quantität ist bei Samsung diesmal nicht das Um und Auf – die Anzahl der TV-Neuheiten ist überschaubar, thematisch bleibt die Verbindung mit dem Web im Fokus. Dafür gibt's einige interessante Kamera-Highlights und einen Schwenk in Richtung Weiße.



Bei den Samsung-TVs setzt man auch im Herbst auf Smart TV. Durch das Smart Hub gelangt man komfortabel in den Genuss zahlreicher Features wie dem freien Web Browser, Video-on-Demand-Angeboten und vielem mehr.

Auf den diesjährigen Herbstmessen steht der TV-Bereich bei Samsung unter dem Motto „Smart TV“. Es wird vorgestellt, wie sich das TV-Gerät zum Multimedia-Gerät wandelt. Produkttechnisch hat man zwar bereits im Frühjahr

Modelle vorgestellt, die alle smarten Stückel spielen, aber man legt nach wie vor den Fokus darauf. Gezeigt wird das Smart TV-Erlebnis auf den (bereits bekannten) LED TVs D8000 und D7000. Diese überzeugen sowohl in 2D als auch in 3D durch das Zusammenspiel aus verbesserten Bildtechnologien und fünf Millimeter dünnen Rahmen. Das Bild wird so realistischer denn je. Die Smart Hub-Oberfläche, der integrierte Web Browser und weitere smarte Features tun ihr Übriges, um die TVs zum Mittelpunkt eines jeden Wohnzimmers werden zu lassen. Der Rahmen des D8000 glänzt in Aluminium Silber-Optik, der D7000 hingegen setzt mit dem schwarzen Rahmen dezente Akzente – es gibt also für jeden das Richtige.

Neue Produkte gibt es aber dann natürlich doch auch im Herbst. Auf der IFA

neu vorgestellt und das TV-Highlight von Samsung ist der UE60D8080. Viele Features sprechen für diesen 60 Zöller: Mit dem 3D Smart TV LED-Serie 8 erhält man nicht nur ein Topgerät in 3D-Bild und Sound, sondern auch gleich eine neue 3D-Brille. Mit der SearchAll-Funktion sucht man per Knopfdruck nach Lieblingsfilmen, egal ob im Fernsehprogramm oder in einer der Video-on-Demand-Plattformen. Durch das perfekte Zusammenspiel von TV-Panel und LED-Beleuchtung sorgt die Serie 8 mit 800 Hz Clear Motion Rate (CMR) für flüssige Bewegungen auch in schnellen Szenen. Mit SocialTV kann man twittern, sich mit Skype on Samsung TV mit Familie und Freunden live unterhalten – mit dem Vorteil, dass man sich das Popcorn nicht mit ihnen teilen muss. Der integrierte Web Browser ermöglicht ein vollständiges Sur-

AM PUNKT

HERBST-SCHWERPUNKT

Samsung setzt wieder auf Smart TV. Viele Produkte sind zwar bereits seit dem Frühjahr bekannt, aber man wird das Angebot noch ausbauen.

TV-HIGHLIGHT

Samsung UE60D8080

NACHFOLGE

Neo-VL Emmanuel Fink gibt auf der Futura sein offizielles Stelldichein.

MULTIMEDIA

fen im Internet. Dass das Gerät dank One Design auch optisch überzeugt, versteht sich von selbst. Aber auch in punkto Sound kann der 8080 punkten, denn diese Technologie ermöglicht einen Klang mit unvergleichbarer Tiefe und Dimension.

Smarte 3D-App

Ebenfalls auf IFA und Futura mit im Messegepäck ist die kostenlose App „Explore 3D“ für 3D-TV-Genuss. Von dieser kann man sich live und in Farbe am Samsung-Messestand überzeugen. Die App ermöglicht es, auch per Internet 3D-Filme zu empfangen. Somit wird der Zugang zu 3D-Inhalten erleichtert – mit diesem Video-on-Demand-Service kann man Clips, Musik-Videos, Dokumentationen oder Trailer in 3D kostenfrei ansehen. „Samsung ist für unsere Kunden der innovativste TV-Anbieter der Welt. Innovation muss vor allem für jeden einfach nutzbar sein. Mit ‚Explore 3D‘ entfernen wir eine große Hürde. Damit kann man per Internet ohne Aufwand in den Genuss von 3D kommen. Genau das verstehen wir unter Smart TV!“, ist Gerald Reitmayr, Leiter Consumer Electronics bei Samsung Österreich, überzeugt.

Neue Kameras

Außerdem werden auf der IFA drei neue Kameramodelle vorgestellt, auf die man allein wegen der Geheimniskrämerei im Vorfeld schon äußerst gespannt sein darf. Die Koreaner unterstreichen damit jedenfalls, dass sich dieses Segment zu einem immer wichtigeren Bestandteil des



Emmanuel Fink ist der Nachfolger von Martina Alttechner und strahlt seiner neuen Aufgabe als CE-Channel Sales Manager regelrecht entgegen.

Sortiments entwickelt. Und ein paar Details ließ Reitmayr schließlich doch durchscheinen: „Alle drei neuen Modelle sind im Premium-Bereich angesiedelt und damit wie gemacht für den österreichischen Markt.“ Neben einem Nachfolge-Modell für die Superzoom-Kamera WB650, das unter anderem mit Features wie 3D-Aufnahme ausgestattet sein soll, wird als besonderes Highlight eine neue Systemkamera mit Wechseloptik präsentiert – stylisch und mit technischen Raffinessen gespickt, also ganz im gewohnten Samsung-Stil. Die Bekanntgabe der technischen Details erfolgt – wie auch die Präsentation der neuen Modelle selbst – aber erst im Rahmen von Samsungs IFA-Pressekonzferenz am 1. September.

Vormerken kann sich der heimische Fachhandel allerdings schon jetzt, dass es zum Thema Foto im Herbst noch eine Schulungstour geben wird.

Messe-Specials

Der Umstand, dass Samsung im TV-Bereich das Gros der Neuheiten bereits in der ersten Jahreshälfte eingeführt hat, soll aber insbesondere die Bedeutung des Futura-Auftritts keineswegs schmälern. „In Salzburg stehen heuer eher die Home Appliances im Vordergrund, im Bereich Unterhaltungselektronik werden wir einige Showcases zeigen. Nachdem die Standgröße zum Vorjahr unverändert bleibt, wird das diesmal deutlich offener aussehen“, so Reitmayr. Wie der CE-Leiter weiters betont, werden im Rahmen der Futura zahlreiche Aktivitäten, Promotions und natürlich die „typischen Messeaktionen“ präsentiert: „Und zwar aus allen Produktkategorien. Es gibt auch heuer wieder viele gute Gründe, bei Samsung vorbeizuschauen, denn es wird sich für jeden Händler auszahlen.“ Einzelheiten dazu wird Samsung allerdings erst direkt auf der Messe bekannt geben. Außerdem gibt es personelle Gründe, den Futura-Stand zu besuchen: Neben Gerald Reitmayr und WW-Chef Martin Amstler wird auch der neue Vertriebsleiter Emmanuel Fink an allen Messtagen vor Ort sein, um sich vorzustellen. Nach seinem Wechsel vom B2B- in den B2C-Bereich ist Fink nun Ansprechpartner für sämtliche Kanäle. Auf der IFA steht für die österreichischen Händler übrigens ein fünfköpfiges Samsung-Team bereit.

Text: P. Fußl, W. Schalko
Fotos: Samsung
IFA: Halle 20
Futura: Halle 8, Stand 101

KLEINHAPPL ELECTRONIC

Lenue2s

Exquisite TV- und SAT-Marken
Made in Südtirol!

Exklusiv für den Fachhandel



22"
26"
32"
37"
42"

210 Channels

DVB-S2 + DVB-T + DVB-C
1 x CI+ / TÜV zertifiziert
Hotelmode / PVR ready

... alles drin, alles dran ...

HD Twin Combo PVR

2 x DVB-S2 + DVB-T + DVB-C
2 x CI+ / Wechselfestplatte

Neues von den Marktführern

GSS Grundig Sat System SPAUN

Kopfstellentechnik SAT-Verteiltechnik

Besuchen Sie uns auf der

FUTURA

Salzburg 15. - 17.09.2011
Halle 7 Stand 107

APart

Beschallungssysteme für innovative Lösungen !!



Größtes APart - Audio Lager
in Österreich !!

Neu !!

BALTER

Video - Türsprechanlagen



Überzeugend in Design und Technik !

Kleinhappl Electronic GmbH
A- 5023 Salzburg Bachstraße 66
Fon +43 / 662 / 046777 office @ kleinhappl .at



Auf der diesjährigen IFA kann man sich unter anderem von diesen Produkten (Harman Kardon BDS 670, AKG K 3003 In-Ear-Kopfhörer und JBL On Beat Air Dockingstation) von Harman live und natürlich auch in Farbe überzeugen.

Harman Kardon

Anschluss und Klang

Diese zwei Schlagworte beschreiben die Richtung, die Harman geht, ganz gut. Auf der IFA zeigt man nämlich neue Blu-ray-Systeme und Dockingstationen, die über zahlreiche Anschlussmöglichkeiten verfügen und auch soundtechnisch so einiges hergeben. Auch die In-Ear-Kopfhörer von AKG liefern trotz der geringen Größe Spitzen-Klang.

Harman präsentiert auf der IFA Produkt-Highlights der drei Marken AKG, JBL und Harman Kardon. Dabei dreht sich alles um den perfekten Klang. Aber auch die Konnektivität steht im Mittelpunkt der neuen Geräte.

AKG im Ohr

Pünktlich zur IFA 2011 stellt AKG sein Meisterstück im Bereich Design und Audio vor: Die AKG K 3003 In-Ear-Kopfhörer überzeugen durch ein edles, einzigartiges Design und innovative Hybrid-Technologie, die dem weltweit kleinsten 3-Wege-Kopfhörer durch den Einsatz zweier unterschiedlicher Treiber zu seinem packenden Klang verhilft. Zur individuellen Einstellung der persönlichen Klangpräferenz liefert AKG zudem drei mechanische Filter. So können Musikliebhaber sich je nach Geschmack für Bass

Boost, linearen Referenzklang oder kristallklaren Klang entscheiden. Der UVP des In Ear-Referenzkopfhörers liegt bei ca. 1.000 Euro.

Harman Kardon

Die neue BDS-Serie BDS x60 (im Bild oben BDS 670) garantiert Heimkino deluxe. Diese BDS-Systeme sind 3D-fähig und bieten mit drei HDMI 1.4a-Eingängen zahlreiche Anschlussmöglichkeiten. Sie sind einfach und schnell zu installieren und verfügen über die bewährte Raumeinmessung EzSetEQ. Zudem können Musik und Videos über den USB-Anschluss abgespielt werden. Über die Bridge IIIp können iPod oder iPhone mit allen BDS verbunden werden. Für realistischen Klang sorgt die innovative Dolby Virtual Speaker-Technologie.

JBL für iPhone und Co

Mit den Dockingstationen will man bei Harman neue Multimedia-Segmente mit Zubehörprodukten für iPad und AirPlay erschließen. Mit JBL On Beat Air und JBL On Beat Xtreme stellt JBL bereits zur IFA die ersten Ergebnisse dieser Arbeit vor.

Die JBL On Beat Air unterstützt Apples AirPlay und harmoniert perfekt mit iPhone, iPod und iPad. Sie bietet ihren Besitzern ein neues Klangerlebnis, denn

mit der Dockingstation lassen sich Filme bequem über das Mobilgerät betrachten, während der Sound über das Dock läuft – ohne dass dazu das iPad in der Dockingstation eingesetzt werden muss.

Mit Vielseitigkeit und Leistungsfähigkeit überzeugt auch die JBL On Beat Xtreme. Sie kann mit den meisten Apple iOS-Geräten sowie nahezu allen Bluetooth-fähigen Computern und Smartphones verbunden werden. Ein Highlight ist der drehbare Anschluss, über den iPad, iPod oder iPhone angedockt werden. Dieser kann zur Videowiedergabe horizontal oder vertikal ausgerichtet werden. Mit einem optionalen Composite Video-Kabel können von der JBL OnBeat Xtreme sogar Videodaten auf den Fernseher übertragen werden.

Zur Betreuung der österreichischen Fachhändler werden Kurt Lindner (Sales Manager Austria) und Stefan Pichler (Sales Area Manager) vom 1. bis zum 7. September (bis ca. 14 Uhr) auf der IFA sein. Harman plant zudem großangelegte Kommunikationskampagnen für die Marken JBL und Harman Kardon. Die Händler haben auf der IFA die exklusive Möglichkeit, einen ersten Blick auf die Kampagnen werfen zu können.

AM PUNKT

HARMAN KARDON

Neue BDS-Serie BDS x60: 3D-fähig, USB-Anschluss, Bridge IIIp, Dolby Virtual Speaker, EzSetEQ Raumeinmessung

JBL

Dockingstationen On Beat Air und On Beat Xtreme

AKG

K 3003 In-Ear-Kopfhörer

Text: Peter Fußl

Fotos: Hersteller

IFA: Funkturminnenhof, Stand 100

Estro Strobl feilt kräftig am Sortiment

Estro bringt estro

Ein gewichtiges News-Paket hat estro im Futura-Gepäck – inklusive den ersten Geräten der Eigenmarke und einer Galerie zur standesgemäßen Produktpräsentation.

Die wohl wichtigsten Futura-Neuheiten kommen diesmal aus dem Hause Strobl selbst: Die Webseite www.estro.at präsentiert sich in neuem Look und bietet nun Features wie einen modernen Webshop mit Katalog-Erstellung oder Top-Sellern. Außerdem gibt die Eigenmarke „estro“ ihre Premiere: „Erstmals zeigen wir unter diesem Brand unsere eigenen HD Austria-Produkte“, erklärt VL Christian Strobl. „Der estro E1 ist der erste Irdeto PVR-ready HD Austria Sat-Receiver am österreichischen Markt und das estro Irdeto CI+ das einzige Modul, das in allen TV-Geräten und Receivern einwandfrei funktioniert.“

Signal-Fragen

Einen Messeschwerpunkt bildet einmal mehr die Humax-Ränge: Angefangen von den beiden Top-Modellen iCord-HD+ AUT und HD-Fox+ AUT, die beide TÜV-zertifiziert und für HD Austria geeignet sind, über die Kabel-Variante iCord Cable mit 500GB Festplatte, Twin-Tuner, HbbTV, CI+ Schacht und WLAN-Stick zum UVP von 399 Euro, bis hin zu den smarten Home-Network Features der Humax-Modelle.

Zahlreiche Neuheiten gibt's heuer von Schwaiger: Den Sound-Receiver DSR8000HDR, ein 2.1 System mit 100W Leistung, integrierten HD-Sat-Receiver, CI+, Digital Sat-Radio-Tuner und Internet-Radio-Player. Außerdem die neue Kopfstation Eku825 mit Verteiler-



estro E1 ist der erste Receiver der Eigenmarke und ganz auf HD Austria abgestimmt.

plan und Sat-Dosen, das Multischalter-System coax@lan (inkl. sternförmiger Internet-Anbindung an Multimedia-Dosen), das exklusive System Wiretape zum unsichtbaren Verlegen von Anschlusskabeln entlang der Wand sowie Wandhalter für VESA 400 und VESA 500. Dem nicht genug, sind drei Weltneuheiten von Schwaiger im Futura-Gepäck: erstens eine von Apple lizenzierte iPhone Media Docking Station, zweitens das HDMI Netzwerk Adapterset HDMI-LAN2 (zur Übertragung eines HDMI-Signals über das Heim-Netzwerk mit zwei HDMI-Ausgängen und Fernbedienungssignalen im Rückkanal) und drittens eine DVB-T/UKW-Empfangsantenne inkl. 4x SAT-ZF-Einschleusweiche zur Installation auf dem Satspiegel.

Als Distributor für die Marken GSS, Teles Preisner und Tonna präsentiert Strobl hier sämtliche Systeme, wobei von Tonna als Highlights ein IPTV-System sowie ein LAN-gesteuertes LCN-fähiges SMATV-System gezeigt werden. Ein weiteres Highlight stammt von Global Inva-com: Das neue Fibre IRS und 2-Sat Fibre

IRS System, das die Einspeisung von zwei Satelliten in das Glasfasernetz (inkl. DVB-T/UKW-Einspeisung) ermöglicht. Für die richtige Verbindeung ist mit neuen, hochwertigen Koax-Kabel von Cavel ebenfalls gesorgt – Überraschungsgeschenke für die Messebesucher inklusive.

Ausbau

Mit neuen Funktionen kann auch der WebTube HD aufwarten: einerseits mit Hotel-Mode zur Verwendung in Hotels, Pubs und Cafés, andererseits mit dem kostenlosen App WebTubeRCU, das die Bedienung via iPhone und iPad ermöglicht. Zudem führt Strobl in Zukunft auch IP-Videosysteme und Netzwerk-Lösungen von GeoVision, ACTi, Etrivision und Planet – zu sehen in Verbindung mit Software-Anwendungen der renommierten Open Platform-Company milestone.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: estro
Futura: Halle 7, Stand 308

ROADSHOW

Mitte September starten wir unsere österreichweite Roadshow, um Ihnen unsere Produkt-Highlights zu präsentieren.

Themenswerpunkte:

- FTE-Kopfstellentechnik
- Sony HD-IP-Video-Technik
- APART/JAM-Audio-Neuheiten
- neues Outdoor-Lautsprecherprogramm
- Digital Signage-Lösungen
- u.v.m.

Springen Sie mit uns auf den Express-Zug auf !!

oli.cc gmbh | A-5321 Koppl | Gewerbeplatz Habach 5-9 | Tel.: +43 (0) 6221 20052-0 | Fax: 0w-19 | gmbh@oli.cc | www.oli.cc





Heimkino: Mit den Cinema 3D-TVs der zweiten Generation und dem 360 Grad-Heimkinosystem erlebt man 3D pur.

LG: 3D im Fokus

Generationswechsel

Sowohl im TV- als auch im Heimkinobereich dreht sich alles um die dritte Dimension. Smart TV-Features scheinen bei LG schon selbstverständlich. Auf IFA und Futura zeigen die Koreaner wieder einige Innovationen – auch im Bereich der Weißware.

Im Home Entertainment-Bereich liegt der Fokus von LG klar auf dem Thema 3D. Auf der Futura gibt es erstmals in Österreich das neue Line-up mit der zweiten Generation der Cinema 3D-Geräte zu sehen. Natürlich sind alle Geräte auch Smart TVs und mit offenem Webbrowser, Premium Channels und einem App-Store ausgestattet. Bereits ein wenig früher zeigt man auf der IFA den Cinema 3D Smart TV LW980S, der 3D-Wiedergabe auf höchstem Niveau bietet. Die superleichten 3D-Brillen (passiv) ermöglichen ein komfortables und flexibles 3D-Erlebnis, die 2D zu 3D-Konvertierung garantiert die optimale Wiedergabe von 3D. Die Nano Full LED-Technologie ermöglicht ein noch helleres und klareres Bild als bisher. Der große, flexible Betrachtungswinkel, die einfache Bedienung mittels Magic Motion Remote Control und die Smart Share Funktion runden das Angebot ab.

Ebenfalls präsentiert wird der PZ850 Pentouch TV. Dieser innovative Plasma fasst alle Vorteile eines PCs und des Internets zusammen und lässt den Benutzer die angezeigten Inhalte mit Hilfe eines speziellen Stiftes direkt über den Screen steuern. Der Pentouch TV ist mit einem kratzfesten Glasdisplay ausgestattet und bietet RGB-Darstellung sowie optimierte Helligkeit für ein tolles Bild. Der PZ850 kann zusätzlich mit bis zu drei weiteren Plasma-Screens verbunden werden.

Upgrade

Mit dem kompakten ST600 Smart Upgrader verwandelt sich jeder normale TV via HDMI-Kabel in einen Smart TV. Mit dem Gerät stehen dem Nutzer ein breites Angebot an LG Apps sowie die unendlichen Weiten des Internets zur Verfügung. Die Smart Share-Funktion erlaubt es darüber hinaus, Inhalte ohne Kabel zwischen kompatiblen Geräten zu teilen und diese auf dem TV wiederzugeben.

Im Heimkino-Bereich stellt LG mit dem HX906TX ein 360 Grad 3D-Sound-System vor, das es in sich hat. Die 3D-Lautsprecher des 9.1 Soundsystems leiten den Sound mit Hilfe des eingebauten Reflektors in alle Richtungen und ermöglichen somit ein fesselndes „Rundherum“-Klangerlebnis. Features wie 3D-Blu-ray Wiedergabe und Smart TV sind selbstverständlich auch mit an Bord.

Auch im Monitor-Bereich zeigt man Neues. Der DM50D Cinema 3D Monitor TV liefert ein mehr als doppelt so klares Bild gegenüber herkömmlichen 3D-Monitoren, so LG. Auch der Monitor funktioniert mit der passiven 3D-Technologie – die Brillen sind entsprechend leicht und komfortabel. Eine verbesserte 2D zu 3D-Konvertierung ermöglicht automatisch den 3D-Spielspaß. Der eingebaute HDTV-Tuner versorgt den Nutzer mit klarem Full HDTV-Bild und über den HDMI-Anschluss kann der DM50D einfach mit anderen Geräten verbunden werden.

Heiße Weiße

Die Weißware von LG punktet in diesem Herbst durch smarte Technologien. Präsentiert wird mit dem GB7143A2SF der erste A+++-Kühlschrank von LG in Österreich. Die Waschmaschine F1443KDS punktet hingegen durch smartes Design: Trotz normalen Gehäusemaßen wird eine Füllmenge von bis zu elf Kilo ermöglicht. Ebenfalls im Messegepäck: 5-Star, der Fünf-Türer unter den Kühlschränken.

Text: Peter Fußl
Fotos: LG
IFA: Halle 11.2, Stand 101
Futura: Halle 8, Stand 305

AM PUNKT

FOKUS
3D-Thema

UE-HIGHLIGHTS
Cinema 3D Smart TV LW980S, PZ850 Pentouch TV, HX906TX 360 Grad 3D Sound Heimkino

WW-HIGHLIGHTS
A+++-Kühlschrank GB7143A2SF, 5-Star Kühl-/Gefrierkombi, WM F1443KDS

Baytronic

Neuer Exklusiv-Vertrieb

Mit Produktneuheiten und neuen Vertriebspartnern im Gepäck kommt man aus Asten angereist, um den Händlern ein umfangreiches Sortiment zu präsentieren. Zubehör-Riese G&BL sowie APart Audio-Produkte sind erstmals mit dabei.

Baytronic wird erstmals, nicht wie gewohnt in der Halle 7, sondern gemeinsam mit LG Electronics in Halle 8 ausstellen. Somit können die Laufwege drastisch reduziert und Symbiosen der beiden Unternehmen besser genützt werden. Im Fokus steht selbstverständlich die Cinema 3D-Serie von LG. Durch das Polfilter-System bieten diese TV-Modelle ein 3D-Erlebnis wie im Kino. Durch die integrierte 2D zu 3D-Konvertierung können auch alle 2D-Filme und Bilder – egal von welcher digitalen Quelle (Sat, USB, HDD, Server etc) – auf 3D umgewandelt werden. Zusätzlich zu 3D ist natürlich auch LG Smart TV ein großes Thema. Dabei stehen in den neuen Modellen viele Applikationen sowie ein offener Online-Browser zur Verfügung. Das neue Flaggschiff, der 55LW980S, trumpft darüber hinaus mit TruMotion 400 Hz, Triple Tuner und USB Record auf. Das Top-Modell findet kommenden Herbst den Weg in den heimischen Handel.

Exklusiv

Rechtzeitig zur Futura sicherten sich die Astener die Exklusivdistribution des Zubehörriesen G&BL – ein führender Anbieter für HiFi- und Video-Zubehör. Die Produktpalette umfasst nicht nur hochwertige Verbindungen für den HiFi-, Home Theatre- und den Car HiFi-Liebhaber, sondern auch alle Arten von Audio-, Video-, Sat-, Antennen-, IT- und TK-Verbindungen. Damit steht Baytronic erstmals ein Vollsortiment an Zubehörartikeln in allen Qualitätsstufen zur Verfügung. Für die Händler interessant: Komplette Wanddisplays und Aufsteller, die den Verkauf pushen und dem Endkunden einen zusätzlichen visuellen Anreiz bieten sollen.

Professional Audio

Neben G&BL stehen zur Futura auch die Produkte des professional Audio Herstellers APart zum Vertrieb bereit. Der belgische Hersteller bietet unter dem Motto „Quality Audio Solutions“ ein umfassendes Sortiment an Lautsprechern und Elek-



Neu im Vertrieb sind Produkte von APart – wie der digitale Verstärker Champ-3D.

trogeräten für den PA- und Installationsmarkt an. Das Sortiment umfasst Preamps mit Zonenausgängen, PA-Verstärker, modulare Endverstärker, EQ-Module, 100V Verstärker, Konferenz-Mikrofon-Systeme, Deckeneinbaulautsprecher, PUB-Sets, aktive Lautsprecher, wetterfeste Lautsprecher, Lautstärkereger, Zubehör für die Montage und Lautstärkebegrenzer.

Und darüber hinaus

Neues gibt es auch von Blaupunkt: Rechtzeitig zur Futura wird das Produktsortiment um Weltempfänger, hochwertige Kopfhörer und Bluetooth-Freisprecheinrichtungen erweitert. Natürlich fehlen auch TechniSat, Bugatti, Polaird und Waves mit den aktuellen

Produkt highlights nicht. Die Baytronic-Geschäftsführung (Franz Lang und Johann Wagner) ist – gemeinsam mit dem kompletten Vertriebsteam – an allen Tagen auf der Futura anwesend. Zusätzlich stehen auch die Baytronic-Service-techniker für Fragen vor Ort zur Verfügung. In punkto Messeaktionen gibt man sich auch keine Blöße: Wie bereits gewohnt gibt es wieder einen umfangreichen Aktionskatalog mit „knallhart kalkulierten Messeaktionen“ für die Händler, so Baytronic.

Text: Peter Fußl
Fotos: Hersteller
Futura: Halle 8, Stand 205

WEISSWARE

Über dem 120 Quadratmeter großen Baytronic-Messestand thront auffällig ein riesiges Nabo-Segel. Dies deutet schon an, dass es bei Nabo Kühlgeräten eine Fülle an Neuigkeiten zu bestaunen gibt.

Neben einer Limited Edition (A++ Kühl-/Gefrierkombi mit fünf Jahren Garantie) in den knalligen Farben Pink, Orange und Gelb werden auch Einblicke in das kommende Sortiment 2012 ermöglicht. Dazu zählen zB ein No-Frost-Gefrierschrank mit 150 Litern Nutzinhalt sowie der Prototyp eines möglichen neuen Flaggschiffs der A+++-Serie von Nabo.



Receiver-Neuheiten von Kathrein

Flotte Flotte

Eines bleibt auch 2011 gleich: Für Kathrein ist die Futura das wichtigste Messeereignis in Österreich. Die wichtigsten Produkthighlights kommen heuer aus den Bereichen Astra-Analogabschaltung und HDTV-Empfang via Sat und Kabel.

Auf 80 Quadratmetern präsentieren AGF Matthias Zwifl und das komplette Verkaufsteam diesmal Neuheiten aus praktisch allen Produktsegmenten: Sat- und Kabel-TV, Antennenempfangssysteme, Verteilnetze sowie Messgeräte. Ein Messeschwerpunkt liegt natürlich auf der bevorstehenden Analogabschaltung bzw den Komponenten und Lösungen zur Digitalisierung der Empfangsanlagen. Das zweite große Futura-Thema sind HDTV-Receiver, wo es eine geballte Ladung neuer Modelle zu sehen gibt.

High-end

Mit dem UFS 923 feiert das neue Flaggschiff seine Premiere. Der Nachfolger des erfolgreichen Twin-PVR Modells UFS 922 ist mit zwei CI+ Schnittstellen ausgerüstet und damit für die HD Austria-Programme geeignet. Über die rückseitige Ethernet-Schnittstelle lässt sich der UFS 923 ins Heimnetzwerk integrieren und mit dem Internet verbinden – und damit auf das Videoportal YouTube sowie das Internetradioportal ShoutCast zugreifen. Durch seine beiden DVB-S2 Empfangsteile ermöglicht der UFS 923 das gleichzeitige Aufnehmen und Sehen von bis zu drei Sendungen, wobei die Programmierung der Aufnahme direkt aus dem Premium-tvTV-EPG erfolgen kann. Verfügbar ist das Topmodell in den Gehäusefarben Silber und Schwarz mit 250 GB- oder 1 Terrabyte-Festplatte.

Wie der UFS 923 ist auch der neue HDTV Sat-Receiver UFS 905/AT für den



Der UFS 923 ist das neue Flaggschiff in der Receiverflotte von Kathrein.

Empfang von HD Austria geeignet und wird zusammen mit dem Irdeto CI+ Modul UFZ 101 und einer ORF ICE-Card ausgeliefert. Bereits integriert ist der Kathrein-Komfort-EPG, der die Möglichkeit bietet, Sendungen direkt aus der jeweiligen Ansicht des EPGs in den Timer zu übernehmen. Für die Aufnahme steht an der Rückseite eine USB-Schnittstelle mit PVR-ready-Funktion zur Verfügung, über die auch Software-Updates auf den Receiver eingespielt werden können. Der UFS 905/AT wird in der Gehäusefarbe Schwarz erhältlich sein.

Empfang von HD Austria geeignet und wird zusammen mit dem Irdeto CI+ Modul UFZ 101 und einer ORF ICE-Card ausgeliefert. Bereits integriert ist der Kathrein-Komfort-EPG, der die Möglichkeit bietet, Sendungen direkt aus der jeweiligen Ansicht des EPGs in den Timer zu übernehmen. Für die Aufnahme steht an der Rückseite eine USB-Schnittstelle mit PVR-ready-Funktion zur Verfügung, über die auch Software-Updates auf den Receiver eingespielt werden können. Der UFS 905/AT wird in der Gehäusefarbe Schwarz erhältlich sein.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: Kathrein
Futura: Halle 7, Stand 205

CityCom-News

Nach den Spezifikationen der ORS wurden die beiden neuen CityCom-Modelle CCR 546/K und das Einstiegsgerät CCR 540 (bzw CCR 540/K im Bundle mit ORF-Karte) entwickelt, die zugleich die ersten HDTV Sat-Receiver mit integrierter Irdeto-Entschlüsselung der Kathrein-Firmengruppe sind. Beide Modelle sind damit neben den ORF-Programmen auch für den Empfang von HD Austria geeignet – ORF-Smartcard und Drei-Monats-Gutschein für HD Austria sind je-



Für HD Austria bestens gerüstet: ob mit CI+ Modul wie beim neuen UFS 905/AT (oben) oder Irdeto-embedded wie beim neuen CityCom CCR 546/K.

AM PUNKT

DIE FUTURA-SCHWERPUNKTE legt Kathrein auf die Analogabschaltung und die neuen HDTV-Receiver.

DAS NEUE TOP-MODELL ist der UFS 923 mit zwei DVB-S2-Tunern, integrierter Festplatte und zwei x CI+.

IRDETO-EMBEDDED-RECEIVER werden mit den beiden CityCom-Modellen CCR 546/K und CCR 540 präsentiert.

Ein ganzer Packer Messeneuheiten von Nikon

Natur pur

Kletterfreunde, Wasserratten und Winterfreaks dürfen jubeln: Nikon bringt seine erste wasser-, kälte- und stoßfeste Outdoor-Kamera. Natürlich ist das nicht die einzige Neuheit, mit der sich das Unternehmen auf IFA und Futura präsentiert...

Nikon macht sich mehr und ergänzt die drei bereits bestehenden Coolpix-Segmente Style (S), Performance (P) und Life (L) um die Coolpix-AW-Kategorie („All Weather“). Auf der IFA und der Futura werden insgesamt fünf neue Kompaktkameras aus allen Bereichen präsentiert. Erstmals gibt es dabei von den „Gelben“ eine Unterwasserkamera. Die Features, über die das Geräte verfügt, lassen sie aber vielmehr als All-Wetter- bzw Outdoor-Kamera dastehen. Denn die AW100 ist nicht nur bis zehn Meter wasserdicht, sondern auch stoßfest und kälteresistent. Deswegen eignet sie sich zB auch perfekt zum Schifahren oder für andere Aktivitäten. Darüber hinaus überzeugt die Kompaktkamera mit GPS, Landkarte, Kompass und Routen-Tracking – einer Foto-Safari samt Geo-Tagging etc steht also nichts im Wege. Und dank Easy-Panorama-Funktion sind auch 360°- und 180°-Fotos möglich. Die AW100 ist in Camouflage, Schwarz und Orange ab Mitte September verfügbar (UVP: 349 Euro).

Ebenfalls neu vorgestellt wird die dritte Generation der beliebten Projektorkameras. Die S1200PJ verfügt neben den bekannten Features nun erstmalig auch über die Möglichkeit, Bilder oder Präsentationen von iPhone, iPod, iPad, aber auch PC und Mac an die Wand zu werfen. Der Nachfolger der S1100PJ bietet hellere Projektion mit 20 Lumen und DLP-Technologie – für die Projektion von Bilddiagonalen von rund 26 – 150 cm. Beleuchtete Steuerelemente und die op-



Die P7100 bietet einen schwenkbaren Monitor für Sicht in jeder Lage.



Military-Look Wie unschwer zu erkennen, ist die AW100 für den Außeneinsatz gedacht

tionale erhaltliche Fernsteuerung lassen eine einfache Bedienung auch bei Dunkelheit zu. Verfügbar ist die S1200PJ in Schwarz und Pink ab Mitte September (UVP: 429 Euro).

Die neue P7100 richtet sich an den „begeisterten Nikon-Fotografen im Kompakt-Kamera-Segment“, so Wolfgang Lutzky, Nikon Country Head Österreich. Warum, liegt auf der Hand: Die Kamera lässt den Fotografen nahezu alles manuell einstellen. Darüber hinaus ging man auf Kundenwünsche ein, erklärt Lutzky, und spendierte der Kamera einen schwenkbaren Monitor. Ebenfalls neu auf den Herbstmessen sind insgesamt vier Modelle der Style-Design-Serie. Vom Super-Zoom-Bereich bis zum Touch-Screen ist hier alles vertreten. Das DSLR-Segment darf natürlich nicht fehlen und wird in seiner Gesamtheit (inkl dem neuen 40mm Makro, das sich aufgrund des geringen Gewichts als idealer Reisebegleiter erweist) dem Handel präsentiert.

Nutzen näher bringen

Nikon hat auf der diesjährigen Futura einen größeren Messeauftritt als in den Vorjahren. „Unser Ziel ist es, nicht nur die neuen Produkte, sondern auch die Featu-

res und den Nutzen den Händlern näher zu bringen“, so Lutzky. Intensive Kundengespräche, um das Weihnachtsgeschäft ebenso intensiv vorzubereiten, stehen ebenfalls im Fokus auf der Futura. Dazu gibt es heuer auch mehr Raum für Gespräche mit dem kompletten Verkaufsteam, das täglich vor Ort ist. Wolfgang Lutzky über die Streichung des Sonntages: „Ich finde es schade, dass nicht ein Tag als Publikumsmesse genutzt wird. So könnten wir den Endkunden gleich unsere neuen Produkte vorstellen. Wirklich sehr schade...“

Text: W. Schalko, P. Fußl
Fotos: Nikon
IFA: Halle X19, Stand 200
Futura: Halle 9, Stand 305

AM PUNKT

NEUE KOMPAKTE

Outdoor-Kamera AW100, Projektorkameras S1100PJ und S1200PJ, P7100 mit zahlreichen manuellen Funktionen und schwenkbarem Monitor, vier neue Modelle der Style-Design-Serie.

FÜR SIE VOR ORT

Das gesamte Verkaufsteam steht für intensive Gespräche zur Verfügung.

Monitors and More

Display-Vielfalt

Vom 3D-LED-TV über eine riesige 100 Zoll-Videowall bis hin zu Tablets in acht und zehn Zoll stehen auf dem heurigen Futura-Messestand von Mamit die flachen Bildschirme im Mittelpunkt. Mit dabei hat man aber auch massig Zubehör.

Monitors and More's Hersteller präsentieren ihre Produkthighlights auf der IFA in Berlin und kurz darauf holt Mamit sie zur Futura nach Salzburg. Dort ist man heuer mit einer riesigen Mannschaft vertreten. Im Detail sind dies: Markus König (Geschäftsführer), Michael Strnad (Key Account Manager Retail), Paul Gutschy (Key Account Manager EFH), Manuela Kraus (Einkauf, Produktmarketing), Daniela Kowar (Marketing), Andreas Neumayer (Technikleiter) und Bernhard Neumayer (Marketing).

Highlights

Produkt-Highlights: Im Bereich LED-TV gibt es den 3D-TV von Haier in 46 Zoll mit Metall-Front, der mit einem IF-Award ausgezeichnet wurde, sowie den Dyon LED-TV von 15-24 Zoll mit eingebautem Triple-Tuner. Im Heimkinobereich gibt es den W1200 HighEnd DLP-Beamer sowie den 3D-Projektor W700 von BenQ zu bestaunen. Der Heimkino-Projektor ist „HD ready“ (1.280 x 720p Auflösung) und besticht mit einem hohen Kontrast von 10.000:1 und einer Helligkeit von 2.200 ANSI Lumen.

Epson zeigt unter anderem die neue Steuereinheit ELPCB01, welche ideal für Konferenzräume und Bildungseinrichtungen ist. Die Steuereinheit verfügt über alle Funktionen und Anschlüsse eines EPSON Projektors mit RS232C-Steuerung und sorgt für eine einfache Bedie-

nung und dafür, dass alle Kabel stets an ihrem Platz sind.

Auch professionelle Displays hat man im Messegepäck. So wird Philips Professional TV's Multitouch-Screen in Verwendung demonstriert. Die neuen Modelle der Serien EasySuite (Stand-alone-Geräte mit DVB-T/C), PrimeSuite (Stand-alone und System Hotel-TV mit Uhr), MediaSuite (höchste Konnektivität mit NetTV und IPTV) und Signature (Ambilight-Modelle) von Philips Professional TV haben auch einiges zu bieten. Zusätzlich wird eine 100 (!) Zoll Videowall gezeigt.

Außerdem mit dabei: Im Bereich Hotel-TV die Philips Prime-Suite-Serie, TFT-Monitore wie der AOC Design-LED E2352Pz oder der 3D-Monitor AOC e2352Phz und viele weitere mehr. AOC gab kurz vor den beiden Messen außerdem bekannt, dass ab Anfang 2012 alle Display-Produkte mit stromsparenden, langlebigen LED-Backlights ausgestattet sein werden.

Ebenfalls brandneu und vor allem aktuell (nicht zuletzt durch den riesigen Erfolg des iPads ziemlich trendy) sind Tablets.



In acht und zehn Zoll gibt es die Tablets von Odys, die Mamit auf der Futura zeigt.

Hier zeigt Monitors and More die Tablet-Serie von Odys, wie zB den Xpress, einen 8" Tablet-PC mit Android 2.3 und einem Prozessor von Samsung mit einer Taktrate von 1,2 GHz. Der Xpress verfügt über einen Touchscreen mit LED Hintergrundbeleuchtung und 4GB internen Speicher. Der Odys Xtense ist ein 10,1" Internet-Tablet mit Android 2.2, Touchscreen und LED Hintergrundbeleuchtung. 3G ist optional via Dongle verfügbar.

Produkt-Schwerpunkt

Einen besonderen Produktschwerpunkt legt man bei Monitors and More heuer



Messe-Schwerpunkt bei Mamit liegt auf den Haier LED-TV-Geräten der M350-Serie.

AM PUNKT

HIGHLIGHTS

3D-LED-TVs von Haier, Dyon LED-TVs mit Triple Tuner, Projektoren von Epson und BenQ, Philips Multitouch-Display, AOC TFT-Monitore u.v.m.

MESSE-ANGEBOTE

Heimkino-Setangebote, Präsentations-Tool, Demo-Angebot Haier 3D-TV, tägliche Heimkinoschulung am Messestand



Natürlich auch mit dabei: die neuesten Produkte von Acme.

auf Haier LED-TVs. Gezeigt wird hier unter anderem die Haier M350-Serie, die in 42 und 46 Zoll erhältlich ist. Diese TV-Geräte überzeugen durch eine schicke Metall-Front, eine Bildwiederholungsfrequenz von 200 Hz und sind selbstverständlich 3D-fähig. Den Geräten liegen fünf Brillen für ungeübten 3D-Genuss bei.

Oranges Zubehör

Die „Orangen“ dürfen bei einem Monitors and More-Auftritt nicht mehr fehlen. Deswegen hat Mamit natürlich auch die neuesten Produkte von Acme wie den FM-Transmitter oder verschiedenste Cardreader und anderes Zubehör mit in den Messehallen in Salzburg: „Zubehör – die Butter auf's Brot“, wie Mamit es so schön metaphorisch ausdrückt. Aber wo sie Recht haben, haben sie eben Recht. Zubehör ist und bleibt der Margebringer schlechthin.

Messe-Angebote

Mamit bietet im Rahmen der Futura auch einige spezielle Messeaktionen an. Dazu zählen Heimkino-Setangebote, ein Präsentations-Tool und ein Demo-Angebot eines Haier 3D-TV in 42 Zoll. Darüber hinaus gibt es für die Händler im Rahmen der Heimkino-Qualitätsoffensive in Kooperation mit Sempre Audio täglich direkt am Messestand eine Heimkino-Schulung im eigens eingerichteten 17,5 m² großen Heimkinostudio.

Text: Peter Fußl
Fotos: Hersteller
Futura: Halle 8, Stand 204

Smart vereint neue Technik und bewährtes Bedienkonzept

Der Name ist Programm

Innovativ, vielseitig, anwenderfreundlich – oder kurz gesagt: smart – präsentiert sich das neue Receiver-Line-up, das Key Account Manager Jürgen Höfer in Salzburg näher vorstellen wird.



Hybrid-Flotte: Mit der neuen Receiver-Generation, zu der u.a. das abgebildete Modell Zappix HD+ gehört, bringt smart Webinhalte nutzerfreundlich auf den Flat-TV.

Der heurige Futura-Auftritt von smart electronic soll vor allem für eines sorgen: dem Firmennamen Ehre zu machen. Demgemäß setzt Key Account Manager Jürgen Höfer, der den Fachhändlern an allen drei Messtagen Rede und Antwort stehen wird, den Schwerpunkt auf ORF-zertifizierte Empfangslösungen mit Irdeto Zugangssystem.

Vorgeschmack

Nach positiv absolvierter TÜV-Zertifizierung brachte das Schwarzwälder Digitalunternehmen bereits Anfang August ein praktisches HDTV-Bundle in den Handel: Bestehend aus dem aufnahmefähigen HDTV-Sat-Receiver smart CX20 (PVR-ready) sowie dem smart Irdeto CI-Plus Modul SCAM-IR wird damit auch der Empfang von HD Austria ermöglicht. In die Fußstapfen dieser Empfangseinheit, die als eine der ersten überhaupt nach den neuesten Spezifikationen geprüft worden war, sollen natürlich alle aktuellen Modelle treten – und zusätzlich noch die Welt des WWW auf den Fernsehschirm holen.

Einfach gestalten

Dem aktuellen Trend um die Verschmelzung von TV- und Internetinhalten wird mit der hybriden Receiverserie Rechnung getragen: Auf der Futura gibt's die Modelle VX10, CX10 und Zappix HD+ zu sehen, und natürlich, wie diese

mit dem neuen smartPORTAL webbasierte Mehrwertdienste direkt auf den Flachbildschirm holen. Ob Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, populäre soziale Netzwerke, Nachrichten- oder Informationsdienste oder Videoplattformen – all das bietet das neue smartPORTAL, ohne den Anwender zu überfordern. Denn besonders groß wird der Bedienkomfort geschrieben, für den bei smart die Bezeichnung RAPS (Receiver Automatik Programmierungssystem) steht. Anhand des bereits mehrfach ausgezeichneten Bediensystems wird demonstriert, wie einfach und intuitiv Fernsehen heute sein kann.

Rund ums Bild

Ebenfalls im Messegepäck befinden sich Zubehör-Artikel wie der smartPORTAL WLAN-Stick PX1 oder die Multimedia-Fernbedienung smart SliderX. Darüber hinaus wird ein auf die österreichischen Anforderungen maßgeschneidertes Irdeto CI+ CAM vorgestellt. Mit dem smartmeter C10, das die digitale Messgeräte-Familie komplettiert, gibt es ein weiteres Messe-Highlight. Und Höfer verspricht: „Wir werden aber noch mit einigen anderen Messe-Highlights überraschen und das Interesse beim Fachhandel mit Sicherheit wecken können.“

Text: Wolfgang Schalko
Foto: smart electronic
Futura: Halle 7, Stand 202

Messe-Schwerpunkte liegen auf Vernetzung und 3D

Metz nimmt Maß

Was vergangenes Jahr noch als Testprojekt in den geheimen IFA-Hinterzimmern verborgen wurde, steht diesmal an vorderster Front: Metz springt auf den 3D-Zug auf. Außerdem führt das Metz Media System mit HbbTV zukünftig in die vernetzte Welt. Verpackt findet sich die gesamte Technik im neuen Referenzmodell Primus 55 3D Media twin R.

Mit News an allen Ecken und Enden geht Metz in den Messeherbst: Während Berlin die Bühne für zahlreiche Produktpremierer bildet, präsentiert sich auf der Futura überdies das nun wieder komplette Außendienst-Team. Neben Johannes Gangl, Walter Grusetchi und Hermann Langsenlehner werden in Salzburg auch Vertriebsleiter Robert Trapp sowie Mitarbeiter aus dem Vertriebsinnendienst, dem deutschen Außendienst sowie dem technischen Kundendienst vor Ort sein.

Vollendet

Wie gewohnt hat sich Metz bei der Einführung von 3D- und Hybrid-Geräten einiges an Entwicklungszeit gegönnt – mit dem zu erwartenden Ergebnis, einwandfrei funktionierende Technik bieten zu können. Besonders deutlich wird das bei den neuen Top-Modellen der Primus-Familie mit dem Namenszusatz „3D Media twin R“: Optisch veredelt mit Holz, Glas



Der neue Chorus tritt die Nachfolge des Puros an – in 48 individuellen Varianten.

und Metall sorgt die Metz 3D-Technologie, bei der ein zirkulares Polarisationsverfahren mit passiven Metz 3D-Brillen zusammenspielt, für Kinofeeling im Wohnzimmer – per Tastendruck lassen sich 2D-Fime ebenfalls in 3D konvertieren. Dass das Flaggschiff auch sonst alle Stücke spielt, ist fast schon selbstverständlich: 200 Hz- und LED-Technologie, zwei Triple-Tuner für DVB-C/-T/-S2, 750 GB Digital-Rekorder, zwei CI+- und HD+-kompatible CAM-Einschübe, sämtliche gängigen analogen und digitalen Anschlüsse sowie Funktionen wie USB-Recording und Full-PiP runden die umfassende Ausstattung ab. Zur echten Multimedia-Zentrale wird der Primus durch das neue Metz Media System. Dieses ermöglicht die Wiedergabe von Multimedia-Dateien über einen in die Bedienoberfläche integrierten Media Player. Neben USB-Speichermedien kann via Ethernet auf die Datenspeicher von Notebook, PC, Netzwerkfestplatte (NAS) etc. zugegriffen werden, wofür 20 unterschiedliche Formate unterstützt werden. Ergänzend zu den zahlreichen Streaming-Funktionen (UPnP-AV/DLNA 1.51) bietet das Metz Media System als besonderes Highlight die Möglichkeit, den HbbTV zu nutzen. Sind für die laufende Sendung zusätzliche Inhalte verfügbar, wird dies durch eine Einblendung signalisiert – und per Druck auf den „Red Button“ der Fernbedienung kommen die Hintergrundinformationen direkt auf den Screen. Auch die Mediatheken der TV-Sender können so genutzt werden. Besonders komfortabel: Der Metz Digital-Rekorder lässt sich wahlweise via EPG des TVs oder Programmzeitschrift der HbbTV-Anbieter programmieren. Neben dem Primus werden zukünftig auch die Modelle Sirius, Caleo, Linus und Axio pro mit dem Metz Media System ausgestattet.

Familienzuwachs

In die Fußstapfen des Metz Puros tritt die neue, ab Herbst verfügbare Chorus-Familie. Die Modelle 37 LED 100 Z und 32 LED 100 Z sind mit einem HDTV



Wo Primus 55 3D Media twin R draufsteht, ist geballte Technik drin: Das neue Flaggschiff bietet alles von 3D bis HbbTV.

Triple-Tuner, USB-Recording und Timeshift-Funktion ausgestattet. Richtig individuell wird's mit dem Chorus S „Manufaktur“, dessen Gehäuseform auf der Chorus-Familie basiert: Allerdings kann der Kunde hier sein TV-Gerät aus zwölf verschiedenen Designkombinationen wählen, zusätzlich stehen zwei Bildschirmdiagonalen und zwei unterschiedliche technische Konfigurationen, zB Metz Media System, integrierter 500GB Digital-Rekorder etc., zur Verfügung – macht insgesamt 48 unterschiedliche, ganz persönliche Varianten. Die Einführung dieser innovativen Linie soll im November erfolgen.

Passend zu den Neuheiten wird es im Herbst auch wieder entsprechende Aktionen geben – die Details dazu präsentiert das Metz-Team den Fachhändlern auf der Futura.

AM PUNKT

MESSE-SCHWERPUNKTE

sind 3D und das Metz Media System, das Web-Inhalte auf den TV-Schirm holt.

DER PRIMUS 55 3D MEDIA TWIN R

ist das neue Top-Modell und mit allem ausgestattet, was Metz zu bieten hat.

DIE CHORUS-FAMILIE

folgt auf den Puros und erlaubt dem Kunden 48 individuelle Varianten.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: Metz
IFA: Halle 21, Stand 102
Futura: Halle 8, Stand 303

BESTER SERVICE für unternehmerischen **ERFOLG**



Innovation Strategie
Ausbildung
Ziel
Ausführung
Planung
Lösung Kontrolle
Konzept
Idee
Beratung

ElectronicPartner

Vereinbaren Sie ein persönliches Beratungsgespräch!

Wir freuen uns auf Ihren Anruf unter 02236/90550/102 Frau Helene Müller
oder per e-mail an: hmueller@electronicpartner.at

ElectronicPartner Austria GmbH, IZ NÖ Süd, Straße 2, Objekt M21/1, 2355 Wr. Neudorf

Hochauflösend

Gesellschaftsfähig ...

Musik, nicht als verkrüppelte MP3 oder AAC dargereicht, sondern in hochauflösender Form, und somit qualitativ deutlich besser als auf Audio CD, könnte bald nicht nur eine Nische sein.



Selbst die Kompakt-Systeme, wie hier im Bild jene von Denon, können die hochauflösenden FLAC-Dateien wiedergeben.

Download-Angebote haben sich inzwischen als einer der wesentlichsten Vertriebswege für Musik etabliert. Und zwar weltweit und somit ein – wenngleich mit einigen Fallstricken behaftet – globa-

les Angebot geschaffen. Bislang dominieren allerdings nach wie vor Angebote, die eine Qualität anbieten, die deutlich unter jener der herkömmlichen Audio CD liegen, da es sich um verlustbehaftet komprimierte Daten handelt. Noch!

Wenn es um Downloads von Musik geht, so ist natürlich an erster Stelle Apple zu nennen. Der Apple iTunes Store hat sich in kürzester Zeit zum absoluten Marktführer – weltweit – entwickelt. Inzwischen ist der Apple iTunes Store nicht nur die klare Nummer eins im Bereich der Musik Download-Portale, Apples Online-Store ist auch insgesamt einer der wichtigsten, in manchen Ländern sogar der führende Vertriebsweg von Musik insgesamt.

So verkauft Apple allein online etwa in großen Märkten mehr „Musik“, als landesweit agierende Handelsketten in Summe an klassischen Audio CDs und Downloads unters Volk bringen. Was zunächst von der gebeutelten Musik-Industrie als Ausweg für die eigene Misere angesehen wurde, hat sich längst ins Gegenteil verkehrt. Der ehemals als Retter gefeierte Steve Jobs, CEO von Apple, wurde mit seinem Apple iTunes Store derart mächtig, dass nun Apple zumeist die Spielregeln vorgibt, denen sich die ehemals so mächtige Musik-Industrie unterzuordnen hat. Die Querelen zwischen Apple und Musik-Industrie interessieren uns nun aber nur am Rande. Dies sei nur angeführt, um zu verdeutlichen, welch immenser Markt hier in den letzten Jah-

AM PUNKT

FLAC

steht für Free Lossless Audio Codec und entwickelt sich immer mehr zur Alternative von MP3 und Co.

IM KOMMEN

Mehr und mehr Online-Anbieter setzen auf dieses Format und bieten Musik in sogenannter Studio Master Qualität an, die deutlich besser als Audio CD ist.

ren entstanden ist. Dementsprechend mannigfaltig ist auch das Angebot im iTunes Store. Allerdings muss man klar sagen, dass das, was man bei Apple online erwirbt, aus qualitativer Sicht ein absoluter Rückschritt zur aus dieser Perspektive ebenfalls nicht unumstrittenen Audio CD ist. Denn während wir uns mit der CD-Qualität und somit 16 Bit und 44,1 kHz halbwegs angefreundet haben, werden bei Apple Audio-Daten im so genannten AAC-Format und somit einem verlustbehafteten Datenformat angeboten. Dies weist zwar nicht so drastische Einbußen auf, wie etwa das MP3-Format, Unterschiede zum „Original“ sind aber dennoch mal mehr, mal weniger klar hörbar.

Noch in der Nische

Und es gibt längst Alternativen, die derzeit zwar noch eine kleine Nische darstellen, sehr bald aber auch für einen breiten Markt interessant sein könnten. So betreten in den letzten Monaten einige Anbieter den virtuellen Marktplatz, die mit allen bislang im Online-Handel von Musik geltenden Regeln brechen. Hier wird Musik nicht in begrenzter, sondern deutlich besserer Qualität angeboten, es wird auf ein offenes, von keinem Unternehmen mit Lizenzgebühren behaftetes Format gesetzt, das zudem über keinerlei Kopierschutz-Mechanismen und somit Einschränkungen verfügt.

Die Rede ist von so genannten FLACs, also Daten, die im FLAC-Format, dem Free Lossless Audio Codec angeboten werden. Und zwar nicht allein in „CD-Qualität“, sondern mitunter deutlicher besser, etwa mit einer Auflösung von 24 Bit und 96 kHz oder sogar 24 Bit und 192 kHz. Man spricht hier von so genannter Studio Master Qualität, denn erstmals erhält hier der Kunde die Möglichkeit, Musik in genau jener Qualität zu kaufen, wie sie im Tonstudio produziert wurde. Auf Grund dieser Tatsache gerät selbst das Weltbild audiophiler Anwender ins Wanken, die bislang allein auf Schallplatte schworen und CDs als Teufelszeug ansahen.

Uneingeschränkt

Wer nun denkt, dies sei ein sehr eingeschränktes Angebot, das sich allein an eine kleine Schar von Klangfanatikern richtet, der irrt gewaltig. Einerseits wächst das Angebot derzeit geradezu explosionsartig. So gibt es immer mehr Anbieter, zum anderen gelang es etwa der US-amerikanischen Plattform HDtracks.com, eine umfassende Zusammenarbeit mit dem Musik-



Klein, aber oho: Auch die Kleinen von Sony spielen den hochauflösenden Sound ab.

Giganten Warner Music abzuschließen und somit auf einen immens vielseitigen und großen Katalog zuzugreifen. Und dies dürfte nur ein Vorgeschmack dessen sein, was in den nächsten Monaten passiert. Denn wie bereits erwähnt ist die Musik-Industrie durchaus auf der Suche nach Alternativen zum derzeit den Markt völlig dominierenden Apple iTunes Store.

Interessant ist vor allem, dass die gebotene deutlich höhere Qualität sich zumeist in keinsten Weise auf den Preis niederschlägt. So werden hochauflösende Daten im FLAC-Format bei den meisten Anbietern zum gleichen, teils sogar günstigeren Preis als die Audio CD angeboten. Um nochmals ausdrücklich darauf hinzuweisen: natürlich ohne irgendwelche Einschränkungen, inklusive Cover-Artwork und mitunter ausführlichem Booklet im PDF-Format.

Standard-Ausstattung

Auch die Welt der Unterhaltungs-Elektronik ist längst auf dieses neue Angebot vorbereitet. Und zwar keineswegs nur im kostspieligen High-end-Segment. Mit der Verflechtung der Unterhaltungs-Elektronik mit der Welt der IT gehört Streaming, die Integration von Speichermedien und mobilen Devices zur Standard-Ausstattung, selbst im mittleren und sogar unteren Preissegment. So stehen nicht nur günstige Audio-Streaming-Lösungen zur Verfügung, die selbstverständlich auch Daten im FLAC-Format abspielen können, sondern auch kompakte Audio-Systeme, AV-Receiver, Blu-ray-Player, ja

selbst so mancher Fernseher versteht sich auf die Wiedergabe dieses Formats, wenngleich die praktische Bedeutung in diesem Fall eher gleich Null ist. Und für alle Geräte, die es nicht können, gibt's für jedes Betriebssystem kostenlose Werkzeuge, die eine Konvertierung in jedes andere Format gestatten.

Natürlich gilt auch hier, dass die tatsächliche Qualität durch alle Bestandteile einer Kette bestimmt werden. Wer also wirklich das Optimum aus hochauflösenden Daten im FLAC-Format kitzeln möchte, der wird auf ein entsprechend hochwertiges HiFi-System setzen müssen. Dann kann man tatsächlich nachvollziehen, warum hochauflösende Daten als Studio Master bezeichnet werden. Auf Grund der Auflösung, der Details und Dynamik wird man rasch verstehen, dass Musik als MP3, AAC, ja selbst in Form der Audio CD nicht der Weisheit letzter Schluss war ...

Weitere Informationen

Mehr zum Thema FLAC, den stetig wachsenden Download-Angeboten in Studio Master-Qualität sowie Streaming-, HiFi- und AV-Systemen, die auch mit diesem Format umgehen können, lesen Sie natürlich in bewährter Weise auf www.sempr-audio.at.

Text: Michael Holzinger
Fotos: Hersteller
Info: www.sempr-audio.at

Elfogro

Nachhaltig und trendy

Der Distributor folgt einigen Trends und präsentiert dazu passende Produkte auf der Futura. Im Bereich mobility sind dies etwa Micro HDMI-Kabel, zum Thema Nachhaltigkeit LED-Leuchtmittel. Aber die Kärntner haben noch viel mehr im Messe-Gepäck.

Bei Elfogro trägt man Trends Rechnung. Und das ist auch gut so. Denn man zeigt unter dem Motto „Emotion in Motion“ auf der Futura alles Nötige, um mobile Hardware zu verbinden, zu schützen und zu chargen. Der Trend richtet sich eindeutig in Richtung mobility, somit wird es immer wesentlicher, unsere Emotionen auch in den mobilen Bereich und mit mobiler Hardware zu verbinden, heißt es zu diesem Thema von den Kärntnern.

Um in diese Kerbe zu schlagen, präsentiert Elfogro unter anderem die Micro HDMI-Kabel von Profigold. Wichtig sind diese Verbindungsstücke, da bereits die ersten Handys im Handel erhältlich sind, die in HD-Qualität aufzeichnen und wiedergeben können. Mit einem Micro HD-Kabel kann man dann zB Videos und Fotos direkt am heimischen TV genießen.

Weitere Highlights

Einem weiteren Trend folgend hat Elfogro natürlich auch LED-Leuchtmittel wie die von Aurora mit im Gepäck. Denn nie war das Energiesparen mehr Thema und wichtiger denn heute. Passend dazu wird auch ein eigens erstellter Kostenrechner für den Endkonsumenten präsentiert, der die Zeit der Amortisierung von LED-Leuchtmitteln ab dem Kaufdatum errechnet – praktisch und als Verkaufsargument äußerst sinnvoll. Ebenfalls mit in Salzburg sind Flat TV-Wandhalterungen, die man am besten gleich mit einem neuen Fernsehgerät mitverkauft.

AM PUNKT

PRODUKT-HIGHLIGHTS

Micro HDMI-Kabel von Profigold, Aurora LED-Leuchtmittel, Flat TV-Wandhalterungen, Led Lenser H14 Outdoor-Lampe

SPEZIELLE MESSE-AKTIONEN

Präsentation eines LED-Kostenrechners, attraktive Preise winken von Mr. Energizer, der mit einem virtuellen Glücksrad unterwegs ist.



1 Margenbringer Wandhalterungen (im Bild von Jolly Line): Am besten gleich zum neuen Fernsehgerät dazuverkaufen.



2 Die Led Lenser H14 ist die beste Wahl für alle Outdoor-Aktivitäten.



3 Micro HDMI-Kabel werden angesichts der Tatsache, dass immer mehr Handys HD-fähig sind, immer wichtiger. Elfogro hat hier passende von Profigold im Angebot.

Für draußen

Die Outdoor-Stirnlampe Led Lenser H14 ist ein praktischer Allrounder und die beste Wahl für alle Outdoor-Aktivitäten. Dank ihres intelligenten Befestigungssystems ist es nämlich möglich, den Lampenkopf vom Stirnband zu lösen und zum Beispiel am Gürtel zu tragen. Eine im Lieferumfang enthaltene Universalhalterung eröffnet darüber hinaus ein breites Spektrum an Einsatz- und Befestigungsmöglichkeiten, die man nicht mehr missen möchte, ist man einmal auf den Geschmack gekommen.

Messe-Aktionen

Wie schon im vergangenen Jahr wird auch heuer wieder Mr. Energizer am Freitag und am Samstag mit dem virtuellen Glücksrad unterwegs sein. Hier können

die Kunden von Elfogro attraktive Preise gewinnen.

Für Sie vor Ort

Für ausführliche Gespräche wird am Elfogro-Messestand das gesamte Außendienst-Team zur Verfügung stehen. Aber auch Auftragsbearbeitung, Einkauf und der Inhaber persönlich sind für Sie da. Im Detail sind vor Ort: Günter Fischer – Inhaber (Fr und Sa), Mario Knapp – Vertriebsleiter und Außendienst für Verkaufsgebiet Salzburg (Do bis Sa), Klaus Pukl – Außendienst für Verkaufsgebiet Wien, Niederösterreich und das nördliche Burgenland (Do bis Sa), Christian Rachinger – Außendienst für Verkaufsgebiet Oberösterreich (Do bis Sa), Richard Lorenz – Außendienst für Kärnten, das südliche Salzburg, Tirol und Vorarlberg (Do bis Sa), Diana Holzer – Auftragsbearbeitung (Do bis Sa) und Thomas Valentitsch – Einkauf (Do bis Sa).

Text: Peter Fußl
Fotos: Hersteller
Futura: Halle 5, Stand 303

MULTIMEDIA

AustriaSat startet mit HD Austria

Volles Programm

Für das Vermarktungs-Team war der Sommer definitiv heiß, galt es doch, Hersteller, Content-Provider und Handel ins HD-Boot zu holen. Auf der Futura wird gezeigt, was die FH-Partner davon haben.



HD Austria ist on Air. – Alle Details gibt's auf der Futura.

Für Olaf Castritius, Vice President M7 Group, und sein hiesiges Team, angeführt von Eviso Austria-GF Martijn van Hout und Neo-Channel Manager Gerhard Grill, ist der Futura-Schwerpunkt nicht allzu schwierig zu finden: der Start von HD Austria. Seit Anfang September sind die beliebtesten deutschen Privatsender in High Definition verfügbar – wie schon das SD-Angebot AustriaSat (das natürlich weiterhin bestehen bleibt) einfach und unkompliziert via ORF-Karte.

Wie es funktioniert

Auf der Futura geht es in erster Linie darum, die bereits während der Sommermonate begonnene Arbeit konsequent fortzuführen: den Fachhandel mit allen Details vertraut und sicher im Verkauf zu machen. Das beginnt bei den technischen Voraussetzungen – digitale Sat-Anlage, HD-Fernseher, ORF Digital-Karte der neuen Generation (ICE) – und der Registrierung für HD Austria über das Webportal www.hdaustria.at (wo auch der Handel Informationen findet) und reicht bis zur Präsentation der geeigneten Empfangsgeräte.

Der Kunde benötigt entweder einen HD Austria-fähigen Receiver, ein HD Austria-fähiges Irdeto CI+ Modul für HD-Fernseher mit integriertem DVB-S2-Tuner und CI+ Slot oder ein HD Austria-fähiges Irdeto CI+ Modul in Verbindung mit einem HD-Sat-Receiver mit CI+ Slot. Für all diese Varianten standen bereits Mitte August ORF-zertifizierte Geräte zur Verfügung, und wenn man den Blick auf die Ankündigungen der Hersteller richtet, darf hier mit zahlreichen Neuheiten gerechnet werden.

Während den Konsumenten beim Kauf lizenzierter Hardware drei Monate HD Austria gratis winken, kommt auch der Handel nicht zu kurz: Am Messestand werden die Marketingkampagnen für den Herbst präsentiert – definitiv eine gute Gelegenheit, gleich beim Futura-Gewinnspiel mitzumachen.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: AustriaSat
Futura: Halle 7, Stand 103

TDX Kopfstationen.

Einfach neu.
Einfach anders.
Einfach besser.

Sind Sie bereit für die Technik, die alles auf den Kopf stellt: TDX revolutioniert die Kopfstation.

Mit der TDX-Pool-Technologie sind Ein- und Ausgangsmodule voneinander unabhängig. Sie können jedes Eingangssignal jedem und mehreren Ausgangsmodulen zuweisen. So wird die Planung, die Konfiguration und die Installation bis hin zur Wartung unglaublich schnell und einfach. Erwarten Sie mit Spannung die Technik, die alles auf den Kopf stellt: Zukunft ist programmierbar mit TDX von TRIAX.

www.triax-tdx.at

Messeneuheit!
Live-Präsentation
auf der Futura 2011

Alle TRIAX - HIRSCHMANN
Digital- und HDTV-Neuheiten
am Messestand 203 in Halle 7

Z. B. HD-Austria Receiver S-92

Triax Austria GmbH
www.triax.at

Philips

Aus eins mach zwei

Die Ausgliederung der Philips-TV-Sparte sorgte vor Kurzem für ein wenig Unruhe. Doch Philips beweist auf der IFA und der Futura mit zahlreichen innovativen Produkten, dass man sich keine Sorgen machen muss.

Sowohl auf der IFA als auch auf der Futura setzt Philips im TV-Bereich einen Schwerpunkt auf 3D. So zeigt man zwei Wege zur dritten Dimension: 3D MAX (aktiv) und EASY 3D (passiv). Vorgestellt werden auch 3D-Brillen mit Korrekturgläsern, die das 3D-Erlebnis für Brillenträger deutlich komfortabler gestalten. Ebenfalls ein Schwerpunkt im Bereich TV ist Smart TV. Hierzu zählen die bekannten vier Bausteine Program, Simply Share, Net TV und Control.

Die 21:9 TVs sind obendrein „bestes Beispiel dafür, wie man Fernsehen mit Online-Nutzung kombinieren kann“, ist Martin Bardeleben, Philips CL-Chef überzeugt. In Österreich gibt es konstante oder leicht steigende Fernsehnutzungszeiten. Die Internetnutzung steigt extrem. Da der Tag nicht kürzer wird, wird eben parallel geschaut. Und genau dies ermöglichen die 21:9-Modelle: In 16:9 Full-HD fernsehen, daneben im Internet surfen. Bei den 9706er Modellen hat Philips durch den „Moth Eye-Filter“ es geschafft, keine Reflexionen mehr am Schirm zu haben. Darüber hinaus gibt es noch andere Bildverbesserungstechnologien wie LED Pro und Bright Pro für „das schwär-

zeste Schwarz und das weißeste Weiß“ in den neuen TV-Geräten. Davon kann man sich auch auf den beiden Messen live überzeugen. Weiteres cooles Feature bei Philips TVs ist das Two Player Full Screen Gaming. Durch diese Technologie wird ein Split-Screen auf den gesamten Bildschirm hochgerechnet und zwei Spieler sehen nur das für sie bestimmte Bild – dafür aber auf der ganzen Fläche. Das TV-Geschäft wird sowohl auf der IFA als auch auf der Futura gemeinsam (also von TPV und Philips CL) präsentiert.

Audio und alles andere

Natürlich hat Philips nicht nur Fernseher im Messegepäck. Ein Highlight abseits der TVs stellt Audio dar. „Dieses Segment bietet unheimliche Chancen – sowohl in Verbindung mit TV als auch stand-alone als klassische Audioprodukte, und die Margen für den FH sind auch exzellent“, meint Bardeleben dazu. Gezeigt werden in diesem Bereich Streamium, Docking-Stationen (ua mit Airplay und erstmals auch für Android), der Android-Mediaplayer GoGear Connect, der mediaplayer HMP5000 mit WLAN sowie Digitalradios (DAB+). Auch mit dabei: Kopfhörer

in unterschiedlichsten Ausführungen (vom Design-Headphone über Sport bis hin zu Pop-Art) und Telefone, mit denen man mit nur einem Gerät alle Handy- und Festnetzgespräche führen kann.

Im Oktober wird es in Österreich eine Schulungstour geben. Details dazu sind noch nicht bekannt, sind – wenn verfügbar – aber in bewährter Art und Weise auf www.elektro.at zu finden.

Text: Peter Fußl

Fotos: Philips

IFA: Halle 22, Stand 101 | Philips

O'Neill: Sommergarten SOM/F70

Futura: Halle 8, Stand 102



Mit den 21:9 TVs kann man 16:9 Full-HD sehen und daneben zB im Internet surfen.

NEUES VON TPV

Im April ließ Philips aufhorchen: Man gab die Pläne zur Ausgliederung der TV-Sparte in ein Joint Venture mit TPV bekannt – E&W berichtete. Mittlerweile gibt es einige neue Informationen dazu. Die Neuausrichtung von Philips TV/TPV und Philips CL hat begonnen. „Die beiden Unternehmen werden gerade formiert – mit geplanten Besetzungen“, so Martin Bardeleben, CL-Chef von Philips, im Gespräch mit E&W. Als Geschäftsführer der neuen TP Vision GmbH mit Sitz in Wien (im selben Gebäude wie Philips) ist Johann Fritz geplant. „Wir sind jetzt gerade dabei, beide Unternehmen auszurichten und die Besetzung zu machen, sodass wir sehr schnell auch für den Handel und unsere

Partner Sicherheit geben können, wie wir uns eigentlich neu aufstellen“, so Bardeleben weiter.

Das Joint Venture wird in zwei Phasen im Markt positioniert: Mit 1. Oktober wird die operative Gründung angestrebt. Zum 1. Jänner 2012 wird TP Vision als eigenständiges Unternehmen im Markt agieren. Das bedeutet, dass es zum Jahreswechsel dann zwei Ansprechpartner für alle Belange (egal ob Rechnungen, Service etc) gibt: TP Vision für TV und Philips CL für den Rest. Ab 2012 gibt es im Vertrieb insgesamt drei Ansprechpartner. Je einen für TV, Kleingeräte/Espresso und Lifestyle Entertainment (Audio, Video, MM und Accessories).



Im Audio-Bereich ist Philips zB mit dem Streamium-System gut aufgestellt.

ORS auf der Futura: News in Sachen Rundfunk

Standard-Fragen

Der digitale Rundfunk hat mit dem Start von HD Austria wieder ordentlich Fahrt aufgenommen. Im Herbst wird ORF 3 on Air gehen und der Kartentausch vollzogen. Für 2012 steht das Digitale Radio in den Startlöchern – viele Themen also, die auf der Futura behandelt werden.

Am Messestand der ORS wird sich neben dem Team der Sendetechnik-Spezialisten auch ORF Digital präsentieren. Denn mit dem – bekanntermaßen bereits seit einiger Zeit im Raum stehenden – Kartentausch wird es im Herbst nun ernst. Auf der Futura wird der Fachhandel mit allen relevanten Informationen und Details versorgt, schließlich muss im Rahmen dieses Projekts wohl mit der einen oder anderen Kundenanfrage gerechnet werden.

Fernseh-Technisches

Mit dem Start von HD Austria sind natürlich die Zertifizierungs-Richtlinien der ORS wieder ins Zentrum gerückt. Während des Sommers kamen die ersten Endgeräte in den Handel, sowohl Irdeto-embedded als auch mit CI+ Modulen – und damit die Frage, was funktioniert bzw welche Kombinationen zulässig sind, auf. Fakt ist, dass die aktuelle Version der Guideline die bisherige mit 1. März 2011 ersetzt hat (wobei von 1. Dezember 2010 bis 28. Februar 2011 wahlweise nach der alten oder nach der neuen Guideline eine Zertifizierung erfolgen konnte). Die wesentlichen Neuerungen der nun geltenden Guideline sind:

- Das alte Verschlüsselungssystem Cryptoworks wird durch das Nachfolgesystem Irdeto ersetzt
- Es werden nur noch HDTV-Boxen unterstützt
- Gemäß den Anforderungen der Content-Provider wurde hinsichtlich der Wiedergabe und Aufzeichnung von HDTV-Inhalten ein System zur Content Protection integriert
- Es ist ein Mechanismus für das Kanallisten-Management vorgesehen (LCN)

Besonderes Augenmerk liegt auf dem Empfang via CI+ Modul und ORF-Karte, denn durch die steigende Verbreitung von ID-TVs rechnen Lieferanten und Programmanbieter hier mit deutlich höherer Nachfrage als bisher.

Programm-Vielfalt

Mittlerweile dürfte zwar hinlänglich bekannt sein, dass der neue Spartensender ORF III im Herbst starten soll. Die ORS wird den Kanal via Satellit, über DVB-T MUX B sowie in den Kabelnetzen übertragen. Wichtig für den Sat-Empfang: Zwar wird ORF III auf der bisherigen Frequenz von TW1 bleiben und als 24-Stunden-Programm on Air gehen, im Unterschied dazu wird ORF III aber verschlüsselt ausgestrahlt werden (Senderschleife notwendig).

Als weiteren Schwerpunkt demonstriert die ORS das Thema Digitales Radio (DAB+). Was bei unseren deutschen Nachbarn seit kurzem Realität ist, geht hierzulande erst in den Testbetrieb. DAB+, das höhere Programmvielfalt und ergänzende Services ermöglicht, soll als Zusatzangebot zum UKW-Standard etabliert werden – der Testbetrieb startet im Frühjahr 2012 am Kahlenberg.

Natürlich trägt der Futura-Auftritt auch dem neuen Erscheinungsbild der ORS und ihrer Strategie 2015 Rechnung. Diese wurde aufgrund des kontinuierlichen technologischen Wandels entwickelt – und der neuen Kundenbedürfnisse



Das neue ORS-Logo symbolisiert die Dynamik, für die Projekte wie DAB+ sorgen.

durch die Konvergenz der Medien, Netze und Endgeräte sowie die Verschmelzung von klassischem Fernsehen und Internet. Der Wunsch nach zeitlich und örtlich flexiblem Medienkonsum stellt auch die ORS vor neue Herausforderungen.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: ORS
Futura: Halle 7, Stand 302

WISI

HD Austria Receiver

- ▶ Irdeto-Secure Entschlüsselungssystem
- ▶ TÜV geprüft
- ▶ 3 Monate HD Austria gratis

OR 196

OR 605+

HD Austria HD Austria HD PULS HD

Wilhelm Sihn Jr. & Co GesmbH
Pfarrgasse 79, A-1230 Wien
Email: verkauf@wisi.at
Tel.: 01/616 34 12, Fax: 01/616 34 12 20

www.wisi.at

Sharp

Und die Größe zählt also doch

Denn die neuen Aquos Quattron 3D-Modelle werden auf der IFA und der Futura in nie da gewesener Größe gezeigt. Aber auch in Sachen Qualität hat sich viel getan. Obendrauf gibt es dann noch mit HiFi-Anlagen und Soundbars was auf die Ohren.

Sharp zeigt sowohl auf der IFA als auch auf der Futura alle wesentlichen Produktbereiche, sprich: LCD/LED-TVs, Audio/Video, Dampfgarer/Mikrowelle sowie Kühl-Gefrierkombinationen.

Herbert Windisch, Vertriebsleiter bei Sharp Österreich, ist für die Händler während der gesamten Futura mit den vier Gebietsverkaufsleitern und dem Vertriebsinnendienst vor Ort. Personell gibt es keine Veränderungen zum Vorjahr. Als Messe-Special gibt es LCD-Serviceschulungen für die Autorisierung zum Service-Partner. Messeaktionen werden für alle Vertriebskanäle angeboten.

TV und Monitore

Die Aquos Quattron 3D-TVs der LE830E Serie sind das klare Highlight von Sharp, denn sie werden in nie da gewesener Größe und Qualität präsentiert. So kann man sich von den Modellen in 52 und 60 Zoll live und in Farbe überzeugen. Die verbesserte Quattron-Technologie sorgt darüber hinaus für gestochen scharfe Bilder und natürliche Farben – sowohl in 2D als auch in 3D. Darüber hinaus bieten sie die Möglichkeit zu skypen (zertifizierte Kamera vorausgesetzt) und im Internet zu surfen. Die Aquos LCD-Fernseher helfen auch beim Energiesparen, denn sie sind mit Energieeffizienzklasse A ausgezeichnet.

Ebenfalls mit auf den Messeständen sind die TVs der Aquos Serie LE630E, LE632E (ausgestattet mit zahlreichen



Im Bereich UE zählen die neuen Aquos Quattron 3D-TVs zu den Highlights von Sharp. Und was hier aussieht wie ein „schwarzer Strich“, ist die flachste Soundbar der Welt.

Multimedia-Features und im Falle der LE632E mit Triple-Tuner) in 32 und 40 Zoll sowie der LE430E Serie in 19, 22, 26 und 32 Zoll – ideale Zweit- oder Drittgeräte. Im Bereich der Monitore wird unter anderem der PN-V601 mit extrem schmalem Rahmen präsentiert.

Audio

Mit dem XL-HF201PH zeigt man ein HiFi-Stereosystem, das Musik auch von iPhone und iPod abspielt. Neu ist die Möglichkeit, ein iPad mittels passendem iPad-Stand anzudocken. Somit ist es nun egal, auf welchem mobilen Endgerät man seine Musikbibliothek abgespeichert hat, mit dieser Anlage kann man sie in HiFi-Klangqualität genießen. Und noch einen Vorteil gibt es: Sind iPod oder Co. mit der Anlage verbunden, werden die Akkus aufgeladen. Mit insgesamt 100 Watt Ausgangsleistung bietet die XL-HF201PH satten Sound zu einem attraktiven Preis von 279 Euro (UVP).

Die flachste Fernseher-Soundbar der Welt stammt von Sharp. Sie glänzt mit nur 26 mm Höhe, lässt sich so unauffällig in jedes Wohnzimmer integrieren und darf auf den Messen natürlich nicht fehlen. In Kombination mit dem aktiven Subwoofer verbessern die schwarzen 2.1

Audiosysteme HT-SL70 und HT-SL50 das Hörerlebnis. Durch ein flexibles Stecksystem kann sich die Soundbar HT-SL70 an TV-Geräte von 46 bis 55 Zoll anpassen und horizontal/vertikal aufgestellt werden. Der UVP liegt bei 249 Euro (HT-SL50) bzw 349 Euro (HT-SL70).

Weißer Ware

Selbstverständlich hat Sharp auch die Produktneuheiten im Bereich der Weißware mit in Berlin und Salzburg. Gezeigt werden mit den SJ-WS360T und SJ-WS320T Kühlschränke in der Premium-Liga, die mit der Dual Swing Türöffnung ausgestattet sind. Die zweitürigen Bottom-Freezer sind natürlich A++, kühlen gleichmäßig und verfügen über umfassende Kühlraumhygiene. Die viertürigen Kühl-Gefrierkombinationen der SJ-F800SP Serie glänzen durch puristisches Design, Plasmacluster-Technologie und Funktionen wie „No Frost“ oder „Urlaubsmodus“. Auch der 3-in-1-Dampfgarer AX-1100, der Dampfgar-, Grill- und Mikrowellengerät vereint, darf natürlich nicht fehlen.

Text: Peter Fußl
Fotos: Sharp
IFA: Halle 18, Stand 102
Futura: Halle 9, Stand 207

AM PUNKT

MESSE-HIGHLIGHTS

TV: Aquos Quattron 3D-TVs der LE830E-Serie in 52 und 60 Zoll

Monitor: PN-V601 mit extrem schmalem Rahmen

Audio: HiFi-Stereosystem XL-HF201PH, Soundbars HT-SL70 und HT-SL50

WW: Kühlschränke und Steamwave

Hama

Das richtige Zubehör für alles

Der Messestand auf der Futura ist heuer noch größer. Gezeigt werden nämlich News und Highlights aus den unterschiedlichsten Produktbereichen, vom Smartphone über die Astra-Umstellung bis hin zu Internet- und 3D-TV und noch viel, viel mehr.

Aufgrund des großen Erfolges vom vergangenen Jahr hat Zubehörspezialist Hama den diesjährigen Futura-Messestand auf satte 279 m² vergrößert, um der Fülle an unterschiedlichen Produkten aus allen Bereichen gerecht zu werden.

News und Highlights

Als Zubehörlieferant ist Hama auch dieses Jahr wieder mit zahlreichen Produkt-Highlights in den unterschiedlichsten Bereichen präsent. Gezeigt wird von „Alles rund um Apple und Smartphone-Zubehör“ über „Lösungen für die Astra Umstellung“ bis hin zu „TV goes online und 3D“ sowie das Xavax-Sortiment. Weitere Bereiche und Konzepte wie Games, Foto oder Telekom sind natürlich auch vertreten.

Zu den Produkt-Highlights zählen in diesen Bereichen die Hama Gaming-Maus „uRage evo.“ und die EX3D Polfilterbrillen mit Masterimage und RealD-Zertifizierung.

Der Umwelt zuliebe

Ein wichtiges Thema auf dem Hama-Messestand ist Energiesparen und Umwelt. Präsentiert wird hier eine Live-Demo von einem Modellhaus, wo aktives Energiesparen durch die Xavax Green Eco-Serie demonstriert wird. Auch die Hama „Eco Line“ Kabel-Serie, bei der Kabel samt Verpackung komplett recyclebar sind, darf nicht fehlen. Zum Thema Umwelt werden darüber hinaus auch die Handytaschen „Liquid Wood“ aus Flüssigholz gezeigt, die ebenso vollständig recycle- und kompostierbar sind.

Es gibt auch heuer wieder zahlreiche Messeaktionen und -konzepte aus unterschiedlichen Produktbereichen. Nähere Details dazu waren bis Redaktionsschluss aber noch nicht bekannt.

Schulungen

„Die Themen Schulungen und Roadshow sind uns nach wie vor sehr wichtig.



- 1 Die Gaming-Maus „uRage evo.“
- 2 Die „Eco Line“ Kabelserie
- 3 „EX3D 5002“ Polfilterbrille mit Masterimage und RealD-Zertifizierung



Durch die immer höheren Ansprüche der Konsumenten muss der Verkäufer vor Ort heute ein enormes Wissen aufweisen. Dies geht natürlich nur durch Schulungen und Fortbildungen – und das nicht nur bei der Hardware, sondern besonders beim Zubehör“ ist Hama überzeugt. Auch hier hat man die passende Lösung mit auf der Futura: Der zuständige Mitarbeiter, Herr Tomarchio, ist während der Messe am Hama-Stand und informiert gerne über die verschiedenen Konzepte der Firma.

Richtig informiert

Geschäftsführer Kurt Böhm wird grundsätzlich an allen Messetagen mit dem gesamten Außendienst-Team sowie den Verkaufsleitern Alexander Thyri und Mario Schwarz sowie Fachhandels Key-Account-Manager Klaus Reissig vor Ort sein. Zusätzlich wurde das Fachhandels-team durch Daniel Bernhard verstärkt, der in weiterer Folge die Bundesländer Oberösterreich und Salzburg betreut. Dieser wird auch von Donnerstag bis Samstag für die Händler zur Verfügung stehen.

Text: Peter Fußl
Fotos: Hama
IFA: Halle 10.2, Stand 101
Futura: Halle 6, Stand 213

HUMAX

SCHWAIGER

WebTube HD
Internet on HDTV

CAVEL
Special Edition
since 1989

JMB
systems

global in vacom
Computing the future

supercam

TONNA

GSS
Grundig SAT System

Televes

Wir freuen uns auf Ihren Besuch:
FUTURA 2011
Messezentrum Salzburg
15.-17.09.2011
Halle 7, Stand 308

Strobl Ges.m.b.H.
Katzmoosstraße 26
5161 Elixhausen
www.estro.at

estro
multimedia solutions

Besuch im Varta-Werk in Dischingen

„Wenn Strom durch den Verbraucher fließt ...“

... dann freut das Wolfgang Puin enorm. Das liegt aber letztlich daran, dass der Varta-Qualitätsleiter dabei nicht wie wir kurzfristig geschockten Fachjournalisten an vom Strom gebeutelte Konsumenten dachte. Varta lud ein paar Schreiberlinge zu einem Besuch in die Europazentrale und in das Batteriewerk, und dort erfuhren wir nicht nur eine Menge über das Phänomen Rundzelle, sondern auch über den groß angelegten Varta-Relaunch sowie über das jüngste Varta-Kind ...

Unser Besuch im Varta Batteriewerk Dischingen bzw in der Europazentrale in Ellwangen war äußerst interessant und lehrreich. Vor allem für jene unter uns, die bei dem Gedanken an eine Batterie eine Kartoffel mit zwei Drähten vor ihrem geistigen Auge hatten und bei AA an eine genormte BH-Größe dachten.

Das Batteriewerk Dischingen hat eine Kapazität von rund einer Milliarde Rundzellen jährlich, die im siebentägigen Dreischichtbetrieb produziert werden. Akkus stellt Varta Deutschland selbst nicht her, diese werden zugekauft und verpackt. Das Verhältnis von Rundzellen-Herstellung und Verpackung beträgt im Werk rund 50:50. Für die unterschiedlichsten Verpackungsformen wie zum Beispiel Blister, Folien, Trays oder Multiblister hat Varta allein in Dischingen 14 verschiedene Produktionslinien. Im Werk herrscht heute ein großer Automatisierungsgrad, um die Fehlerrate so gering wie möglich zu halten. Das bedeutet natürlich auch, dass die Mitarbeiterzahl in den letzten Jahren gesunken ist. Vor fünf Jahren waren es noch 500 Mitarbeiter, heute sind es in der Fertigung nur mehr rund 220. Trotzdem ist Varta in der Gegend um Dischingen noch immer einer der größten Arbeitgeber.

Die Innovation

„Für die meisten unter uns sind Batterien unattraktive Alltagsprodukte, aber eigentlich sind es technische Wunderwerke mit viel Know-how“, erklärte Puin. Und seit Kurzem steckt davon noch viel mehr in den kleinen Varta-Rundzellen, denn die Entwickler haben es geschafft, die Batterien noch leistungsfähiger zu machen. Das Geheimnis ist, neben kleineren Bauteilen und optimierten Inhaltsstoffen, folgende Entwicklung: Das Elektrolyt wird unter Vakuum in die Batterie gefüllt, sodass

noch mehr von der stromleitenden Flüssigkeit aufgenommen wird. Diese Innovation bewirkt eine immense Leistungssteigerung, allein die neue AA High Energy bringt um 23% mehr Leistung als die AA Varta Simply Alkaline, die AA Max Tech erreicht plus 130% in Digital Kameras. Dieser Vorsprung wird natürlich auf den Varta-Verpackungen kommuniziert, womit das große Thema Relaunch 2011 angesprochen wäre.

Der Relaunch

Der Varta Design-Relaunch wird also eines der großen Themen auf der Futura sein. Er umfasst das neue Produkt- sowie Verpackungsdesign, neu gestaltete POS-Lösungen, und das Ziel ist eine noch bessere Verbraucherorientierung. Zum neuen Verpackungsdesign erklärt Trade Marketing Manager Batterien DACH Mark Munz: „Es ist nicht viel Platz auf unseren Blistern und trotzdem müssen wir die ganze Botschaft darauf unterbringen. Die Kommunikation auf den neuen Batterie-Verpackungen ist nun also noch aggressiver und gezielter. Zwecks Optimierung wurden auch Neuromarketing-Tools angewandt.“ Zu den optischen Neuerungen auf den Blistern gehören unter anderem der vergrößerte „Varta-Beam“ (der Lichtkegel im Hintergrund), modernisierte Anwendungssymbole, verbesserte Lesbarkeit, Leistungsversprechen zur besseren Produktdifferenzierung, der prominent platzierte Hinweis „made in germany“ und größere Euro-Löcher zwecks einfacherer Aufhängung. Um die Umweltfreundlichkeit der Akkus hervorzuheben, aber auch um sie besser von den Primärbatterien unterscheiden zu können, sind diese neuerdings grün. Zusätzlich wurde das Akku-Symbol auf der Verpackung größer und der „ready to use“-Hinweis ist zu den Anwendungssymbolen hinaufgewandert.



Neues für den POS: Das auffällige Metall-Display in Form einer überdimensionalen Varta-Batterie ist nur eine von vielen neuen, optimierten POS-Lösungen.

Zum neuen Varta-Erscheinungsbild gehört natürlich auch optimiertes POS-Material, passend für jeden Vertriebskanal und jede Ladengröße. Mark Munz erläutert: „Der POS ist das wichtigste Medium

für uns. Batterien stehen selten am Einkaufszettel, es handelt sich also um Impulskäufe. Bei Varta machen diese rund 90% aus.“ Trade Marketing Managerin Christl Kruiswijk ergänzt: „Die neuen verkaufsfertigen Präsentationsmittel erhöhen die Produktrotation und ermöglichen eine klare, transparente Differenzierung zwischen Primärbatterien und Akkus. Mein persönliches Highlight unter den neuen POS-Materialien ist dabei das auffällige Metalldisplay in Form einer überdimensionalen Varta-Batterie.“

Der FH hat durch den Relaunch übrigens keine Änderungen zu erwarten, die Bestellungen laufen wie bisher, alle Warennummern bleiben gleich.

Unzerstörbar

Ein weiterer Messe-Schwerpunkt betrifft die neuen „Indestructible Taschenlampen“. Umfragen haben ergeben, dass nach Funktion, Preis und Helligkeit, die Widerstandsfähigkeit ein wichtiges Kriterium beim Taschenlampenkauf ist und Varta wurde diesem Wunsch gerecht. Die neuen schwarzen „Indestructible“ Lampen sind mit einer Aluminium-Titan-Legierung überzogen, Kopf- und Endkappe bestehen aus stoßfestem Gummi und die Innenkonstruktion ist erschütterungsfest. Diese Lampen überstehen sogar einen Falltest aus neun Metern Höhe, wie uns kritischen Fachjournalisten im Kompetenzzentrum Ellwangen live demonstriert wurde. Und wie uns erzählt wurde, überstehen sie auch Begegnungen mit Acht-Tonnen-LKWs schadlos. Die „Unzerstörbare“ gibt es in fünf Ausführungen: als AA oder AAA Stabtaschenlampe, Handscheinwerfer, Kopfleuchte mit einer Hochleistungs-LED und Kopfleuchte mit fünf Standard-LED.

Varta macht in Österreich einen Umsatz von zehn Millionen Euro, wobei Batterien den größten Anteil daran tragen, gefolgt von Taschenlampen und schließlich den Akkus. Kruiswijk erklärt: „Der Batteriemarkt ist generell eher gesättigt. Varta entwickelt sich in Österreich jedoch stabil. Die Marktführerschaft teilen wir uns mit Duracell, einmal ist der eine vorne und im folgenden Jahr wieder der andere. Grundsätzlich hat jeder so um die 40% Marktanteil, Varta hat allerdings das breitere Sortiment.“

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: Stefanie Bruckbauer
Info: www.varta-consumer.com



Zum Start von HD-Austria hat Triax die passenden Receiver parat. Das Irdeto-embedded Modell S-92 hat die ORF-Zertifizierung bereits positiv absolviert.

Triax sorgt für frischen Wind im Business

Die Welt steht Kopf

Am gewohnten Standplatz in Halle 7 dreht sich heuer alles um die Analogabschaltung, Hybrid-TV und den Start von HD Austria. Neben entsprechenden Produkten wird auch ein neues Planungs-Tool vorgestellt.

Thematisch konzentriert sich Triax heuer auf zwei große Brocken: den Endspurt der Analogabschaltung und den Start von HD Austria. Die entsprechenden neuen Produkte sind aber nicht das Einzige, das GF Matthias Trietsch und das insgesamt 18-köpfige Triax-Team mit auf die Futura bringen, denn auch in Sachen Verkaufsunterstützung hat man sich etwas überlegt: Wurde 2010 die Einführung des Triax Hybrid 600S mit einer TV-Kampagne unterstützt, so sind für diesen Herbst Fernseh-Spots mit den HD-Austria-Receivern geplant.

Heiße Eisen

Im Receiverbereich stehen natürlich die Empfangsgeräte für die neuen österreichischen HD-Programme, HD Austria, im Mittelpunkt. Als einer der ersten Receiver am Markt hat der S-92 mit eingebautem Irdeto Secure ORF-Kartenleser die TÜV-

Lizensierung gemäß den neuen Guidelines erhalten. Entsprechend sind die Sender nun nach der „HD-Austria-Programmierung“ gereiht. Damit kann auch der neue S-930, ein weiteres Irdeto-embedded-Modell, aufwarten, allerdings bietet dieser zusätzlich die Funktion PVR-ready.

Ebenfalls nicht vergessen hat Triax übers Jahr seine Hybrid-Ambitionen. Nachdem auf der Futura 2010 das erste Sat-Hybridmodell präsentiert wurde, lässt man heuer Nachschub folgen – mit Varianten für Sat und Kabel.

Kopfsache

Bereits im Frühjahr war Triax im Zuge der Markteinführung des Kopfstellensystems TDX auf großer Schulungstour. Nun, ein halbes Jahr später, ist die Thematik Analogabschaltung noch aktueller, die innovative Technik der TDX ein unverändert zukunftsgerichteter Lösungsansatz – kompakt, flexibel, installationsfreundlich. Am Messestand werden die revolutionären Einsatzmöglichkeiten anhand von Live-Präsentationen und -Konfigurationen veranschaulicht. Speziell für die Digital-Umrüstung von Gemeinschafts- und Hotel-Anlagen wird mit Triax EASY Plan außerdem ein neues Online-Planungsprogramm für Sat- und Multischaltersysteme vorgestellt.



Triax TDX: Die vielseitigen Möglichkeiten des innovativen Kopfstellensystems werden am Messestand live demonstriert.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: Triax
Info: www.triax.at



Neues HDTV-Duo: Auf der Futura präsentiert WISI die ersten beiden Modelle der neuen Irdeto-Embedded Receivergeneration: Den „Einsteiger“ OR 196 (li.) sowie das Flaggschiff OR 605+.

WISI bringt die neue Irdeto-Receivergeneration

Doppelpack

Zum Start von HD Austria schickt WISI zwei neue HD-Receiver ins Rennen, die sich vor allem durch ihr Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnen. Im Kopfstellenbereich wird das System Chameleon präsentiert, mit dem WISI eine völlig neue Richtung einschlägt.

Auf der Futura – und in den Wochen danach – haben WISI-GF Christian Koller und sein siebenköpfiges Messteam einiges vor. Eine zentrale Rolle spielt dabei die neue IrdetoSecure-Receivergeneration, die über ein integriertes Irdeto-Entschlüsselungssystem verfügt.

Dynamisches Duo

Die ersten beiden Modelle der neuen HDTV-Receiverreihe sind der OR 196 und der OR 605+. Beide Geräte sind bereits TÜV-zertifiziert und werden mit beigepackter ORF-Karte sowie drei Monaten HD Austria gratis angeboten. Der schon verfügbare OR 196 punktet mit gewohnt übersichtlicher Menüführung. Die vorprogrammierte Österreich-Programmliste fragt bei der Erstinstallation nach dem gewünschten ORF 2 Landesstudioprogramm und reiht dieses automatisch auf Programmplatz 2. Weitere Features wie ein USB-Anschluss (ohne PVR-ready Funktion), Kindersicherung mit Programm-, Menü- und Receiversperre und Unicable-Funktion machen den OR 196 zu einem attraktiven HDTV-Empfänger (UVP inkl. ORF-Karte: 219 Euro).

Mit dem OR 605+ bringt WISI den Nachfolger des E-Media Testsiegers OR 605 und zugleich sein neues Flaggschiff für das Herbstgeschäft. Das Top-Modell kann gegenüber dem OR 196 mit einem zusätzlichen Common Interface-Slot und einer Alphanumerischen Programmanzeige aufwarten. Außerdem erweist sich der OR 605+ durch einen Netzschalter sowie einen Stromverbrauch von gerade einmal 0,5 Watt im Standby-Betrieb als echter Energiesparmeister. Eine besonders innovative Zusatzfunktion ist das von WISI entwickelte mehrsprachige On-Screen-Display, über das die Bedienung zum Kinderspiel wird. Dazu noch die Österreich-Programmliste mit den HD Austria-Sendern ab Werk, 10.000 Programm-Speicherplätze für TV und Radio sowie zahlreiche Anschlussmöglichkeiten ergeben in Summe einen hochwertigen Allrounder – zu einem äußerst ansehnlichen Preis von 239 Euro (UVP).

Empfangs-Premiere

Auf der ANGA Cable im Mai erstmals vorgestellt, zeigt WISI das neue Kopfstellensystem Chameleon auch auf der Futura. Auf mittlere bis große Anlagen zugeschnitten werden dem Anwender universelle Einsatzmöglichkeiten geboten. Denn die Chameleon-Module sind voll flexibel per Software konfigurierbar – ein im internationalen Markt bisher einmaliges Konzept. Der große Vorteil besteht in der absoluten Investitionssicherheit, die dem Anwender damit geboten wird. Die Palette an Software-Bausteinen der Chameleon umfasst unter anderem DVB-Receiver für die unterschiedlichen Signalwege, Transmodulatoren, Edge QAM, MPEG-4 Decoder, IP- und ASI-Streamer sowie Remultiplexer.

In Hinblick auf die heiße Phase der Analogabschaltung darf natürlich auch die kompakte Kopfstelle OH nicht fehlen. Der Verkaufsschlager im Headend-Sortiment bietet leistungsstarke Technik, ist modular und sehr dicht aufgebaut, lässt sich jederzeit äußert flexibel erweitern und arbeitet zudem energieeffizient. Das System eignet sich alternativ für die Wand- oder Rackmontage. Es besteht aus der Basiseinheit OH 50, die mit bis zu 14 Modulen bestückbar ist. Dies erlaubt eine optimale Kanalaufbereitung für bis zu 14 analoge bzw 28 digitale TV-Kanäle mit nur drei Höheneinheiten in 19“ Technik. Die OH kann via integrierten USB-Anschluss vorprogrammiert werden, über den sich auch Software-Updates durchführen lassen. Über eine Ethernet-Schnittstelle kann der Betreiber wahlweise via Web Browser-Bedienoberfläche oder ein Netzwerkmanagement-System fernüberwachen.

Neben der Kopfstellen-Technik befinden sich noch weitere Highlights im Messegepäck: zum einen LWL SAT-ZF-Lösungen, zum anderen Tooway, ein vollwertig satellitengestützter Breitbanddienst. Als exklusiver Österreich-Vertriebspartner von Tooway vermarktet WISI diesen Eutelsat KA-Sat Highspeed Internetdienst. Tooway ermöglicht Datenraten von bis zu 10 MBit/s Download und 4 MBit/s Upload, benötigt keine Telefonverbindung und arbeitet völlig unabhängig von sonstiger Infrastruktur am Boden – so ist konstant hohe Leistung an jedem Einsatzort, unabhängig von landchaftlichen Gegebenheiten, garantiert.

AM PUNKT

NEUE RECEIVERGENERATION

OR 196 und OR 605+ sind die ersten beiden Modelle für den HD Austria-Start.

NEUES KOPFSTELLENSYSTEM

Chameleon bietet per Software flexibel konfigurierbare Module.

NEUER MARKT

WISI präsentiert sich als Vermarkter des Sat-Internetdienstes Tooway.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: WISI
Futura: Halle 7, Stand 306

Kleinhappl bringt News von IP bis Multiroom

Kunterbunter Mix

Receiver und LCD-TVs exklusiv für den Fachhandel, aktuelle Mess- und Verteiltechnik, erschwingliche Multiroom-Systeme, digitale Videoüberwachung und trendige Türsprechanlagen hat Kleinhappl im gewohnt umfangreichen Futura-Gepäck.

Der komplette Außendienst, der Innendienst und die Chefetage – ein insgesamt 13-köpfiges Team – wird heuer die Neuheiten im Sortiment von Kleinhappl präsentieren. Dazu zählen Produkte ebenso wie neue Marken.

Bildbetrachtungen

Mit dem Südtiroler Hersteller Lenuss hat sich Kleinhappl eine neue, fachhandelsexklusive TV-Marke ins Boot geholt. Die Markenzeichen sind integrierte HDTV Multituner, digitale Videorekorderfunktionen (mit einer an der Rückseite platzierbaren 500GB-Festplatte als Zubehör) sowie die Möglichkeit für den Kunden, sein persönliches Design aus 210 RAL-Classic Farben zu wählen. Und: Ins-

gesamt sechs Modelle sind bereits ORF-zertifiziert. Mit neuen Flat-TVs und Receivern von Orbitech, Telestar oder Arion kommen natürlich auch die bewährten Marken nicht zu kurz – ebenso wie in der Mess- und Verteiltechnik, wo einmal mehr die Messgeräte von Promax (Prodig-9 – TV Explorer HD, Prodig-10) ein Highlight bilden. In Hinblick auf die Analogabschaltung stehen die Sparos-Serie von Spaun sowie Kopfstellentechnik von GSS im Mittelpunkt.

Im Bereich Video-Überwachung steht heuer ebenfalls wieder digitale Technik im Vordergrund: angefangen bei den aktuellen IP-Kameras der Marken Sanyo, Santeo, Toshiba oder ACti bis hin zur Digitalrekorder Multieye Greenwatch von artec, einer attraktiven Überwachungslösung in kleineren Anlagen.

Klangvoll

Neben dem bewährten Doyson Multiroom-System rückt Kleinhappl das digitale Audio Multiroomsystem DAM 4000 Basic von WHD in den Fokus. Dabei erhalten bis zu acht Hörzonen ihren individuellen Klang aus maximal vier zentral im Gebäude angeordneten Tonquellen – vier Radios sind bereits in der DAM 4000 Basic Zentrale integriert, wobei zwei davon durch beliebige Tonquellen wie CD-Player oder Musikserver ersetzt werden können. Besonderer Vorteil: Die DAM 4000 Basic Zentrale ist gleichzeitig auch Ausgabegerät, dh wenn Stereo-Lautsprecher oder die HiFi-Anlage direkt über den Line-out der Zentrale angeschlossen werden, erhält man eine zusätzliche Hörzone. Die Steuerung erfolgt wahlweise über die Bedieneinheiten DAM Basic IR in jedem Raum oder via Infrarotfernbedienung (DAM Basic RC). Eine bemerkenswerte Neuheit kommt aus dem Hause APART: Eine wasser-, wärme- und chlorresistente Lautsprecherreihe, die sich aufgrund dieser Eigenschaften für den Einsatz in besonders schwierigen Umgebungen (zB Sauna) eignet.



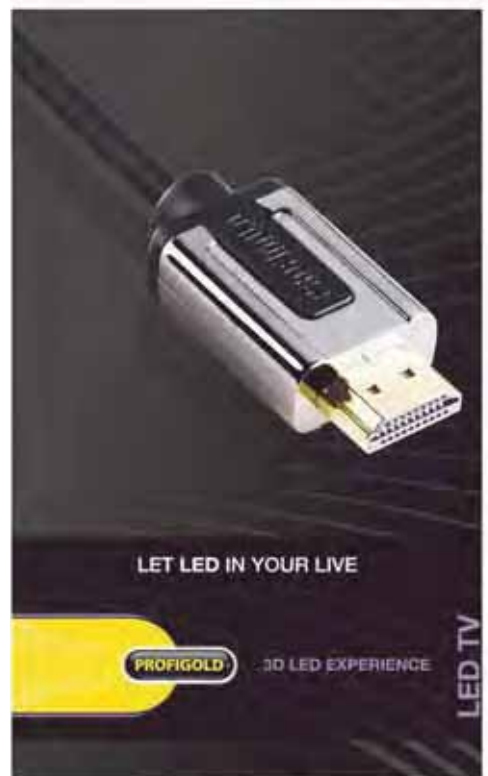
Bunt und vielfältig wie die Lenuss-TVs präsentiert sich Kleinhappl auf der Futura.

Die Brücke zwischen Bild und Ton schlagen die Video-Türsprechanlagen von Balter. Formschöne Designs mit Touch-Bedienung sind kombiniert mit komfortablen Funktionen – verfügbar in montagefreundlichen 2- und 4-Draht Versionen.

Text: Wolfgang Schalko
Fotos: Hersteller
Futura: Halle 7, Stand 107



Balter Security steht für eine elegante, hochwertig verarbeitete Sicherheitslösung im Eingangsbereich.



ELPOGRO ... Energie in Verbindungen
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Flughafenstrasse B
9020 Klagenfurt
Futura 2011, Halle 5, Stand 303

Roadshow statt Futura – oli.cc begibt sich auf Reisen

Die News frei Haus

Nach den Frühjahrsordertagen lässt oli.cc nun auch die Futura aus. Das ist allerdings nicht als böses Omen zu deuten, sondern hat vielmehr mit der Ausrichtung des Unternehmens zu tun, wie GF Oliver Schober erklärt: Für ihn macht es im Projektgeschäft einfach mehr Sinn, mit dem Sortiment aktiv und direkt auf die Partner zuzugehen.

Nachdem wir bereits in den letzten beiden Jahren die Sinnhaftigkeit dieser Messe für unser Geschäftsmodell – das Projektgeschäft – in Frage gestellt haben, werden wir die Futura heuer auslassen“, so oli.cc-GF Oliver Schober. Aber auch wenn oli.cc heuer nicht im Ausstellerverzeichnis aufscheint, ist man doch irgendwie dabei: „Wir planen, auf den Ständen unserer Partner präsent zu sein.“

Auf Österreich-Tour

Anstelle der Futura-Teilnahme steht für Ende September eine Roadshow auf dem Programm, die vier bis fünf Stationen in ganz Österreich umfassen soll. (Die genauen Termine und Orte waren zu Redaktionsschluss noch nicht fixiert – diese werden, sobald sie feststehen, auf der Webseite von oli.cc sowie auf E&W Online zu finden sein.) Mit Sicherheit lässt sich allerdings schon sagen, welche Projekthighlights auf die Roadshow-Besucher warten:

- Sony HD-IP Videoüberwachung (Kameras und Netzwerkrecorder)
- Neuheiten von APART Audio
- Das neue Outdoor-Lautsprecherprogramm von Bell
- Alles rund um DigitalSignage-Lösungen.

Besonderes Augenmerk wird zudem der Analogabschaltung bzw der Digitalisierung von Kopfstationen gewidmet – wo oli.cc mit dem Sortiment von Fte maximal für die passende Lösung sorgt.

AM PUNKT

ANSTELLE DER FUTURA veranstaltet oli.cc Ende September eine österreichweite Roadshow.

PRÄSENTIERT werden Neuheiten aus allen Produktbereichen.

EINEN SCHWERPUNKT bildet in Hinblick auf die Analogabschaltung die Kopfstellentechnik von Fte.



Saubere Lösung: Mit der Serie 310 bietet Fte maximal ein professionelles System, das für alle Umrüstungs-Fälle geeignet und überdies äußerst montagefreundlich ist.

Analog-Aus

Wichtigstes Produkt beim Thema Digitalisierung ist die professionelle Kopfstellen-Serie 310. Die aus der Serie 300 weiterentwickelten Module zeichnen sich allesamt durch bis zu 30% geringeren Stromverbrauch, passive Kühlung (dadurch wartungs- und geräuscharm), komplett via Software eingestellte Parameter sowie per Software geregelten Ausgangspegel (AGC) aus. Außerdem ist die Serie für Wand- und 19“ Rack-Montage geeignet und bereits für die Fernwartung vorbereitet. Die Module werden über das Programmiergerät PRO 201 oder die Fte-Messgeräte der Serie mediaMAX konfiguriert.

Eines der Highlights stellt das Fernwartungsmodul RCM310 dar: Mit dieser

Kontrolleinheit wird die Fernwartung aller Module der Serie 310 ermöglicht. Zur Ausstattung zählen 8 x RJ 45 (bis zu 48 Module steuerbar), vier Eingänge für Alarmwarnungen, vier Ausgänge für Relais bzw Alarmmeldungen, HF Pegel Monitoring, GSM-Verbindung mit externem Modem sowie eine Netzwerkverbindung (Ethernet).

Zur Verkürzung der Montagezeit sind die Kopfstellen-Module auch als vormontierte Kits erhältlich, bestehend jeweils aus einer Grundplatte, einem Netzteil und sechs Modulen einer Serie. Eine individuelle Vorprogrammierung ist ebenfalls möglich.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: oli.cc
Info: www.oli.cc, www.elektro.at

styria hifi

Was auf die Ohren

Am Stand von styria hifi gibt es auch heuer auf der Futura was auf die Ohren. Gezeigt werden der Tivoli Model PAL+, der sogar Österreichpremiere feiert. Das für 299 Euro (UVP) zu habende kompakte und portable Radio ist nun mit einem DAB+-Empfänger ausgestattet. Von Geneva Lab, dem Spezialisten für kompakte und leistungsfähige HiFi-Systeme, präsentiert man einen kleinen, schnuckeligen FM-Radiowecker, der in jede Jackentasche passt. Das Gerät nimmt über Bluetooth Verbindung zu iPhone und Co auf und feiert ebenfalls Österreichpremiere. UVP: 199 Euro.

Nach dem Soundboard Hohrizontal 51 bringen die deutschen Spezialisten für Sound-Integration Finite Elemente nun einen Wandspiegel mit völlig unsichtbarem Soundsystem mit 4x 25W. Das „versteckte“ System schlägt mit 1.449 Euro zu Buche und wird ebenfalls im Rahmen der Futura erstmals in Österreich gezeigt. Durch die vollflächige Wandmontage bietet der „Mirror 62“ einen dynamischen und raumfüllenden Stereo-Klang, dessen

Ursprung kaum zu orten ist. Auf der Futura ist GF Renate Haidinger mit einem vierköpfigen Team vertreten und bietet auch eine Sonderaktion für die Händler-Erstausrüstung an.

Futura: Halle 9, Stand 204

Color Drack

Alles rund ums Foto

Auf der Futura präsentiert Color Drack zahlreiche Foto-Neuheiten. Zu den Produkt-Highlights zählen unter anderem Kodak Inkjet Drucker, Olympus Kompaktkameras, Polaroid Sofortbildkameras und Kiosk Terminals. Das Hauptaugenmerk des Messeauftritts liegt dabei auf Letztgenannten. Messeaktionen bzw -angebote dazu sind geplant, bis Redaktionsschluss waren aber noch keine Einzelheiten bekannt. Am Color Drack-Stand erwartet Manfred Fanninger (Kundenbetreuer) die Händler mit einem fünfköpfigen Team.

Im Herbst wird man händlerspezifische DFS-Schulungen und Bestellsoftware-Schulungen für Kunden anbieten,

die bereits auf der Futura vorgestellt werden.

Futura: Halle 9, Stand 310

Televes

Digitale Sat-Technik

Am Stand von Televes erwarten Bernhard Pesl (Vertrieb Österreich) und Albert Krieg (Vertrieb Bayern) die Fachhändler. Großes Thema am Televes-Messestand wird natürlich die analoge Sat-Abschaltung 2012 sein. Präsentiert wird hier die Abhilfe: die neue Kopfstelle UNI T-0X. Ebenfalls mit im Messegepäck ist das digitale und universelle Messgerät H45 mit Echtzeitverarbeitung. Gezeigt wird auch ein Sat-Receiver mit HDTV Irdeto embedded, TÜV-Zertifizierung und 2 x CI.

Messeaktionen direkt für den Fachhandel gibt es aufgrund des dreistufigen Vertriebs keine. Fachhandelsaktionen wie Monatsaktionen gibt es dafür beim Großhandel bei Informationstagen oder Hausmessen etc.

Futura: Halle 9, Stand 211

ISIO
TV trifft Internet.

Smarter sein!
Der neue **MultyVision ISIO** von TechniSat.
Genießen Sie echtes HD-Fernsehen kombiniert mit der unschlagbaren Interaktivität des Internets.

MultyVision ISIO
Smart-TV in Silber oder Titan, als 32 (81 cm), 40 (102 cm) und 46 Zoll (117 cm) Variante erhältlich. Bereits ab UVP 2.499,99 €

Qualität Made in Germany

Der **MultyVision ISIO** verbindet eine Vielzahl einzelner Innovationen zu einem einzigartigen Ganzen. Empfangen Sie echtes **HD-Fernsehen** über DigitalSat und Kabel-TV ohne zusätzlichen Receiver und nutzen Sie gleichzeitig vielfältige interaktive Möglichkeiten über das **Internet**. Halten Sie Live-TV per Knopfdruck an oder zeichnen Sie Ihre Lieblingssendung auf der integrierten **Festplatte** auf.

TechniSat
www.isio.de

4774 Eine Auswahl verfügbarer Dienste:

ALIPEDIA | ARD.de | KINO.de | MOTORSPORT TOTAL.COM | putpot | YellowMap | ISIOLive! | viewster | SPORX | wetter.com | arte

9/2011 | 99

Delta Solution präsentiert vielseitige Lösungsansätze Flexibilität neu definiert

Delta-GF Jürgen Winsauer und sein dreiköpfiges Außendienst-Team haben auch heuer wieder allerlei Innovatives im Messegepäck: MSE-Eco Multischalter mit neuen Features, neue Cassetten für Kopfstellen (in Hinblick auf die Umrüstung von analog auf digital), hochwertiges TV-Zubehör, Weiterentwicklungen rund um das bereits im Vorjahr gezeigte Whiteboard sowie Neuheiten aus dem Bereich Multimediamvernetzung. Außerdem werden BKE und BKD-Hausanschlussverstärker bis hin zur S-Ausführung mit Step-Spin-Reglern präsentiert, die sich insbesondere dadurch auszeichnen, dem Installateur das Einstellen der Anlage spürbar zu erleichtern.

Flexibilität = Unicomb

Das Highlight der Futura ist – wie schon im Mai auf der ANGA Cable – die UniComb Multischalterfamilie MSU, die von Delta als „flexibelste SAT-ZF-Verteil-

technik der Gegenwart“ bezeichnet wird. Gerade, wo sehr viele individuelle Empfangswünsche spezieller TV-Satellitenprogramme gefragt sind, bietet Delta der Wohnungswirtschaft damit völlig neue Lösungsmöglichkeiten. UniComb Multischalter sind eine Kombination aus althergebrachtem (legacy) DiSEqC-Matrixschalter und einem Unicable Sat Channel Router nach EN 50494, wobei vom UniComb Schalter je eine Koax-Leitung in die einzelnen Wohnungen geht, wo jeweils ein Receiver im legacy DiSEqC-Modus oder drei Receiver im Unicable Modus betrieben werden können (Anschlussdosen werden einfach hintereinander durchgeschleift). Ohne aufwendige Sternverkabelung innerhalb der Wohneinheit ist so dennoch an jedem Anschluss das komplette Programmangebot der Satelliten separat anwählbar. Praktisch: Der UniComb Multischalter schaltet selbstständig in den Modus, in dem das Empfangsgerät betrieben wird.



Die UniComb Multischalterfamilie ist das Futura-Highlight von Delta Solution.

Das UniComb Sortiment MSU besteht momentan aus Geräten für ein, zwei und vier Satelliten für jeweils vier, sechs oder acht Teilnehmerausgänge. ZB steht mit dem MSU 1708 K-3 erstmals ein UniComb Multischalter für vier Satelliten (d.h. 16 SAT-ZF-Ebenen) zur Verfügung.

Zu feiern gibt's diesmal auch etwas: Anlässlich des fünfjährigen Bestehens von Delta erwartet die Messebesucher besondere Aktionen sowie ein Gewinnspiel.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: Delta Solution
Futura: Halle 7, Stand 301

Audio Tuning Sound-Flut



Am Messestand von Audio Tuning wird man nahezu überflutet. Einerseits durch die Vielfalt an präsentierten

Produktneuheiten und andererseits durch die vielen angebotenen Aktionen. Gezeigt wird unter dem Motto „20 Jahre und kein bisschen leise“ das Plattenspieler-Flaggschiff Signature (siehe Bild) von Project Phono. Von Pro-Ject Box Design gibt es den Premiere Highend Audio Streaming Client „Stream Box SE“ sowie den Digital Audio Player „Media Box S“ zu sehen. Die Lautsprecher der A-Serie von Boston Acoustics sowie die 3D Blu-ray-Spieler der Superlative von Cambridge Audio und „Minx“, das weltbeste Mini-lautsprechersystem im edlen Design dürfen auch nicht fehlen. Die ultraflache Lautsprecherreihe „Gallery“ und die Heimkinolautsprecher der Serien „Ultra THX2“, „Reference“ und „Synergy“ von Klipsch überzeugen genau so wie die iPod/iPhone Ohrhörer mit super Sound.

Von Parrot hat man mit „Zikmu“ Lautsprecher mit kabelloser Musikversorgung, Bluetooth etc mit dabei.

Audio Tuning stellt das Schulungsangebot für Händler, wie zB „Streaming“, „Heimkino“, „Optimale Kabel für jede AV-Anwendung“ vor. Darüber hinaus gibt es oben erwähnte Flut an Messe-Aktionen.

Futura: Halle 08, Stand 203

BenQ Vom iPhone direkt auf die Leinwand

BenQ selber ist zwar nicht mit eigenem Messestand auf der Futura, jedoch ist das Unternehmen mit seinen Produktneuheiten am Stand von Monitors and More vertreten. Um welche Produkte es sich genau handelt, konnten wir bis Redaktionsschluss noch nicht erfahren (man durfte vorab noch keine Details nennen), aber soviel wurde uns bereits verraten: Es wird im TFT-Bereich erstmalig eine Gamer-Einstiegsreihe präsentiert. Darüber hinaus wird ein neuer LED-Projektor mit iPhone/iPod-Verbindungsmöglichkeit gezeigt.

Am Messestand werden die Händler abwechselnd von Matthias Grumbir (Country Head) und Samuel Haider (Area Manager) empfangen, welche die neuen Produkte und alle Einzelheiten vorstellen. Darüber hinaus sind unterschiedliche Messeaktion geplant, Details erfahren Sie dann direkt und persönlich am Stand von Mamin.

Futura: Halle 08 Stand 204 (Messestand von Monitors and More)

Vestel Volles Sortiment

Vestel präsentiert in Berlin und Salzburg eine Reihe an Produkthighlights. Zu sehen sind passive und aktive 3D-TVs sowie connected TVs. Im Bereich Sat und Kabel zeigt man verschiedene Settop-Boxen. Auch die weiße Ware darf nicht fehlen. Hier werden design-prämierte Waschmaschinen wie die Aramides vorgestellt.

Wer die Marke Vestel nicht kennt, braucht sich nicht wundern, wenn man am Messestand einige Geräte wiedererkennt. Denn Vestel fertigt Produkte für viele bekannte Marken.

Wer wann genau am Messestand für die Händler vor Ort sein wird, war bis Redaktionsschluss nicht bekannt.

IFA: Halle 8.2, Stand 101 und Halle 3.1, Stand 102
Futura: Halle 9, Stand 204a

TomTom

Trends in der Navigation

Welche Produkte man bei TomTom auf der IFA zeigt, konnten wir ihnen im Vorfeld leider nicht entlocken. Aber zu den Trends äußerte man sich dann doch: So ist ein großer Trend bei den PNDs aus Sicht von TomTom das Zusammenwachsen von Internet und Navigation im Auto. Die weiter voranschreitende Connectivity, die TomTom mit seinen LIVE Services schon vor vier Jahren begonnen hat, wird neue Dienste und Services ermöglichen, die einen echten Mehrwert für den Autofahrer bieten. Auf diesem Weg der Öffnung der PNDs können zB auch soziale Netzwerke in die Navigation einbezogen werden und eine weitere Personalisierung der Navigationserfahrung stattfinden. Man darf also gespannt sein, welche Produkte am IFA-Stand von TomTom vorgestellt werden.

Für den Herbst hat man in Absprache mit den einzelnen Partnern diverse Aktionen geplant – nähere Details dazu sind noch nicht bekannt. Außerdem bietet TomTom mit seinem jüngst überarbeiteten Online-Trainingstool unter http://knowledge.tomtom.com/AT/home_tm.html allen Händlern und Partnern die Möglichkeit, bequem und kostenlos Schulungen durchzuführen.

IFA: Halle 9, Stand 209

Satec

Analog Aus

Auch heuer zeigt Satec, der Spezialist für Sat-ZF

Verteilanlagen, unter anderem die Produkte von den namhaften Firmen Televes, Mobotix, Geovision, Ferguson, Spaun, Grundig und Auerswald auf einem 79 m² großen Messestand auf der Futura. Außerdem wieder im Programm: TK-Anlagen von Elmeg Funkwerk und ganz neu Receiver von Smart Electronics und LED-Technik von Philips/LEDINO.

Zu den Schwerpunkten zählt auch am Satec-Stand die Analogabschaltung 2012. Egal, ob QPSK, QAM oder COFDM, die passende Kopfstellentechnik-Lösung von Televes zum Thema „Analog Aus“ ist parat. Auch im Bereich Messtechnik hat man mit dem SA-SF10 einiges zu bieten.

Das kompakte digitale Sat-Messgerät hat einen externen AV-Eingang zB zur Videokamera Justierung. Videoüberwachung ist auch ein großes Thema. Vorgestellt werden hier Produkte von Mobotix und Geovision. Im Bereich der Telekommunikation werden ua die neue VoIP Hybrid-Serie von Funkwerk/Elmeg sowie neue und altbewährte Anlagen von Auerswald präsentiert.

Erstmals werden mit LEDINO auch LED-Leuchten für Innen- und Außenbereiche präsentiert, die mit der neuesten LED-Technologie ausgestattet sind.

Futura: Halle 7, Stand 304



Technische Perfektion virtuos in Szene gesetzt.

Das harmonische Zusammenspiel von erstklassiger Technik und edlem Design: Der Metz Primus steht für höchste Fernsehkultur. Eine virtuose Komposition aus Holz und Metall, die auch höchsten ästhetischen Ansprüchen gerecht wird. Auch technologisch ist die Primusserie von Metz ein echtes Meisterwerk. Hervorragende Bild- und Tonqualität bieten eine in jedem Detail konzerthafte Vorstellung. Erleben Sie technische Perfektion „Made in Germany“ – Ihr Metz Fachhändler lädt Sie gern zu einer Vorführung ein!



Metz Primus LCD TV

Technische Perfektion * Sicher in die Zukunft * Bedienfreundlichkeit * Ausgezeichnete Qualität * Bequemer Service
 Metz – immer zeitklassig. www.metz.de

Immer-dabei-Kopfhörer



Die Acme HE-07 Kopfhörer bieten beste Klangqualität. Dafür sorgt unter anderem das Frequenzspektrum von 20 Hz bis 20 kHz. Der HE-07 verfügt über ein Kabel mit 120 cm Länge und hat zusätzlich eine Schutzhülle für die Kopfhörer im Lieferumfang enthalten. Die ergonomisch geformten und stylish designten Kopfhörer sind sehr kompakt und leicht.

UVP: 4,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.mamit.at

Schnell und flexibel

Das G&BL HD4511E18 ist ein High Speed HDMI-Kabel Swivel mit Ethernet-Kanal mit einer Zwei-Wege-Kommunikation von bis zu 100 Mbps. Beide Anschlüsse kann man in beide Richtungen drehen. So stellt das Kabel eine funktionale Verbindung in jeder Anlage dar. Es ist ideal für den Anschluss von LCD/Plasma-TVs, die an der Wand montiert sind, oder für seitliche HDMI-Steckdosen.



UVP: 43,90 Euro
Lieferbar ab: September
Erhältlich bei: www.baytronic.at

Leistungsstark



Die leistungsstarke Energizer ultra+ Mignon Alkali-Batterie gibt es nun im großen Family-Aktionspack mit insgesamt 20 (davon fünf gratis) Stück. Sie wurde entwickelt, um zuverlässige Power und lange Lebensdauer für Geräte des täglichen Gebrauchs zu bieten, beispielsweise für Taschenlampen, Rauchmelder, Spielzeug, Radios, CD-Player, Fernbedienungen und elektronische Spiele.

UVP: 14,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.elfogro.at

Farbenvielfalt

Die neuen ProCase Lift-Up Handytaschen für iPhone 4 und Samsung Galaxy S gibt es in vielen verschiedenen Farben. Sie sind aus hochwertigem Kuhleder gefertigt und schützen das Handy vor Kratzern und Schmutz. Die einzigartige Lift-up-Funktion sorgt für eine einfache Entnahme des Endgerätes. Erhältliche Farben: Design Rot, Design Blau, Grün, Pink, Blau und Rot.



UVP: ab 15,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.mline.com

Mobiler Projektor



Der Microvision ShowX+ Laser Pico Projektor ist ein Laserprojektionsgerät mit nur 122 g, das sich mobil mit und ohne Akku, mit Micro-USB bzw über den USP-Port eines Laptops, Netbooks oder Smartphones betreiben lässt. Das projizierte Bild ist um 50% heller als vergleichbare Laserprojektionsgeräte. Das Geräte ist darüber hinaus lautlos, da kein Lüfter für die Kühlung nötig ist.

UVP: 299 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.toptelekom.at

Klein und vielseitig

Die Chunghop RM-L7 ist eine Universal-Fernbedienung für verschiedene Geräte und internationale Marken. Mit mini-shape Funktion, Speicherschutz bei Batterieausfall und nach der Batterieentnahme ist das Reseten nicht notwendig. Weitere Features: Lernfunktion, Kopiermodus anderer Fernbedienungen, weitreichende Signaldistanz und niedriger Energieverbrauch.



UVP: 14,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.mamit.at

Kompakt gefunkt



Die kompakte Funktastatur Uzzano ermöglicht die schnelle und bequeme Dateneingabe am PC oder Notebook. Sie ist aber auch ideal als Heimkino- und Wohnzimmer-PC-Tastatur mit Maus- (Trackball, linke und rechte Maustaste, Scrollrad), Multimedia- und Internet-Steuerung geeignet. Der USB-Empfänger kann platzsparend im Gehäuse verstaut und transportiert werden.

UVP: 39,99 Euro
Lieferbar ab: KW 34
Erhältlich bei: www.hama.at

Gelenkige Halterung

Die LCD-Wandhalterung GBS LCD 1024/2 von Jolly Line ist mit einem Arm und zwei Gelenken ausgestattet. Sie ermöglicht das Orientieren des Bildschirms in vertikaler Richtung um ca. -5/+15 Grad und eine Rotation um rund +/-90 Grad. Die empfohlene Maximaltragfähigkeit beträgt 15 kg und ist für Flat-TVs von 10 bis 24 Zoll ausgerichtet.



UVP: 49,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.elfogro.at

Mit Sonne aufzuladen



Helios ist die perfekte Bluetooth-Freisprechlösung zur Montage an der Kfz-Windschutzscheibe. Der Akku wird durch das integrierte Solarpanel auf der Rückseite mitaufgeladen. Weitere Features: beleuchtetes Display, Text-to-Speech-Funktion, exzellente Sprach- und Hörqualität, integriertes Telefonbuch und bis zehn Stunden Gesprächszeit bzw bis 160 h Standby.

UVP: 49,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.emporia-zubehoer.at

Sicherer Tablet-Stand



Der TAB-001 Universalständer für iPad, Galaxy Tab und Tablet PC von GBS ermöglicht optimales Bedienen des Tablet PCs im Hoch- oder Querformat. Der form-schöne Aluminiumkörper in Silber ist mit Anti-Scratch-Einlagen ausgestattet, welche Beschädigungen des Pads vermeiden.

UVP: 29,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.elfagro.at

Für persönliches Radio

Die FM-Transmitter von Acme spielen MP3s ganz einfach über einen USB-Stick oder eine SD-Karte im Auto ab. Der Transmitter – angeschlossen an den Zigarettenanzünder – sendet auf einer bestimmten FM-Frequenz an das Autoradio. Dort eingestellt hat man „seinen persönlichen Radiosender“. Auch der MP3-Player lässt sich mit dem passenden Kabel anschließen.



UVP: 34,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.mamit.at

Hochwertige Taschen



Handy-Taschen sind längst mehr als reine Schutzhüllen. Sie haben sich zu einem modischen Accessoire für mobile Begleiter entwickelt. In Qualität und Design abgestimmt, umfasst die Galeli-Kollektion daher sowohl sportliche Modelle in trendigen Farben als auch edle, elegante Taschen. Features: hochwertige Ledersorten, sorgfältige Verarbeitung und innovative Lösungen für höchsten Tragekomfort – zu haben für alle gängigen Handymodelle.

UVP: ab 9,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.toptelekom.at

Federgewicht

Das Bluetooth-Headset BT-Smoovy überzeugt durch Multi-Point-Pairing (kann mit zwei Handys verbunden werden), einfache Bedienung, dezentes Design sowie optimale Passform. Die Sprach- und Hörqualität ist trotz der geringen Größe und des Gewichtes von nur 6,5 g exzellent. Mit dem Headset kann man bis zu fünf Stunden telefonieren, die Standby-Zeit liegt bei 150 h.



UVP: 19,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.emporia-zubehoer.at

Handy sicher im Auto



Das Driver Kit (Kfz-Ladekabel inkl Universal Halterung mit Schwanenhals) garantiert mehr Sicherheit im Straßenverkehr. Durch die Halterung hat man das Handy immer im Blick. Zudem sorgt das Kfz-Ladegerät für einen immer vollen Akku. Das Driver Kit ist einfach zu montieren und bietet sicheren Halt für alle gängigen Handys.

UVP: 19,99 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.mline.com

Klar gespült

Für strahlenden Glanz sorgt der Klarspüler von Clearwhite. Er schützt vor Glaskorrosion und verhindert Kalk- und Wasserflecken. Waschaktive Substanzen beschleunigen den Trockenvorgang. Das innovative Dosiersystem verhindert darüber hinaus lästiges Verschütten. Der Klarspüler ist die ideale Ergänzung zu Tabs oder Pulver.



UVP: 4,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.clearwhite.com

Hygiene-Pyramide



Das Clearwhite Regeneriersalz sorgt für hygienisches Klima im Geschirrspüler. Das Salz schützt die Maschine und das Geschirr vor Kalkablagerungen. Der enthaltene Wasserenthärter sorgt für weiches Wasser. Bei der praktischen Dosierpyramide ist die Verpackung gleichzeitig auch der Einfülltrichter. So geht nichts mehr daneben.

UVP: 2,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.clearwhite.com

Intelligenter Schutz

Tech 21 Taschen und Skins bieten extremen Schutz durch das neuartige Material „d3oT“. Dies ist eine innovative, patent-geschützte Substanz, deren „intelligente“ Moleküle sich bei Aufprall verketteten und so Aufprallenergie absorbieren. Den intelligenten Schutz gibt es als Impact Band (Schutzhülle für Handys) bzw auch Laptops, Netbooks, für das iPad und jetzt auch für iPhone 4.



UVP: 23,90 Euro (für iPhone 4)
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.toptelekom.at

Für TV in HD-Qualität



Mit dem CAM CI+ IrDeto Modul von Smart kann man mit dem Start von HD Austria in Österreich in IrDeto verschlüsselte Sender in HD empfangen. Die Nutzung ist nur in Verbindung mit einer entsprechenden Smartcard und einem DVB-Receiver oder Fernsehgerät mit CI oder CI+ möglich. Das Modul ist ORF-zertifiziert mit dem smart MX 92.

UVP: 74,90 Euro
Lieferbar ab: sofort
Erhältlich bei: www.baytronic.at



Frische im Extra-Format

- Das 91 cm breite FrischeCenter mit drei Klimazonen
- Mit BioFresh behalten Lebensmittel ihre gesunden Vitamine, ihr frisches Aussehen und den vollen Geschmack bis zu dreimal länger als im normalen Kühlteil
- Professionelle Kältequalität durch NoFrost-Technologie im Gefriereteil: Nie mehr Abtauen!
- Automatischer IceMaker

Liebherr, die Technik für mehr Frische. Qualität und Leistung für Ihren Erfolg.



Scannen Sie den Code mit Ihrem Smartphone und erfahren Sie mehr über BioFresh.

Download: <http://gettag.mobi>



Elektro Kleingeräte Forum Gewonnen!

Wie E&W berichtete, startete das Elektro Kleingeräte Forum des FEEI im Mai das Gewinnspiel „Lifestyle im Haushalt“, bei dem Konsumenten den Kaufpreis ihres Elektro-Kleingerätes zurückgewinnen können. Die Aktion fand beziehungsweise findet in den drei Gewinnspielmonaten Mai, Juli sowie Oktober in Kooperation mit Red Zac, Electronic-Partner und Expert statt. Zu gewinnen gibt es ein Gerät von einem durch das Elektro Kleingeräte Forum vertretenen Markenhersteller aus den Bereichen Beauty-, Haushalts- und Küchengeräte.



Gewinnerin Andrea Schuster (Mitte) mit Susanne Cochlar (li.) und Gabi Holzgruber-Merl.

Vor kurzem war es dann soweit – die Gewinner der Beauty-Aktion im Mai wurden bekannt gegeben. Elisabeth Schuster ist eine der beiden Glücklichen. Sie hat beim Expert-Händler Osterbauer in Kirchschlag einen Braun-Rasierer gekauft und den Kaufpreis zurückgewonnen. Der zweite Gewinner, in seinem Fall eines Babyliss Haarglätters, ist Andreas Schuster. Gekauft hat er diesen bei Red Zac Merl in Bruck an der Mur, wo ihn seine Tochter Andrea Schuster dann auch bei der „Siegerehrung“ vertreten hat. Die Gewinner der Juli-Aktion, bei der es um Kleingeräte aus den Bereichen Staubsaugen, Bügeln und Luftbehandeln geht, werden in Kürze bekannt gegeben.

Procter&Gamble Wieder da

Procter&Gamble hat sich entschlossen, die Betreuung für den Elektro Fach- und Großhandel sowie für die Kunden aus dem e-commerce Bereich mit 1. Juli an Christoph Sperlich zu übertragen. Sperlich war zwischen 2001 und 2008 schon für P&G in der Elektro-Key Account-Betreuung tätig und konnte in den letzten drei Jahren weitere Erfahrungen bei Elektroherstellern im In- und Ausland sammeln.



Christoph Sperlich:
„Wieder neu“ bei P&G.

EINBLICK

„Wenn zwei Kärntner zusammenkommen, fangen sie sofort zu singen an.“

Seite 116

„Das 17. Knopferl hat mit Sicherheit nicht die oberste Priorität.“

Seite 110

Stefanie Bruckbauer



Innovationen – Fluch oder Segen?

Im Zuge der Hausgeräte-Berichterstattung im letzten (meinem ersten) Jahr musste ich feststellen: Es gibt offenbar Jahre, da überschlagen sich die Hersteller mit technischen Entwicklungen und legen Innovationen auf den Tisch, dass man aus dem Staunen nicht mehr rauskommt, dass einem der Mund offen bleibt vor lauter ‘Wow!’ Und dann gibt es Jahre, da fehlen die Ideen. Da spürt man richtig wie sich manche Firmen dabei plagen, irgendein Highlight präsentieren zu können – ein Produkt, das besser, toller, großartiger ist, als alles bisher dagewesene. Und zuweilen habe ich dann den Eindruck, um überhaupt „was Neues“ zeigen zu können, bekommen durch schon länger existierende Funktionen einfach klingende, moderne Namen, oder die Geräte werden mit Features versehen, die die Welt nicht braucht.

Also ich, als Fachredakteurin der E&W, befinde mich ja in einer echt coolen Position. Ich darf nämlich viele Neuheiten schon sehen (zumindest auf einem Foto), bevor sie dem Handel exklusiv auf IFA und Futura vorgestellt werden. Und so viele Produkte mit neuen Features das sind, so viele unterschiedliche Reaktionen entlocken sie mir: Von Erstaunen, Interesse und Faszination, bis hin zu Ratlosigkeit, Entsetzen oder schallendem Gelächter – die Bandbreite ist groß. Mein Toaster kann zum Beispiel nur toasten. Eine rausnehmbare Brösellade (sein Highlight!) hat er auch. Im Vergleich zu modernen Toastern wirkt er wie ein Relikt aus längst vergangenen Tagen, denn moderne Toaster können mehr. Sie sind versehen mit fingerabdruckresistenten Legierungen, haben einen abnehmbaren Edelstahl-Brötchenaufsatz, einen stufenlosen Bräunungsgradregler, eine Peek&View-Funktion sowie eine variable Brotstärkenzentrierung – bei den beiden letzten Punkten weiß ich bis jetzt nicht genau, was das ist. Moderne Kaffeemaschinen können noch mehr: Sie verfügen über einen Drehknopf zur Regulierung des Milchschaumvolumens, verbrauchen kaum mehr Strom und reinigen sich quasi von selbst. BeanSelect, Steam Jet Double, Green Ray, Aroma Adjust, Rotary-Switch, Silence System und Touch-Screens wo man bei Gott keine erwartet hätte – ich habe den Eindruck, dass wir uns nicht mehr weit entfernt von der eierlegenden Wollmilchsau befinden. Und ich finde es meist toll, was schon alles möglich ist. Doch manchmal bin ich sprachlos, oft überfordert angesichts all der Funktionen und Begriffe, und dann frage ich mich ehrlich gesagt von Zeit zu Zeit: ‘Braucht das alles wirklich jemand?’ Und dann fällt mir ein, was schon ein findiger Werbefachmann vor mir meinte: „Und wenn Sie glauben, Bluetooth ist eine Zahnpasta, dann haben Sie wahrscheinlich eine Kugel in der Maus!“

DOWNLOAD

AUDIO



Die Audioversion gibt es als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt auf das Smartphone.

BSH

Einfach alles

Bei der BSH kann der Handel auch heuer wieder aus den Vollen schöpfen. In beinahe jedem Produktbereich hat der Vollsortimenter neue Innovationen im Ärmel, die für Umsatz am POS sorgen sollen.

Komfort ist ein großer Trend“, ist Erich Scheithauer, Geschäftsleiter Siemens Hausgeräte, überzeugt. Deshalb hat Siemens den diesjährigen Messeherbst auch ganz dem Thema der intuitiven Bedienung gewidmet – wie unter anderem mit der neuen Backofen-Reihe. „Einfache Bedienung stellt international eines der wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf eines Backofens dar. Dieser Nachfrage tragen wir nun mit einer speziellen Convenience Modellreihe Rechnung“, so Scheithauer.

Bequemes Backen

Die neuen Convenience Backöfen verfügen über eine Reihe von Eigenschaften, die das Backen und Braten intuitiver und komfortabler gestalten. So gewinnt das selbsterklärende Siemens lightControl Bediensystem durch ein neues TFT-Farb-Display noch weiter an Klarheit. Softeinzug-Türen und ein Stopp-Mechanismus für Teleskop-Auszüge machen die Handhabung fühlbar angenehmer.

Neu ist auch Heißluft eco – eine Beheizungsart, die um 30 Prozent effizienter arbeitet als der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A. Das beginnt mit dem neuen TFT-Display – einer Weiterentwicklung der bisherigen LC-Displays. Hochauflösend und in Farbe sind Statusanzeigen, Bedienschritte und Uhr nun noch schärfer dargestellt und aus allen Blickwinkeln leichter lesbar. Auch vor dem Energiesparen macht der Komfort nicht halt. Mit Heißluft eco hat Siemens

eine Beheizungsart entwickelt, die viele Anwendungen abdeckt und dabei noch Strom spart. Sie macht sich die Erkenntnis zu Nutze, dass Heißluft laut hauseigenen Studien die am häufigsten eingesetzte Beheizungsart in Privatküchen ist. Meist wird dabei nur auf einer Ebene gebacken oder gebraten. Für dieses Arbeiten auf einer Einschubhöhe hat Siemens nun die neue Heißluft eco zum Stromsparen optimiert. Vorteil: Sie arbeitet um 30 Prozent effizienter als der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A festlegt. Statt der dafür geforderten 0,99 kWh verbrauchen die Siemens Convenience Backöfen mit Heißluft eco nur 0,69 kWh und sparen so ein Drittel der Stromkosten gegenüber herkömmlicher Heißluft ein.

Siemens iQ 800

Auch beim Waschen bzw Trocknen legt Siemens Wert auf einfachste Bedienung. So stellt Siemens bei seiner Wäschepflege-Flotte zwei neue Flaggschiffe vor: Die Waschmaschine und der Trockner der iQ 800 Master Class bilden optisch ein perfektes Paar. Die neue Durchgängigkeit der iQ 800 Geräte begeistert aber nicht nur in ästhetischer Hinsicht. Durch die Einheit-

lichkeit ihres Bedienkonzepts ist es jetzt nicht mehr nötig, zwischen Waschmaschine und Trockner umzudenken. Beide Geräte folgen der gleichen selbsterklärenden „Von-links-nach-rechts“-Bedienung, die mehrere Sinne anspricht und intuitiv verständlich ist. Multi-Ton-Signale unter-



Die IQ800 Master Class von Siemens bringt Waschen und Trocknen auf ein neues Niveau.



Die Convenience Backöfen von Siemens sind intuitiv und selbsterklärend.

AM PUNKT

SIEMENS-HIGHLIGHTS

Waschmaschine & Trockner der iQ 800-Serie; Convenience Backöfen

HIGHLIGHTS VON BOSCH

HomeProfessional-Baureihe im Bereich Wäschepflege; SmartCool

CP-HIGHLIGHTS

Staubsauger Q 4.0 silencePower, Heißwasserspender Filtrino

stützen die Bedienlogik ebenso wie das neue TFT-Display. Der Umweltgedanke kommt bei der neuen iQ 800 Master Class ebenfalls nicht zu kurz: So nimmt das Siemens Dosiersystem i-Dos dem Benutzer die Frage der richtigen Waschmitteldosierung ab. Das Gerät muss nur noch etwa einmal alle 20 Waschgänge mit Flüssigwaschmittel „betankt“ werden. Dadurch wird einer der häufigsten Fehler beim Waschen vermieden: das Überdosieren, das zu übermäßiger Schaumbildung und unnötigen Spülgängen führt. So spart i-Dos Waschmittel und mehr als 7.000 Liter Wasser pro Jahr. Mit dem varioPerfect System kann sich der Benutzer zusätzlich für minimalen Stromverbrauch entscheiden – oder ein andermal maximal Zeit sparen. Von seinem neuen bürstenlosen iQ-Drive, einem extrem leise und verschleißfrei arbeitenden Motor, ist Siemens sogar so überzeugt, dass es zehn Jahre Garantie darauf gibt.

Dank seiner blueTherm Wärmepumpentechnik ist der iQ 800 Trockner der Energiespar-Weltmeister beim Wäschetrocknen, verspricht der Hersteller. Seine Energieeffizienz liegt ganze 50 Prozent unter dem Grenzwert zur Energie-Effizienzklasse A – und dort bleibt er auch. Denn sein selbstreinigender Kondensator erspart dem Nutzer nicht nur das ständige Reinigen verschiedener Siebe und Filter, sondern verhindert auch, dass Flusenablagerungen die Energieeffizienz verschlechtern – und das ein Geräteleben lang. Ist einmal Eile geboten, lässt sich mit varioPerfect jetzt auch beim Trockner von extrem energiesparend auf extrem zeitsparend umschalten.

Bosch: HomeProfessional

Auch Bosch hat für sich das Thema der Wäschepflege neu definiert und erweitert seine Premium-Geräteklasse um eine anspruchsvolle HomeProfessional-Baureihe. Hier geht's vor allem um das Thema der Energieeffizienz – bei Bosch nicht weiter überraschend. Neben wegweisendem Design versprechen bei der neuen HomeProfessional-Baureihe zahlreiche innovative Details und Programmfeatures beste Wasch- und Trockenergebnisse bei maximaler Energieeffizienz.

Die neue Premium-Waschmaschine geht gemäß neuem EU-Label mit der Energieeffizienzklasse A+++ und der Trockner dank selbstreinigendem Kondensator mit einem äußerst niedrigen Verbrauchswert von „A-minus-50-Prozent“ an den Start, weitere Modelle sind geplant. Charakteristisch für die neuen Waschmaschinen und Wäschetrockner ist



Die HomeProfessional-Baureihe von Bosch lässt weder bei der Energieeffizienz noch beim Bedienkomfort Verbraucherwünsche offen.

das exakt aufeinander abgestimmte „Zwilling“-Design. Kernelemente der Geräte sind die 135 Zentimeter hohe Blende mit Touch-Tasten, hochauflösendem TFT-Display und beleuchtetem Komfortdrehwähler sowie der markante Türkomplex. Was die Handhabung betrifft, gilt auch bei Bosch das Konzept der intuitiven „Von-links-nach-rechts-Bedienung“. Zugleich erhöhen Direktwahl-tasten die Sichtbarkeit der wichtigsten Schlüsselfeatures und Programme. Technisch baut die neue Waschmaschinen-Modellreihe auf der erfolgreichen Plattform der Logixx-Generation auf, die jüngst als Stiftung Warentest-Testsieger hervorging (Heft 10/2010).

Wie diese verfügen die Geräte aus der HomeProfessional-Serie über den extrem leisen und langlebigen EcoSilence-Drive sowie einen BLDC-Motor, auf den Bosch zehn Jahre Garantie gewährt. Seine bürstenlose Antriebstechnik ist besonders robust, ermöglicht lange Schleuderzyklen und führt zu einer insgesamt verbesserten Waschmechanik. Die im eigenen Haus konzipierte Inverter-Technologie erlaubt zudem eine intelligente elektronische Antriebskontrolle. „In Design, Funktionalität, Effizienz und Bedienkomfort setzen wir mit der neuen HomeProfessional-Baureihe branchenweit neue Maßstäbe“, ist der Hersteller überzeugt.



SmartCool setzt auf höchste EEK und intelligente Features.

SmartCool

Auch die neue supereffiziente Kältelinie von Bosch, die SmartCool-Reihe, will in den Olymp bei den Kühlgeräten aufgenommen werden. Wer Ressourcenschonung mit modernster Frischhaltetechnik, exklusivem Gerätedesign und intelligenten Features verbinden will, ist hier richtig. Denn dahinter verbirgt sich die erste Baureihe des Unternehmens, die ausschließlich aus Geräten der besten Energie-Effizienz-Klassen A+++ und A++

besteht. Die SmartCool-Geräte besitzen eine intelligente Elektroniksteuerung, perfekte Isolierung sowie eine besondere Konstruktion des Verdampfers im Gefrierteil mit der neuen LowFrost-Technologie von Bosch, die für niedrigen Energieverbrauch sorgt. Für den langanhaltenden Frischefaktor ist zB dank ChillerBox gesorgt, die um zwei Grad kühler ist als der restliche Kühlraum. Hier fühlen sich Fleisch, Fisch und Wurst, aber auch kühle Getränke besonders wohl. In der CrisperBox mit Feuchthaltesystem und Wellenboden, die je nach Modell auch mit einer DividerBox zu haben ist, bleiben Obst und Gemüse länger „crispy“: eben knackig und frisch. Bosch-typischer Extra-Komfort: Die CrisperBox ist auf Rollen gelagert – und daher äußerst „entgegenkommend“.

Die FreshProtectBox von Bosch wurde speziell für großzügige Side-by-Side-Geräte entwickelt. Sie bietet genug Raum, um die verschiedenen Lebensmittelgruppen ohne Feuchtigkeitsregulierung, aber bei flexibler Temperatureinstellung, länger frisch zu halten. Auch auf Bedienkomfort kann sich der Konsument freuen: perfekte Türmodi, ein hochwertig ausgestatteter Innenraum mit verstellbaren Glasablagen, Metallapplikationen und zentral in der Decke integrierter, besonders heller, extrem langlebiger LED-Leuchte. Nicht zu vergessen das ebenso übersichtliche wie leicht bedienbare TouchControl-Panel, über das sich Kühl- und Gefrierteil getrennt, individuell, komfortabel und sicher programmieren lassen.

Kleingeräte

Auch im CP-Bereich schläft die BSH natürlich nicht. So wird mit dem Q 4.0 silencePower der leiseste Staubsauger vorgestellt, den Siemens je gebaut hat – und einer der gründlichsten zugleich. „Um diese Kombination zu erreichen, haben unsere Entwickler eine ganze Reihe von Stellschrauben neu justiert, die normalerweise für störende Betriebsgeräusche verantwortlich sind. Das Ergebnis heißt: activeSound Control von Siemens“, erläutert Kathrin Schweder, Marketingverantwortliche Consumer Products Österreich. Eine durchdachte Luftführung beruhigt den Luftstrom von der Bodendüse bis zum Luftauslass. Zudem wurde beim Motorendesign umgedacht. Durch optimierte Wuchtung und eine federnde Lagerung stehen dort nun alle Zeichen auf Sanftlauf – und Vibrationen und Schwingungen werden erfolgreich verringert. Was noch an Geräusch übrigbleibt, nimmt die mehrlagige Schallisolierung aus



Alle schlafen, einer saugt. Mit dem neuen besonders leisen Q 4.0 silencePower kein Problem.

diversen Akustikschäumen und Dämmmatten auf. Dabei handelt es sich um ein innovatives Akustik-Fasergewebe, das zusätzliche Schallenergie absorbiert. Vergrößert wurden zudem Schlauch und Stutzen. Beide wurden im Durchmesser erweitert. Der Staubbeutel umfasst ein Volumen von fünf Litern, das Stromkabel ist zehn Meter lang. Damit steht auch dem Bedienkomfort nichts im Wege.

Bosch wiederum, wie könnte es anders sein, setzt zB auf klares Wasser. Filtrino spendet Wasser auf Knopfdruck: zimmerwarm, 70, 80 und 90°C heiß oder kochend. Der integrierte Brita Maxtra Wasserfilter garantiert optimalen Geschmack und Geräteschutz. Die im Wassertank integrierte Brita Maxtra Wasserfilterkartusche ist in allen gut sortierten Super- und Drogeriemärkten erhältlich. Sie reduziert Kalk und Chlor und vermindert hausinstallationsbedingte Metalle wie Blei und Kupfer. Zudem ist der 1.600 Watt starke Bosch Filtrino Heißwasserspender extrem schnell: Schon ca. 40 Sekunden nach dem Start wartet er mit einem Viertelliter kochend heißen Wasser auf. Herkömmliche Wasserkocher mit 2.000 Watt brauchen dazu meistens mehr als doppelt so lange.

Bei der Futura ist die BSH mit Bosch, Siemens (Groß- und Kleingeräten) sowie der Marke Constructa vertreten.

Text: Bettina Paur
IFA/Siemens: Halle 1.1, Stand 101
IFA/Bosch: Halle 3.1, Stand 301
Futura: Halle 2, Stand 205
Info: www.bshg.com

Leifheit/Soehnle Seelenwohl

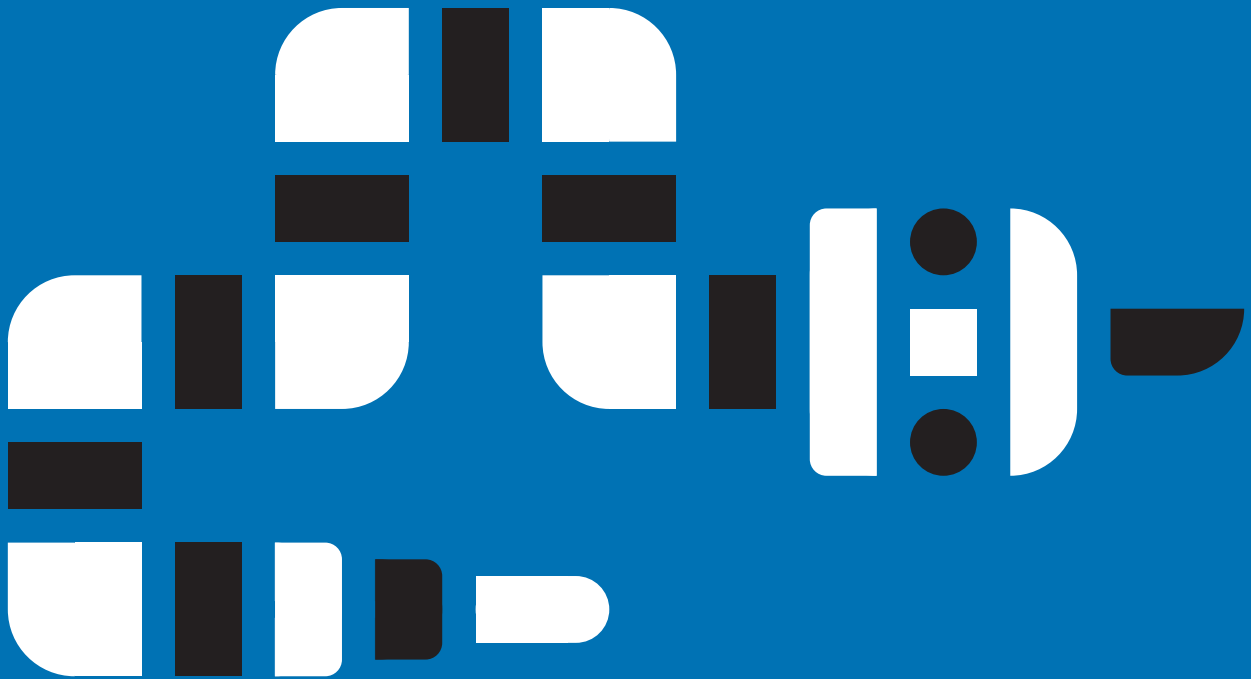


Im Foyer des Salzburger Messezentrums wird heuer zur Futura sehr viel los sein. Aber nicht, weil es im Eingangsbereich so nett ist, sondern weil Leifheit/Soehnle eine Wellnessinsel aufbaut, wo professionelle Therapeutinnen die Vorzüge der neuen Soehnle Relax-Produkte vorführen werden. Wer also von der Messe ermüdet dort vorbeikommt, kann in aller Ruhe entspannen, sich verwöhnen lassen und die Massagesitzauflagen oder Handmassageräte ausprobieren.

Direkt am Messe-Stand wird aber nicht weniger geboten – ganz im Gegenteil: In Halle 2, Stand 107 werden sämtliche Soehnle Relax-Neuheiten zu begutachten sein: ob die Massagesitzauflagen „Chill&Go“ und „Chill&Go 3D“, Heizdecken, Wärmekissen, Massagegeräte oder auch die neuen Sheepworld-Produkte. Soehnle hat Wärmekissen, Personen- sowie Küchenwaagen in einer Limited Edition mit den zuckersüßen Schafen versehen. Zudem ist für Soehnle-Relax eine Weihnachtsaktion am POS geplant.

Der zweite große Messe-Schwerpunkt betrifft das Thema Druckdampfbügeln. Dabei präsentiert Leifheit neben fünf weiteren Bügeltischen den schon bekannten „Air Active L Steamer“ und den absolut neuen, erst ab September erhältlichen „Air Active L Express“ als Highlights. Der „Air Active L Steamer“ bekam übrigens den Plus X Award für Design und Bedienkomfort und wurde zur „besten Dampfbügelstation des Jahres 2011“ gekürt. Um wirklich alle Vorzüge der Air-Bügel-Serie hervorstreichen, wird ein Moderator diese auf humorvolle, ansprechende Weise präsentieren. Und auch ein Gewinnspiel wartet auf die Besucher des Leifheit/Soehnle-Messestandes.

Futura: Halle 2, Stand 107



*Die Schlange, die sich nicht häuten kann,
geht zugrunde.*

Friedrich Nietzsche



PRINT TV ONLINE MOBILE

***Wir entwickeln uns weiter.
Gehen Sie mit uns.***

Alles wird anders. www.elektro.at

Bauknecht-Whirlpool

Handschlag-Qualität

Bei Bauknecht-Whirlpool bekommt man noch richtige österreichische Handschlagqualität. Und genau das will GF Hannes Kolb auf der Futura kommunizieren. Natürlich werden auch die neuen Produkte präsentiert, denn „darauf liegt ja unsere Kernkompetenz“. Doch Kolb möchte mehr zeigen: Das Unternehmen, die Menschen, die dahinter stehen, und die Leistungen, die Bauknecht-Whirlpool dem FH zu bieten hat.

Das Vorgespräch zur Futura mit Bauknecht-Whirlpool GF Hannes Kolb lief anders als gedacht. Erwartet wurde eine Zur-Schaustellung der neuesten Produkte, bis ins letzte Detail zerlegt, präzise differenziert. Doch Hannes Kolb betrachtet bei diesem Messeauftritt ganz andere Dinge als wesentlich: „Wir wollen die Futura nicht nur nutzen, um unsere neuesten Produkte zu zeigen, wir wollen in erster Linie das Unternehmen Bauknecht-Whirlpool präsentieren. Verstehen Sie mich nicht falsch, unsere Kernkompetenz liegt natürlich bei den Produkten, die sind schon sehr wichtig und wenn die Geräte was zu bieten haben, einen Mehrwert haben – und da differenziert der FH sehr wohl – dann interessiert das die Händler auch. Das 17. Knopfler hat aber mit Sicherheit nicht die oberste Priorität.“

Weltmeisterlich

Die Produkte spielen für den GF also nicht die Hauptrolle auf der Futura. Trotzdem lässt er es sich nicht nehmen zwei wirkliche Highlights zumindest kurz zu erwähnen – und zu recht: Mit der neuen Bauknecht EcoStyle Waschmaschinenserie sind nämlich dank Green Intelligence Technologie Wasser- und Energieeinsparungen bis zu 50% möglich. Zudem erreichen die Modelle die höchste EEK A+++ und laufen dank dem ProSilent Motor nicht nur besonders effizient, sondern auch ausgesprochen leise. Bauknecht ist



Der Verbraucher legt beim Hausgerätekauf sehr großen Wert auf den Ressourcenverbrauch. Bauknecht erzielt bei seinen neuen Modellen Bestwerte.

übrigens so überzeugt von diesem Induktionsmotor, dass das Unternehmen gleich 10 Jahre Garantie darauf gibt.

Mit seinem zweiten Highlight setzt Bauknecht eine Bestmarke in punkto Ressourcenschonung. Die zwei neuen A+ Geschirrspülermodelle verbrauchen im Normprogramm dank innovativer Technologie nämlich nur sechs Liter Wasser und „in Zeiten des Umweltschutzes sind wir mit diesen sechs Litern sicher Weltmeister – das muss man ganz klar herausstreichen“, zeigt sich Kolb stolz. Auch diese Geräte verfügen über die Green Intelligence Technologie und sparen so nicht nur Wasser sondern auch Energie.

Die Botschaft

Hannes Kolb möchte die Futura nutzen, um folgendes zu kommunizieren: „Wir führen Whirlpool sowie Bauknecht und mit beiden Marken sind wir breit auf-

gestellt. Whirlpool beginnt im gepflegten Einstiegsbereich und Bauknecht endet im hochwertigen Bereich. Für diese Höherwertigkeit der Bauknecht-Produkte spricht auch unser 'Platinum Fachhandelskonzept mit 5 Jahren Vollgarantie'. Das Konzept an sich gibt es schon seit rund drei Jahren, doch erst 2010 wurde die Vollgarantie eingeführt. Leider haben wir uns mit Bauknecht in den letzten Jahren viel zu wenig auf den FH fokussiert, dabei ist diese Marke genau das richtige für den FH. Denn: der Markt liegt im Elektrohandel leider klar hinter dem Vorjahr. Der Händler lebt heute also mehr denn je von der Marge. Umso wichtiger ist es jetzt, sich die Spanne über höherwertige Produkte zu holen. An einer 299 Euro Waschmaschine verdient keiner mehr – weder der Händler noch wir. Sicher gibt es manche, denen es nur um Stückzahlen geht, doch um Stück kann ich mir nichts kaufen, nur um Geld kann ich mir was kaufen. Es ist also Beratung, Service und Sicherheit gefragt. Das

AM PUNKT

DIE MESSE-THEMEN

Bauknecht-Whirlpool möchte auf der Futura den Fokus nicht nur auf die Produkte, sondern auch auf die Unternehmens-Präsentation legen.

HIGHLIGHTS

Geschirrspüler mit einem Wasserverbrauch von nur 6 Litern. Die neuen A+++ EcoStyle-Waschmaschinen mit 10 Jahren Garantie auf den Induktionsmotor.

muss der FH bieten und dann ist der Kunde auch bereit, mehr für die Produkte zu zahlen.“ Um diesen Mehrwert von Bauknecht zu untermauern, wird die Marke auf der Futura prominent positioniert: „Bauknecht hat auf unserem Stand die größere Fläche und man läuft quasi in die Highlights rein“, schildert der GF.

Ein weiterer Punkt, der Hannes Kolb am Herzen liegt, ist das Thema AD und Vertrieb: „Wir sind in Österreich flächendeckend aufgestellt und haben eine erfahrene, konstante Vertriebsmannschaft. Alle AD-Mitarbeiter sind schon sehr lange bei uns und das schätzt der Handel, das ist gut für die Kundenbeziehungen. Für mich ist es auch ein Zeichen, dass es im Unternehmen passt und dass sich die Mitarbeiter wohl fühlen.“ Der AD wird natürlich auch auf der Futura sein und Rede sowie Antwort stehen. Unter anderem auch zum Thema Aftersales-Service. „Bei jedem Lieferanten kann einmal ein Servicefall vorkommen und dann ist es wichtig, dass alles reibungslos abläuft, dass der FH keine Umstände damit hat, sondern sich weiter auf den Verkauf konzentrieren kann“, erklärt Kolb und ergänzt: „Wir werden in den nächsten sechs bis neun Monaten im Service einige wesentliche Veränderungen durchführen, die das Level unseres Aftersales-Services sicher noch einmal deutlich mehr erhöhen werden. Da kommt zum Beispiel punkto Organisation was Neues, usw – lassen Sie sich überraschen, wir können auf der Messe darüber reden.“

Worüber auf der Messe mit Sicherheit auch geredet wird, ist der direkte Zugriff auf die Produktränge im gemeinsamen deutschen Lager, „wodurch jetzt eine größere Auswahl herrscht und viel mehr Typen verfügbar sind“, beschreibt Kolb. Und ein weiterer Schwerpunkt ist die Bauknecht- bzw Whirlpool-Welt. Auf Terminals kann der Besucher durch diese beiden Webseiten surfen und dabei alles finden was der Händler braucht: sämtliche Produktdaten und-Kärtchen, Bedienungsanleitungen, Kataloge, Werbematerial, etc. Die „Welten“ gibt es eigentlich schon seit fast zwei Jahren, doch Kolb ist überzeugt, dass es noch viel Potenzial gibt, um sie besser zu vermarkten.

Handschlagqualität

Für Kolb ist es sehr wichtig, dass das Unternehmen Bauknecht-Whirlpool rich-

tig verstanden wird: „Wir sind ein internationaler Konzern, der in Österreich noch viel Potenzial hat. Wir wollen in Zukunft diese internationale Kraft, besonders in Bezug auf Bauknecht, nutzen. Auf der anderen Seite wissen wir jedoch ganz genau: In Österreich laufen die Dinge ‘speziell’ und damit müssen wir auch ‘speziell’ umgehen. Es gibt bei uns Regeln – ganz klar, aber man kann über alles reden und man findet auch bestimmt eine Lösung. Diese typisch österreichische Zusammenarbeit bieten wir gerne jedem Händler an! Grundsätzlich geht es doch darum, gut zusammenzuarbeiten und sich zu finden – neben der Qualität der Produkte, die natürlich passen muss.“

Die Sonntags-Frage

Mit der Streichung des vierten Futura-Tages geht Kolb übrigens überhaupt nicht konform: „Es ist für mich vollkommen unverständlich, wie man sich für die Streichung des Sonntages aussprechen konnte! Ich habe mit Händlern geredet, die ein kleines Familienunternehmen führen und bislang immer den Sonntag nutzen, um die Futura zu besuchen. Viele davon wissen noch nicht wirklich, wie sie das heuer bewerkstelligen werden. Sollen sie ihr Geschäft am Samstag einfach zusperren? Ich habe mich richtig geärgert über das Abtimierungsergebnis. Ich bin auch der Meinung, dass die Futura als Messe gestärkt werden muss und das passiert sicher nicht, wenn man sie verkürzt.“ Kolb freut sich auf jeden Fall über jeden – auch noch so ‘kleinen’ – Händler, der am



Hannes Kolb möchte auf der Futura nicht nur neue Produkte zeigen, sondern viel mehr das Unternehmen präsentieren.

Whirlpool-Stand vorbeikommt und „es ist auch wirklich jeder herzlich eingeladen, das zu tun.“

Text: Stefanie Bruckbauer
Fotos: S. Bruckbauer, Bauknecht
Futura: Halle 2, Stand 201

www.htn.at

HTN

Wohlfühlen
ist uns wichtig

HTN AUF DER FUTURA 2011
Sehen Sie im vorgestellten Film, was Sie auf der Futura 2011, Halle 5, Stand 117 erwartet! (QR Code)

HTN Elektrogeräte Vertriebs GesmbH
Polting 12 | A-1052 Gebobtskirchen

elektrabregenz

Neues von Hans Dampf

Mit einem Reigen an neuen Produkten und Unterstützung für den EFH startet elektrabregenz in den Messeherbst. So wird auf der Futura die neue Topclass präsentiert – ein Premiumpartner-Programm für die Fachhändler. Bei den Geräten dreht sich vieles um das Thema Dampf.



Sales Director Christian Schimkowitzsch, Koch Roman Klauser, Marketingleiterin Theresia Heitzinger und General Manager Serdar Sözenoğlu sind auch heuer wieder bei der Futura vor Ort.

So stellt die österreichische Traditions-marke einen neuen Geschirrspüler mit Dampfunterstützung für ein optimales Reinigungsergebnis vor. Der GI 4327 X hat Platz für 15 Maßgedecke und umfasst neun Spülprogramme. Mit Ausstattungs-

merkmalen wie 24 Stunden Startzeitvorwahl, Restzeitanzeige sowie Programmablaufanzeige setzt elektrabregenz auf hohen Bedienkomfort. Auch an einen herausnehmbaren dritten Korb und einen generell flexiblen Innenraum wurde gedacht. Der GI 4327 X verfügt über eine EEK von A+.

AM PUNKT

PRODUKT-HIGHLIGHTS

Wärmepumpentrockner (A-50%), Geschirrspüler mit Dampfunterstützung, Waschmaschinen und dampfunterstütztes Kochen.

FUTURA

Cocktail-Party am Freitag, Gewinnspiel, Kochwettbewerb.

Surf mit i-Cook

Ebenfalls neu im Reigen der Großgeräte von elektrabregenz ist der BES 4513 X, ein Multifunktionsbackrohr mit dampfunterstützter Surf-Technologie. Mit 13 Kochfunktionen sind den Gaumenfreuden keine Grenzen gesetzt, automatisches Kochen mit 50 gespeicherten



Das neue Multidampfbackrohr mit Surf-technologie zaubert dank 50 gespeicherten Rezepten wahre Gaumenfreuden.

Rezepten ermöglicht auch Kochmuffeln das perfekte Dinner. Als Zubehör packt der Hersteller Fettpfanne, Backblech, Grillrost, Pizzastein sowie einen einfachen Backblechauszug oben drauf. Der Innenraum fasst 65 Liter.

Greenplus

Mit dem neuen Waschautomat, dem WAF 8165, zollt der Hersteller dem Totschlagargument am POS, dem Energiesparen, Tribut. Mit einer Energieeffizienzklasse von A+++ (A-50%) braucht der Kunde beim Waschen garantiert kein schlechtes Gewissen mehr zu haben. 16 Programme, von Baumwolle, über dunkle Wäsche bis zum Auffrischen, ist alles mit dabei, was das Wäscherherz begehrt. Zusatzfunktionen wie Vorwäsche, Express, Extraspülen und Bügelleicht runden das Wohlfühl-Paket ab. Auch der neue Kondensationstrockner mit Wärmepumpen-Technologie, der TKF 8352 A, setzt mit einer EEK von A-50% auf den grünen Gedanken. Auch hier wurden 16 Programme inkludiert, unter anderem: Viskose, Auffrischen, Dessous, Hemden, Jeans, Sport, Zeitprogramme. Beide Geräte haben ein Fassungsvermögen von 8 kg.

Party & Sprit

Auf der Futura präsentiert der Hersteller erstmals auch Kleingeräte des Schwesterunternehmens Grundig. Darüber hinaus hat sich elektrabregenz einiges einfallen lassen. So gibt es heuer einen Kochwettbewerb mit Roman Klauer und Georg Hackl. Am Freitag, den 16. September lädt der Hersteller bei schwungvoller lateinamerikanischer Musik und Tänzern um 18 Uhr herzlich zur Cocktailparty ein. Und auch ein Gewinnspiel wird es auf der Futura geben – ein praxisnahes noch dazu. Auf jeder Einladung von elektrabregenz steht eine Nummer. Mit der richtigen Zahlenkombination kann man einen der drei Safes, die am elektrabregenz-Messestand stehen, öffnen und gewinnen. Der Hauptpreis: ein ganzes Jahr gratis tanken, gefolgt von einem halben Jahr gratis tanken und drei Monaten gratis tanken. Zudem wird es im Oktober eine Schulungstour geben, eine Radiowerbung und natürlich der Zeit angepasste Aktionen, verrät Marketingleiterin Theresia Heitzinger. Auf der IFA ist erstmals BEKO vor Ort und präsentiert eine neue Produktlinie. Mit sparsamen Sechsliter-Geschirrspüler, Aquafusion und Blue-light Technologie will die Marke die



Der neue Kondensationstrockner mit Wärmepumpen-Technologie setzt nicht nur mit einer EEK von A+++ auf das Energiesparthema. Auch beim Bedienkomfort muss man keine Abstriche machen.

Konsumenten und Händler in Berlin begeistern.

Text: Bettina Paur
 IFA BEKO: Halle 7.1A, Stand 101
 Futura: Halle 1, Stand 212
 Info: www.elektwabregenz.at

Ihr Weg in die Zukunft.

www.futuramesse.at

Messezentrum Salzburg

15.-17.09.2011

NEU: 3 Messtage

FACHMESSE FÜR
 UNTERHALTUNGSELEKTRONIK,
 HAUSHALTSTECHNIK UND
 TELEKOMMUNIKATION

Verwenden Sie diesen
 QR-Code und tauchen Sie ein
 in die Welt der FUTURA!

Zutritt nur für Fachbesucher!



Dietmar Keuschnig liebt den Gipfelsturm. Als echter Kärntner ist der neue GF von Nespresso regelmäßig in den Bergen unterwegs. Vielleicht ist dies neben der Liebe der Österreicher zum Kaffee einer der Gründe, warum er seine Heimat so bald nicht wieder verlassen will.

Interview mit Dietmar Keuschnig

Gipfelstürmer

Seit 1. Mai ist der Kärntner Dietmar Keuschnig der neue Market Director von Nespresso Österreich. E&W traf den sympathischen Alpinisten zwei Monate nach seinem Amtsantritt und sprach über seine Ziele, die Marke Nespresso und Seilschaften mit seinen Mitarbeitern und dem EFH.

E&W: Lieber Herr Keuschnig, Sie waren 25 Jahre im Ausland tätig, zuletzt bei der Schweizer Mammut Sports Group. Ist die Rückkehr in Ihre Heimat mit einem weinenden oder lachenden Auge verbunden?

Dietmar Keuschnig: Lachend! Absolut lachend! Ich war bei Mammut als Europachef ua für Österreich zuständig und wenn ich in ein Land gerne gefahren bin, dann natürlich in meine Heimat. Das ist meine Kultur, wir sprechen die gleiche Sprache, essen das gleiche Essen und trinken den gleichen Wein. Es ist natürlich eine besondere Ehre, wenn man als Kärntner in der Hauptstadt arbeiten darf. Gleichzeitig bin ich halt doch ein echter Kärntner, ich schätze die Natur, die Leute. Und vor allem die Eigenheit, wenn zwei Kärntner zusammenkommen, dann fangen sie sofort an zu singen – dieser Ausdruck von Lebensfreude, der den Kärntnern eigen ist.

E&W: Wie würden Sie sich beschreiben?

Keuschnig: Sportler, Bergsteiger, Gipfelstürmer. Das ist für mich auch ein Prinzip: Ich war nie Free-Solo-Geher, ich war immer einer, der Klettern oder Bergsteigen war im Team, immer in der Seilschaft. Der Erfolg ist dann am schönsten, wenn man ihn gemeinsam feiert. Es ist mein Ziel, den Weg, der beschritten wurde, so fortzusetzen. Es wird nicht unbedingt leichter, Rahmenbedingungen verändern sich. Aber mit einer klaren Vision, einer Seilschaft und mit Mitarbeitern, die sich für das Unternehmen einsetzen, werden wir diesen Spirit weitertragen.

E&W: Was macht aus Ihrer Sicht die Marke Nespresso einzigartig?

Keuschnig: Ich komme ja aus der Sportbranche und ich habe gern für Mammut gearbeitet, weil Mammut selbst extrem viel mit Nespresso gemeinsam hat. Beide Unternehmen setzen ganz klar auf Qualität, setzen sich hohe Ziele und die Mitarbeiter arbeiten daran, dass diese Ziele auch real werden. Beide Unternehmen haben ecolaboration in ihrer Agenda, weil beide, in unterschiedlichen Bereichen natürlich, auf die Umwelt einwirken. Bei beiden Unternehmen, und das freut mich als Alpinist besonders, ist das Thema keine Message, sondern Realität des täglichen Schaffens. Nespresso hat das Bestreben, niemals stehen zu bleiben. Als ich vor 25 Jahren Österreich verließ, war Nespresso gerade in der Gründungs-



SIEMENS



Unser Doppel für perfekt saubere und trockene Wäsche.

Die neue iQ 800 i-Dos Waschmaschine und der IQ 800 blueTherm Kondensationstrockner.

siemens-home.at

Die neue iQ 800 i-Dos Waschmaschine und der iQ 800 blueTherm Kondensationstrockner kümmern sich als perfekt aufeinander abgestimmtes Team vollautomatisch um Ihre Wäsche. Angefangen bei ihrem einheitlichen Gerätedesign über die intelligente Menüführung bis hin zu den gemeinsamen Programmoptionen selbst für Ihre Spezialtextilien – zusammen sind beide Siemens-Geräte die perfekten Partner für eine rundum perfekte Wäschepflege aus einer Hand.



* Laut dem unabhängigen Institut für Angewandte Forschung wfk beträgt das jährliche Einsparpotenzial beim Wasserverbrauch durch die i-Dos-Dosierautomatik im Vergleich zu manueller Dosierung bis zu 7.062 Liter.

Der neue Bedienkomfort mit TFT-Display und Programmwähler ermöglicht eine intuitive Programmsteuerung. Dabei verläuft die Bedienführung von links nach rechts und ist so logisch aufeinander abgestimmt.

i-Dos macht das Dosieren für Sie so einfach wie nie. Denn die erste integrierte Präzisions-Dosierautomatik ermittelt genau, wie viel Waschmittel und Weichspüler Ihre Wäsche braucht. Abhängig von so variablen Faktoren wie Textilart, Beladungsmenge, Wasserhärte und Verschmutzungsgrad dosiert sie ebenso effizient wie millilitergenau – für eine noch perfektere Textilpflege mit besten Waschergebnissen. Spart bis zu 7.062 Liter Wasser im Jahr.*

Der Energiespar-Weltmeister blueTherm Kondensationstrockner trägt zwar das Energielabel A arbeitet aber im Vergleich zu anderen Kondensationstrocknern der EEK A (Grenzwert 0,48 kWh/kg) sogar mit bis zu 60 % weniger Energie (nur noch 0,19 kWh je kg Wäsche). Der Kondensator des blueTherm wird bei jedem Trocknungsgang automatisch intensiv gereinigt. Und zwar gleich mehrfach. Das Ergebnis: ein stets flusenfreier Kondensator, der den Energieverbrauch dauerhaft konstant niedrig hält.

Siemens. Die Zukunft zieht ein.

phase. Wenn man dann zurückkommt und diese Begeisterung für die Marke im Land erlebt, dann freut das einen sehr. Nespresso steht für Begeisterung für Kaffee, das ist auch das Motiv, warum ich mich bei Nespresso beworben hatte. Wir stehen dafür, dass nur ein bis zwei Prozent vom gesamten Weltmarkt die Kriterien erfüllt, die wir für unsere Kapseln brauchen. Und natürlich, diese Dinge, die Nespresso prägen, in der bestmöglichen Form zu präsentieren. Das setzt eine klare Richtung voraus und natürlich Mitarbeiter, die diesen hohen Anspruch über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg halten. Es ist ein Niveau, das Tom Reuter und sein Team in den letzten Jahren in Österreich erreicht haben, das nicht selbstverständlich ist und das viel harte Arbeit bedeutet.

E&W: Wie ist Ihr Verhältnis zum EFH?

Keuschnig: Wir haben eine Struktur, die von Wolfgang Eberhardt im EFH extrem gut gemanagt wird, wir werden uns bei diversen Events auch zeigen. Ich freue mich je nach Gegebenheit und Zeitmöglichkeit, die Händler kennenzulernen und Gespräche zu führen. Die Zusammenarbeit mit dem EFH ist ein wichtiges Element, das dazu beigetragen hat, dass wir da sind, wo wir heute sind. Das ist nicht zu unterschätzen. Natürlich sind wir nicht Lieferant der Maschinen. Aber da, wo Nespresso gemeinsam ein Ziel verfolgt, gemeinsame Tätigkeitsfelder hat, ist für mich die Art und Weise extrem wichtig: Das ist der Respekt, wie man miteinander umgeht, die Wertschätzung für gemeinsam Erreichtes. Ich freue mich außerordentlich über den offenen Dialog, der einfach direkt und zielgerichtet ist, um sich auch hier permanent weiterzuentwickeln.

E&W: Wie sieht es zur Futura aus? Sind Sie vor Ort?

Keuschnig: Nespresso wird sich wieder auf den Ständen der Maschinenpartner zeigen. Und natürlich werde ich persönlich auch dort sein! Ich freue mich drauf! Und auf der IFA sind wir wieder mit unserem Flagship-Stand vertreten.

E&W: Wo geht die Reise bei den Geräten hin?

Keuschnig: PiXie zeigt auf, wohin wir gehen, in dem wir bei dem Produkt ja 40% weniger CO₂-Emissionen haben. Zudem haben wir damit ein neues Format und neue Zielgruppen erschlossen.

Ich bin überzeugt, dass wir uns in diesem Bereich, mit Slowmode, Ausschaltfunktion, „More than you see“ usw weiterentwickeln. Nespresso steht für Maschinen mit ausgefeilter Technik, für Design, das für sich spricht und den Leuten gefällt, Funktionalität, die der Kunde sucht und immer einen Schritt voraus ist. Diesen Weg werden wir weitergehen. (Anm.: Näheres zum neuen Nespresso-Highlight siehe Seite 130)

E&W: Welche kurzfristigen Ziele stehen auf ihrer To-Do-Liste als Österreich-GF?

Keuschnig: Wichtig ist mir natürlich, ein klares Bild zu bekommen, welche Ausrichtung wir für Nespresso – in den unterschiedlichen Bereichen – in den nächsten Jahren sehen. Und natürlich die verschiedenen Aktivitäten, die wir schon kommuniziert haben, zur Umsetzung zu führen, wie Schokolade als wichtiges Thema oder den Boutique-Roll-out in Graz und in Innsbruck. Hier haben wir eine Flächensteigerung von einem deutlich zweistelligen Wachstum vor. (Anm.: E&W Online berichtete über die Eröffnung in Graz und im Winter 2011/12 in Innsbruck). Bei den Boutiquen wollen wir uns ein klares Bild darüber machen, wie wir weiter wachsen sollen. Zudem sind mir unsere Clubmitglieder besonders wichtig, sie sind unser wertvollstes Gut. Dazu gehört es, sie immer wieder neu zu begeistern, neu zu inspirieren, mit Limited Editions, mit Dingen, die es vorher vielleicht noch nicht gab, wie zB das Thema Schokolade.

E&W: Was wollen Sie als GF Österreich verändern?

Keuschnig: Ich glaube, dass wir in den Ländern unterschiedlich aufgebaut sind. Es ist absolut wichtig, dass wir uns in Vorarlberg, Tirol, in Westösterreich in einer Form zeigen können, wie wir es noch nicht gemacht haben. Umsatzziele sind eine Sache, aber es ist natürlich klar bezüglich Boutique-Roll-out, dass ich als Kärntner dafür kämpfen werde, auch in Kärnten irgendwann mal eine Lösung zu haben. Welche das ist, weiß man heute nicht, das müssen wir erst bewerten. Wenn wir einen Schritt gehen, wie die Boutique in Innsbruck, dann ist das der erste Schritt. Der zweite Schritt ist, dass wir die Serviceleistungen, die wir haben, ob es nun YourTime oder PickUp oder Schokoladen im Herbst sind, den Leuten vor Ort nahezubringen und diese Aufbauarbeit zu leisten. Wir müssen dort

die richtigen Mitarbeiter finden, schulen, sicherstellen, dass das, was wir in Wien am Graben und in den anderen Boutiquen haben, diese Qualität auch in Westösterreich gewährleisten. Dann ist das nächste Projekt geplant. Natürlich werden wir uns auch ansehen, welche Aktivitäten bereits laufen und wie zeitgemäß diese Dinge noch sind und wie wir sie vielleicht adaptieren sollen.

E&W: Wie geht es mit dem Thema eco-laboration bzw Recycling voran?

Keuschnig: In Österreich als auch weltweit nimmt Nespresso das Thema sehr ernst, in ihren unterschiedlichen Aspekten, wie zum Beispiel das Recycling der Kapseln. Aluminium ist ein wertvoller Rohstoff. Aber auch ein Rohstoff, der beliebig oft recycled werden kann. Es ist mir wichtig, dass es dem Kunden leichtfällt, dieses Recyclingthema auch umsetzen zu können. Nach knapp zwei Jahren können wir bereits auf mehr als 750 Recyclingcorner verweisen. Unser Gruppenziel, 75% Recyclingkapazität zu schaffen, haben wir in Österreich schon fast erreicht. Und das zwei Jahre vor unserer gesetzten Frist 2013.

E&W: Planen Sie in diesem Jahr noch Marketingaktionen?

Keuschnig: Ich denke, die Frühjahrsaktion wurde sehr erfolgreich umgesetzt. Dass wir Ende des Jahres noch etwas planen, eine zweite Promotion im Handel, können wir schon verraten.

E&W: Noch eine Abschlussfrage: Werden Sie als GF von Nespresso länger bei uns in Österreich bleiben?

Keuschnig: Es ist absolut mein Ziel! Ich fühle mich ausgesprochen wohl in dieser herausfordernden Aufgabe. Jetzt in Österreich zu sein, das ist für mich natürlich besonders schön. Diese Beispiele gibt's ja auch nicht so oft, dass einer 25 Jahre im Ausland war und jetzt wieder zurückkommt. Und es wird auch kaum jemanden geben, der so lange im Ausland war – und gleich wieder weg möchte. Nein, ich freue mich sehr auf diese absolut geniale Herausforderung im meinem Heimatland.

E&W: Vielen Dank für das Gespräch!

Text: Bettina Paur
Foto: Nespresso
Info: www.nespresso.at



Classic Art. Nr. B03107E



*Automatic Art. Nr. B03109E



*Duo Art. Nr. B03111E

Kaffeegenuss nach italienischer Art

- ✓ Für alle gängigen Einzelportionen
- ✓ 19 bar Pumpe
- ✓ Thermoblock
- ✓ Dampf- und Heisswasserdüse
- ✓ Wasserfilterkartusche*
- ✓ Stand-by Funktion

Besuchen Sie uns
an der FUTURA Salzburg!
Halle 3/Stand 111



A member of DIETHELM KELLER BRANDS



Liebherr

Die Qualität der Kälte

Der Kälte-Spezialist Liebherr setzt auch heuer ganz auf Themen, die sich bei Kühl- und Gefriergeräten am POS am besten verkaufen lassen: Energieeffizienz, Bedienkomfort und ansprechendes Design.



Das Premium-Modell GNP 3666 zeigt die modernen Möglichkeiten in Sachen Frischekomfort und Energieersparnis auf.

frierschränke oder der hochwertigen Kühl-/Gefrierkombinationen mit BioFresh und NoFrost.“

Highlights

„Das Hauptaugenmerk liegt auf energiesparenden Kühl- und Gefriergeräten sowie unseren neuen Cool Vision Geräten. Geräte-Highlights werden die im heurigen Jahr eingeführten Gefrierschränke 60 cm No Frost A++ und die neuen 70 cm No Frost A+++, sowie A+++ Kühl-/Gefrierkombinationen“, so Ausserdorfer weiter.

Nicht ohne Grund: Mit den 70 cm breiten NoFrost-Gefrierschränken setzt Liebherr neue Maßstäbe beim Energieverbrauch, verspricht der Hersteller. Mit professioneller NoFrost-Kältequalität und sehr großen Nutzinhalt sind die vier Premium-Modelle GNP 3166, GNP 3666, GNP 2666 und GNP 4166 in der derzeit bestmöglichen Energie-Effizienzklasse A+++ und somit 60% sparsamer als Geräte in der Effizienzklasse A.

Auch bei den Kühl-/Gefrierkombinationen baut Liebherr auf Topqualität, Design und Energieeffizienz auf höchstem Level. Die A+++-Kombinationen mit BioFresh und NoFrost garantieren das perfekte Kühlklima für superlange Frische und eine sichere Langzeitfrische im Gefrierteil. Alles das in der höchsten Energieeffizienzklasse A+++.

Futura

In Salzburg sind natürlich wieder GF Alfred Martini, Verkaufsleiter Robert Ortner, Manfred Klocker, Leitung Kundendienst, Thomas Ausserdorfer, Leitung Verkaufsförderung, das gesamte Außendienstteam von Liebherr sowie abwechselnd die Vertreter des Innendienstes vor Ort.

Text: Bettina Paur
Foto: Liebherr
IFA: Halle 2,1, Stand 201
Futura: Halle 01, Stand 210

AM PUNKT

SCHLAGWORTE

Energieeffizienz, Bedien- und Frischekomfort, Design, BioFresh und NoFrost

HIGHLIGHTS

Cool Vision Geräte, Gefrierschränke 60 cm No Frost A++ und die neuen 70 cm No Frost A+++, sowie A+++ Kühl-/Gefrierkombinationen

FUTURA

Liebherr setzt weiterhin auf den Fachhandel und auf die Futura.

Auch BioFresh und NoFrost sind natürlich modernen Schlagworte beim Thema Kühlen und Gefrieren, an denen ein Hersteller wie Liebherr nicht vorbeikommt. Denn Energiesparen und hohe Nutzerfreundlichkeit sind die Musts des Messeherbtes, wie auch Thomas Ausserdorfer, Leitung Verkaufsförderung bei Liebherr betont: „Dass sich heute Frischekomfort und Energieersparnis nicht mehr ausschließen müssen, zeigen die Programme der supersparsamen NoFrost-Ge-



**PREMIERE AUF
DER FUTURA!**
15. – 17.09.2011
Halle 2, Stand 103



NEU
MELITTA® CAFFEO®
Gourmet

CAFFEO®
Gourmet

Innovation in Perfektion.

Die neue Melitta® CAFFEO® Gourmet bietet mit der praktischen „Aroma-Adjust“-Funktion die Möglichkeit, Kaffee-Spezialitäten noch besser an die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden anzupassen. Viele benutzerfreundliche Features, modernes Design und Energie-Effizienz runden die Ausstattung der neuen Melitta® CAFFEO® Gourmet ab.

Vom Preiseinstieg bis zur Premiumklasse deckt Melitta® mit **6 Vollautomaten-Modellen** sowie **4 unterschiedlichen Milchschaum-Zubereitungs-Systemen** und höchstmöglicher Energie-Effizienz alle Kundenbedürfnisse für Ihren Verkaufserfolg ab. Infos unter www.melitta.at

© Reg. Marke eines Unternehmers der Melitta Gruppe, Melitta GmbH, Postfach 62, A-5021 Saizburg, office@melitta.at, www.melitta.at

Melitta macht Kaffee zum Genuss.®





Mit der neuen ProTex Plus-Serie übertrifft sich AEG selbst, was das Thema Energieeffizienz angeht. Zudem punktet der Hersteller dabei mit einer Vielzahl an automatischen Waschprogrammen.

AEG

Grüner Sparefroh

AEG schlägt den Sparkurs ein. Aber nicht, was Fachhandelssupport oder gar Neuheiten im Herbst betrifft. Im Gegenteil: Mit den neuen Produkten rückt Energieeffizienz, das Totschlagargument am POS, immer mehr in den Vordergrund – für eine intakte Umwelt und für die Geldbörse der Konsumenten.

Deshalb hat AEG den neuen Top-Geräten bessere Energieeffizienzklassen

spendiert. Am 750 m² großen Stand in Salzburg können sich die Händler von den neuen Errungenschaften in Sachen geringer Verbrauch überzeugen. Ob bei Waschmaschinen bis zu einer EEK von A+++20%, AEG-Herden mit einer Energieeffizienzkategorie von A-20% bis hin zu den innovativen ProClean-Geschirrspülern mit Energieeffizienzkategorie A++.

effizienzkategorie von A+++20% – also 20% effizienter, als A+++ ohnehin schon ist. Zudem setzt die neue Reihe nicht nur auf Schonung der Umwelt, sondern auch auf Schonung der Textilien.

AM PUNKT

TENOR

AEG widmet sich in diesem Herbst ganz dem Thema Energieeffizienz.

HIGHLIGHT

Fokus liegt auf der neuen ProTex Plus Serie.

FUTURA

Einen Besuch sind sowohl der 750m²-große Stand als auch die Outdoor-Küche wert.

Highlights

Zu den absoluten Highend-Produkten des Vollsortimenters zählt hier die neue 8er-Serie der AEG ProTex PLUS Waschmaschinen im Design der „Neuen Kollektion“. Die Geräte haben eine Energie-

Auch Tests der Hohensteiner Institute und der Woolmark Company mit dieser neuen Waschmaschinen-Generation zeigen, dass sie die Kleidung noch schonender behandelt, als dies Vorgängermodelle konnten und somit die Kleidung länger wie neu aussehen lässt. Denn das neue ProTex-System in den Geräten kombiniert verschiedene Technologien und Funktionen, um Textilien effizient und behutsam zu reinigen.

Mittels Advanced Washing Technology (AWT) wird die Kleidung schnell und gleichmäßig befeuchtet. Lokale Farbaufhellungen auf der Wäsche, die durch die Überkonzentration von Waschmittel zu Beginn des Waschvorgangs entstehen können, werden verhindert. Die speziell geprägte Schontrommel in der neuen AEG ProTex bietet zudem Pflege für Textilien. Die Kombination aus kleinen Löchern und einer großen perforierten Fläche schützt das Gewebe und erlaubt perfektes Waschen und effizientes Spülen der Kleidungsstücke.

Der integrierte Gewichtssensor hilft bei der präzisen Beladung der Maschine und bei der korrekten Dosierung des Waschmittels. Darüber hinaus wird sofort die Waschzeit angezeigt, die für die aktuell eingefüllte Beladung benötigt wird. Und mit dem OptiSense-System erkennt die Waschmaschine die geladene Wäschemenge und kann so das richtige Maß an Wasser, Energie und Zeit automatisch einstellen – so wird die Wäsche nicht mehr als nötig strapaziert. Die Waschmaschinen der ProTex PLUS-Reihe überzeugen nicht nur funktionell, sondern auch optisch. Sie sind in der Standardausführung mit Edelstahl-Bedienelementen und stylischem Drehknopf ausgestattet. Die Topmodelle

der neuen Waschmaschinen-Serie verfügen über eine Touchscreen-Steuerung.

Einbau

Nicht nur die neuen Standgeräte sind für den Fachhandel von Interesse, auch im Einbaubereich tut sich einiges. Hier liegt der Fokus weiterhin auf den 13-fach mit dem internationalen reddot Design-Award ausgezeichneten Geräten der Neuen Kollektion (E&W berichtete), welche auf der Futura 2010 erstmals dem heimischen Publikum präsentiert wurden.

Bodenpflege

Auch im Bereich der Staubsauger setzt AEG auf den grünen Gedanken. So präsentiert sich der neue Ergorapido Öko mit automatischem Akkuladestopp und geringem Stromverbrauch. Zudem ist er aus 70% wiederverwertetem Kunststoff hergestellt und zu 85% recyclebar. Der Kabellose setzt auf Cyclone-Technologie, Akku-Ladeanzeige und Betriebsanzeige, einen abnehmbaren Akkuhandsauger, LED Frontlicht an der Bodendüse und Geräuscharm.

Mit dem Beutelsauger Ultra One AUO 8870 ist der Konsument bei der Handha-

bung als auch bei der Staubaufnahme auf der richtigen Seite. Und auch hier setzt AEG auf die Umwelt – denn mit einem Geräuschpegel von nur 72 dB(A) steht auch beim Saugen der heiligen Ruhe in den vier Wänden nichts im Wege.

Generell ist bei den neuen Staubsaugern von AEG für jedes Kundenbedürfnis das Richtige dabei. Neben dem grünen Gedanken sind dem Hersteller vor allem Verbesserungen in Bezug auf die Handlichkeit – wie lange Kabel oder bei den Beutellosen einfachere Entfernung des Staubbehälters – geglückt.

Bügeln

Bei den Bügeleisen geht es vor allem um das Thema Sicherheit. Bei dem Highlight, dem Dampfbügler 5Safety™ DB 8040, wurden gleich fünffache Maßnahmen für das gefahrlose Glätten der Kleidungsstücke entwickelt. Die 3-fache Sicherheitsabschaltung mit optischer und akustischer Warnung, der sichere Stand durch ein patentiertes, großflächiges, gummiertes Rückteil sowie der Rundum-XXL-Sicherheitsgriff sorgen bei der Hausarbeit für ruhiges Blut. Auch der Komfort bei der unbeliebtesten aller Tätigkeiten im Haushalt kommt nicht zu kurz, wie der Hersteller schon mit dem wohlklingenden Namen der Bügelsohle verrät. Diese nennt sich „Resilium Superior Glide Jetski Bügelsohle“ und setzt auf perfekt abgerundete Kanten, 605 Dampfaustrittsöffnungen – für ein faltenfreies, leichtes Rückwärtsbügeln und extreme Kratzfestigkeit.

Futura

Aber nicht nur die AEG-Highlights aus den Bereichen Kochen, Spülen, Kühlen, Waschen, Trocknen und bei den Kleingeräten lohnen sich entdeckt zu werden. Definitiv auf der Futura ebenfalls einen Stopp wert: Die kulinarischen Leckerbissen von Spitzen-Koch Franz Stolz, der in der AEG Outdoor-Küche eindrucksvoll demonstriert, wie raffinierte und gesunde Köstlichkeiten spielend leicht zubereitet werden können. Als Gesprächspartner stehen Alfred Janovsky, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH, und Martin Bekerle, Marketing & PR-Leiter der Electrolux Hausgeräte GmbH gerne zur Verfügung.



Auch bei den Kleingeräten lebt AEG ganz den grünen Gedanken aus. So ist zB der Ergorapido Öko aus 70% wiederverwertetem Kunststoff hergestellt und zu 85% recyclebar.

Text: Bettina Paur
IFA: Halle 4.1., Stand 101
Futura: Halle 2, Stand 101 und Stand 301

Miele

Kraft der Verlässlichkeit

Zur Futura werden den Fachhändlern von Miele nicht nur die neuen Innovationen des Unternehmens präsentiert. Auch der neue Miele-GF Martin Melzer ist neben Josef Vanicek, Ingo Wimmer und der gesamten Vertriebs-Mannschaft vor Ort. Und sie feiern gemeinsam ein Jubiläum: 25 Jahre Besteckschublade – attraktive Aktionsangebote inklusive. Aber auch in den anderen Produktbereichen stampft der Marktführer – wie gewohnt – wieder ordentlich auf.

Miele ist bekanntermaßen der Erfinder der Besteckschublade und brachte diese erstmals 1987 in einem neuen Geschirrspüler auf den Markt. Mit der Einführung der patentierten 3D-Besteckschublade hat Miele im vergangenen Jahr seine Entwicklungskompetenz erneut unter Beweis gestellt und weiter ausgebaut. Zum Jubiläum kommen zwei Aktionsmodelle auf den Markt: die Geschirrspülmaschinen „Edition 3D“ und „Edition 3D Eco“.

Das Aktionsmodell „Edition 3D“ hat einen Stromverbrauch von 0,94 Kilowattstunden und gehört zur Energieeffizienzklasse A++. Das Modell zeichnet sich zudem durch einen niedrigen Wasserverbrauch von zehn Litern je Spülgang aus. Auch das Geschirrspüler-Prinzip von Miele, „Gründlichkeit, die man sieht, aber nicht hört“, kann mit den besonders niedrigen Geräuschwerten von 44 dB beim Betrieb fortgeführt werden.

Beste Energieeffizienz

Das zweite Aktionsgerät „Edition 3D Eco“ bietet neben der 3D-Besteckschublade noch weitere exklusive Ausstattungsmerkmale. Beispielsweise das einzeilige Klartextdisplay für eine schnelle, unkomplizierte Bedienung oder das Salzgefäß in der Tür für mehr Komfort. Geld sparen und die Umwelt schonen ist auch mit die-



Die 3D-Besteckschublade lässt sich in der Höhe, Breite und Tiefe verstellen.

sem Aktionsmodell möglich, da es im Programm EnergieSpar nur 0,83 Kilowattstunden Strom verbraucht, und im Automatik-Programm liegen die Verbrauchswerte ab sieben Liter Wasser. Aufgrund der niedrigen Verbrauchswerte erreicht das Gerät mit A+++ die beste Energieeffizienzklasse. Der sowieso schon niedrige Geräuschwert von 43 dB wird im Programm ExtraLeise auf 40 dB gesenkt.

Eine praktische Funktion ist die Auto Open-Trocknung: Am Ende des Spülprogramms öffnet sich die Tür des Geschirrspülers automatisch. Gläser und Geschirr trocknen perfekt und kühlen schneller ab. Selbst Kunststoffteile trocknen einwandfrei. Hierdurch verkürzt sich die Programmlaufzeit und der Energieverbrauch wird gesenkt. Gleichzeitig wird dafür gesorgt, dass der Innenraum des Geschirrspülers komplett trocken wird, sodass Keime keinen Nährboden finden. (UVP: Edition 3D – ab 899 Euro; Edition 3D Eco – ab 1.049 Euro. Beide Geräte sind ab September lieferbar.)

Smart Grid Ready

Gerade in Sachen Energieeffizienz legt der Marktführer heuer deutliche Innova-

tionskraft an den Tag. Schon zur Futura 2010 präsentierte Miele die weltweit ersten Hausgeräte, die erkennen, wann der Strom am wenigsten kostet – und dann automatisch starten (Stichwort „Smart Grid“, kurz: SG). Und Miele legt nach: Zur Futura 2011 stellt das Unternehmen die ersten Geschirrspüler mit dem Prädikat „SG Ready“ vor.

SG-fähige Hausgeräte können dazu beitragen, die Stromrechnung zu senken. Außerdem unterstützt diese Technologie die effiziente Nutzung regenerativer Energien. Das Prinzip hinter den intelligent vernetzten Geräten: Je mehr Energie – beispielsweise aus wetterabhängiger Sonnen- oder Windkraft – im Stromnetz verfügbar ist, desto günstiger wird der Strom angeboten.

SG-Geschirrspüler

Seit April 2011 sind die weltweit ersten Smart Grid-fähigen Hausgeräte auf dem Markt. Miele bietet zwei Waschmaschinen-Modelle und einen Trockner mit der neuen Technologie an, Geschirrspüler wird das Unternehmen zur Futura 2011 in Salzburg vorstellen. Mit der Smart-Grid-Technologie nutzen Miele-Hausge-

INFOFLASH

AKTIONSANGEBOTE

Miele präsentiert zum Messeherbst Aktionsangebote in beinahe allen Produktbereichen.

INNOVATIONSKRAFT

Neue Lösungen in Sachen EEK und Bedienkomfort.

FUTURA

Neuer Miele-Chef Martin Melzer vor Ort.

räte automatisch den jeweils günstigsten Stromtarif, den ein Energieversorger anbietet. Zusätzlich unterstützt der Benutzer den Ausbau regenerativer Energien.

Die Modelle müssen mit einem Kommunikationsmodul ausgestattet werden und tauschen über die vorhandene Stromleitung im Haus Daten mit dem Miele-Gateway aus. Auf dem Gateway – eine Box im kompakten Format – sind sowohl Steuerungsfunktionen wie „Start“ und „Stop“ als auch ein Kalender hinterlegt. Für die Installation verbindet der Benutzer seinen PC mit dem Gateway und gelangt so auf die Benutzeroberfläche des Gateways. Dort trägt er die Stromtarife des Energieversorgers im Kalender ein. Noch einfacher ist es, wenn Energieversorgungsunternehmen die Tarife in einem standardisierten Datenformat zur Verfügung stellen und diese dann vom Gateway automatisch eingelesen werden können. Nach Eingabe der Tarife aktiviert der Benutzer am Hausgerät über das Display einmalig die Smart-Start-Funktion. Bei jedem Programmstart kann der Benutzer dann den spätesten Endzeitpunkt (beispielsweise 20 Uhr) direkt am Gerät festlegen. Das Gerät startet dann automatisch zum günstigen Stromtarif. In jedem Fall ist gewährleistet, dass etwa der Waschvorgang zu einem definierten Zeitpunkt abgeschlossen ist. Außerdem werden Gerätelaufzeiten in der Nacht, so sie nicht gewünscht sind, vermieden.

Feine Wäsche

Wenn man an Miele denkt, kommt man natürlich auch an Wäsche nicht vorbei. Und natürlich hat sich der Hersteller auch im Bereich Wäschepflege ein attraktives Angebot ausgedacht: den Aktionswäschetrockner T 7000 HomeCare. Er ist mit der patentierten Schontrommel mit einem Füllgewicht bis zu sechs Kilogramm Trockenwäsche ausgestattet und hat eine 24-Stunden-Startvorwahl. Dieses Gerät verfügt über die Programme Baumwolle, Pflegeleicht, Synthetik und Automatik Plus sowie über die Spezialprogramme Jeans, Express und Finish Wolle. Das patentierte PerfectDry-System misst ständig die Restfeuchte der Wäsche und sorgt so für eine punktgenaue Trocknung – auch bei unterschiedlichen Wasserqualitäten. Die Zusammensetzung des Wassers hat Einfluss auf seine elektrische Leitfähigkeit, die bei der feuchtigkeitsgesteuerten Trocknung eine entscheidende Rolle spielt. Das PerfectDry-System erkennt die Leitfähigkeit des Wassers und

stimmt den Trockenprozess darauf ab. Auf diese Weise wird verhindert, dass die Wäsche übertröcknet oder zu feucht aus dem Trockner kommt. (Aktionspreis: 799 Euro; den Wäschetrockner gibt es auch als Ablufttrockner zum Preis von 729 Euro.)

Klimagaren in Kombi

Im Bereich Kochen setzt der Vollsortimenter heuer vor allem auf Klimagaren. Die intelligente Kombination von Heißluft plus Feuchte bietet beim Backen und Braten von zahlreichen Speisen entscheidende Vorteile. Durch gezielte Dampfstoße in den Garraum werden gleichmäßige Gar- und Bräunungsergebnisse erzielt. Den genauen Zeitpunkt dieser Dampfstoße regelt entweder ein Automatikprogramm oder der Benutzer selbst von Hand. Im Zuge dessen präsentiert Miele auf der Futura das Klimagaren-Herdset H 5143 E + KM 6012 Twinset H 5000 Spezial. Das Kochfeld KM 6012 verfügt über einen aufliegenden Edelstahlrahmen, 4 HiLightkochzonen und eine Betriebsanzeige für jede Kochzone. (UVP: H 5143 E + KM 6012 Twinset H 5000 Spezial in Brillantweiß Plus – 1.329 Euro; H 5143 E + KM 6012 Twinset H 5000 Spezial in Edelstahl CleanSteel – 1.429 Euro).

Saugkraft

Auch bei den Kleingeräten lässt die Innovationskraft von Miele nicht nach: So zeigt der Hersteller neue Staubsauger, u.a. den Bodenstaubsauger S 5 Parkett XL mit extra breiter Parkettbürste und innovativem Dreh-/Kippgelenk zum Aktionspreis von 199 Euro. Als besondere Ausstattung verfügt der S 5 Parkett XL neben der serienmäßigen Leichtlauf-Bodendüse über die neue, extrabreite Parkettbürste SBB Parquet Twister XL. Diese besondere Parkettbürste mit einer idealen Mischung aus Kunst- und Naturhaarborsten bietet neben sanfter Reinigung noch weitaus mehr Komfort: Durch das innovative Dreh-/Kippgelenk ist die Parquet Twister XL so flexibel, dass sie schnell und einfach kleinste Ecken und schmale Zwischenräume erreicht. Mit einer Breite von 41 cm reinigt sie weitläufige Bodenflächen bis zu 20% schneller als mit der herkömmlichen Parkettbürste Parquet Twister.

Text: Bettina Paur
Fotos: Miele
IFA: Halle 2.1, Stand 101
Futura: Halle 1, Stand 101



Bei der Wäsche macht Miele naturgemäß keine Kompromisse.



Der Trend zum Klimagaren ist für den Marktführer noch lange nicht zu Ende.



Der Miele S 5 Parkett XL saugt sich rasant durch den Tag.

Dyson

Streng gehütetes Geheimnis

Egal, welche Hebel man in Bewegung setzt, das Unternehmen Dyson gibt keine, aber wirklich gar keine Informationen preis, wenn es um das diesjährige Futura-Messe-Highlight geht. Lediglich den Hinweis, dass es sich um eine absolute Weltneuheit handelt, lässt sich der österreichische Dyson-GF Peter Pollak entlocken.

Ein Team aus 70 Dyson-Ingenieuren hat drei Jahre lang geforscht, entwickelt und sich mächtig ins Zeug gelegt. Es wurden mehr als 500 Prototypen gebaut und das Ergebnis: Wir wissen es nicht! Dyson-GF Peter Pollak verrät lediglich: „Es handelt sich um eine Weltneuheit, um ein Gerät mit völlig neuartiger Technologie und überlegener Funktionalität und wir erwarten schon mit Spannung die Reaktion und das Feedback unserer Kunden.“

Die Futura

Peter Pollak kommt heuer wieder mit seinem bewährten sechsköpfigen Consumer Team, bestehend aus Key Account Manager, Sales Representatives, Area Sales Manager und Marketing & Sales Coordinator, auf die Futura. Und auch das dreiköpfige Dyson Commercial Team rund um die Airblade Händetrockner ist dieses Jahr mit von der Partie – zum ersten Mal und mit einem eigenen Bereich auf dem Dyson-Messestand. Dieser ist heuer fast doppelt so groß wie die vergangenen Jahre. Auf rund 120 Quadratmetern werden die zehn Dyson-Mitarbeiter zum allerersten Mal das gesamte Produktsortiment präsentieren.

Zum Produktportfolio gehört zum Beispiel der bereits am österreichischen Markt eingeführte „DC29 db“. Dieser Staubsauger aus schallabsorbierenden Materialien verfügt über einen neuen Motor und auch das Ventilatorrad wurde überarbeitet, sodass das Geräusch der Flügel re-

duziert werden konnte. Zudem wurde der Motor mit einer schalldämpfenden Halterung am Gehäuse befestigt, wodurch weniger Lärm durch die Luftkanäle entweicht und schließlich wurde noch Polyurethan verarbeitet, das zusätzlich das Abluftgeräusch reduziert. All diese Maßnahmen führten dazu, dass die „DC29 db“-Modelle um 30% leiser saugen als ihre Kollegen.

Auch der „Digital Slim DC35 Multifloor“ wurde der Öffentlichkeit schon vorgestellt und fand so großen Anklang, „dass wir mit der Produktion und Auslieferung bereits im Rückstand sind“, so Janina Engl, Marketing & Sales Coordinator Consumer Products. Dieser kabellose Staubsauger mit seinen antistatischen Carbonfaserborsten verspricht und hält, im Vergleich zu anderen Akku-Saugern, doppelt so hohe Saugkraft. Noch dazu ist die Saugleistung des „DC35“ konstant, zumindest für 15 Minuten, und baut wäh-

rend der Verwendung nicht wie bei anderen Kabellosen bis zur Hälfte ab.

Ungeflügelt

Mittlerweile kennt die flügellosen Air Multiplier Ventilatoren von Dyson schon fast jeder und „mit steigender Bekanntheit steigt natürlich auch die Nachfrage nach diesen Produkten. Heuer haben wir zusätzlich zum Tischventilator AM01 die zwei Modelle AM02 Turm- und AM03 Stand-Ventilator eingeführt und die Begeisterung war groß. Das Geschäft läuft diesbezüglich und auch generell sehr gut“, so Peter Pollak.

All die Dyson-Produkte – und dieses Jahr sind es wirklich alle – gibt es auf der Futura in Halle 5, Stand 302 zu sehen.

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: Dyson
Futura: Halle 5/Stand 302

AM PUNKT

DYSONS FUTURA-AUFTRITT

Auf rund 120 Quadratmetern in Halle 5, Stand 302 wird vom zehnköpfigen Dyson-Team erstmals das gesamte Produktsortiment präsentiert.

MESSE-HIGHLIGHT

Darüber wird im Vorfeld absolut nichts verraten, außer, dass es sich um eine Weltneuheit handelt.



Dyson-GF Peter Pollak kommt heuer nicht nur mit seinem sechsköpfigen Consumer-Team auf die Futura (Bild), sondern hat auch das Commercial-Team im Schlepptau.

Samsung

Große Größen

Samsung legt bei der Weißware immer mehr nach. So präsentiert der Hersteller neben einem neuen Mitglied der Staubsauger-Roboter-Serie Navibot bei der Futura auch weitere Innovationen bei den Großgeräten.

Samsungs erster French-Door-Kühlschrank vereint kompakte Abmessungen mit großzügigem Stauraum. Mit ihrem RF-62QERS stellen die Koreaner auch gleich ein neues Designkonzept vor. Dank exklusiver Flügeltüren in Edelstahl bietet die French-Door-Kühl-Gefrier-Kombination einen besonders großen Stauraum von insgesamt 450 Litern – mit extrabreiten Ablageflächen. Für mehr Komfort sorgen auch der integrierte Wasserspender und der automatische Eiswürfelbereiter. Der gesamte Platz hinter den zwei Türen (332 Liter) gehört allein dem Kühlbereich. Schöner Nebeneffekt: Alle häufig gebrauchten Lebensmittel und Getränke sind im oben positionierten Kühlbereich bequem ohne Bücken zugänglich. Die komfortable Gefrierschublade umfasst 118 Liter Nutzinhalt auf zwei Ebenen und erlaubt mit ihrem Easy-Handle-Griff ein bequemes Ausziehen. Auch hier steht somit eine sehr breite Ablagefläche zur Verfügung. Der RF-62QERS kühlt in Energieeffizienzklasse A+ und ist seit Ende Juli für 1.499 Euro (UVP) im Handel erhältlich.



Samsungs erster French-Door-Kühlschrank bietet besonders großen Stauraum von insgesamt 450 Litern.

Waschen XXL

Ebenfalls zur Futura präsentiert Samsung im Weißwarenereich die neue XXL Waschmaschine WF71284ZAC mit zwölf Kilo Fassungsvermögen bei Standard-Außenabmessungen. Zwölf Kilo Fassungsvermögen ist nicht nur für große Wäschemengen von Vorteil, sondern verhindert auch Faltenbildung bei geringerer Wäschebelastung. Der grüne Gedanke lebt ebenfalls – mit einer Energieeffizienzklasse von A+++ -10%. Der Waschbetrieb ist besonders leise dank Digital-Inverter-Motor und Antivibrations-Technologie. Das benutzerfreundliche LCD 3,5“ Farbdisplay bietet hohen Bedienkomfort. Samsung-Klassiker wie Schaum-Aktiv, die Antivibrations-Technologie und die Diamond-Pflegetrommel sind selbstredend inkludiert. Zur Futura sind verschiedene Messeaktionen geplant, die aber im Einzelnen erst auf der Messe bekannt gegeben werden.



Die neue XXL-Waschmaschine setzt mit zwölf Kilo Fassungsvermögen ebenfalls auf innere Größe.

Text: Bettina Paur
IFA: Halle 20
Futura: Halle 8, Stand 101
Info: www.samsung.at

SINGER

160 Jahre kompetent im Nähen –
jetzt auch im Bügeln!



Komfortabel
Bügeln –
Effektiv **Glätten!**

Mit
LCD Display
und 3-fach
Auto-Stopp



SINGER® SNG 9.26
Dampfbügeleisen

2.600 Watt. Bügelsohlen-Temperaturkontrolle und Dampfkontrolle über LCD Display, Dampfstoßleistung 170 g/min., Tropf-Stopp, Anti-Kalk-System, 3-fach Auto-Stopp, Selbstreinigung, u.v.m.



SINGER® SNG 7.26
2.600 Watt, Dampfstoßleistung 180 g/min., Tropf-Stopp, Anti-Kalk-System, 3-fach Auto-Stopp, Selbstreinigung, u.v.m.



SINGER® SNG 7.24
2.400 Watt, Dampfstoßleistung 160 g/min., Tropf-Stopp, Anti-Kalk-System, Selbstreinigung, u.v.m.



SINGER® SNG 5.22
2.200 Watt, Dampfstoßleistung 150 g/min., Tropf-Stopp, Anti-Kalk-System, 3-fach Auto-Stopp, Selbstreinigung, u.v.m.



SINGER® SNG 5.20
2.000 Watt, Dampfstoßleistung 130 g/min., Tropf-Stopp, Anti-Kalk-System, Selbstreinigung, u.v.m.

Werden Sie unser Partner!

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf unter
VSM Austria GmbH, Moosstraße 60, A-5020 Salzburg
Mail: wolfgang.andres@europe.svpworldwide.com
Telefon: 0049-172 72 39 324

www.singeraustria.com

Jura

Jetzt wird's GIGAntisch

„Wer ist der Maybach unter den Vollautomaten?“, fragte jüngst futurezone-Chef Gerald Reischl auf Facebook. „Jura“, kam es darauf von unserer WW-Ressortleiterin Bettina Paur wie aus der Pistole geschossen. Auch wenn Reischl meinte: „Hey, du darfst da nicht mitmachen :-)!“ Mit der Antwort war er allerdings einverstanden. Denn mit der GIGA 5 startet Jura zur Messe in der Pole Position der Vollautomaten.

Mit seinem neuen Flaggschiff, der imposanten GIGA 5, eröffnet Jura im Messeherbst eine Produktoffensive im High-Premium-Segment der Vollautomaten. Mit einer Vielzahl an ausgeklügelten Innovationen und vor allem mit einem UVP von 3.750 Euro beschreitet der Hersteller neue Wege. „Wenn wir Vollautomaten mit rund 2.000 Euro UVP verkaufen können, dann können wir sie auch mit weit über 3.000 Euro verkaufen“, ist Emanuel Probst, CEO der Jura Elektroapparate, überzeugt. Um den Anlass gebührend zu feiern, lud der Hersteller ausgewählte Händler nach Salzburg (siehe nächste Seite und E&W Online.)

Doppelter Genuss

Mit dem absoluten Highend-Gerät GIGA 5 hält Profitechnologie Einzug in die Privathaushalte. Schließlich ist der Vollautomat mit zwei fast unzerstörbaren Präzisions-Scheibenmahlwerken aus Keramik ausgestattet.

Gleich zwei Bohnenbehälter ermöglichen auch zuhause die perfekte Melange zweier Kaffeesorten. Dank den weiteren Doppelpacks an Hochleistungspumpen, Heizsystemen, Keramikmahlwerken und Flowmetern zaubert das Highend-Gerät zwei Spezialitäten gleichzeitig.

Dies und die vier Ausläufe sind behilflich bei der Zubereitung von Milchkaffee-



Emanuel Probst, Jura General Manager, Österreich-GF Andreas Hechenblaikner und Head of International Business Michael Lipburger zeigen sich voller Vaterstolz vor der GIGA 5.

spezialitäten. Funktional und optisch ansprechend zugleich sind bei der GIGA 5 die sogenannten Venti Ports. Dabei handelt es sich um eine elektronisch gesteuerte „Klimaanlage“. Auf der Oberseite der Maschine hat Jura die Lüftungsklappen angebracht, die dem Kaffee-Vollautomaten zu einer eleganten und außergewöhnlichen Form verhelfen. Denn es genießt das Auge ja bekanntlich mit.

Smartes Nesthäkchen

Eine weitere Neuheit ist die ENA 9 Micro 9 One Touch, der kleinste Vollautomat aus dem Hause Jura. Da sie um rund elf Prozent niedriger ist als die Mo-



Die beiden Bohnenbehälter verleihen der GIGA 5 nicht nur ihr außergewöhnliches Äußeres. Auch der zweifache Genuss wird dadurch garantiert.

AM PUNKT

GIGA 5

Die GIGA 5 ist das absolute Highend-Gerät des Herstellers.

ENA 9 MICRO 9 ONE TOUCH

Die Kleinste aus dem Hause Jura richtet sich an Vollautomaten-Ein-, Um und Aufsteiger.

COOL CONTROL

Neuheit der perfekten Milchtemperatur.

delle der bisherigen ENA-Familie, passt sie sich perfekt dem Trend zu Kleinküchen an. Mit einem UVP von 849 Euro richtet sich die ENA 9 Micro 9 One Touch an alle Vollautomaten-Ein-, Um- und Aufsteiger. Ein hoher Bedienkomfort ist dabei natürlich ausschlaggebend. Einfach über Direktwahltasten zaubert die Kleine Espresso, Kaffee, Cappuccino, Latte Macchiato und Heißwasser. Um allen Kaffeefreuden – und damit Tassengrößen – Genüge zu leisten, ist der Kombiauslauf (55–138 mm) mit Feinschaumtechnologie spielend leicht höhenverstellbar.



Der smarte Vollautomat ist zudem mit einer neu entwickelten Brühinheit versehen. Diese gewährleistet einen optimalen Ein-Tassen-Bezug. Damit können die Kaffeearationen per Tastendruck bezogen werden, ohne dass das Glas bzw die Tasse dazu verschoben werden muss. Auch optisch kann die ENA Micro 9 One Touch mit ihren Familienmitgliedern mithalten: Mit der edlen Farbe Micro Silver passt das Gerät in jede Küche. Lieferbar ist der Vollautomat nach der Futura.



Cool Milk

Auch für die Milchkaffeeliebhaber hat sich Jura etwas Neues einfallen lassen. Die Cool Control Basis kühlt auf die optimale Milchttemperatur von 4° Celsius. Durch Schrägbauweise kann auch bei niedrigem Füllstand Milch bezogen werden. Neu: Dank dem Bajonettverschluss lässt sich die Cool Control Basis einfach öffnen, auffüllen, bei Bedarf im Kühlschrank unterbringen und ganz einfach in der Spülmaschine reinigen. Der UVP beträgt 99 Euro, ebenfalls lieferbar nach der Futura.



Futura

Der Schwerpunkt der Präsentation wird auf den Produktneuheiten liegen. Jedoch wird das ganze Sortiment abgebildet. Die Fachhandelspartner werden auf der Messe über die Aktivitätenplanung des restlichen Jahres informiert. Dies findet jedoch als Teil der Einzelgespräche, nicht öffentlich statt. Und eines ist gewiss: Auf einen ausgezeichneten Kaffee auf dem Jura-Stand kann man sich jetzt schon freuen.



Anfang Juli konnten sich ausgewählte Fachhandelspartner bereits ein Bild über die Neuheiten von Jura machen. Über den Dächern von Salzburg kam dabei auch die Feierlaune nicht zu kurz.

Text: Bettina Paur
 IFA: Halle 2,1, Stand 202
 Futura: Halle 1, Stand 202

DKB

Alle Zeichen auf Klassik

Nach der erfolgreichen Einführung der Pixie setzt DKB auch im Messeherbst auf Kaffee. Der Hersteller präsentiert dem Fachhandel auf der Futura drei neue Espresso-Maschinen von Koenig.

Natürlich ist die DKB mit allen Marken auf der Futura vor Ort. Als absolutes Highlight diagnostiziert GF René Grebien im Gespräch mit E&W aber einmal mehr das Thema Kaffee. Denn ganz auf den Esspressogenuss der italienischen Art setzt König mit seinen neuen Siebträger-Maschinen. Damit stürzt sich der Hersteller auf ein nicht zu unterschätzendes Nischenprogramm. Schließlich setzen viele Endkonsumenten auf den klassischen Espresso-Genuss.

Deshalb präsentiert die DKB „ganz klassisch“ auf der diesjährigen Futura die Espressomaschine Classic, die Espresso für alle gängigen Einzelportionen (55 mm) und gemahlene Kaffee zaubert. Dank der Dampf- und Heißwasserdüse kreiert die Maschine mit Energieeffizienzklasse A auch Cappuccino und Teegenüsse. Dem Zeitgeist gemäß setzt sich das Gerät nach 15 Minuten automatisch auf Standby. Das Gehäuse ist aus Edelstahl und die Seitenteile aus Kunststoff. (UVP: 139 Euro)

Automatik

Die Espressomaschine Automatik unterscheidet sich vom „klassischen“ Modell nicht nur in ihrer Optik. Hier ist das Gehäuse rein aus Edelstahl. Sie verfügt auch über eine Mengenprogrammierung mit Abschaltautomatik. Zudem hat sie eine Vorbrühfunktion, was ein volles Aroma beim Kaffeegenuss garantiert. Der Wassertank fasst 1,5 Liter. Zu beiden Geräten wird als optimales Zubehör eine Wasserfilter-Kartusche geliefert. (UVP: 199 Euro)

AM PUNKT

NEUE ESPRESSOMASCHINEN

Unter den Namen Espresso Classic, Automatik und Duo setzt Koenig heuer auf das italienische Kaffee-Dolce Vita.

FUTURA

Für die Händler ist GF René Grebien mit seinem Team wieder in Salzburg vor Ort.



Die neue Espressomaschine Duo von Koenig bietet für jeden Kaffeegeschmack das perfekte italienische Aroma.

Für jeden Geschmack

Äußerst interessant präsentiert sich auch die Espressomaschine Duo von König dem Fachhandel. Die Kombinationsmaschine umfasst gleich vier Funktionen: Espresso, Filterkaffee, Cappuccino und Tee. Wie bei der Automatik setzt der Hersteller bei der Espresso-Funktion auch hier auf Mengenprogrammierung mit Abschaltautomatik, Vorbrühfunktion, Dampf- und Heißwasserdüse. (UVP: 229 Euro)

Energiespar-Modus

Die Energiesparfunktion wurde hier noch hinaufgesetzt: Die Espressomaschine Duo geht bereits nach acht Minuten in den automatischen Standby. Die Filtermaschine umfasst einen separaten 1,5 Liter

Wassertank, einen Glasbehälter mit ebenfalls einem Fassungsvermögen von 1,5 Litern und einer Zwei-Stunden-Warmhaltefunktion. Alle drei Geräte sind ab Mitte September lieferbar.

Futura

GF René Grebien und sein bewährtes Außendienstteam sind natürlich in Salzburg vor Ort. „Wir freuen uns, die Händler und Kunden auf der Futura 2011 in der neuen Halle 3, Stand 111 begrüßen zu dürfen. Es warten viele Neuheiten, besonders attraktive Angebote und Standgeschenke auf unsere Besucher“, so der Kleingeräte-Profi.

Text: Bettina Paur

Foto: DKB

Futura: Halle 3, Stand 111

FLOTTENGUIDE.AT

DAS PORTAL FÜR FUHRPARKMANAGER UND GROSSABNEHMER

FAHRZEUGVERGLEICH / FUHRPARKSERVICE



MANAGEMENT



FINANZIERUNG



VERSICHERUNG



SERVICE



REIFENMANAGEMENT



FAHRZEUGRÜCKGABE



ALTERNATIVE ANTRIEBE



UMWELT



SPRIT SPAR TIPPS



SPRIT SPAR RECHNER



SICHER TRANSPORTIEREN



LEASEPLAN INDEX

EINE KOOPERATION VON



DIE MARKENUNABHÄNGIGE PLATTFORM MIT ALLEN RELEVANTEN FLOTTENFAHRZEUGEN UND INFORMATIONEN ZUM THEMA FUHRPARKMANAGEMENT

De'Longhi/Kenwood

Kaffee wie vom Barista

Alle hungrigen, von der Futura geschlauchten Besucher werden auf dem De'Longhi/Kenwood-Messestand ihre helle Freude haben: Kaffee in allen Varianten, frische Brötchen und haubenverdächtige Gerichte so weit „der Magen“ reicht, und natürlich werden auch die passenden Geräte gezeigt, um all diese Köstlichkeiten selbst zuzubereiten. Wie das genau funktioniert, zeigt unter anderem Starkoch Oliver Hoffinger live am Stand.

Der 275 Quadratmeter große, glänzende De'Longhi/Kenwood-Messestand wird auf der diesjährigen Futura mit Sicherheit auffallen. Nicht nur angesichts der Gestaltung der Produktpräsentation, sondern auch aufgrund der großzügig dimensionierten Bar und zu guter Letzt wegen Zwei-Hauben-Starkoch Oliver Hoffinger, der die De'Longhi/Kenwood Handelspartner mit Gerichten wie Lachs aus dem Kräuterdampf mit Pfefferrahm, Risotto vom Maishendl und Paprika mit Majoranpesto sowie Schokoladensabayon mit Rumbeeren schlichtweg umhauen wird. Zwecks besserer Verdauung können sich die Besucher schließlich noch auf einen Kaffee per Knopfdruck freuen, denn an einer entsprechenden Kaffeeverkostung wird es am Stand ebenso nicht mangeln.

Lattissima+

Und was würde sich besser für eine Kaffeeverkostung eignen als das diesjährige De'Longhi Produkt-Highlight: die neue Lattissima+. Sie ist das einzige Nespresso-Maschinen-Modell, noch dazu mit Milch-

schaumfunktion, das diesen Herbst neu vorgestellt wird, und das Unternehmen verspricht: „Nespresso hat sich die Perfektion des ultimativen Kaffee-Erlebnisses zum Ziel gemacht und stellt nun seine neueste Innovation vor: die Lattissima+. Mit ihrer Pronto Cappuccino-Funktion kombiniert diese unkomplizierte, wartungsarme Kapselmaschine den besten Espresso mit dem perfekten Milchschaum. Diese Maschine ermöglicht es Kaffee- und Milchliebhabern, ausgefeilte und erstklassige Kaffeegetränke auf Milchbasis schnell und bequem zuhause zuzubereiten.“ Möglich wurde dies durch neue technische Entwicklungen beim Milchschaumsystem. Dabei sorgt unter anderem eine innovative Dampftechnologie für die optimale Temperatur und Konsistenz des Milchschaums und dank einer schnelleren Aufheizung ist die Lattissima+ auch schon in weniger als einer Minute bereit, um Espresso, Lungo, Cappuccino oder Latte Macchiato zuzubereiten.

Bei der Entwicklung dieses kompakten Gerätes war auch die Bedienungsfreundlichkeit ein zentrales Thema. Um diese zu optimieren wurden der Zugang zum Wassertank sowie die Handhabung des Milchbehälters erleichtert. Auch der Kapselschacht-Hebel lässt sich leicht bedienen und dank adaptierbarer Abtropfschale eignet sich die Maschine für fast jede Tassengröße. Zudem besitzt die Lattissima+ einen Drehknopf zur Regulierung des Milchschaumvolumens und eine Reinigungstaste. Durch die programmierbare, automatische Stromabschaltung und einen optimierten Stromverbrauch hilft die Lattissima+ obendrein Strom zu sparen.

Die De'Longhi Lattissima+ ist in den vier modernen Farben Silky White (EN 520.W, UVP 279,99 Euro), Passion Red (EN 520.R, UVP 279,99 Euro), Midnight Blue (EN 520.BL, UVP 279,99 Euro) sowie Ice Silver (EN 520.S, UVP 299,99 Euro) erhältlich.



De'Longhi Lattissima+: Die neue Nespresso-Maschine vereint besten Espresso mit feinstem Milchschaum.



Kenwood metallic collection: Der Toaster glänzt neuerdings in den Farben Champagne, Antikbronze und Goldbraun.

Frische Brötchen backen

Ein Backerlebnis der Extraklasse verspricht De'Longhi mit seinem neuen elektrischen Backofen Pangourmet EOB 2071 (UVP 299,99 Euro): „Dank der Brotbackfunktion können mit diesem Gerät nicht nur deftige Speisen oder süße Kuchen zubereitet werden, sondern auch backfrisches Brot.“

AM PUNKT

DIE FUTURA

De'Longhi und Kenwood präsentieren ihre Highlights auf 275 Quadratmetern in Halle 5 auf Stand 201.

PRODUKTHIGHLIGHTS

De'Longhi Lattissima+, De'Longhi Pangourmet EOB 2071, Kenwood „metallics collection“ Toaster und Wasserkocher.

Abseits der Produkte wird das Herbstprogramm der Kenwood-Kochakademie vorgestellt. Kenwood beteiligt sich an den Kurskosten zu 50% als Geschenk an alle Teilnehmer.

RAHMENPROGRAMM

Zwei-Hauben-Koch Oliver Hoffinger wird auf dem Messestand sämtliche Handelspartner mit Hilfe der Kenwood Cooking-Chef kulinarisch verwöhnen.



Glänzendes Duo: Wasserkocher und Toaster aus der Kenwood metallic collection.



Brötchen wie frisch vom Bäcker: Dafür muss man nun nicht mehr in aller Herrgottsfrüh aufstehen – das erledigt der De'Longhi Pangourmet Backofen mit Brotbackfunktion.

Der Pangourmet EOB 2071 nimmt im Haushalt jede Menge Arbeit ab: Mit 30 voreingestellten Programmen knetet und backt er selbstständig. Auf Knopfdruck fertigt er zahlreiche Brotspezialitäten, vom klassischen Weißbrot, über Olivencia-batta, bis hin zum glutenfreien Vollkornbrot und auch Brotbackmischungen können verwendet werden. Die Backform dient gleichzeitig als Rührschüssel und knetet mit einer extradünnen Rührschaufel, wodurch man sich lästiges, zeitraubendes händisches Mixen erspart. Der Pangourmet verfügt über sechs Garkombinationen: den Backofen mit Ober- und Unterhitze, einen Grill, eine Umluft- und Auftau-Funktion sowie die Brotback- und Warmhalte-Funktion. Der Innenraum des von außen kompakt wirkenden Backofens hat ein Fassungsvermögen von 20 Litern und selbst eine Pizza mit 30 Zentimetern Durchmesser findet darin Platz.

Glänzender Auftritt

Kenwood wird dieses Jahr einen glänzenden Auftritt auf der Futura hinlegen – nicht zuletzt wegen der neuen „metallics collection“ aus der umweltfreundlichen Moda-Reihe. Moda bezeichnet eine technische Innovation, die dabei unterstützt, den täglichen Energieverbrauch anzupassen. Dabei glänzen Toaster (UVP 69,95 Euro) und Wasserkocher (UVP 69,95 Euro) in den neuen, warmen Metallic-Farben Champagne, Antikbrunze und Goldbraun. Beide Geräte sind zeitlos, puristisch designed, haben ein hochwertiges Metallgehäuse und sind, dank einer speziellen Legierung, resistent gegen Fingerabdrücke.

Der 900 Watt starke Zwei-Schlitz-Toaster hat eine „Eco-Slot“-Funktion, die bei Bedarf nur eine Toastkammer erhitzt und die sogenannte „Peek & View“-Funktion, die es ermöglicht, nachzuschauen, ob der Toast schon fertig ist, ohne dabei den Toastvorgang zu stoppen. Zudem verfügt das Gerät über einen stufenlosen Bräunungsgradregler, eine variable Brotstärkenzentrierung, einen abnehmbaren Brötchenaufsatz aus Edelstahl sowie über einen Lift für kleinere Toastscheiben.

Der Wasserkocher aus der „metallic collection“ erhitzt das Wasser mit seinem 2.200 Watt starken Heizelement schnell und effizient. Dank der „Eco-Fill“-Funktion wird auf Wunsch mit Hilfe eines Kunststoffeinsatzes in nur 30 Sekunden exakt eine Tasse erhitzt, was sowohl Zeit als auch Wasser sowie Energie spart. Für eine komfortable Handhabung des Wasserkochers sorgen das flache Heizelement mit 360-Grad-Zentralkontakt, eine große Ausgießtülle, die „Flip-Top“-Deckelöffnung auf Knopfdruck sowie ein herausnehmbarer Kalkfilter.

Kochen wie ein Profi

Nicht nur Produkte bilden den diesjährigen Messe-Schwerpunkt bei Kenwood, auch die hohe Schule des Kochens, spricht die „Kenwood Kochakademie“ wird ein Thema sein und auf der Futura kommuniziert. Das Rezept dazu ist simpel: Das Who-is-who der heimischen Gourmetküchen-Szene, allen voran Toni Mörwald, entführen diesen Herbst gemeinsam mit Kenwood ins Reich der Haute Cuisine und bringen Hobbyköchen die Tipps und

Tricks der feinen Küche näher. Orte des Geschehens sind die Bundesländer Österreichs sowie mit Kenwood-Geräten ausgestattete Gourmetküchen. Zehn heimische Spitzenköche, von Helmut Österreicher bis Thomas Walkensteiner, stehen dort zur Verfügung und warten darauf, ihre Küchen-Geheimnisse verraten zu dürfen. Kenwood sponsert alle teilnehmenden Hobbyköche und übernimmt die Hälfte der Kurskosten. Konkret gesagt schenkt Kenwood allen Teilnehmern 75 Euro pro Kurs und Person. Übrigens: die neue Kochakademie-Homepage geht ab September online.

Bewegend

Übrigens: Die Marken De'Longhi und Kenwood bewegen sichtlich den Markt. Laut GfK-Zahlen aus dem Zeitraum Jänner bis Juni 2010 im Vergleich zu 2011 konnten die beiden Kleingerätemarken ihren Marktanteil als Gruppe von 11,2% auf 12% erhöhen und somit vom dritten auf den zweiten Platz klettern. „Die fulminante Entwicklung beider Marken am österreichischen Kleingerätemarkt wird im Herbst wieder durch eine österreichweite Werbekampagne unterstützt werden. Nähere Informationen dazu erhalten unsere Kunden am Messestand“, erklären De'Longhi-Marketingleiterin Katharina Walenta und Kenwood-Marketingleiterin Marion Klinger-Hanzlovsky.

Text: Stefanie Bruckbauer
Fotos: De'Longhi | Kenwood
Futura: Halle 5/Stand 201



Auf den Messen präsentiert Philips Neuheiten rund um die Themen Kaffeegenuss, Haushalt (leicht gemacht) und Mundhygiene.

Philips

Innovationen bei den Kleinen

Angefangen beim Zahnseidenersatz AirFloss über das AquaTrio, das Bodenwischen überflüssig macht, bis hin zu Kaffeemaschinen für jedes Einsatzgebiet zeigen die Niederländer auf der IFA und der Futura zahlreiche neue und innovative Produkte.

Philips präsentiert im Bereich der „Kleinen“ auf der IFA und der Futura zahlreiche Produktneuheiten. Vom Bügeln über die Bodenpflege bis hin zum Kaffee und der Zahn-/Mundpflege ist dabei alles vertreten.

Haushalt leicht gemacht

Mit den Highlights bei den Small Domestic Appliances, dem „AquaTrio Saug- und Wischsystem FC7070“ (ab Oktober zum UVP von 449,99 Euro) und dem „Dampfbügelsystem PerfectCare GC9220“ (ab September um 249,99 Euro) wird die Haushaltsarbeit einfacher. Mit AquaTrio hat das Bodenwischen nämlich ein Ende, denn das Gerät saugt, wischt und trocknet Hartböden gleichzeitig. Man spart sich laut Philips im Vergleich zu normalem Wischen 50% Zeit und Aufwand. Das Dampfbügelsystem macht durch die OptimalTemp-Technologie das Bügeln zu einem Kinderspiel, denn man läuft keine Gefahr mehr, dass

man Kleidung versengt. Von Seide über Leinen und Baumwolle bis hin zu Kaschmir kann man mit dem System alles in beliebiger Reihenfolge bügeln – ohne die Einstellung anpassen zu müssen.

Kaffeegenuss

Mit der Senseo Viva Café Eco präsentiert Philips die nachhaltigste Kaffeemaschine auf dem Markt: Sie ist die erste Designer-Kaffeemaschine aus Recycling-Materialien. Aber auch in puncto Geschmack gibt es keine Kompromisse. Die nachhaltige Maschine kommt im September für einen UVP von 119,99 Euro in den Handel. Mit den neuen Philips Saeco Intelia Modellen Intelia Class HD8752 und Intelia Focus HD8751 (beide ab September für 549 bzw 449 Euro) kann jetzt jeder per Knopfdruck ganz einfach und komfortabel hervorragenden Espresso zu Hause zubereiten. Die Maschinen zeichnen sich dank der selbsterklärenden, farb-kodierten Icons auf dem breiten, hellen Display durch hohe Bedienfreundlichkeit aus. Die Intensität und Temperatur des Kaffees sowie die Brühlänge können zudem genau den persönlichen Vorlieben angepasst werden.

Die letzte im Bunde ist die Philips Saeco Royal One Touch Cappuccino HD8930, die ebenfalls bereits ab September für einen UVP von 1.299 Euro auf den Markt kommt. Diese Neuauflage verspricht unter anderem durch die großen Behälter und ihre Benutzerfreundlichkeit insbesondere für kleine Geschäfte, im

Büro oder für große Familien konstant gute Leistung.

Mundhygiene und mehr

Mit der neuen Schallzahnbürste Sonicare DiamondClean HX9332 (ab September für 199,99 Euro) und dem Zahnseidenersatz Sonicare AirFloss HX8111 (ab September für 99,99 Euro) präsentiert Philips innovative Produkte für gesunde und weiße Zähne. Natürlich auch mit dabei: Die Rasierer-Range.

Händler-Aktionen

Auch heuer wird es wieder diverse Aktionen (IFA/Futura Promopacks/On-packs) und Media Kampagnen (TV, Print und Online ab Oktober 2011 vor allem für Espresso und Shaving) geben. Senseo Verkostungstage in diversen Märkten gibt es nach Bedarf und Vereinbarung. Während des gesamten Futura-Zeitraums gibt es eine Kaffeebar und -seminare von und mit Barista-Meister Goran Huber. Showkoch Stefan Wiertz ist ebenfalls die ganze Zeit über am Stand und führt Entsafter, AirFryer und die Robust Collection vor. Vorführungen von AquaTrio und PerfectCare gibt es ebenfalls. Es gibt auch spezielle Händler-Aktionen zur Futura. Ein Frühstücks-Cafe sowie ein Gewinnspiel zur neuen Avance Collection sind geplant.

AM PUNKT

COFFEE

Philips Saeco Intelia, Philips Saeco Royal One Touch Cappuccino, Senseo Viva Cafe Eco

ORAL HEALTHCARE

AirFloss, DiamondClean

SMALL DOMESTIC APPLIANCES

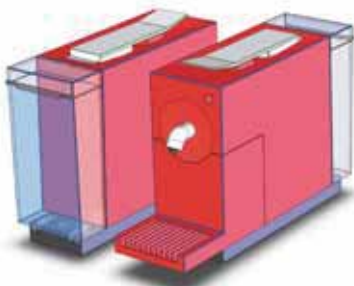
AquaTrio, PerfectCare

Text: Peter Fußl
Fotos: Philips
IFA: Halle 22, Stand 101
Futura: Halle 8, Stand 102

cremesso

Klein, schnell und nachhaltig

Das Unternehmen cremesso lüftete schon vor der offiziellen Bekanntgabe auf der Futura das Geheimnis um seine neue Maschinengeneration: Es handelt sich dabei um die schnellste, schmalste sowie energiesparendste Kapselmaschine am Markt – und ihr Name ist Uno.



cremesso Uno: Die neueste cremesso-Maschine ist schneller, schmaler sowie nachhaltiger als vergleichbare Geräte.

Auf die Crema kommt es an! Das ergaben zumindest diverse Umfragen zu den Kaffeeliebenden der Österreicher, durchgeführt von *Konsument*, *Konkret* und *Konsorten*, wie uns Head cremesso International Jaqueline Streit im intimen Futura-Vorgespräch erklärte. cremesso machte sich immer schon viel Mühe, wenn es darum ging, herauszufinden, was dem kaffeetrinkenden Österreicher lieb und teuer ist, und das Schweizer Unternehmen setzt diese Anregungen dann auch um. Das jüngste Ergebnis: Eine Kapselmaschine, die so neu ist, dass es noch nicht einmal ein Foto von ihr gibt (siehe oben). Der Name: Uno.

Un'o'kat

Uno ist ein hochwertiges, kleines, schmales Gerät, zu einem günstigen Preis (der allerdings erst auf der Futura verraten wird) und mit ausgeklügelter Technik (deren Geheimnis auch erst im Herbst gelüftet wird). Verraten wurde lediglich, dass die 19-bar-Drucktechnologie weiterentwickelt wurde, sodass nun eine noch bessere Crema und ein noch intensiveres Geschmackserlebnis geschaffen wird. Mit einer Aufheizzeit von nur 15 Sekunden (die laut Jaqueline Streit gerade reicht um eine Tasse zu holen und die Kapsel einzu-

legen) und dem Energy Save Concept, das die Uno nach einer Minute automatisch auf einen Stromverbrauch von 0,3 Watt pro Stunde drosselt, ist dieses Gerät „nicht nur die schnellste Maschine am Markt, sondern auch die wohl energieeffizienteste“ – so cremesso. Das Modell steht in vier Farbvarianten zur Auswahl.

Aus alt mach neu

Das bestehende cremesso-Maschinensortiment wurde ebenfalls komplett überarbeitet und dem neuesten Technikstand angepasst. Die Compact Manual und die Compact Automatic „neu“ kommen im Herbst auf den Markt. Sie haben ein automatisches Entkalkungsprogramm dazubekommen – die Compact Automatic außerdem eine neue Wassermangelanzeige – und werden in jeweils drei neuen Farben erhältlich sein. Neu und besser konzipiert wurde auch der cremesso Milchaufschäumer. Er verfügt nun über eine Dockingstation, was das Servieren und Einschenken von heißer Milch, heißem und kaltem Milchschaum einfacher macht, da nur mehr die Kanne und nicht mehr das ganze Gerät bewegt werden muss. All diese Neuheiten werden auf der Futura erstmals präsentiert, und da kann sich der Fachhandel dann selbst von der „neuen, besseren Qualität von Hard- und Software“ überzeugen.

Momentan hält cremesso im heimischen Fachhandel einen Marktanteil von 15% und hat österreichweit einen Bekanntheitsgrad von 32%, was einer Steigerung von rund einem Viertel in den letzten drei Monaten entspricht. „Wir konnten die Österreicher durch unsere Qualität und den Preis überzeugen“, so Streit über die Entwicklungen.

Text: Stefanie Bruckbauer
Bild: cremesso
Info: www.cremesso.at

Das jüngste Kapitel
in der Geschichte der
Robotertechnologie



Entdecken Sie die neue
Roomba® 700er-Serie –
21 Jahre Entwicklung
auf den Punkt gebracht

Mit der Roomba 700er-Serie präsentieren wir Ihnen unsere fortschrittlichsten und effizientesten Staubsaug-Roboter – ausgestattet mit der aktuellsten iRobot Robotertechnologie. Und das will etwas heißen, denn schließlich bauen wir auch Roboter, die unsere Weltmeere erforschen, Roboter, die auf diesem Planeten täglich Leben retten. Und sogar Roboter, die andere Planeten erkunden. Sie können uns also getrost vertrauen, dass Ihr Roomba der 700er-Serie seine Mission erfüllen wird: Ihnen zu saubereren Böden zu verhelfen, Tag für Tag.

iRobot
Making Robots Work For You

www.irobot.com



Entdecken
Sie die
neue Roomba®
700er-Serie!

Futura 2011
Salzburg
Halle 9
Stand 204

Exklusiv-Vertrieb und Service in Österreich durch die
Klirin Robotics GmbH – www.klirin-robotics.at

© 2011 iRobot Corporation. iRobot und Roomba sind
eingetragene Marken der iRobot Corporation.

Melitta & Swirl

Caffeo à la Melitta

Bean Select, Aroma Adjust, All-in-one-Outlet, Plug-in-Milk-System, ... Die Bezeichnungen der neuen Caffeo Kaffeefullautomaten-Features machen neugierig auf den Melitta-Futura-Auftritt. Aber nicht nur bei Melitta tut sich viel, auch Swirl präsentiert diesen Herbst einige Neuheiten für das lukrative Zubehörgeschäft.

Melitta legt den Schwerpunkt diesen Herbst voll und ganz auf die Kaffeefullautomaten und kommt gleich mit drei Highlights im Gepäck nach Salzburg.

Genuss mit weißer Krone

Die Caffeo Solo&Milk (UVP 499 Euro) ist das ideale Gerät für Kaffeeliebhaber, die neben der klassisch schwarzen Variante auch Cappuccino oder Latte Macchiato mit Milchschaum mögen. Die Bedienung ist dabei einfach und komfortabel. Das Gerät mit Edelstahlmahlwerk bereitet den Kaffee auf Knopfdruck aus frisch gemahlene Bohnen zu. Durch die stufenlose Mengenauswahl lässt sich die Kaffeemenge beliebig einstellen, die Stärke ist in drei Stufen wählbar und die Brühtemperatur ebenfalls dreistufig programmierbar. Mit der abnehmbaren, leicht zu reinigenden Dampfdüse lässt sich Milch erwärmen oder aufschäumen und für den Kaffeetratsch kann der Caffeo Solo&Milk auch zwei Kaffee gleichzeitig zubereiten. Das Gerät ist eine Ergänzung im Einstiegssortiment von Melitta und ist auf Grund der kompakten Maße von 20 x 23,5 x 45,5 cm übrigens einer der kleinsten Vollautomaten am Markt. Punkto Technik und Design ist er an sein Schwestermodell Caffeo Solo angelehnt und hat ebenso ein automatisches Reinigungs-, Entkalkungs- sowie Spülprogramm. Außerdem lässt sich der Caffeo Solo&Milk per Knopfdruck komplett vom Netz nehmen, wodurch er keinen Strom mehr verbraucht.

Kaffee ganz grün

Das Modell Caffeo Bistro ist an sich kein neues, Melitta hat den Kaffee-Vollautomaten jedoch in mehrerer Hinsicht optimiert und präsentiert auf der Futura die Caffeo Bistro „neu“ (UVP 599 Euro). Auch mit ihr gelingen diverse Kaffeespezialitäten, samtige Crema und luftiger Milchschaum mit wenigen Handgriffen, allerdings mit geringerem Stromverbrauch. Mit einem Standby-Modus von weniger als 0,5 Watt erfüllt die neue Caffeo Bistro bereits heute die Richtlinien der 2013 verbindlich werdenden europäischen Ökodesign-Richtlinien. Zudem kann der Energie-Sparmodus individuell programmiert und so an den persönlichen Tagesablauf angepasst werden.

Wie auch beim Vorgängermodell kann dank dem Zwei-Kammer-Bohnenbehälter durch einfaches Umschalten zwischen zwei Kaffee-Sorten gewählt werden. Mit einer leicht abzunehmenden, spülmaschinenfesten Dampfdüse, „Perfect-Cappuccino-System“ genannt, wird die Milch direkt im Glas erhitzt oder aufgeschäumt. In Deutschland gab es dafür übrigens das Urteil „Bester Milchschaum“. Dank übersichtlich angeordneten Bedienelementen sind sämtliche Funktionen der Caffeo Bistro intuitiv nutzbar, ob nun vier Kaffee-

stärken, die stufenlos bestimmbare Wassermenge oder die Vorbrühfunktion zur Wahl stehen. Dabei werden die im Edelstahlmahlwerk frisch gemahlene Bohnen noch vor dem Brühvorgang kurz mit Wasser gespült, sodass sie ihr volles Aroma entfalten können. Schließlich verfügt die Caffeo Bistro noch über einen höhenverstellbaren, verchromten Kaffeeauslauf sowie über einen sensorüberwachten, abnehmbaren 1,8 Liter Wassertank. Das puristisch designte Modell mit den Maßen 354 x 274 x 475 Millimeter ist ab September neben dem klassischen Schwarz-Silber auch in hochglänzendem Schwarz erhältlich.

Auch das Modell Caffeo Gourmet (UVP 799 Euro) lässt dem Kaffeeliebhaber dank zwei separaten Bohnenkammern, mit Aroma-Safe-Dichtung am Deckel des Behälters, die Wahl zwischen zwei Sorten, besitzt eine Vorbrühfunktion, das patentierte Milchaufschäumsystem „Perfekt Cappuccino“, einen höhenverstellbaren Auslauf bis 130 Millimeter sowie einen abnehmbaren, sensorüberwachten 1,8 Liter Wassertank. Darüber hinaus verfügt die Caffeo Gourmet über die neue Funktion „Aroma Adjust“, wodurch die Kaffeintensität individuell angepasst werden kann. Neben den standardmäßigen Einstellungen „mild“, „normal“ und „stark“ lässt sich der Kaffee

AM PUNKT

MELITTA

kommt dieses Jahr mit den drei Kaffeefullautomaten Caffeo Bistro, Caffeo Gourmet und Caffeo Solo&Milk auf die Futura.

SWIRL

präsentiert auf der Herbstmesse unter anderem neue Putzhilfen für Haustier-Haushalte.



Caffeo Bistro: Der neue Melitta Vollautomat ist jetzt noch energieeffizienter und besticht mit neuen optischen Highlights.



Caffeo Gourmet: der neue Melitta Kaffeefullautomat mit Bean-Select.



Easy Sweeper & NeutralizAir: die neuen Swirl-Produkte für Haustier-Haushalte.

bei diesem Modell auch „extra mild“ und „extra stark“ zubereiten. Das Edelstahlmahlwerk dieses Kaffeefullautomaten hat eine automatische Mahlmengenregulierung und arbeitet dabei präzise sowie geräuscharm. Der Drehschalter „Rotary-Switch“ ermöglicht eine intuitive Menüsteuerung und über das übersichtliche Text-Display lassen sich sämtliche Einstellungen jederzeit aufrufen beziehungsweise einfach programmieren. Apropos Programmieren: Die Caffeo Gourmet mit Auto-off-Funktion verfügt über einen programmierbaren Energie-Sparmodus sowie über einen Ein/Aus-Schalter mit 0-Watt-Funktion.

Für Hund & Katz'

Swirl ist offenbar „auf den Hund gekommen“, denn das Unternehmen hat neue Putzhilfen speziell für Haustierhaushalte entwickelt. Für den FH sind dabei insbesondere die neuen Staubsaugerbeutel (UVP 10,90 Euro) interessant. Diese neutralisieren mittels integrierter geruchsreduzierender Aktivkohle-Pads den Geruch eingesaugter Tierhaare etc. Dabei sorgt die Swirl MicroPor-Qualität für bestmögliche Saugkraft bis der Beutel voll ist. Zusätzlich besitzen die Beutel eine Anti-Allergen-Filterschicht, die selbst Feinstaub zurückhält. Für die schnelle Reinigung zwischendurch gibt es den Wischer „Easy Sweeper“ mit extrabreiter Wischfläche sowie Gelenk, der dank den passenden Einwegtüchern auch sofort einsatzbereit ist. Die Bodentücher gibt es in einer trockenen Ausführung, die mittels elektrostatischer Aufladung wie ein Magnet fungiert, als nebelfeuchte Variante für empfindliche Böden und ganz feucht, für hartnäckigen Schmutz auf Fliesen oder Hartböden.

Text: Stefanie Bruckbauer
Fotos: Melitta, Swirl
Info: www.melitta.at | www.swirl.at

Procter & Gamble

Testsieger testen

Stylische Promotionsauftritte, interessante Gewinnspiele, absatzfördernde Kampagnen und echte Produkthighlights aus den Bereichen Herrenrasur, Zahnpflege und Haushalt – Procter&Gamble hat sich für diesen Messeherbst wie gewohnt eine Menge einfallen lassen. Ein Besuch des Messestandes auf der Futura lohnt sich also garantiert.

Die Reihe der P&G-Testsieger zieht sich quer durchs Braun- sowie OralB-Sortiment, und gibt es eine bessere Idee, als eine Aktion rund um diese Modelle ins Leben zu rufen – dachten sich wahrscheinlich die Verantwortlichen bei P&G und kreierten die „Die Österreicher testen Testsieger“-Kampagne. Grundlage dafür ist die Stiftung Warentest, die speziell im Premium-Segment ein unschlagbares Verkaufsargument darstellt und als Hauptumsatztreiber über alle Kategorien hinweg gilt. Das beste Beispiel dafür liefern deutsche GfK-Zahlen: Der Braun Haartrockner SPI 2200 erzielte auf Grund einer StüWa-Auszeichnung im Zeitraum November 08 bis Juni 09 um 350% mehr Umsatz als im Vergleichszeitraum ein Jahr zuvor.

Die österreichischen Konsumenten können also ab September alle Braun-Testsieger 100 Tage lang und den OralB-Testsieger 30 Tage lang testen und sollten die Geräte den Erwartungen der Kunden nicht gerecht werden, können sie innerhalb von 100 beziehungsweise 30 Tagen zurückgeschickt werden. Die Protagonisten der Promotion-Aktion sind:

- Herrenrasierer Braun Series 7 795cc, mit Sonic Technologie
- Braun Silk-épil 5 Xelle 5280, für eine effiziente Epilation
- Braun Satin-Hair 7 Haartrockner HD 710, entwickelt für gesundes & geschmeidiges Haar
- Braun Satin-Hair 7 Haarglätter ES 2
- Oral-B Triumph 5000 mit SmartGuide, das beste Oral-B Putzsystem mit externem Display für verbesserte Putzgewohnheiten
- Stabmixer Multiquick 730 cc, der gleich dreifach zum StüWa-Testsieger gekürt wurde

Und damit die Österreicher überhaupt davon erfahren, dass sie testen sollen, startete P&G eine massive Werbekampagne, die teilweise schon seit August läuft. Im



P&G Herbstkampagne 2011: Österreicher testen 100 Tage lang Braun-Testsieger.

September wird die Aktion auch über die heimischen Fernseher promotet. Apropos Werbung: Die POS-Materialien können sich – wie von P&G gewohnt – sehen lassen: Es gibt DIN A1-Poster und Dekowürfel mit dem Testsieger-Sujet sowie Produktaufsteller in Form ausgewählter Braun-Sieger-Geräte.

Die Futura

Weitere Futura-Schwerpunkt-Themen betreffen die Bereiche Zahnpflege sowie Haarentfernung. Zudem werden die fünf neuen Premium- sowie die zwei neuen Einstiegs-Modelle der Braun Series 3-Herrenrasierer vorgestellt und „beim Produkt-Neuling Braun ‚Cruzer‘ ist ein Promotionsauftritt für die ‚Zielgruppe Styling‘ mit einem Gewinnspiel geplant“, so Thomas Poletin im Vorfeld, und der P&G National Sales Manager verrät weiter: „Messeaktionen gibt es natürlich wie immer im Futura-Bestellzeitraum und für Besucher auf unserem Messestand wird es zusätzlich ein ‚Sonderangebot‘ geben.“

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: Procter&Gamble
Futura: Halle 3, Stand 107

Groupe SEB – Krups, Tefal, Rowenta & Moulinex

Eine Armada an Produkten

Es liegt in der Natur der Sache: Wenn mehrere Marken unter einem Dach sind, gibt es auf den Messen auch viele Neuheiten zu präsentieren. Die SEB kommt dieses Jahr aber nicht nur mit zahlreichen tollen Produkten auf die Futura, das Unternehmen stellt auch eine neue Kampagne vor, die dem Handel zusätzlichen Umsatz bringen soll.

Die SEB führt immer wieder Verbraucherstudien durch, um über die aktuellen Kundenwünsche informiert zu bleiben. Das Resultat sind bedienerfreundliche Produkte mit ausgefeilten Features, die auf die Vorlieben der Konsumenten zugeschnitten sind.

So auch der EA 9000 (UVP 1.500 Euro), ein äußerst innovativer Kaffeevollautomat, der mit seiner integrierten Milchschaumdüse den Milchschaum direkt in der Kaffeetasse zubereitet und sich danach vollautomatisch selbst reinigt. Die Zubereitung aller Milch- und Kaffeetränke erfolgt mit einem Fingerdruck. Ist sie gestartet, senkt sich die Milchschaumdüse vollautomatisch in die Tasse. Die Milch wird dann in einem zweistufigen Prozess erhitzt und aufgeschäumt. Abschließend fließt der frisch gemahlene, aufgebrühte Kaffee in die Tasse. Die Düse wird nach jedem Gebrauch mit heißem Wasser gespült, zudem passt der EA 9000 den Mahlgrad automatisch an die ausgewählte Kaffeespezialität an. Mit dem „Favoriten“-Menü können bis zu acht Personen jeweils acht Lieblingsrezepte programmieren. Temperatur, Wassermenge und Kaffeestärke können am Touchscreen-Farbdisplay eingestellt und variiert werden.

Moulinex & Rowenta

Starke Saugkraft und ein geringer Lärmpegel sind beim Staubsaugerkauf entscheidend. Bei den neuen Rowenta Silence Force Extreme-Modellen (UVP 249 bzw 299 Euro) wurden diese Merkmale weiter optimiert. Die neuartige Saugdüse mit speziellem Gelenk sorgt zudem für ef-

fizienteres Saugen, der ergonomische Griff und ein Aktionsradius von elf Metern erleichtern das Arbeiten. Eine reichweitenstarke TV-Kampagne ab Mitte Oktober, Online-Aktivitäten und eine breit angelegte PR-Kampagne sollen für Aufmerksamkeit sorgen. Auf alle Geräte gibt es wieder einer Geld-zurück-Garantie und auch am POS steht Rowenta seinen Handelspartnern wie gewohnt mit innovativen Ideen unterstützend zur Seite.

Das Moulinex-Sortiment deckt nun auch das Segment Frühstück ab. Ein neues Set, bestehend aus Kaffeemaschine, Wasserkocher und Toaster, erweitert das Angebot. Um dieses am POS entsprechend zu präsentieren, stellt Moulinex dem Handel ein Starter-Paket zur Verfügung, das neben den drei Produkten zwei Extra-Zugaben beinhaltet: eine Moulinex Kaffeemühle samt dekorativen Aufstellern. Gleichzeitig wird der Bereich Stabmixer, der übrigens sehr positive Entwicklungen verzeichnet, mit neuen Modellen verstärkt. Weitere Neueinführungen wie Sandwichmaker, Waffeleisen oder Miniöfen machen das Sortiment noch vielfältiger.

Plus Edition

Der Verbraucher von heute erwartet mehr als nur Funktionalität, er legt Wert auf ökologische Aspekte, Effizienz und aktuelles Design. Damit Kunden künftig auf den ersten Blick Geräte mit herausragenden Eigenschaften in diesen Bereichen identifizieren können, hat Rowenta die „Plus Edition“ ins Leben gerufen. Dabei werden ausgewählte Rowenta Produkte mit dem exklusiven Label gekennzeichnet. „Die Plus Edition bietet dem Kunden beim Kauf eine gute Orientierungshilfe und dem Handel zusätzliche schlagkräftige Verkaufsargumente sowie die Möglichkeit für einen kräftigen Mehrumsatz“, beschreibt Udo van Bergen die Win-Win-Situation. Die Produkte mit dem Plus Edition-Label kommen aus den Bereichen Bodenpflege, Wäschepflege sowie Personal Care und auf alle Geräte gibt es eine 30-



EA 9000: der neue Krups One-Touch-Cappuccino-Kaffeevollautomat.



Die Plus Edition kennzeichnet künftig ausgewählte Rowenta-Produkte.

Tage-Geld-zurück-Garantie. Die SEB unterstützt den Handel natürlich mit einer abgerundeten Kampagne, die für verstärkte Nachfrage sorgen wird und stellt zudem aufmerksamkeitsstarke Display-Aufbauten, hochwertige Tragetaschen und fertig gestaltete Anzeigen-Vorlagen zur Verfügung.

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: SEB
Futura: Halle 5, Stand 301

AM PUNKT

PRODUKT- & THEMEN-HIGHLIGHTS

Moulinex: Frühstückset, Stabmixer, Sandwichmaker, Miniöfen. Krups: Kaffeevollautomat EA 9000. Rowenta: Staubsauger Silence Force Extreme, Rowenta DACH-Kampagne „Rowenta Plus Edition“.



*Was für eine Raupe das Ende
der Welt bedeutet,
ist ein Schmetterling für den Meister.*

Anthony de Mello



PRINT TV ONLINE MOBILE

***Wir entwickeln uns weiter.
Gehen Sie mit uns.***

Alles wird anders. www.elektro.at



Die MBO Handels GmbH hat auf der Futura 2011 bereits drei Marken unter Dach und Fach: Unold, Robert Thomas GmbH und Boneco/Air-O-Swiss

MBO

Drei aus einer Hand

Die MBO Handels GmbH startet mit Neuheiten in Sachen Kleingeräte in die Futura. Die drei Marken der Handels GmbH – Unold, Thomas und Boneco/Air-O-Swiss – bringen ein Füllhorn an Innovationen auf den Markt.

So bringt Unold neue Gustostückerl der erfolgreichen Kooperation mit Fernsehkoch Alfons Schubeck auf den Markt, wie die Eismaschine Edition Schubeck. Für die kalten Genüsse präsentiert der Hersteller zudem die neue Eismaschine Gourmet mit zwei Liter Volumen im langlebigen, robusten Edelstahl-Gehäuse mit auf die Messe.

Für Toastliebhaber wurde die beliebte ONYX-Serie gleich um drei moderne Toa-

ster – „Kompakt“, „Big“ und „Duplex“ – erweitert. Außerdem sind zwei neue Küchenmaschinen entwickelt worden: Der Unold „Küchenmeister“, eine Küchenmaschine mit Planetenrührwerk, die selbst schwere Teige mühelos knetet, sowie auch die Küchenmaschine „Kompakt“, die rührt, zerkleinert, raspelt und schneidet. Alle Pasta-Liebhaber kommen nun endlich auch bei Unold auf ihre Kosten. Der „Nudelmeister“ ist da – und die Handhabung ist denkbar einfach: Alle Zutaten werden automatisch geknetet. Per Knopfdruck können acht verschiedene Nudelsorten sowie Spritzgebäck erzeugt werden.

Küchenprofis

Für Cocktail und Fitness-Freaks gibt's den Unold „Barkeeper“ in drei trendigen Farben sowie auch das komplette Barkeeper-Set. Eine Sonderserie des ESGE-Zauberstab rundet die Neuheiten-Palette ab. Im modernen Bronze-Look und mit fünf Jahren Garantie erscheint das Schweizer Original in limitierter Auflage. Wie alle ESGE-Zauberstab-Modelle ist auch der M 160 Bronze mit dem bewährten, langlebigen und robusten AC-Motor

mit Direktantrieb und reichhaltigem Zubehör in Schweizer Qualität ausgestattet. „Mit unseren Neuheiten möchten wir bei Händlern und Endverbrauchern für Begeisterung sorgen. Wir hoffen, dass der berühmte Funke überspringen wird und freuen uns auf viele kommunikative und genüssliche Begegnungen am Messestand“, freut sich Yvonne Unold, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Unold AG, auf den Messeherbst.

Thomas

Auch der Saugprofi Robert Thomas GmbH gibt wieder ordentlich Gas. Denn der neue Thomas Hygiene T2 ist mehr als ein purer Staubsauger. Denn er stellt eine einzigartige, anwenderfreundliche und hygienische Lösung dar, die Trockensaugen mit Hygiene-Bag-System sowie eine schonende, gründliche Nassreinigung von Hartböden und eine bequeme, hygienische Nassreinigung von Teppichböden verbindet. Damit ist der Thomas Hygiene T2 ein innovatives Allroundgerät.

Er reinigt und trocknet glatte Flächen in einem Arbeitsgang, entfernt Staub,

AM PUNKT

MBO

Manfred Bohacek präsentiert zur diesjährigen Futura gleich drei Marken.

UNOLD

Ein Füllhorn des Genusses schüttet der Hersteller über die Fachhändler aus.

THOMAS

Bei dem Thomas Hygiene T2 ist Gründlichkeit das oberste Gebot.

BONECO/AIR-O-SWISS

Schweizer setzen auf frisches Raumklima.

Flecken und unangenehme Gerüche aus Teppichen, Polstern, Autopolstern, Matratzen etc. Zum Trockensaugen ist er ausgestattet mit einem innovativen Hygiene-Bag-System, bestehend aus einer Hygiene-Box inkl. HEPA-Staubbeutel und Aktivkohlefilter, das die Luft von Staub und Gerüchen frei hält. Zusätzlich ist ein zweiter Saugschlauch im Lieferumfang enthalten. Wie alle Thomas Staub- und Waschsauger ist auch der Thomas Hygiene T2 besonders für Allergiker geeignet, denn auch er garantiert 99,99% Staubfilterung und bietet dank seiner innovativen Einhandentleerung eine staubfreie Entsorgung des HEPA-Staubbeutels.

Boneco/Air-O-Swiss

Nachdem im letzten Jahr erst die gesamte Range der Ultraschallvernebler erneuert wurde, stehen zur heurigen Futura bei Boneco/Air-O-Swiss zwei neue Luftwäscher in Fokus. Das Modell W490 besticht nicht nur durch sein elegantes Design mit Klavierlackoberfläche. Ein modernes Touch-Display, mittels dessen die gewünschte Luftfeuchtigkeit bequem auf die persönlichen Bedürfnisse programmiert werden kann, steigern den Bedienkomfort. Durch die automatische Dimmung variiert das Display die Leuchtkraft je nach Umgebungslicht und ist dadurch besonders für Schlafräume geeignet, der äußerst leise Betrieb garantiert zusätzlich eine ungestörte Nachtruhe. Die Reinigungsanzeige erinnert rechtzeitig an die notwendige Pflege, welche mit dem neuen Reinigungsmodus mit Ventilatorabschaltung jetzt besonders einfach ist.

Das neue Topmodell W520 setzt mit besonderen Features neue Maßstäbe im Segment der Luftwäscher. Erstmals kommt eine zuschaltbare Heizung zum Einsatz. Die bereits gereinigte und befeuchtete Luft wird nach Bedarf zusätzlich aufgeheizt, dadurch erhöht sich die Verdunstungsleistung nochmals um ca. 50%. Die warme Abluft sorgt für angenehmes Wohlbefinden und so bleibt auch die Raumtemperatur konstant. Eine weitere Innovation ist der Automatikmodus, einmal drücken auf das Touch-Display genügt und das Gerät wählt selbstständig je nach Umgebung den optimalen Luftfeuchtigkeitswert und hält diesen konstant. Drei Leistungsstufen, der programmierbare Timer und die Reinigungsanzeige runden die umfangreiche Ausstattung ab. In beiden Geräten ist im Lieferumfang bereits der neu entwickelte Ionic Silver Stick inkludiert, dieser verhindert noch effizienter die Keimbildung und

gewährleistet eine gesunde Befeuchtung ohne chemische Zusätze.

Futura

Auf der Futura sind GF Manfred Bohacek, Eduard Nimrichter, Verkaufsleiter, diverse Mitarbeiter von der Plaston AG, Robert Thomas KG und Unold AG vor Ort. „Natürlich gibt es zu allen unseren Neuheiten attraktive Messeangebote“, verrät Bohacek im Gespräch mit E&W.

Auf den MBO-Einladungskarten für die Futura findet sich darüber hinaus ein attraktives Gewinnspiel. Diese können die Händler am MBO-Stand ausgefüllt abgeben und – wenn Fortuna hold ist – drei wertvolle Sachpreise gewinnen.

Text: Bettina Paur
Fotos: Hersteller
MBO/Futura: Halle 5, Stand 115
Unold/IFA: Halle 6.1, Stand 110
Thomas/IFA: Halle 4.1, Stand 210



1



2



3



4

1 Unolds Kooperation mit Starkoch Alfons Schuhbeck geht mit der Eismaschine Edition Schuhbeck in die nächste Runde.

2 Der bekannte ESGE-Zauberstab von Unold zeigt sich heuer im edlen Bronze-Ton.

3 Thomas setzt mit dem Thomas Hygiene T2 wieder neue Maßstäbe in Sachen Hygiene.

4 Boneco/Air-O-Swiss bringt mit dem W490 wieder Frische ins Raumklima.

Remington & Russell Hobbs

„Must Haves“ für diesen Herbst

Wie auch schon die letzten Jahre treten Remington, Russell Hobbs und Varta gemeinsam auf der Futura auf, und um möglichst viele Besucher auf den rund 150 m² großen Stand zu locken, haben die Spectrumbrands-Marken nicht nur zahlreiche Produktneuheiten im Gepäck, sondern auch lukrative Messepakete, einen Hairstylisten, ein Gewinnspiel, etc ...

Damit sich die Messe-Besucher live und „haarnah“ vom Können der neuen Produkte überzeugen können, kommt Remington heuer mit einem Hairstylisten im Schlepptau auf die Futura. Ein richtiges Highlight ist dabei der „Stylist Multi-Styler“, mit dem vier unterschiedliche Looks kreiert werden können. Ob glattes Haar, definierte Ringellocken, mittelgroße Locken oder weiche, voluminöse Wellen – dank schmaler, extralanger, keramikbeschichteter Stylingplatten und drei Einstellungsmöglichkeiten ist jede Frisur mit ein wenig Übung und Fingerfertigkeit „im Multi-Style-Umdrehen“ fertig. Das Gerät verfügt über eine variable Temperatureinstellung von 150 bis 210 Grad, Schnellaufheizung, Drehgelenk-Kabel, automatische Sicherheitsabschaltung sowie eine hitzebeständige Aufbewahrungstasche und das alles mit drei Jahren Garantie zu einem UVP von 49,99 Euro. Neu in der Stylist-Serie ist auch der rote „Turbo-Haartrockner“, der mit 2.200 Watt und zwei Ventilatoren für 30% schnelleres Trocknen als ein Standard-Remington-Föhn sorgt. Er verfügt über drei Heiz-, zwei Gebläse- sowie eine Abkühlstufe, eine Turbo-Funktion, einen leicht zu reinigenden abnehmbaren Luftfilter, eine Präzisions-Stylingdüse sowie einen Diffusor für viel Volumen. Ionen-Technologie reduziert darüber hinaus die statische Aufladung des Haares. Auch auf dieses Modell mit einem UVP von 39,99 Euro gibt es drei Jahre Garantie.

Remington präsentiert diesen Herbst auch den „Easy Cord Haartrockner“ (UVP 34,99), einen Föhn mit absolut prakti-

chem Feature: Das 2.100 Watt starke Modell mit drei Heiz-, zwei separaten Gebläse- sowie einer Abkühlstufe zum Fixieren des Stylings verfügt nämlich über ein einziehbares Kabel und sorgt somit auf Knopfdruck für Ordnung. Ähnlich innovativ zeigt sich der neue „Pearl Lockenstab“ (UVP 39,99), der mit seinem doppelten Heizelement für wunderschöne definierte Locken sorgt. Über den Bedienkomfort waren wir uns zu Redaktionsschluss allerdings noch nicht ganz einig.

Männer-Goodies

Ein absolutes Novum bei Remington ist der „Touch Control Beard & Stubble Trimmer“ (UVP 59,99), ein Bartschneider mit Touchscreen. Auf diesem kann „Mann“ 175 Längeneinstellungen in 0,1 Millimeter-Schritten zwischen 0,4 und 18 mm vornehmen und dank „Tri-Boost-System“ zwischen drei Geschwindigkeiten wählen. Das digitale Display zeigt die verbleibende Restzeit, die gewählte Längen- bzw. Geschwindigkeitseinstellung sowie die Tastensperrfunktion an. Ein weiteres Special sind die Schneideklingen aus hochwertigem Titan, die nicht nur selbststöhlend und selbstschärfend, sondern auch 300% härter als Stahl sind und dadurch eine langanhaltend gleichmäßige Schneidleistung garantieren. „Mann“ kann sich diesen Herbst auch über das „Grooming Gift Pack“ freuen. Protagonist in dieser Limited Edition ist der Haarschneider HC5355 in der Trendfarbe Blau. Dazu geschenkt gibt es eine praktische Reisetasche und ein „King of shave“-Haargel. Bei diesem Modell erfolgt die Ladung über Steckdose oder USB-Schnittstelle. Das USB-Kabel liegt natürlich bei.

Design and more

Russell Hobbs kommt heuer mit den zwei neuen Frühstückserien „Steel Touch“ und „Mini“ auf die Messen. Erstere besteht aus Wasserkocher (UVP 139,99 Euro), Toaster (UVP 129,99 Euro) sowie Filterkaffeemaschine (UVP 149,99 Euro) aus gebürstetem Edelstahl mit roten Akzenten



„Steel Touch“ orientiert sich optisch an den Werken des Malers Mondriaan.



Remington Neuheiten: Der Bartschneider Touch Control und der doppelte Lockenstab aus der Pearl-Serie.

und orientiert sich an der geometrischen Form- und Farbgebung des Malers Mondriaan. Das Besondere: Die „Steel Touch“-Modelle haben keine Knöpfe und lassen sich einfach mittels Fingertip bedienen. Die zweite Russell Hobbs Frühstückskollektion präsentiert sich in lackiertem Edelstahl und basiert auf einer exklusiven Kooperation mit der weltbekannten Automarke „Mini“. Der weiße, 3.000 Watt starke 1,7 Liter Wasserkocher mit verdecktem Heizelement, der blau-weiße Toaster mit extrabreiten Schlitzen, Hebefunktion und Brötchenaufsatz sowie die rote Filterkaffeemaschine, die zwölf Tassen in einem Durchgang brüht, sind alle mit den unverwechselbaren „Mini“-Rallyestreifen und dem Emblem der Kultmarke versehen. Mit diesen beiden Serien beweist Russell Hobbs einmal mehr sein Gespür für trendiges Design.

Text: Stefanie Bruckbauer
Info: at.remington-europe.com / www.russellhobbs.com
Fotos: Remington, Russell Hobbs

AM PUNKT

REMINGTON-NEUHEITEN

Stylist-Serie: Multi-Styler und Turbo-Haartrockner; Easy Cord Haartrockner; Pearl-Kollektion: doppelter Lockenstab; Touch Control Bartschneider

RUSSELL HOBBS-NEUHEITEN

Die Serien „Mini“ und „Steel Touch“

HAUSGERÄTE



LED-Kerzen sehen aus, riechen und flackern wie „echte“.

Klein Robotics GmbH/Klein & more

Luft & Licht

Klein Robotics kommt heuer mit drei höchst unterschiedlichen Produktgruppen auf die Futura: Mit Staubsaugerrobotern, Luftbefeuchtern sowie LED-Echtwaxkerzen versucht das Unternehmen den FH dieses Jahr zu begeistern.

Die kleinen iRobot-Saugroboter Roomba sind ja schon bekannt; was man allerdings noch nicht kennt, sind die neuen Modelle 770 und 780. Diese zeichnen sich gegenüber der 500er-Serie durch eine verbesserte Reinigungstechnologie, zwei Hepafilter, eine Anzeige bei vollem Behälter sowie ein neues Bürstenmodul aus. Außerdem können der Roomba 770 und 780 „hören und sehen“: kleine, harte Schmutzgegenstände spürt nämlich ein akustischer Sensor auf und größere, weich geformte Objekte ortet ein optischer Sensor. Der Roomba 780 verzichtet darüber hinaus auf Tasten und wird per TouchPad aktiviert bzw. vorprogrammiert. Beide Modelle lassen sich alternativ mittels Fernbedienung steuern.

Aber nicht nur der Boden sollte sauber sein, auch saubere Luft führt zu Wohlbefinden und aus diesem Grund präsentiert Klein Robotics auf den diesjährigen Messen auch Luft-Befeuchter, -Reiniger und -Wäscher sowie Ventilatoren der Firma Stadler Form, die auf die klingenden Namen Max, Anton, Fred, Oskar, Viktor und Tom hören. Allesamt zeichnen sich durch ihren ökonomischen Betrieb, ihre intelligenten Features und ihr echt cooles Design aus. Teuer sind sie darüber hinaus auch nicht wirklich – all diese „Burschen“ bekommt man zwischen 99 und 449 Euro (UVP).

Interessant im Hinblick auf die Weihnachtszeit sind Echtwaxkerzen mit LED-Technik. Sie sehen aus, riechen und flackern wie „echte“ Kerzen, haben darüber hinaus aber wesentliche Vorteile: Sie sind mit einem Timer ausgestattet, Batteriebetrieben, verhindern Brandgefahr sowie Wachsflcken, sind unempfindlich gegen Wind, auch im Freien einsetzbar, können unbeaufsichtigt bleiben, verströmen keine Wärme (was besonders im Sommer von Vorteil ist) und stellen keine Gefahr für Kinder und Haustiere dar.

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: Klein Robotics GmbH
Futura: Halle 9/ Stand 204



wie der
da rein
kommt,
erleben
sie im
herbst
auf der
futura.

Es gibt etwas Neues von SEVERIN. Nur so viel sei verraten. Es macht herrlichen Espresso, Cappuccino und Latte Macchiato mit einem einzigen Knopfdruck. Lassen Sie sich überraschen. Auf der FUTURA in Halle 8, Stand 103. Die DEGUPA Vertriebs GmbH freut sich auf Ihren Besuch!

SEVERIN
willkommen zu hause

wmf Österreich

1000, 500, 10, 5, ...

Nein, es handelt sich bei der Überschrift um keinen Countdown, sondern um die brandneuen Modelle unter den wmf Kaffee-Voll- beziehungsweise Pad-Automaten, derer gleich fünf auf der diesjährigen Futura vorgestellt werden.

wmf 1000 pro S

Highlight ist dabei insbesondere die wmf „1000 pro S“, ein Kaffeevollautomat designed von Metz & Kindler, der von Café Creme über Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato, bis hin zu Heißwasser für Tee und heißer Milch für Kakao, alles auf Knopfdruck zubereitet. Und es gibt noch viel mehr Funktionen, die die „wmf 1000 pro S“ mit einem UVP von 1.895 Euro so komfortabel machen: Da wäre einmal der „All-in-One Professional Auslauf“, der automatisch von Milch auf Milchschaum umstellt, der „Steam Jet Double“, der die Vorwärmung von gleich zwei Tassen ermöglicht und das „Silence System“, das

dank einer aufwändigen Dämpfung sowohl Mahlwerk als auch Brüher sehr leise arbeiten lässt. Die sogenannte „Individual Taste“ dient der differenzierten Einstellung von Fassengrößen ohne Veränderung der ausgewählten Kaffeestärke und die integrierte Beleuchtung „Ambient Light“ setzt das gesamte Prozedere schön in Szene. Für einen effizienten Energieeinsatz sorgen insgesamt vier Energiesparprogramme, auch „Eco Modes“ genannt, sowie die „Zero-Energy-Funktion“. Passend zur „wmf 1000 pro S“, allerdings nicht im Lieferumfang enthalten, gibt es eine doppelwandige, ein Liter Kaffeekanne (UVP 69,95), die bei erhöhtem Kaffeebedarf bis zu acht Tassen Café Creme auf Knopfdruck zubereitet, sowie ein „Office Zubehör-Set“ (UVP 99 Euro), das für den Einsatz im Büro konzipiert wurde und unter anderem eine Erweiterung des Bohnenbehälters beinhaltet.

Bei den anderen Messe-Produkt-Highlights handelt es sich um die Kaffeevollau-



Die wmf 1000 pro S ist nur eine von drei brandneuen Kaffeevollautomaten.

tomaten „wmf 1000 S“ sowie „wmf 500“ und die Kaffeepadmaschinen „wmf 10“ sowie „wmf 5“ und allesamt werden sie in Halle 1, Stand 206 präsentiert.

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: wmf
Info: www.wmf.at

HTN ElektrogerätevertriebsGmbH, Beurer

Die nächste Generation

HTN-GF Arno Kittl kommt dieses Jahr mit einem dreiköpfigen Team auf die Futura. Im Gepäck hat er die neuesten Produkte für Schönheit und Wohlbefinden. Eines der Highlights ist dabei die nächste Generation der wohltuenden Beurer Massage-Sitzauflagen mit Shiatsu-Massagetechnik. Die insgesamt fünf Modelle präsentieren sich nun im neuen Design, in zwei Farbvarianten und mit neuen Features im Bereich der Massagetechnik – allen voran das Topmodell MG 290 HD-3D mit tiefenwirksamer Rückenmassage. Darüber hinaus wurden bei allen Modellen hochwertige Materialien wie PU-Leder verwendet und durchdachte Details angebracht, unter anderem eine Aufhängung zum platzsparenden Verstauen. „Der Bereich Körpermassage ist einer unserer drei jüngsten, aber am stärksten wachsenden Produktgruppen. Wir haben nun alle ohnehin bereits sehr guten Sitzauflagen in Form, Funktion und Design einer Optimierung unterzogen. Das

Ergebnis werden Sie auf der Futura ‚sehen‘ und ‚spüren‘ können“, so Arno Kittl.

Auch im Bereich Babycare gibt es Neuheiten, worüber sich insbesondere Tigerenten-Fans freuen werden, denn „zum Zweiten haben wir für unsere Kinder die Janosch-Serie um einige Produkte wie zum Beispiel Luftbefeuchter, Fieberthermometer und Babyphones erweitert. Wir präsentieren diese teilweise mit stromsparender ECO Funktion ausgestatteten Neuheiten erstmals in Österreich auf der Futura. Und zum Dritten widmen wir unsere Aufmerksamkeit verstärkt dem Thema ‚Beauty‘. Neben den optisch sehr ansprechenden beleuchteten Kosmetikspiegeln stellen wir auch einen neuen Ultraschall-Gesichtsreiniger vor“, gewährt Kittl einen Vorablick ins Messegeschehen. Und noch etwas verrät der HTN-GF: „Jeder Messeauftrag am Messestand wird mit einem Beauty-Set, bestehend aus beleuchtetem Taschenspiegel, beleuchteter



Die Massage-Sitzauflage von Beurer verewöhnt mit asiatischer Shiatsu-Massage.

Pinzette und elektrischem Manikürestift aus dem Hause Beurer/HTN, belohnt.“

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: HTN, Beurer
Futura: Halle 5, Stand 117



Bauknecht
Heute leben.



Besuchen
Sie uns auf der
FUTURA!
Halle 2, Stand 201

BAUKNECHT – INNOVATIONEN FÜR SIE.

Die neuen energieeffizienten EcoStyle-Geräte von Bauknecht überzeugen nicht nur durch innovative technische Funktionen und hohen Bedienkomfort, sondern auch durch ihr elegantes Design.



Vor allem aber sorgen die EcoStyle Waschmaschinen, Trockner, Kühlgeräte und Geschirrspüler von Bauknecht mit ihrem extrem sparsamen Verbrauch dafür, dass unsere Umwelt und die Haushaltskasse geschont werden. Nicht umsonst wurde Bauknecht 2011 erneut mit dem Plus X Award als „Innovativste Marke 2011“ ausgezeichnet.

Lassen Sie sich durch die perfekte Verbindung von Nachhaltigkeit und Design begeistern!

Erfahren Sie mehr unter: www.bauknecht-welt.at



clearwhite

Einzigartig

Der österreichische Waschmittel-Spezialist clearwhite setzt auf klare Zeichen. So präsentiert sich der Hersteller auf der Futura mit einem 30 m² großen



Stand, der vor allem im Zeichen eines ganz besonderen Geniestreichs steht: dem Waschmaschinen-Reiniger T6 (E&W berichtete). Die veränderten Waschgewohnheiten, wie häufiges Waschen bei tiefer Temperatur (< 40°C) und reduziertem Wasserstand durch die Sparprogramme, haben dazu geführt, dass das Ausspülen von abgelöstem Schmutz am Ende des Waschprogrammes immer schwieriger wird.

Dies führt in der Folge dazu, dass sich organischer Schmutz im Auslaufbereich ablagern kann. Um die geruchsintensiven Ablagerungen und den damit entstehenden Fäulnisgeruch wieder zu beseitigen, empfiehlt der Hersteller ein bis zwei Mal im Monat eine Waschmaschinen-Reinigung mit clearwhite Waschmaschinen-Reiniger-Tabts durchzuführen. Natürlich hat der österreichische Hersteller auch noch andere Reinigungsmittel im Programm, die für kristallklare Gläser und glänzende Teller sorgen.

Auf der Futura wird es auf die gängigsten clearwhite-Produkte eine Messeaktion für den Fachhandel geben. „Außerdem möchten wir hervorheben, dass wir ein rein österreichisches Unternehmen sind. Und alle unsere Produkte werden in Österreich produziert“, so GF Raphael Reifeltshammer im Gespräch mit E&W. „Wir sind bei Waschmaschinen als auch im Bereich Spülen die Besten und stellen unsere Produkte exklusiv für den gesamten EFH zur Verfügung.“

Bereits lieferbar
UVP für sechs T6-Tabts: 9,90 Euro
Futura: Halle 01, Stand 205

BaByliss

Auf's Haar genau

„Jeder, der sich die Fähigkeit erhält, Schönes zu erkennen, wird nie alt werden“, hat Franz Kafka einmal gesagt. In diesem Sinne ist der diesjährige Messeauftritt von BaByliss ein wahrer Jungbrunnen.

Schließlich stellt der Hersteller wieder einen Reigen an neuen Produkten rund um die Schönheitspflege vor.

Haarig

So macht BaByliss mit dem G910E Kompakt Home Pulsed Light seinen Mitbewerbern Konkurrenz. Für dauerhafte Haarentfernung arbeitet das Gerät mit Lichtimpulsen, die Anwendungsfläche beträgt hier 4 cm. Eine Kartusche reicht für eine Ganzkörperbehandlung, zwei sind im Lieferumfang mit dabei.

Auch im Bereich der perfekten Frisur bietet BaByliss wieder viele Möglichkeiten

neller Haar- und Bartschneider, der mit einer XL-Länge der Klinge von 45 cm für ein schnelles Ergebnis sorgt. Fünf präzise Einstellungen der Schnittlängen sorgen für ein optimales und individuelles Ergebnis. Zum Zubehör gehören Schere, Kamm, Reinigungsbürste, Öl. Und der neue E870XE i-Control geht ebenfalls den Haaren an den Kragen und eignet sich perfekt für den sexy Drei-Tages-Bart.

Werbung & Futura

Als Unterstützung für die Händler setzt BaByliss auch im Herbst auf zielgruppenorientierte Werbung mit Schwerpunkt auf Printmedien. Außerdem wird die für Ba-



Der rotierende ST290E ist der neue Allrounder von BaByliss in Sachen Frisurvariation.

für zuhause. So wird der neue ST290E präsentiert, rotierender Glätter und Lockeneisen in einem. Die ultraweiche Beschichtung der Platten sorgt für mühelose Handhabung und ein seidiges Haargefühl. Von Locken und Volumen bis hin zu nobler Glätte zaubert das neue Allroundtalent für das Haarstyling jegliche Variation. Auch der C260E „Easy Wave“ setzt neue Akzente. Das Dreifach-Welleneisen sorgt für sanfte Wellen und einen trendigen Bohemian-Style. Die variable Temperatureinstellung sorgt für individuelles Handling, die Spitze ist isoliert und schont damit die Haarpracht.

Auch auf die Schönheit der Herren achtet der Hersteller. Eines der neuen Highlights ist der I-Pro 45, ein profession-

Byliss hergestellte Teststation „auf Tour“ geschickt und bei diversen Veranstaltungen präsentiert. Auf der Futura wird's interaktiv: „Wir bieten die Möglichkeit, sich persönlich auf der Messe von unseren Produkten zu überzeugen. Mehrmals täglich können unsere Produkte ‚in action‘ erlebt werden. Die Geräte können selbst ausprobiert – oder auf Wunsch von einem Profi demonstriert werden. Dazu haben wir Mitarbeiter unserer Kooperationspartner HeadQuarters vor Ort“, so Marketingleiterin Marlene Buchart gegenüber E&W.

Text: Bettina Paur
Foto: BaByliss
IFA: Halle 7.1C, Stand 101
Futura: Halle 3, Stand 409




DIE ROWENTA PLUS EDITION MIT GELD-ZURÜCK-GARANTIE

Innovative Produktneuheiten, die sich durch starke Kaufargumente auszeichnen:

-  **ECO** – Energiesparen und Nachhaltigkeit sind topaktuelle Verbraucherthemen.
-  **EFFIZIENZ** – Produkte, die sich durch höchste Effizienz oder geringen Energieverbrauch auszeichnen.
-  **DESIGN** – Exklusives Rowenta Design aus den Bereichen **Wäsche- und Bodenpflege** und **Personal Care**.



DAS STARKE PLUS FÜR IHR GESCHÄFT

-  **30-Tage-Geld-zurück-Garantie**
-  Starke **PR-Präsenz** im Aktionszeitraum in zielgruppenrelevanten Medien
-  Umfangreiche **POS-Unterstützung** durch attraktive Aktionsplatzierung, hochwertige Tragetaschen und TZ-Matern

Weitere Details erfahren Sie über Ihren zuständigen Außendienst-Mitarbeiter!



Severin

Der Vorhang wird fallen

Es wird dieses Jahr ein wirklich großer Messestand, verrät Degupa Marketing & Produktmanager Leopold Schwarz. Und groß ist auch das Rätseln, um das diesjährige Severin Produkthighlight. Nur spärlich fließen die Informationen: Es wird der interessanteste, kompakteste One-Touch-Cappuccino-Kaffee-Vollautomat am Markt. Die Espressomaschine unter den Vollautomaten, zu 100 Prozent aus deutscher Entwicklung, mit deutschem Engineering, „da kommen keine Teile aus Asien, wie bei manch anderem Hersteller“, so Schwarz und weiter: „Bei einem guten Kaffee ist das Maß aller Dinge ein italienischer Espresso aus einer Siebträger-Maschine. Da wollen alle Kaffeemaschinenhersteller hin. Uns wurde von Spezialisten bescheinigt, dass unser neues Modell schon sehr nahe dran ist, nach jahrelanger Entwicklung ist das Ziel also nahezu erreicht. Und das mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis.“ Severin, der deutsche Marktführer

bei Filter-Kaffeemaschinen, möchte nun also auch den Vollautomaten-Markt aufmischen und auf den Herbstmessen wird man sehen, ob dieses Vorhaben gelingt. Auf IFA und Futura wird das Geheimnis also gelüftet. Schwarz verrät: „Anerkannte Baristas werden das Gerät am Messestand vorführen und demonstrieren, dass es den hohen Ansprüchen echter Profis gerecht wird.“ Übrigens: Für den Severin Espressoautomaten sind noch diesen Herbst Produkt- und Verkaufs-Schulungen geplant.

Frischer geht nicht

Ein weiteres Severin Messehighlight ist der von der BWT entwickelte Tischwasserfilter, der Wasser nicht nur filtert, sondern auch wertvolles Magnesium zufügt. Dieses Gerät, das auf Grund der Refill-Kartuschen ein lukratives Folgegeschäft für den FH nach sich zieht, wird diesen Herbst massivst in Print, TV, Internet und



Wie der da rein kommt verrät Severin erst im Herbst auf IFA und Futura.

am auch am POS beworben. Mehr Informationen dazu und über alle anderen Severin-Produkt-Highlights findet der Futura-Besucher in Halle 8 auf Stand 103.

Text: Stefanie Bruckbauer
Foto: Severin
Futura: Halle 8/ Stand 103

Schimek Electronics

Persönliche Wellness-Oasen

HoMedics, einer der marktführenden Anbieter für Gesundheits- und Wellnessprodukte erweitert sein Produktangebot. Der österreichische exklusiv-Vertrieb Schimek Electronics präsentiert auf der Futura zahlreiche Neuheiten auf diesem Gebiet.

Die Messe-Highlights sind die HoMedics Massage-Produkte. Diese simulieren unterschiedliche klassische Massagen und kombinieren, je nach Modell, auch mehrere Massage-Techniken. Ein besonderes Highlight ist dabei die Shiatsu Massage. Präsentiert werden unter anderem folgende Produkte: Die SBM-700H „Hits the Spot Shiatsu“-Massage, die CBS-775 Shiatsu + Kompressions-Massage, der OCTS-200A Shiatsu Massage-Bürostuhl und das elektrische Stimulationsgerät zur Schmerztherapie IH-100-EU. Darüber hinaus zeigt man die HoMedics-Range AIR. Dabei handelt es sich um Luftbefeuchter und Luftreinigungssysteme, die

für reine Raumluf sorgen. Die Raumlufreiniger AR-10 bzw AR-20 sind für Räume bis 25 bzw 38 Kubikmeter ausgelegt. Ebenfalls mit am Messestand ist „ME“. Das ist ein revolutionäres Beauty-Produkt zur dauerhaften Haarreduzierung, welches Intense Puls Light- mit Radio Frequency-Technologie verbindet und so weniger Anwendungen für gute Ergebnisse benötigt.

Am Schimek-Stand erwarten und beraten Helga Leitner (Geschäftsführerin, Marketing/PR), Robert Bolena (Geschäftsführer, Verkaufsleiter, Key Account) und Bernhard Ulm (Gebietsverkaufsleiter). Es gibt auch ein ganz besonderes Messe-Zuckerl: Der Gesundheitsexperte Andreas Diwald steht am Freitag von 16 bis 18 Uhr und am Samstag zwischen 9.30 und 11 Uhr für Fragen zum Thema Gesundheit und Sport sowie für Interviews am HoMedics-Messestand zur Verfügung.



Wellness für daheim: Mit der Shiatsu-Massageauflage SMB-700H so richtig relaxen.

Text: Peter Fußl
Fotos: Hersteller
Futura: Halle 3, Stand 109

Oranier Küchentechnik Jede Menge Neues

Oranier Küchentechnik kommt dieses Jahr in Form einer fünfköpfigen Mannschaft nach Salzburg zur Futura gereist. Österreich Vertriebsleiter Felix Fuchs wird dabei mit Lukas Bayer und Walter Pokorny vom Außendienst sowie mit Karin Huemer-Dominguez und Isolde Stockinger vom Vertrieb für die Fachhändlerbetreuung am Messestand zur Verfügung stehen.

Den Messebesucher erwarten am Oranier-Stand mehrere neue Geschirrspülermodelle in der Energieeffizienzklasse A+++ sowie neue Kühl- und Gefrierkombinationen, die mit einem interessanten Preis-Leistungsverhältnis punkten können. Außerdem werden neue Flächen-Induktionskochfelder als Top-Highlight vorgestellt. Diese bieten bis zu sechs Kochzonen, von denen je zwei zu einer großen Fläche gebrückt, und so Töpfe und Pfannen unterschiedlicher Form und Größe variabel gestellt werden können. Da die Kochzonen annähernd rechteckig sind, bilden sich so auch keine Kaltstellen zwischen den zusammengeschalteten Induktions-Flächen, was in dieser Form eine Neuheit ist. Eine separate Stellung nehmen bei Oranier die Geschirrspüler ein, diese werden nämlich mit den Fachhandelsorganisationen gesondert beworben. Für den Herbst sind übrigens – ebenfalls mit dem Fachhandel – entsprechende Hinaus-Verkaufs-Aktionen von Messeneuheiten geplant.

Bei Oranier tut sich nicht nur eine Menge bei den Produkten, sondern auch beim Personal. So ist Isolde Stockinger im März neu zum Vertrieb Innendienst gestoßen, Lukas Bayer kam im Mai als neuer Außendienstmitarbeiter im Bereich Küchentechnik hinzu und Karin Huemer-Dominguez wurde mit der Organisation beziehungsweise Leitung des Vertriebsinnendienstes betraut.

Futura: Halle 2, Stand 106

Candy Hoover „The big inside“

Große Füllmengen bei normalen Abmessungen sowie maximale Flexibilität, um den Anforderungen der Verbraucher gerecht zu werden – so präsentiert sich die Linie „The big inside“, die Candy Hoover nun schon länger verfolgt und die sich durch sämtliche Produktsegmente, ob wa-

schon, trocknen oder spülen, hindurchzieht. Die Besucher können sich auf der Futura selbst ein Bild davon machen und Highlights wie die sparsame A+++ Hoover Dynamik Waschmaschine mit bis zu 10 Kilo Zuladung, den dazu passenden A-40% Wäschtrockner mit neuartigem AquaVision-Bullauge, die A++ Toplader, die trotz ihrer 40 Zentimeter Breite ganze 8 Kilo Füllmenge schaffen oder den super leisen „Candy KriO“ Kühlschrank unter die Lupe nehmen. Neben all diesen Neuheiten gibt es auch eine Premiere: Die Candy Evo3-Geschirrspülerreihe in den Abmessungen 60 Zentimeter und 45 Zentimeter wird dem Fachhandel exklusiv auf der Futura vorgestellt.



Neu und auch ein absoluter Schwerpunkt bei Candy Hoover sind diesen Herbst die besonders sparsamen Kühlschrank-, Geschirrspüler- und Waschmaschinen-Modelle, allesamt in der Energieeffizienzklasse A+++ und mit „GreenRay“-Technologie, die für wirklich tolle Verbrauchswerte sorgt. Im Bereich der Bodenpflege komplettiert Candy Hoover seine sparsame Sauger-Serie um weitere Hand- und Bodenstaubsauger-Modelle und auch in diesem Segment darf sich der Messebesucher auf eine Premiere freuen, denn auf der Futura wird der neue „Robo2-Robotersauger“ vorgestellt.

Den FH erwartet am Candy Hoover-Messestand jedoch mehr als nur tolle Geräte: Es gibt attraktive Messeaktionen für Fachhandelskunden sowie ein kleines Präsent für jeden qualifizierten Besucher. Außerdem werden alle Neuheiten mit einer separaten Einführungsaktion vorgestellt, wobei besonderer Wert auf die Präsentation der Produkte gelegt wird. Hierzu stellt Candy Hoover umfangreiches POS- und Schulungsmaterial zur Verfügung. Candy Hoover kommt übrigens nicht nur mit Produkt-, sondern auch mit Personal-Neuheiten auf die Futura: Stefan Wetzel wird ab Herbst das Vertriebsteam Austria in den Gebieten Kärnten und Umgebung verstärken.

Futura: Halle 2, Stand 105

Kärcher Perfekt ausgerüstet

Im vergangenen Jahr ist Kärcher im EFH hervorragend eingeschlagen – „und zwar mit einem Tempo, das seinesgleichen sucht“, freut sich Key Account Manager Stefan Hinterhofer im Gespräch mit E&W. Um diesen Run zu halten, stellt der Hersteller zur IFA eine Reihe neuer Geräte vor.

So vervollständigt das Unternehmen mit den Modellen SC 6.800 C und SC 6.800 CB sein Dampfreiniger-Sortiment der Home Line. Besondere Leistungs- und Ausstattungsmerkmale wie die VapoHydro-Funktion oder vier Dampfstufen für unterschiedliche Einsatzgebiete zeichnen diese Geräte aus. Bei der VapoHydro-Funktion wird dem Dampf heißes Wasser beigemischt, wodurch sich auch sehr hartnäckiger Schmutz lösen lässt. Die Modelle SC 6.800 C und SC 6.800 CB sind zudem mit umfangreichem Zubehör ausgestattet und erfüllen höchste Ansprüche an das chemiefreie Säubern. Ebenfalls neu im Programm ist der RoboCleaner RC 4.000. Ohne Aufsicht bewegt sich der Reinigungsroboter frei im Raum und entfernt Staub und Schmutzansammlungen vollautomatisch von nahezu allen Bodenflächen. Mithilfe eines Infrarotleitstrahls findet er zu seiner Basisstation zurück, wo seine Schmutzkammer selbstständig entleert und seine Akkus aufgeladen werden.

Der Allesauger WD 4.290 mit Nass-Saugfunktion beseitigt Flüssigkeiten sowie



groben Schmutz oder Feinstaub. Zum Programm der Home Line gehören darüber hinaus weitere Geräte für die Fensterreinigung, die Dampfreinigung, das Wasch- und Staubsaugen, die Hartbodenreinigung und das Kehren.

Diesmal ist der Hersteller nicht auf der Futura. Dafür wird im September und Oktober für den Fensterreiniger WV 75 wieder kräftig die Werbetrommel im TV

gerührt. Schließlich war die Kampagne einer der Erfolgsfaktoren der Home Line. Der Hersteller empfiehlt deshalb eine frühe Eindeckung, da die Verfügbarkeit aufgrund europaweit großer Nachfrage nicht immer gegeben ist. Um den Bedarf des EFH zu decken, wird im Werk eine Produktionsstraße erweitert.

IFA: Übergang 2.1/4.1/101

Nilfisk Alto

Kraftvoll und handlich

Der Trockensauger Saltix 10 des Reinigungsspezialisten Nilfisk Alto ist ideal für den Einsatz in Hotels, Büros und im Handel. Mit einer Saugleistung von 1.200 Watt und einer Luftmenge von 1.920 Litern pro Minute beseitigt das Gerät nahezu jeden Schmutz und das mit 69 Dezibel relativ leise. Das Behältervolumen von zehn Litern und ein acht Liter fassender Filtersack garantieren dabei fast unterbrechungsfreie Betriebszeiten. Der Gewerbesauger ist mit einem Motorschutzfilter ausgestattet sowie mit einem Sicherheitsschließsystem: ist nämlich der Einlegetuchfilter nicht ordnungsgemäß positioniert, verliert der Sauger automatisch an Leistung.

Für eine leichte Handhabung sorgen die schlanken Maße von 39 x 34 x 39 Zentimetern, das geringe Gewicht von fünf Kilo, die integrierten Lenkrollen, nicht markierende Stoßfänger sowie eine Kabellänge von 10 Metern. Eine Kabelaufbewahrung sorgt zudem für Ordnung und ein Netzkabel in Signalfarbe für mehr Arbeitssicherheit, da die Stolpergefahr so weit wie möglich reduziert wird. Das Zubehör umfasst eine Universalbodendüse, eine Rundbürstendüse, den 2,5 Meter langen Saugschlauch, das gebogene Kundstoffhandrohr sowie zwei



Verlängerungsröhre zu je 50 Zentimetern. Hinzu kommt ein optionaler Hepa-Filter.

petra electric Cool Curl

Stiftung Warentest hat unlängst sechs Warmluftbürsten getestet und gewonnen hat mit Note 1,6 die CoolCurl CC 300 von petra electric. Die Jury meinte: „Die kleine, leichte und sehr handliche Warm-



luftbürste erfasst die Haare optimal und macht wunderschöne Locken, die obendrein noch glänzen und lange halten.“ Martin Polcyn, hoch erfreuter Marketingleiter bei wmf ce, zum Testsieg: „Das Resultat unterstreicht, dass wir mit unseren HairCare-Produkten die Wünsche der Kunden treffen. Nicht von ungefähr ist die CoolCurl CC 300 eine der meistverkauften Warmluftbürsten in Deutschland und insbesondere im FH seit Jahren erfolgreich.“ Ab sofort werden die Modelle mit einem Testsieger-Aufkleber ausgeliefert.

UVP: 24,99 Euro
Futura: Halle 1, Stand 206 (bei wmf ce)

Gorenje Intelligentes Kochen

Kochen mit Induktion ist derzeit die modernste, sicherste und zugleich intelligenteste Art der Speisenzubereitung: der Topfboden wird punktgenau erhitzt, das Kochfeld selbst bleibt kalt. So brennt garantiert nichts an, auch nicht der Finger. Und auch die Reinigung der Induktionsflächen ist denkbar einfach.

Gorenje hat die Funktionalität seiner Premium-Induktions-Kochfelder IT 742 AXC, IT 642 AXC, IT 1141 AC sowie IT 951 AC nun noch besser gestaltet. Die vier Modelle im edlen, schwarzen Design mit Bräterzone und drei unterschiedlichen Kochzonen sind seitlich mit Facettenglasschliff bzw mit einem Edelstahlrahmen

sowie frontseitig mit Facettenglasschliff versehen. Bei aktivierter „PowerBoost“ Funktion sorgen Hochleistungsinduktionsspulen sowie zwei Kühllüfter mit doppelter Betriebsleistung für eine 20%-ige Steigerung der Wärmeleistung. Die Kochfelder bieten jetzt noch mehr Platz, ermöglichen ein leichteres Hantieren mit dem Kochgeschirr, eine präzise Steuerung des Kochvorganges und sind zudem extrem leise – selbst dann, wenn alle vier Kochzonen gleichzeitig auf höchster Leistungsstufe arbeiten.

Mit der „SoftMelt“-Funktion lassen sich Zutaten wie Honig, Butter oder Schokolade bei einer konstanten Temperatur von 42 Grad problemlos schmelzen. Bei Bedarf kann der „BoilControl Überkochschutz“ zugeschaltet werden. Dieser hält die Kochtemperatur des Gargutes konstant und verhindert so zuverlässig ein Überkochen. Mit der „Stop&Go“-Funk-



tion lässt sich der Kochvorgang schnell vorübergehend unterbrechen. Alle Kochzonen werden dabei sofort abgeschaltet, wobei die aktuellen Einstellungen gespeichert bleiben. Durch erneutes Berühren des „Stop&Go“-Sensors wird der Kochvorgang unmittelbar fortgesetzt. Der Hersteller garantiert mit der automatischen Topferkennung optimale Kochergebnisse bei minimalem Energieverbrauch.

Miele Eröffnung

Dr. Markus Miele wird am 14.9. gemeinsam mit dem Miele Senior Vice President Josef Vanicek, dem Miele Werksleiter Manfred Neuhauser und Miele Professional-Leiter Gerhard Mahr sowie Vertretern aus der Politik, das Miele Professional Kompetenzzentrum für Medizintechnik in Bürmoos eröffnen. Im Zuge der Feierlichkeiten wird diskutiert, durchs Werk geführt und außerdem stellt Josef Vanicek seinen Nachfolger Martin Melzer als Miele Österreich Geschäftsführer vor.

cremesso
OF SWITZERLAND

Hochgenuss in Rekordzeit. Die neue Uno.

FUTURA®

Halle 1 Stand 203

15 Sekunden Aufwärmzeit



19 bar Barista Qualität



Energy Save Concept



Die neue Uno ist die kleine Nummer 1 bei cremesso. Nur 15 Sekunden Aufwärmzeit und ein smartes Energiesparkonzept machen sie zur ersten Wahl für 19 bar Top-Kaffee in Rekordzeit. Ob freche Uno oder die neue, nahezu gänzlich überarbeitete Compact Linie - mit cremesso verwöhnen Sie Ihre Kunden mit edlen Aromen, gekrönt von einer perfekten Crema. Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf der Futura!

Kaffeegenuss der nächsten Generation



www.cremesso.at



Available on the
App Store



Karl Pichler



Koarl's Sommerquatsch

Ich schätze diese lauen Sommerabende zu Hause auf unserer Terrasse vor meinem Garten zu später Stunde. Wenn der Umweltlärm mit den aufsteigenden Fliegern von Wien Schwechat verstummt, steigt noch einmal die Konzentration für etwas Wesentliches auf dieser Welt. Diesmal – ich habe ein Smartphone! Also bevor der automatische Wiesenwasserberiesler zum Zischeln anfängt, ein Test? Meine Skype-lose Zeit ist ja nach Auslandsaufenthalten einer meiner Töchter längst vorbei, aber der Aufstieg zum mobilen Facebook oder YouTube musste folgen, das Enkelkind kann man ja in Jahren sonst überhaupt nicht mehr verstehen? Die kleine hält sich ja bereits mit 10 Monaten ein Handy (verkehrt, was soll's) ans Ohr!

Ein Nokia N8 wurde auserwählt, mich beim Smartphone-Leben einzubringen. Wohl deshalb, da das Betriebssystem bewährt sein sollte und vor allem ein Navi mit versprochen wurde mit einer einfachen Outlook-Abstimmung meiner Adressen zum Desktop, so die gescheiterten Zeitschriften. Inspiriert dadurch, dass auch mein Chefredakteur so ein Gerät kannte und wir uns im Verlag über eine Stimmenentlokkung aus dem Heft (über den abgedruckten QR-Code) unterhalten konnten, also ans Werk. Der Zufall wollte es wirklich, dass ich einfach vom Nokia-OVI-Shop (aus 40.000!) eine Anwendung (Apps sagt man heute, so rasch wie die Innovationen der Zeit vorausseilen – dem Menschen sowieso) mit einem gelben Quatrater! herunterladen konnte. Mit dem kostenlosen „großen optischen Leser für Codecs, Bilder, OCR und andere Daten“ von UpCode Ltd. musste doch etwas anzufangen sein? Insider mögen müde lächeln, ehrliche User werden mich verstehen- der Erfolg war verblüffend. Auf den QR-Code das Smartphone mit dem Kameraauge hingehalten, fotografiert dieses selbständig, meldet das dem Internet und sendet mir, dass ich doch hören möge. Er war's! Herausgeber A. Rockenbauers Stimme, das Editorial, wie live wohl aus seinem Büro- sensationell. Ob ein alternativer Text besser wäre als der geschriebene Seiteninhalt? Ein kundenorientiertes Spiel damit, ein weiterer Hinweis, eine Einladung, ein Live-Bericht, YouTube-Inhalte sowieso? Grenzenlos, die Anwendungsberei-

che, möglicherweise erst am Beginn eines (weiteren) Siegeszuges in unserer High-Tech-Welt? Heute können ja bereits ganze Gebäudekomplexe mit einem Smartphone gesteuert werden. Wir werden ständig weiter lernen müssen, um am Lebensball bleiben zu können- ob wir wollen oder nicht. Nehmen Sie sich aber genug Zeit dazu, nicht alles geht sofort oder findet sich auf Anhieb!

DOWNLOAD

AUDIO



Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone.

Hager

Distanzierung

In der August Aussendung von Hornbach sind irrtümlich Verteiler und Kabelkanäle mit dem Logo von Hager versehen. Das bedeutet aber nicht, dass Hornbach nun Ware von Hager in den Baumärkten führt. Es handelte sich – wie nun klar ist – nur um einen Irrtum seitens Hornbach.



Dieses Logo wurde irrtümlicherweise im Hornbach-Prospekt abgedruckt.

Hager Österreich stellte klar, dass nach wie vor ausschließlich der Fachhandel betreut und beliefert wird und keinerlei Geschäftsbeziehungen zu Hornbach oder anderen Baumärkten bestehen. Des weiteren möchte Hager definitiv festhalten, dass Hornbach keinerlei Ware von Hager in ihren Baumärkten lagernd haben. Die Werbeaussendung ist ausschließlich aufgrund eines internen Fehlers von Hornbach passiert. Hornbach hat sich für den Fehler mittlerweile mit einem Schreiben bei Hager entschuldigt.

Neues Energieausweis-Vorlage-Gesetz

Offenlegung

Den Energieausweis gibt es in Österreich seit nunmehr über drei Jahren. Bisher war dieser etwa bei der Immobiliensuche aber eher sinnfrei. Nun wurde ein Entwurf für ein Energieausweis-Vorlage-Gesetz in Begutachtung geschickt. Beabsichtigt wird ein Inkrafttreten Anfang 2012. Dadurch würde sich einiges ändern. So müsste man dann zB in Immobilienanzeigen bei Verkauf und Vermietung zur besseren Vergleichbarkeit die Energieeffizienzklasse eines Gebäudes angeben – Auswirkungen auf Preise und Wert sind die logische Folge. Nichteinhaltung soll einen Straf- tatbestand (bis zu 1.450 Euro Geldstrafe) darstellen.

Arbeiterkammer gegen

Smart Metering

Solange nicht geklärt ist, wer die Einführungskosten der intelligenten Stromzähler zu tragen hat, lehnt die AK die geplante Einführung ab. Außerdem müsse noch geklärt werden, wie der Schutz der persönlichen Daten der Konsumenten gesichert werden kann und welchen Nutzen die Konsumenten tatsächlich von den smarten Stromzählern haben. Es dürfe auf alle Fälle nicht sein, dass für die Konsumenten durch den Austausch der jetzigen Stromzähler zusätzliche Kosten entstehen.

„Wir wollen den Schritt zu einer größeren öffentlichen Wahrnehmung von LED-Lampen machen.“

Seite 151

„Ich glaube, man darf da nicht nur rechnen.“

Seite 154

EINBLICK

Ledon bringt die Leuchtmittel ins Fernsehen

LED goes LCD

Als erster Leuchtmittelhersteller wirbt Ledon seit Mitte August im österreichischen Fernsehen für LED-Lampen. Die vier Wochen dauernde TV-Kampagne trägt den prägnanten Titel „LEDON. Endlich wirklich gutes Licht.“

Im Rahmen des 20-sekündigen TV-Spots (der auch auf der Ledon-Homepage abgerufen werden kann) vermittelt der Vorarlberger Hersteller den Zuschauern einige knackige Botschaften zum Thema LED-Beleuchtung. Als Partner bei der von 15. August bis Mitte September laufenden Kampagne fungiert die Kooperation Expert, die während der Kampagne in rund 200 Elektrofachgeschäften österreichweit gezielt LED-Lampen von Ledon bewirbt. „Wir wollen mit dieser reichweitenstarken Werbeform als erster Leuchtmittelhersteller den Schritt hin zu einer größeren öffentlichen Wahrnehmung von LED-Lampen machen. Mit unserer neuen Lampengeneration auf LED-Basis tragen wir den wachsenden Erwartungen der Gesellschaft an eine hohe Lichtqualität in der Haushaltsbeleuchtung Rechnung. Gleichzeitig positionieren wir uns als innovativer Vorreiter am Markt“, erklärt dazu Ledon-GF Detlef Mikulsky.

Nicht von ungefähr kommt der Zeitpunkt der Kampagne: Ab 1. September dürfen EU-weit keine Glühlampen über 40 Watt mehr in den Handel gebracht werden. Bei Ledon geht man davon aus, dass LED-Lampen aufgrund ihrer Eigenschaften für die allgemeine Beleuchtung rasch an Bedeutung gewinnen werden – weshalb die Vorteile wie hohe Farbwieder-

gabe, Quecksilberfreiheit, sofort volle Leuchtkraft und deutlich längere Lebensdauer besonders betont werden.

Neue Modelle

Ab September bereichern zwei neue LED-Lampen das Ledon-Sortiment – beide mit E14-Sockel und bereits im Wave-Design von Ledon gestaltet, das nun nach und nach auf die komplette Produktpalette übertragen wird. Die klare Kerze klassischer Form ist ein ideales Ersatzprodukt für Kronleuchter und andere Leuchten, wo stimmungsvolle Atmosphäre und nostalgischer Glanz gefragt sind. Die LED-Lampe hat eine Leistungsaufnahme von fünf Watt und einen Lichtstrom von 220 Lumen bei einer warmweißen Farbtemperatur (2.700 K). Die LED-Tropfenlampe stellt eine Mischung aus kompaktem Design, Lichtqualität und Energieeinsparung dar, die sich insbesondere für den Austausch von bestehenden Reflektorlampen mit E14-Sockel eignet. Auch dieses Modell hat eine Leistungsaufnahme von fünf Watt, bei einem Lichtstrom von 230 Lumen und einer Farbtemperatur von 2.700 Kelvin.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: Ledon
Info: www.ledon-lamp.com



Klare Ansage: Mit den TV-Spots will Ledon das öffentliche Interesse für LEDs wecken.

MK Illumination

Hell erleuchtet



Im LED-Bereich präsentiert MK Illumination weitere Verbesserungen (zB organische und somit recyclebare Bestandteile) sowie Neuheiten aus dem zwei- und dreidimensionalen Motivbau (zB leichtere und elegantere Rahmen). Dabei steht die Qualität der Produkte im Vordergrund – das Highlight am Stand ist das 3D-Motiv, welches im Bild zu sehen ist. Anhand dessen kann man sich auf dem Messestand auch von den Neuheiten und der Qualität überzeugen. Das Verkaufsteam der Firma Schurrer und der Firma MK Illumination wird während der Messetage in Salzburg vor Ort sein.

Futura: Halle 9, Stand 203

ABUS

Android iDVR

Die neue iDVR App für Android von ABUS Security-Center ermöglicht den komfortablen Zugriff auf ABUS Videoüberwachungsrekorder. Videodaten von bis zu vier analogen oder Netzwerkkameras können betrachtet und direkt aus der Liveansicht gespeichert werden. Zu den Hauptfunktionen der App zählt der Zugriff auf bis zu 16 speicherbare Rekorder. Eine weitere Funktion ist die Steuerung von PTZ-Kameras. Damit kann der Nutzer bei einem interessanten Vorkommnis auch flexibel von unterwegs an das Geschehen heran- oder auch herauszoomen. Die App kostet im Google Marketplace 4,99 Euro.

Lichttechnische Tagung 2011

Einsatz von LEDs ohne Energieeinsparung?

Sehr zufrieden zeigten sich Teilnehmer und Verantwortliche, allen voran der Vorsitzende der Lichttechnischen Gesellschaft Österreichs Franz-Josef Müller über den Verlauf der Lichttechnischen Tagung 2011, die heuer in Steyr von 23. bis 25. Mai stattfand.



155 Lichtspezialisten fanden sich in den Steyr Museum Arbeitswelten zum Thema „Alles LED-Licht!?“ ein.

In den Steyr Museum Arbeitswelten trafen sich 155 Teilnehmer, um wieder über Technologien, Anwendungen und Trends sowie Rechtsfragen und Normen vorzutragen bzw. zu diskutieren. Das Rahmenprogramm – u.a. mit dem Besuch des BMW-Werkes – gab den Lichttechnikern Zeit genug, die Vorträge zu evaluieren und über Trends zu diskutieren.

Markige Aussagen gab es in den Vorträgen jedenfalls einige: Andreas Kuntz, Exportdirektor von Leuchten Waldmann, stellte bereits am ersten Tag die Frage, ob denn die Leuchtdioden, auf die alle ihre große Zukunftshoffnungen punkto Energie und Weiterentwicklung der Leuchtmittel setzen, die einzige Alternative für energieeffiziente Lichtlösungen seien.

Der hohe Aufwand, um die Leuchten effizient und zugleich normkonform entwickeln und herstellen zu können, bedeute aber auch einen sehr hohen Einstandspreis. Gleichzeitig sei der Unterschied in der Energieeffizienz im Vergleich zur Leuchtstofflampentechnik nicht so groß, dass sich der Mehrpreis von LED-Leuchten kurz- oder mittelfristig alleine durch die Energieeinsparung rechne. Es sind also intelligente Lichtlösungen auf Basis von Leuchtstoff-, Hybrid und LED-

Technologie gefragt, die den heutigen Anforderungen gerecht werden.

Ähnlich klangen auch die Aussagen von Ing. Roland Zwanzl, Produktmanagement der EVN AG, der in seinem Vortrag auf die Sanierung bestehender Straßenbeleuchtungen und deren angeblicher Energieeinsparung einging.

Beleuchtungsnorm

Insbesondere in ländlichen Gebieten findet man heute noch vielfach Straßenbeleuchtungsanlagen aus den 50er- und 60er-Jahren. Die europäische Beleuchtungsnorm EN 13201 leistet hier einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Sicherheit auf den Straßen, indem sie die Beleuchtungssituation von der Schwierigkeit der Fahraufgabe und der Verkehrsdichte abhängig macht. Daraus folgert eine Beleuchtungsqualität, die trotz mo-

AM PUNKT

LTG-TAGUNG 2011
fand von 23. bis 25. Mai statt.

WEITERE VERANSTALTUNG
21. Sept im Forum Volkstheater (Wien):
„Energiesparen vs. Normeinhaltung EN 13201 in der Straßenbeleuchtung“

NÄCHSTE TAGUNG
21. bis 23. Mai 2012 im Tagungszentrum
Rohrmoos Erlebniswelt in Schladming



1 Franz-Josef Müller, Vorsitzender der Lichttechnischen Gesellschaft Österreichs
 2 LED-Straßenbeleuchtung von Philips Licht in Berndorf, Stadttheater ...
 3 ... und Herzogenburg, Hauptstraße.
 4 Andreas Kuntz, Export-Direktor bei Waldmann-Leuchten, bei seinem Vortrag.

derner Technik zu deutlich geringeren Lichtpunktabständen führt, als sie bei den Altanlagen zu finden sind.

Die Folge ist, dass die Gesamtanschlussleistung und somit auch der jährliche Energieverbrauch moderner Straßenbeleuchtungsanlagen bezogen auf die Länge der zu beleuchtenden Straße bei Weitem nicht jenes Ausmaß erreicht, das man aufgrund der Leuchten-Daten vermuten möchte. Resümee daher: Die Effizienz der Anlagen wird zwar deutlich verbessert, eine Reduktion des Energieverbrauches geht damit aber nur sehr eingeschränkt einher. Der Beitrag, den die moderne, effiziente Leuchten-Technologie zur Energieeinsparung und folglich zu Klima- und Umweltschutz leistet, sei durch die gesteigerte Beleuchtungsqualität stark geschmälert, so Ing. Zwazl.

Weitere Diskussion(en)

Die im Anschluss an diesen Vortrag entstandenen teils emotionalen Diskussionen darüber mussten aus zeitlichen Gründen abgebrochen werden. In Folge soll aber bei einer Podiumsdiskussion konkreter betrachtet werden, wohin der Weg führt: Bereits am 21. September 2011 sollen Energieversorger, Normenvertreter Magistrats-Offizielle sowie Elek-

trouunternehmer und Planer sich zu einer gemeinsamen realistischeren Zukunft finden, teilte Franz-Josef Müller von der LTG im Gespräch mit der E&W-Redaktion mit.

Für Philips-Lighting Application Specialist Ing. Michael Fritthum waren die LED-Energiediskussionen möglicherweise nur Randthemen bei den großen aktuellen Trends seines Vortrages: LEDs sind effizient, lange haltbar, umweltfreundlich und regelbar. In den vergangenen zehn Jahren hat sich die LED-Technologie rasend schnell entwickelt. Mit ihrem neuen intensiven, weißen oder farbigen Licht lassen sich Orte jetzt auf faszinierende Weise beleuchten und flexible Umgebungen erschaffen, so Ing. Fritthum. Und all dies meist zu einem Bruchteil des Energieverbrauchs herkömmlicher Lichtquellen.

Bis vor Kurzem eigneten sich LED-Systeme nur für enge Straßen, sodass sie in der städtischen Außenbeleuchtung nur sehr begrenzt eingesetzt werden konnten. Dank der neuen bahnbrechenden Innovationen in der Beleuchtungstechnologie erzeugen LEDs bei einem entsprechenden Helligkeitsbedarf jetzt auch auf Hauptstraßen mit hohen Beleuchtungsniveaus eine gleichmäßige Lichtverteilung. Ihr weißes, komfortables und blendungsar-

mes Licht mit einer perfekten Farbwiedergabe macht unsere Straßen noch sicherer und sieht einfach besser aus.

Das Licht aus LEDs ist aber nicht nur ästhetisch ansprechend. Die energieeffiziente LED-Technologie strahlt ein weißes Licht in einheitlich hoher Qualität, Helligkeit und Intensität ab. Verglichen mit Quecksilberdampfleuchten können so die Energiekosten um bis zu 90% reduziert werden. LED-Lichtquellen halten außerdem extrem lange, sodass all die Wartungs- und Ersatzkosten traditioneller Beleuchtungen nunmehr der Vergangenheit angehören sollen.

Ausblick

Die nächste Lichttechnische Fachtagung 2012 findet im Tagungszentrum Rohrmooser Erlebniswelt in Schladming - Rohrmoos von 21.-23. Mai 2012 statt. Außerdem findet am 21. September im Forum Volkstheater in Wien die Veranstaltung „Energiesparen vs. Normeinhaltung EN 13201 in der Straßenbeleuchtung“ statt.

Text: Karl Pichler
 Fotos: LTG, Philips
 Info: www.ltg.at

Sano Transportgeräte Über die Treppe

Die Sano Transportgeräte GmbH ist seit mehr als 20 Jahren ein innovativer und erfolgreicher industrieller Maschinenbaubetrieb mit Sitz in Lichtenberg bei Linz. Das Unternehmen hat sich auf die Entwicklung und Produktion von mobilen elektrischen Treppenstei-



gern spezialisiert. Die weltweit patentierte Treppensteiger-Technologie wird am Standort entwickelt und vor Ort hergestellt.

Der Schwerpunkt von Sano auf der Futura ist die Arbeitssicherheit sowie die Ergonomie beim Transport schwerer Güter über Treppen und Wege. Passend dazu präsentiert Hans Hinterkörner, Vertriebsleiter Österreich, als Highlight den Liftkar Treppensteiger mit Hubsystem. Die mobilen Treppensteiger heben sich von anderen Erzeugnissen wie zB Treppenliften dadurch ab, dass sie gering im Eigengewicht, einfach bedienbar und handlich sind – die ideale Lösung zum Mitnehmen für unterwegs. Dabei gibt es zwei spezifische Kategorien: für den Transport von gehbeeinträchtigten Personen und für den Lasten-Transport.

Für den Transport von Lasten gibt es zwei Ausführungen: Einmal mit Tür- und Plattenhalter (siehe Bild) und einmal mit Dolly-System. Mit ihnen kann man Lasten bis 330 kg ohne Kraftanstrengung und ergonomisch richtig manövrieren – über Wege, Gänge, treppab oder treppauf. Um sich ein besseres Bild von dem praktischen und sicheren System machen zu können, gibt es Live-Vorführungen der Treppensteiger – natürlich auf einer Treppe.

Futura: Halle 1, Stand 304

KEL-Berufsgruppenobmann Martin Karall im E&W-Interview

Arbeit ohne Ende

Seit rund einem Jahr steht Martin Karall nun an der Spitze der Kommunikationselektroniker. Zeit, eine erste Bilanz zu ziehen und über die nächsten Vorhaben zu sprechen.

E&W: Wie fällt das Resümee nach einem Jahr an der Spitze der KEL aus?

Martin Karall: Wir konnten ein gutes Arbeitsklima im Bundesausschuss schaffen. Alle Bundesländer sind dabei, alle ziehen an einem Strang. Wir haben erfolgreiche Schulungen im Bereich TV-Service absolviert und wollen daran im Herbst mit dem Thema Vernetzung und Heimmedien anknüpfen. Außerdem haben wir per Verordnung mit dem Schuljahr 2011/12 den Lehrberuf mit neuen Inhalten, sodass jetzt bei den Kommunikationselektronikern auch Medien- und Netzwerktechnik verankert ist – was dem modernen Berufsbild entspricht. Und wir arbeiten gerade an der Fertigstellung unserer neuen Homepage, die im September online gehen soll.

E&W: Gibt es dazu schon Details?

Karall: Wir wollen eine eigene Plattform, die von uns serviert und auf dem aktuellen Stand gehalten wird. Damit kommunizieren wir als Bundesberufsgruppe mit unseren Mitgliedsbetrieben, zeigen, was wir für sie machen und ermöglichen den gegenseitigen Austausch. Dafür ist der interne Bereich gedacht, daneben werden wir unsere Berufsgruppe nach außen hin repräsentieren und informieren, was der Beruf des Kommunikationselektronikers überhaupt ist und welches Feld er umfasst. Drittens erfolgt mit der Homepage die Ansprache zukünftiger Lehrlinge. Die Arbeitsgruppe PR hat sich auch mit dem Re-Design des Logos befasst, das zur Wort-Bild-Marke werden soll.

E&W: Was sind die nächsten großen Herausforderungen?

Karall: Zunächst natürlich die Homepage und dann zu beginnen, die Mitgliedsbetriebe und die Öffentlichkeit PR-mäßig zu bearbeiten, um bei Lehrlingen wieder Zulauf zu bekommen. Im Bereich Normierung/Rechtliches passiert auch gerade viel: Hier arbeiten wir derzeit an einem Entwurf für Rahmen-AGBs für KEL, um eine rechtliche Grundlage zu schaffen – Stichwort

Werkvertrag. Dazu starten wir im Herbst eine Expertenrunde, um Erfahrungen auszutauschen und zu eruieren, wo man den Hebel ansetzen muss. Wie man sieht, gibt's also jede Menge zu tun – Arbeit ohne Ende...

E&W: Gerade die Lehrlingssituation war zuletzt ja schwierig. Wie ist denn der aktuelle Stand der Dinge?

Karall: Nach wie vor problematisch, besonders im Osten. In der Berufsschule in Stockerau sind mittlerweile NÖ, Wien und das Burgenland zusammengefasst, und wenn wir im Jahr fünf Lehrlinge haben, sind das eh schon viele. Im Westen schaut's ein bisschen besser aus. Im Frühjahr hat es eine Tour durch die Berufsschulen gegeben, um den Beruf vorzustellen, parallel dazu wurden gemeinsam mit den Lieferanten Schulungen für die Lehrer organisiert. Wir hoffen, durch die Modernisierung des Lehrberufs insgesamt wieder attraktiver zu werden – das werden wir im Herbst auch mit dem TV-Spot „Arbeitswelten“ medial transportieren. Der entsteht gerade in Kooperation mit dem ORF und wird auf TW1 bzw ORF3 ausgestrahlt.

E&W: Viele entscheiden sich dann aber wegen der Matura für die HTL...

Karall: Genau das ist ja Sinn und Zweck des neuen Lehrmodells, die 14- und 15-Jährigen nicht sofort zur Entscheidung Matura – ja oder nein zu drängen. Dass man jetzt eine Lehre machen kann, ohne sich damit den Zukunftsweg zu verbauen, muss noch viel stärker publik gemacht werden, denn das wird noch zu wenig angenommen.

E&W: Die andere Seite der Medaille sind die Betriebe, die Lehrlinge ausbilden. Wie gestaltet sich hier die Situation?

Karall: Ebenfalls schwierig, weil das Gewerbe die Wirtschaftskrise stark gespürt hat. Hier müssen wir jetzt die Betriebe motivieren, selbst Lehrlinge auszubilden. Denn jeder wird irgendwo schon bemerkt haben, dass zu wenige Fachkräfte am Markt verfügbar sind, und wenn man selbst ausbildet, kann man auf die



Martin Karall kann nicht über Beschäftigungsmangel klagen: Nachwuchs für den Beruf zu begeistern und die Analogabschaltung lauten die aktuellen Herausforderungen.

Qualifikationen, die man im Betrieb zukünftig benötigt, maßgeblich einwirken. Ich selbst habe im Herbst wieder einen Lehrling aufgenommen und möchte hier mit gutem Beispiel vorangehen.

E&W: Wann „rechnet“ sich ein Lehrling?

Karall: Das ist so eine Sache... Wirtschaftlich betrachtet sind die ersten 1,5 Jahre nicht rentabel, ab dem 3. Lehrjahr beginnt sich ein Lehrling zu rechnen, weil er vieles selbstständig machen kann. Und das beste, das einem Betrieb passieren kann, ist klarerweise, wenn ein Lehrling nach der Ausbildung im Betrieb bleibt. Aber ich glaube, man darf da nicht nur rechnen, sondern muss auch bedenken, was man der Gesellschaft wieder zurück gibt. Auf der anderen Seite verstehe ich, dass soetwas für kleine Betriebe eine besondere Herausforderung darstellt.

E&W: Welche Felder werden die KEL zukünftig besetzen? Und wie grenzt man sich zu benachbarten Berufsgruppen ab?

Karall: Die Gefahr des Verschwindens besteht bei jeder Berufsgruppe, weil das Gewerbe in den letzten Jahren doch aufgeweicht wurde und es heute zu vielen Überschneidungen kommt. Als Kernaufgaben der KEL sehe ich den Antennenbau, denn den wird's noch sehr lange geben – IPTV ist noch länger kein Thema für Österreich. Das zweite große Feld ist die komplette Medientechnik, die von professioneller Seminartechnik über Multiroom Audio bis hin zur Verschmelzung mit IT und Internet

reicht. Der dritte Bereich ist Reparatur und Service – auch wenn dieser in den letzten Jahren weniger und weniger geworden ist, hat sich hier eine Nische gebildet, von der einige spezialisierte Betriebe gut leben können. Bei all dem wird die ganze Netzwerktechnik immer mehr zum Kern

unseres Geschäfts – zB wenn man an IP-Videotechnik denkt, denn laut Gewerberecht unterliegen reine Videoüberwachungsanlagen den KEL.

E&W: Mit der Analogabschaltung ist derzeit ein klassisches KEL-Thema in aller Munde. Wie weit ist Österreich da?

Karall: Im privaten Bereich sehe ich das nicht allzu dramatisch, weil da in der Vergangenheit ja schon viel passiert ist. Bei GA schaut das ganz anders aus: Die Wohnungswirtschaft kennt das Problem, schätzt

aber die Tragweite vielfach falsch ein. Fakt ist, dass der Umrüstungsstand – trotz Veranstaltungen, bei denen wir die Verantwortlichen informiert haben – hinterher hinkt. Ich würde sagen, es ist nicht 5, sondern schon 1 vor 12. Mit deutlichen Zuwächsen rechne ich trotzdem erst ab dem Q4, und im nächsten Jahr werden wir dann vor massiven Lieferengpässen stehen. In der Hotellerie sind wir schon weiter, die wissen, dass etwas getan werden muss und rüsten mit der Empfangsanlage oft auch gleich die TVs mit um.

E&W: Was sollte man sich auf der Futura unbedingt ansehen?

Karall: Ein starkes Thema im Privatkunden-Bereich sind sicher Receiver mit HbbTV – das beginnt jetzt zu laufen. Sehr interessant ist auch der Start von HD Austria, denn der sollte einen Schub für HD-Receiver und HD-taugliche Geräte geben. Und im Antennenbereich natürlich die Zielgerade bei der Digital-Umrüstung.

Text: Wolfgang Schalko
Foto: Peter Fußl

KONKURSVERSTEIGERUNG

Live & Webcast Auktion

Johann Bayer GmbH

Fertigung von Schrauben

Industriestraße 7, A - 3130 Herzogenburg

Versteigert werden unter anderem zahlreiche Handwerkszeuge HILTI und MAKITA, umfangreiches Schraubmaterial, eine große Auswahl an Elektromaterial sowie div. Betriebseinrichtungen, u.v.m.




Versteigerungsdaten

Auktionstag:	Samstag, 17. September 2011, um 11.00 Uhr
Auktionsort:	im Betrieb der Johann Bayer GmbH, Industriestraße 7, A - 3130 Herzogenburg
Besichtigung:	Freitag, 16. September 2011 von 08.00 bis 16.00 Uhr sowie am Versteigerungstag von 08.00 bis 10.30 Uhr
Besichtigungsort 1:	Industriestraße 7, A - 3130 Herzogenburg
Besichtigungsort 2:	Rassing 13, A - 3141 Kapeln

www.karner-dechow.at

3M Bei der Arbeit schützen



Diese Arbeitsschutzbrillen sollen sich neben ihrer hohen Qualität besonders durch die optimale Balance aus Tragekomfort, Sicherheit und Design auszeichnen. Die neue 3M Tora CCS wendet jedenfalls nicht nur eine Vielzahl von Gefahren wie schnell fliegende Partikel, Schmelzmetalle und UV-Strahlen ab, sondern kann dank dem innovativen Cord Control System in Kombination mit 3M Gehörschutzstöpseln mit Band (ausgenommen Polyesterbänder) getragen werden. Damit sind sowohl Augen als auch Ohren bei Bedarf optimal geschützt. Geprüft nach Norm EN 166 verfügt sie über klare, stoßfeste Polycarbonatscheiben mit Anti-Scratch-Beschichtung und schützt nahezu 100-prozentig vor UV-Strahlen.

Eine Besonderheit ist das im Bügel integrierte Cord Control System (CCS), mit dessen Hilfe 3M Gehörschutzstöpsel mit Band (ausgenommen Polyesterbänder) einfach und problemlos befestigt werden können. Mit Hilfe des Bandes kann die Brille um den Hals getragen werden. Damit hat man sowohl Augen- als auch Gehörschutz stets griffbereit und kann sich auch vor lediglich zeitweise auftretenden Gefahren bestens schützen.

Foto: 3M
Info: www.3M.com/at/arbeitsschutz

Gogatec Außen pitschnass – innen staubtrocken

Sind Bauteile hoch abgedichtet (IP65+), so kann es bei Temperaturschwankungen – beispielsweise ausgelöst durch einen Witterungswechsel –



schnell zur Entstehung eines Unter- bzw. Überdrucks im Gehäuse-Inneren kommen. Speziell bei anstehendem Unterdruck wird Luft aus der Umgebung des betroffenen Bauteils angezogen, welche in den meisten Fällen über Gehäusedichtungen oder Dichtungen von Anbauteilen wie Schaltern und Kabelverschraubungen eindringt. Die in dieser Luft enthaltene Feuchtigkeit setzt sich später als Kondenswasser im Gehäuse ab und verursacht dadurch häufig Schäden an der empfindlichen Elektronik und Elektrik.

Um diesen Vorgang zu vermeiden bzw. zu entschärfen, kommen Druckausgleichselemente von GOGATEC/Wien zum Einsatz. Es handelt sich dabei um einen leicht zu montierenden Stutzen, der mit einer gasdurchlässigen und hydrophoben Spezialmembran ausgestattet ist. Diese ermöglicht den problemlosen Luftaustausch, wobei Wasser in flüssiger Form zurückgehalten wird. Der Druckausgleich erfolgt also sofort und vermeidet somit aktiv die Entstehung eines Unter- bzw. Überdrucks und der daraus resultierenden Ansammlung von Kondenswasser.

Die lichtgrauen Druckausgleichselemente DAE-M40 aus Polyamid PA6 für einen Temperaturbereich von -40°C bis +100°C dürfen nicht mit Entwässerungstutzen verwechselt werden (!), sie werden seitlich am Schrank montiert, damit die Membran ungehindert atmen kann. Wenn sich der Anwender durch das Druckausgleichselement eine aufwändige, teure und vor allem energiefressende Heizung ersparen kann, dann sind die Kosten schnell wieder hereingebracht.

Foto: Gogatec
Info: www.gogatec.at

Panasonic I DW-Relais für WW



Das Panasonic DW-Relais ist speziell für den Einsatz in digitalen elektronischen Stromzählern, sog. „Smart Meter“, entwickelt worden. Um Energie zu sparen wird der Einsatz eines bistabilen Relais gefordert. Mit dem DW-Relais werden alle Forderungen dieses Marktes erfüllt. Panasonic trägt gemäß des „Eco Ideas“-Gedankens dazu bei, effiziente und energiesparende Stromzähler zu realisieren.

Durch seine kompakte Bauform (24 mm x 10 mm x 18, 8mm (L x B x H)) und die geringe Spulenverlustleistung von 200 mW bei der 1-spuligen Variante und 400 mW bei der 2-spuligen Variante ist dieses Relais auch im Weiße Ware-Markt, zB für Waschmaschinen, Geschirrspüler oder Trockner, äußerst interessant. Hier ist die Reduzierung des Stand-by-Stromverbrauches ausschlaggebend. Speziell für dieses Marktsegment ist das DW-Relais nicht nur mit LCP-Gehäusematerial (Reflow-fähig) erhältlich, sondern auch mit

PBT-Material, welches die VDE-Norm EN60335 (Glühdrahtprüfung, Kriechstromfestigkeit) erfüllen soll.

Vorteilhaft beim Eindesignen des DW-Relais in eine Applikation sind die 6 mm Luft- und Kriechstrecke zwischen Kontakt und Spule sowie die hohe Spannungsfestigkeit von 6 kV zwischen Kontakt und Spule. Die Stoßspannung beträgt hier sogar 12 kV.

Foto: Panasonic
Info: www.eu.pewg.panasonic.com

Panasonic II Innovatives Energiemanagement

Energieverbrauchswerte können mit diesem Zähler effizient identifiziert und energetische Bedarfe der jeweiligen Teilprozesse transparent dargestellt werden. Ein erster Überblick über mögliche Einsparpotenziale ist mit der KW1M-Serie des Energiezählers Eco-POWER METER von Panasonic möglich. Stetiges Energiemonitoring liefert aussagekräftige Vergleichswerte für sinnvolle und realistische Optimierungsmaßnahmen.



Der Panasonic Energiezähler ist auch ohne Spannungswandler für den direkten Einsatz in industriellen Drehstromnetzen bis 400 V geeignet und zeichnet sich durch einen geringeren Energiebedarf als seine Vorgänger aus. Die Anzeige ist umschaltbar zwischen Energieverbrauch und Energiekosten und bietet darüber hinaus die Möglichkeit den CO₂-Wert darzustellen. Neben den Werten für Ströme und Spannungen werden u.a. Wirkleistung, Frequenz und Leistungsfaktor angezeigt. Der interne Energieverbrauchskalender zeichnet zudem die Monats-, Wochen- und Stundenwerte auf.

Das Energiemessgerät ist über die integrierte RS485-Schnittstelle (Modbus/RTU, MEWTOCOL) mit zentralen Leitstellen und Steuerungen vernetzbar. Alle Messwerte lassen sich mit der Software KW Monitor einfach auf dem PC anzeigen (kostenlose Software gibt's bei Panasonic Electric Works). Mögliche Applikationen und Anwendungsgebiete sind außer in der Industrie vorwiegend bei der Überwachung von Klimaanlagen und Kühlgeräten u.a. in der Lebensmittel-

dustrie, in Lebensmittelgeschäften und Einkaufsmärkten. Selbstverständlich ist die Serie KW1M einfach zu installieren und eignet sich sowohl zur Schraub- als auch zur Hutschienenmontage.

Foto: Panasonic

Info: www.panasonic-electric-works.com

Phoenix Contact

Sicherer Überspannungsschutz für PV-Anlagen

Die Ableiterfamilien PV-SET und VAL-MS 1.000DC von Phoenix Contact schützen Photovoltaik-Anlagen wirkungsvoll vor Überspannungen. Für alle gängigen Applikationen gibt es passende Schutzgeräte. Die Photovoltaik-Sets sind fertig vormontierte Anschlusskästen für Einzel-String- oder Fünf-String-Anlagen bis 1.000 V-DC in Schutzart IP65. Die Schutzgeräte VAL-MS 1.000DC lassen sich individuell auf Tragschienen der Größe NS 35 installieren.



Alle Varianten basieren auf steckbaren Ableitern. Sie bestehen aus einem mehrkanaligen Basiselement mit je einem Schutzstecker pro Kanal. Jeder Stecker besitzt eine Funktionsüberwachung und Statusanzeige. Zusätzliche Besonderheiten, wie Fernmeldekontakt, Solarstecker-Anschluss am Gehäuse, Generatorfreischalter und Prüfklemmen sind abhängig vom Gerätetyp. Die Anzahl der Kanäle ist jeweils auf die Applikation abgestimmt, für die das Schutzgerät ausgelegt ist. Bei Servicearbeiten können die Schutzstecker ohne Installationsaufwand herausgezogen werden. Mit dem mobilen Testlabor Checkmaster können die Stecker einfach vor Ort geprüft werden.

Foto: Phoenix Contact

Info: www.phoenixcontact.at

RDM

Kabelmanagement für Schränke

Ein neues Kabelmanagementsystem für 19" Netzwerkschränke kommt aus dem Hause R&M. Der Schweizer Verkabelungsspezialist will damit das Rangieren erleichtern, die Verkabelung verdichten und die einzelnen Kabel besser schützen.



Das System heißt HD Cable Management (HD steht für High Density) und soll die bisher vielfach gebräuchlichen, Platz raubenden Rangierbügel ersetzen.

Das System besteht aus kompakten Kunststoffwannen, die seitlich und horizontal in die Verteilerschränke eingefügt werden. Die Rangierkabel lassen sich zügiger als bei herkömmlichen Methoden in diese Kabelführungen einlegen und herausnehmen und über Aussparungen den Anschlüssen zuführen. Das Einfädeln in Rangierbügel entfällt. Klettbander übernehmen die Zugentlastung. Abdeckhauben mit Schwenkarretierung schützen die Kabel. Die Deckel lassen sich ohne Werkzeug öffnen und bei Bedarf mit einem Handgriff ganz herausnehmen. So erhält man freien Zugriff auf die Kabelbündel. Für Arbeitserleichterung beim Rangieren sorgt auch die Dreiteilung der seitlichen, vertikalen Abdeckungen. Die Konstruktion stellt sicher, dass Mindestbiegeradien für eine stressfreie Kabelführung im gesamten Schrank eingehalten werden. Das HD Cable Management ist Bestandteil des modularen 19" Netzwerkschrank-Sortiments von R&M.

Das Schranksystem eignet sich für die Grundausstattung von Computerräumen genauso wie für Hochleistungs-Netzwerke mit stark verdichteter Kupfer- oder Glasfaserverkabelung. Auch lässt es sich in Telekommunikationsräumen, Leitständen, Büroetagen, Kliniken oder in der strukturierten Gebäudeverkabelung einsetzen.

Foto: RDM

Info: www.rdm.com

Rittal

System auf 840 Seiten

Zusätzlich zu zahlreichen Produktinnovationen wartet Rittal zum 50-jährigen Jubiläum mit einer weiteren Neuheit auf: dem Handbuch 33. Der 840 Seiten starke Produktkatalog informiert Kunden aus Industrie und IT schnell und umfassend über das aktuelle Programm „Rittal – Das System“. Das Handbuch 33 erscheint im Anfang 2012 in insgesamt 18 Sprachen. „Rittal – Das System. Schneller, besser und überall“ – dieser Slogan von Rittal soll nicht nur auf der Produkt- und Lösungsebene greifen. Auch bei den Kommunikationsmedien steht der Mehrwert für Kunden im Fokus. Mit seinem neuen Jubiläums-Handbuch 33 möchte Rittal

jetzt eine noch schnellere und einfachere Navigation zu passenden Produkten bieten, noch bessere Auswahlmöglichkeiten und Zubehörrhinweise für Systemlösungen sowie Informationen über Niederlassungen in der ganzen Welt.

Das hochwertig in Hardcover und neuem Corporate Design ausgeführte Handbuch 33 überzeugt durch eine übersichtlich gestaltete Produktstruktur. Über die fünf Rubriken Schaltschränke, Stromverteilung, Klimatisierung, IT-Infrastruktur sowie Software und Service bewegt sich der Nutzer einfach und schnell in der Produktwelt von Rittal.

Info: www.rittal.at

Grothusen AV

Ohne Nebengeräusche

Während einer Reise ist man von verschiedensten Geräuschkulissen umgeben. Ganz gleich, wo man sich befindet, der In-Ear-Hörer Sennheiser CXC 700 mit aktiver Lärmreduzierung passt sich auf Knopfdruck an die jeweilige Umgebung an. Der Hörer ist auf die Verwendung mit portablen Audio- und Videogeräten abgestimmt und zugleich für den Anschluss an Inflight-Entertainment-Systeme optimiert.



Das innovative NoiseGard/digital bietet Reisenden die Auswahl zwischen drei Antischall-Profilen. Modus 1 absorbiert insbesondere tieffrequenten Lärm (100 bis 400 Hz), wie beispielsweise Motorengeräusche von Zügen, Bussen oder kleineren Passagierflugzeugen. Modus 2 fokussiert den Lärmausgleich auf Geräusche im mittleren Frequenzbereich (400 bis 3.000 Hz), die vor allem durch Klimaanlage in großen Passagierflugzeugen oder Bürogebäuden entstehen. Über einen besonders breiten Frequenzbereich (100 bis 3.000 Hz) wirkt Modus 3, der die Antischallleistung im mittleren und tieffrequenten Bereich kombiniert. Selbst wenn die NoiseGuard-Funktion ausgeschaltet ist, sorgt die bewährte Sennheiser-Akustik für ein detailreiches, ausgeglichenes Klangbild mit einem Übertragungsbereich von 20 bis 21.000 Hertz und verspricht jederzeit eine gleichbleibende Soundqualität. So kann man auch dann noch Musik oder Filme genießen, wenn die Batterie leer ist.

Foto: Sennheiser

Info: www.grothusenav.com

Helmut J. Rockenbauer



In die Miesen geschlittert

Sollte es eines Belegs für die Ergebnisse der links veröffentlichten Studie bedürfen, dann bietet sich – tagesaktuell – die in die roten Zahlen gerutschte Bilanz der Media-Saturn-Gruppe an.

Hatten die Lieferanten seinerzeit mit Hilfe der Nettopreisverordnung die lokal aufgestellten Elektrodiskonter mit ihren irrwitzigen Rabatten einigermaßen im Griff, so änderte sich das mit dem Auftritt von Media-Saturn total. Wie die Maus vor der Schlange flüchteten sie vor dem Druck des vermeintlichen Giganten in immer ausgeprägtere Preisstrategien. So lange, bis der Preiskrieg zur Strategie wurde – immer die Karotte eines expandierenden Marktanteils vor der Nase, der die geringeren Margen zumindest ausgleichen würde.

Die Media-Saturn Holding, die quasi den Startschuss dazu gegeben hat, hat damit die Branche in ein gefährliches Fahrwasser gesteuert. Man braucht sich ja nur die heutige Lieferantenszene – ausgenommen Teile der Hausgeräteindustrie – anzuschauen, um deren selbst heraufbeschworene triste Lage festzustellen. Ehemalige Giganten krachen wie die Kaisersemeln, alle klagen über diese Situation, fürchten sich vor dem immer stärker werdenden Internethandel – haben aber kaum vernünftige Strategien dafür im Köcher.

Nicht nur die Großflächen, auch große Teile des traditionellen EFH haben in den letzten Jahren mitgespielt – immer mit dem Hinweis, der Wettbewerb würde sie dazu zwingen. Das ging gut, so lange die Stückverkäufe boomen. Jetzt tritt mit dem stark wachsenden Internethandel ein Mitbewerber immer stärker auf den Plan, der, bedingt durch seine Kostenstruktur und vieler in die Knie gehender Lieferanten, Preise jenseits von Gut und Böse machen kann. Dazu kommt ein durch Verunsicherung der Käufer ausgelöster Einbruch bei den Stückzahlen in vielen Produktgruppen – mit der Folge, dass gegen Null tendierende Margen nicht mehr für einen Ausgleich sorgen können.

Dieser dramatischen Veränderung des Marktes muss jetzt auch die Metro-Tochter (siehe Seite 38) Tribut zollen. Schadenfreude sollte darob aber nicht aufkommen. Aber Vorsicht ist angebracht, denn die von der Media-Saturn-Spitze angekündigte Strategie-Änderung wird den Teufelskreis nicht bremsen, sondern eher anheizen. Höchste Zeit für Industrie und Handel, endlich über nachhaltige Konzepte nachzudenken.

DOWNLOAD

AUDIO 



Die Audioversion gibt's als Download auf elektro.at oder mittels QR-Code direkt aufs Smartphone.

Untersuchung beweist Irrglauben

Preis versus Marge

Manager verweisen gern – und stolz – auf ihre Marktanteils-**M**gewinne. Das ist aber meist nur ein vordergründiger Erfolg, der oft zu Lasten des langfristigen Gewinnes erzielt wurde. Das zeigt die Global Pricing Study 2011 der Beratungsgesellschaft Simon Kucher & Partners, für die an die 4.000 Manager weltweit befragt wurden. Demnach befinden sich knapp die Hälfte der Unternehmen im Preiskrieg – wobei sich die meisten als die Angegriffenen fühlen. Und sie meinen, die Wettbewerber hätten diesen Krieg ausgelöst.

Georg Tacke von Simon Kucher & Partners meint dazu, dass viele dieser in die „Kampfhandlungen“ verstrickter Unternehmen dabei völlig irrational handeln würden: „Sie glauben, über den Marktanteil ihren Gewinn auf Dauer erhöhen zu können. Das stimmt aber nur, wenn der höhere Marktanteil echt erworben und nicht durch Rabatte oder Preissenkungen erkaufte wurde.“

Seiner Meinung nach würde die Bedeutung des Marktanteils generell überschätzt. Sie sei deshalb eine so beliebte Kennzahl, weil sie sich gut kommunizieren lasse, einen direkten Vergleich mit der Konkurrenz zulasse und damit das Maß für Erfolg oder Misserfolg sei. Nicht offensichtlich sei aber, dass man Marktanteilsgewinne oft nur über das Verbrennen von Profit gewonnen habe – was aber meist erst zu spät erkannt werde. Als Folge daraus seien, wie die Erfahrung zeigt, die Preise kaum wieder anzuhoben.

Als Grund für einen angezettelten Preiskrieg würden oft Überkapazitäten angegeben – was aber eine falsche Entscheidung ist. Denn es hat sich erwiesen, dass der Markt damit nicht besonders angekurbelt wird, die Überkapazitäten damit nicht nennenswert abgebaut werden können, weil der Wettbewerb dagegen hält. Damit wird nur der Preis für alle Anbieter niedriger und die Marge schlechter.

Dass man mit einem Preiskrieg Mitbewerber, die eine ungünstigere Kostenstruktur haben, ausbremsen kann und sich für den Rest der Anbieter eine höhere Auslastung bei immer noch auskömmlichen Preisen ergibt, hat sich als reine Theorie herausgestellt.

Tacke zieht daraus den Schluss: „Von einem Preiskrieg profitiert nur der Kunde, aber kein Lieferant!“ Und verweist auf die Elektronikbranche, wo sich alle Anbieter – ausgenommen Miele – einem Preiswettbewerb ausgesetzt sehen – „weil niemand etwas Gegenteiliges in den Markt signalisiert“.

Auch der Handel, der oft mit dem Druck seiner Macht diesen Preiskrieg forciert – und damit der Industrie als Feigenblatt für diese Strategie dient – sollte umdenken. Zum einen leidet er selbst unter der immer stärkeren Preiserosion und wird zum anderen – besonders in Zeiten der Kaufzurückhaltung wie momentan – deutlich geschwächt. Das wirkt sich nicht nur direkt auf die Erlöse aus, sondern auch zB auf die wichtige Einschätzung der Kreditversicherer. Die haben den Handel auf ihre „Watch-List“ gesetzt – besonders den Elektrohandel, der durch die Verschiebung von Ersatzinvestitionen besonders heuer betroffen ist.

Die „Story of Unstoring“

Lost Point of Sale

E-Commerce und Internet verändern die Art wie sich die Welt informiert, interagiert und wie sie einkauft. „Unstoring ist eine Entwicklung, die den klassischen Händler umgeht“ - so heißt es zumindest in einer aktuellen Studie, die untersucht, wieso der POS den Laden zunehmend verlässt und wie er sich in Zeiten von Cyberspace behaupten kann.

Digitale Techniken wachsen immer mehr in die reale Welt hinein und statt einer eindeutigen Trennbarkeit von Online- und realer Welt, verschmelzen die beiden. Was aber wird aus den herkömmlichen Läden wenn der Online-Warenkorb stärker genutzt wird als der reale Drahtwagen? Wenn die Umsätze aus dem Verkaufsort wandern, muss der Laden neu überdacht werden. „Unstoring“ heißt die Devise - also „den Laden neu denken“, oder einfacher: Der Digitalisierung anpassen. Und erste Tendenzen zeigen sich schon, denn Online-Händler errichten in der realen Welt Shops und stationäre Formate siedeln ins Internet.

Wer über die Zukunft des Ladens bescheid wissen will, sollte zuerst etwas über die Vergangenheit wissen. Der stationäre Handel hat seit jeher die Rolle des gesellschaftlichen Treffpunkts, er ist ein Ort der sozialen Kontakte. Zudem wird der Mensch immer ein Haptiker sein und ein dem Geruch sowie Gehör verhafteter Konsument, ein Herdentier. Auf der anderen Seite möchte er die Neuerungen internetbasierter Technik nutzen: Preise zuhause vergleichen, Produkte auf individuelle Vorlieben hin anpassen, Folgekosten durchrechnen, Servicedienste checken, Erfahrungen und Meinungen anderer Konsumenten einholen.

Die Herausforderung

Der konventionelle Händler muss abwägen, ob er sich auf diese Entwicklungen einlässt. „Die Erfahrung zeigt zwar, dass technologische Neuerungen in aller Regel auf kurze Frist überschätzt werden. Man weiß aber auch, dass sie auf mittlere und längere Frist unterschätzt werden“, sagt David Bosshart vom GDI für Wirtschaft und Gesellschaft. Er geht auch davon aus, dass es künftig eine Vielzahl unterschiedlicher Ladenkonzepte geben wird. Die Herausforderung, die dabei allen gemeinsam ist: sich den Stärken des eigenen Ladens bewusst werden, nämlich als sozialer Treffpunkt zu wirken, als lokale Anlauf-



Reale und virtuelle Welt kommen sich immer näher, die Geschichte des Einkaufs wird neu geschrieben, und wer mit seinem Laden überleben möchte, sollte mitmachen.

stelle, als „reale Welt, die vom Konsumenten zunehmend als eine virtuelle wahrgenommen wird“, wie Bosshart schön formuliert.

Brick and Click

Das bedeutet aber nicht, dass sich der Handel der Online-Entwicklung gegenüber verschließen soll. Im Gegenteil: Er muss dabei sein bei dieser Technologie, er muss sie verstehen, verfolgen und eine Strategie entwickeln, „die Bricks und Clicks“ integriert. „Der Handel muss den größten Feind zur größten Chance umgestalten“, so Bosshart. Im Mittelpunkt von Bossmanns Aussage stehen die sozialen Kontakte mit den Kunden, die nun auch in die virtuelle Welt ausgedehnt werden. Sprich: Es geht um die Verzahnung von Online- und Offline-Welt. Dem Händler stehen dabei mehrere Möglichkeiten offen, um den Kunden ins Ladengeschäft zu locken: Mobile Services anbieten, Social-Media-Funktionen einrichten, Internet- und Info-Terminals am POS errichten, etc. Den Konsumenten muss

ein Mehrwert geboten werden, um sie an sich zu binden. Und warum soll der Kunde in Zukunft nicht einfach einen Artikel, den er irgendwo sieht, mit dem Handy anklicken, identifizieren und dann in Ihrem Laden kaufen können? Oder bieten Sie Entwürfe statt Produkte an und richten sie eine 3D-Werkstatt ein. Der Kunde wird dann selbst zum Produzenten! Viel ist noch Zukunftsmusik und wird ohne der Zusammenarbeit von Handel und Industrie nicht funktionieren.

Text: Stefanie Bruckbauer
Fotos: Bettina Paur

AM PUNKT

UNSTORING

Um in Zeiten von Internet bestehen zu können, muss der Laden neu überdacht werden.

BRICK & CLICK

„Brick“ für real, stationär, analog, lokal, alt und „Click“ für virtuell, mobil, digital, global, neu müssen verzahnt werden.



Besonders negativ auf die Umsatzsituation im Elektrohandel hat sich die Tatsache ausgewirkt, dass jene Produktgruppen mit dem jeweils größten Marktanteil im Segment fallende Durchschnittspreise zu verzeichnen hatten:
 Flat-TV-Geräte -5%
 Waschmaschinen -2%
 Espressomaschinen -14%
 Was aber nicht zu Nachfragesteigerungen geführt hat.

Hinausverkaufs-Halbjahresbilanz im traditionellen Sortiment

Jetzt beginnt's wirklich weh zu tun!

Die beiden letzten Monate vor dem Sommer waren für den Elektrohandel so mies wie schon lange nicht – und haben dessen Halbjahresbilanz deutlich rot eingefärbt. Die Unterhaltungselektronik ist abgestürzt und sogar die Weißware hat in den letzten beiden Monaten ein Minus geschrieben, nur bei den Kleingeräten legte der Umsatz zu. Die Gründe dafür sind zum einen in der deutlichen Kaufzurückhaltung der verunsicherten Konsumenten, zum anderen aber in einem immer stärker ausufernden Preiskrieg zu suchen.

Kumuliert ist der Umsatz mit Geräten der Unterhaltungselektronik im heimischen Elektrohandel in den ersten sechs Monaten um 9% (ohne Sat 8%) eingebrochen. Was einen wertmäßigen Rückgang von runden 411 Mio auf 375 Mio Euro bedeutet. Der Hauptgrund dafür war die Kaufzurückhaltung in praktisch allen Produktgruppen (ausgenommen Kopfhörer), aber auch der zum Teil enorme Preisverfall in wichtigen Segmen-

ten – etwa beim Hauptumsatzträger Flat-TV (67% Marktanteil) mit einem Preisminus von 5% und einem Umsatzminus von 8%.

Insgesamt waren die kumulierten Umsätze in allen Segmenten (siehe Kasten) der Braunware stark rückläufig. Betrachtet man die Ergebnisse der letzten beiden untersuchten Monate gesondert, dann zeigt sich ein dramatischer Trend.

(siehe Media-Saturn-Ergebnisse auf Seite 38) gelitten haben als der traditionelle Fachhandel.

Der Nichtfachhandel schnitt mit einem Minus von 1,3% (zuletzt -6,3%) und die anderen Kanäle mit -1,2% (-3,5%) deutlich besser ab.

Weißware mit gebremstem Wachstum

Hier verschärfte sich die Krise deutlich. So gingen die Durchschnittspreise bei Flach-TV um 11%, die Stückverkäufe um 12% und der Umsatz um 21% zurück. Die Nachfrage sank in allen Segmenten deutlich, und auch bei den Preisen gab es (ausgenommen Kopfhörer) einen unglaublichen Preisverfall, der bis zu 11% betrug. Das brachte im Mai und Juni einen Gesamteinbruch beim UE-Umsatz um 19%. Besonders negativ wirkte sich diese Situation in den Kassen des Elektrofachhandels aus, der kumuliert ein Umsatzminus von 10,2% (in den letzten beiden Monaten um 21,5%) zu verkraften hatte. Allerdings muss man hier (die GfK-Untersuchung tut es leider nicht) berücksichtigen, dass die Großvertriebsformen stärker unter der Kaufzurückhaltung

Auch der Absatz von großen Hausgeräten war ebenso wie teilweise deren Preise von der Kaufzurückhaltung nicht verschont geblieben. Dennoch gab es über die ersten sechs Monate ein 2%iges Umsatzwachstum auf etwa 312 Mio Euro. In den beiden letzten untersuchten Monaten aber schrumpfte der Stückverkauf um 1% und der Umsatz um 2%. Bedenklich dabei, dass sich auch bei diesem großen Umsatzbrocken der Elektrofachhandel schlechter als der Markt entwickelte: kumuliert gab es einen Rückgang um 0,7%, im Mai und Juni sogar um 5%. Der Nichtfachhandel hatte indessen einen Umsatzzuwachs um 12,3% (6,3%) zu verzeichnen.

AM PUNKT

- Umsatz Videosegment: -8%
- Umsatz Set Top Boxen: -16%
- Umsatz Static Audio: -5%
- Umsatz Portable Audio: -8%
- Umsatz Autosegment: -11%
- Umsatz Spüler: +4%
- Umsatz Waschmaschinen: -3%
- Umsatz Kühlgeräte: +6%
- Umsatz Gefriergeräte: -2%
- Umsatz Trockner: -10%
- Umsatz E-Herde/Backöfen: +2%
- Umsatz MW-Geräte: +0%
- Umsatz Kochmulden: +5%
- Umsatz Dunstabzug: +4%
- Umsatz Kleingeräte: +1,3%
- Umsatz Dampfgarer: +32%
- Umsatz Weinkühler: +3%

Bedenklich dabei ist, dass es schon im ersten Halbjahr, bedingt durch die Ergebnisse der beiden letzten Monate, nicht nur zu Stück-, sondern auch zu Einbrüchen der Durchschnittspreise gekommen ist, während es bis Ende April fast durchwegs Steigerungen gegeben hatte. Also weist auch hier der Trend auf eine eher harte Saison hin.

Nachfrage-Einbrüche gab es im Mai und Juni bei Waschmaschinen (-8%, Wert -12%), Gefriergeräten (-1%, +0%), Trocknern (-14%, -24%) und MW-Geräten (-6%, +2%). Umsatzzuwächse erzielten Spüler (+2%), Kühlgeräte (+5%), MW-Geräte (+2%), Kochmulden/Flächen (+2%), Dunstabzugshauben (+3%) und Dampfgarer (+26%).

Gegenläufiger Trend

Bei den Elektrokleingeräten kehrte sich der negative Trend um. Gab es kumuliert nur einen Umsatz-Zuwachs von 2%, so stieg dieser in den letzten beiden Monaten um 6%. Ebenfalls anders als in den beiden anderen Segmenten entwickelten sich die Umsätze im Elektrofachhandel – dieser legte kumuliert 5% und im Mai und Juni sogar um 7% an Umsatz zu, während der Nichtfachhandel hinter der Marktentwicklung zurückblieb.

In den meisten Produktgruppen stiegen Nachfrage und Durchschnittspreise. Bei der Gruppe mit dem höchsten Marktanteil, den Espressomaschinen, gab es allerdings einen deutlichen Einbruch beim Durchschnittspreis (-14%, Mai/Juni sogar -20%), was den Umsatzzuwachs trotz starker Nachfragesteigerung auf kumuliert +2% zurückschraubte. Ganz anders die Staubsauger (Marktanteil 22%), bei denen sich die Stücksteigerung auch im Umsatz (+3%) auswirkte.

Wenig nachgefragt wurden Filtermaschinen (-12%), Stabmixer (-6%), Herren-Ganzkörperrasierer (-21%), Bikinitrimmer (-25%), Pistolenföns (-5%), Trockenhauben (-17%) und Dampfbügel-eisen (-9%). Starke Umsatzsteigerer hingegen waren Standmixer (+17%), Universalzerkleinerer (+43%), Frittiergeräte (+19%), Toaster und Herrenrasierer (je +10%), Bartschneider (+27%) und Haarschneidegeräte (+20%).

Text: Helmut Rockenbauer
Foto: Dominik Schebach
Info: www.elektro.at

Steuertipps mit Rat & Tat

Erfreuliches zum Thema „Reisen“!

Absetzbarkeit verbessert!

Reisekosten waren bei Betriebsprüfungen jahrzehntelang ein heißes Eisen. Nach der bisherigen Rechtslage galt nämlich, dass nur Kosten einer ausschließlich betrieblich veranlassten Reise auch zu Betriebsausgaben führen durften. Verlängerte man den Aufenthalt, um nach drei anstrengenden Fortbildungstagen ein erholsames Wochenende zu genießen, hatte man das Problem der privaten Mitveranlassung. Logisch war das nicht, aber der Verwaltungsgerichtshof war dieser Ansicht. Doch siehe da, auch Verwaltungsgerichtshöfe ändern – selten aber doch – ihre Meinung, wohl auch weil der deutsche Bundesfinanzhof Vorreiter war.

Für den Fall, dass sich die beruflich veranlassten Reisetage von den privaten klar trennen lassen, steht einer anteiligen Absetzung als Betriebsausgabe nunmehr nichts im Wege. Bei den betrieblich veranlassten Tagen sind die Aufenthaltskosten und die Taggelder voll anzuerkennen. Für die Kosten der Hin- und Rückfahrt, also den Fahrtkosten und den Tages- und Nächtigungsgeldern der dafür aufgewendeten Zeit besteht nunmehr die Möglichkeit der Aufteilung im Verhältnis beruflich veranlasster Zeit zu privat veranlasster Zeit.

Noch besser ist die Situation, wenn ein fremdbestimmtes Ereignis der Auslöser für die Reise ist.

Beispiel: Der Rechtsanwalt muss zu einem Gerichtstermin nach Innsbruck. In diesem Fall ist der Flug nach Innsbruck zur Gänze abzugsfähig, auch wenn nach der Verhandlung ein paar Tage der Erholung dienen.

GASTKOMMENTAR



Tipp: Dokumentieren Sie auch in Zukunft weiterhin die betriebliche Veranlassung der Reise. Heben Sie Tagungsprogramme, Einladungen, Anwesenheitsbestätigungen, etc. auf. Die nunmehr erfreuliche Rechtslage wird vom Fiskus sicher nicht als Freibrief angesehen, sondern jeden Urlaub als Dienstreise anerkennen zu müssen.

Jobticket NEU

Zur Förderung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel wurde ab 2011 die Möglichkeit geschaffen, dass Arbeitgeber ihre Dienstnehmer nicht nur im Werksverkehr begünstigt befördern können, sondern dass auch der Weg zwischen Wohnung und Arbeitsstätte durch Nutzung eines öffentlichen Verkehrsmittels bezahlt werden kann, ohne dass es beim Dienstnehmer zu einem steuerpflichtigen Sachbezug kommt.

Dazu muss aber der Dienstnehmer die Voraussetzungen für das Pendlerpauschale erfüllen und **der Arbeitgeber muss die Kosten direkt an das Transportunternehmen bezahlen**. Vergütungen an den Dienstnehmer sind also nicht begünstigt!

Anmeldefrist Achtung:

Auch für fallweise bzw. geringfügig Beschäftigte gelten die allgemeinen Anmeldebestimmungen – also auch unbedingt vor Arbeitsantritt melden!

Für weitere Auskünfte stehen Ihnen Ihre Rat & Tat-Steuerberater, Kanzlei Jupiter unter (1) 278 12 95, office@jupiter.co.at und Dr. Michael Kowarik unter (1) 892 00 55, info@kowarik.at, gern zur Verfügung.
Web: www.ratundtat.at

Vor 20 Jahren berichtete E&W unter anderem von ...

DER NEU AUFGEFLAMMTEN Diskussion über die Gefährdung der Gesundheit durch Mikrowellengeräte. Ausgelöst wurde sie diesmal von einer Anfrage der SP-Fraktion im Europaparlament und der „erschreckenden“ Antwort vom damals zuständigen Kommissar Karel van Miert, in der er vor einer gesundheit-



lichen Gefährdung warnte. Die heimische Boulevardpresse stürzte sich darauf und titelte mit „Die Killer in der Küche“. E&W ging umfangreich auf die „getürkte“ Historie dieser Behauptung ein, zerpfückte die negative Argumentation mit fundierten technischen Expertisen und nahm damit der Kampagne den Wind aus den Segeln.

ELEKTROGERÄTE-PREISVERGLEICHEN der AK zwischen München und Wien, deren Ergebnisse nach genauerer Untersuchung haarsträubend und unhaltbar waren. Mit Recht stiegen damals die heimischen Anbieter, die man damit der Preistreiber bezichtigte, auf die Barrikaden. Und Gremialchef Krejcik zerlegte gekonnt die AK-Erhebung so nachhaltig, dass Kammeramtsdirektor Muhm den Re-tourgang einlegte und anbot, eine nächste Erhebung als Gemeinschaftsprodukt von AK und WKO durchzuführen.

DER BEACHTLICHEN VERBESSE- RUNG der Situation von Grundig und was die österreichische Tochter, die ihr Ergebnis um 14% steigern hatte können, dazu beigetragen hat. Der damalige Vorstandsvorsitzende Johan van Tilburg

sprach in diesem Interview vom „besten Jahr trotz weiterem Preisverfall“.

EINER STUDIE ÜBER das Energie-sparpotenzial der Hausgeräte in Österreich. Die Autoren dieser Studie gingen davon aus, dass es in 15 Jahren deutlich mehr Haushalte und mehr Elektrogeräte geben würde, der Stromverbrauch aber zumindest um 14%, im Idealfall (wenn nur die sparsamsten Geräte gekauft werden) sogar um 30% zurückgehen wird. Diese Untersuchung wurde auch durch eine Erhebung des Info Research International untermauert, wonach die kaufwilligen Österreicher mehr Wert auf den Energieverbrauch als den Preis legen würden.

DEN ERFOLGREICHEN FRAUEN im Elektrohandel und bat stellvertretend dafür Uta Palan aus dem steirischen Gratwein, die dort die Zügel des EFH Hitzinger fest in der Hand hielt, vor den Vorhang. Frau Palan, die mit dem Geschäft groß geworden war, hatte nach einer „familienbedingten Unterbrechung“ – ihre Hochzeit und zwei Buben waren dazwischen gekommen – 1999 die



Führung des Handelsbereiches im Unternehmen übernommen und plauderte in dieser E&W-Ausgabe über ihr Erfolgsgeheimnis und die Zukunftsperspektiven.

EINER VORSCHAU AUF die IFA 91, auf der in großem Umfang 16:9 TV-Geräte präsentiert werden sollten, die (so E&W) nicht nur das Fernseherlebnis verändern, sondern auch den zweiten Schritt in eine gesamteuropäische HDTV-Zukunft symbolisieren würden.



DEN INTENTIONEN DES Umweltministeriums, nach der Batterie- und Lampenentsorgung dem Elektrohandel auch das Zuführen aller elektronischen Bauteile von Geräten zur Entsorgung oder Wiederaufbereitung aufzubürden. Wie das durchgeführt werden sollte, war den Ministerialbeamten wurscht. Aber schon im nächsten Jahr sollte der Gesetzesentwurf zur Begutachtung gelangen und wieder ein Jahr später auch in Kraft treten.

EINEM „FRESSEN FÜR den Pleitegeier“ im heimischen EFH. Denn nicht nur die Gesamtzahl der Pleiten hatte erheblich zugenommen, sondern auch die Elektrobranche war davon nicht verschont geblieben – hier waren die Insolvenzen von 60 im Vorjahr auf 78 in diesem Jahr gestiegen.

DER KOMMENDEN HIT, die zum letzten Mal im Rahmen der Herbstmesse stattfand – bei der es aber als Vorlauf vier reine Fachhandelstage geben sollte. E&W brachte eine große Vorschau und lud alle Händler und Anbieter zu einem Besuch des erheblich gewachsenen Fachhandelszentrums (gestaltet von E&W sowie dem Club E) ein – angeboten wurde das Cafe Rendezvous zum gemütlichen Plausch, eine umfangreiche Datenbank über relevante Marktpotenziale in den Einzugebieten jedes Händlers, ein IBM MusicPoint und ein Golf Abschlagcomputer inklusive der E&W-Golfinitiative. Zudem sollte im Rahmen der HIT auch die Club E Generalversammlung über die Bühne gehen.



Russell Hobbs

steel touch

Mondrian-Inspired Design, Touch Technology



TOUCH CONTROL
technology



VOLLENDETE ÄSTHETIK TRIFFT ITALIENISCHE KAFFEEKUNST



PRIMADONNA
DE LUXE

DeLonghi

www.delonghi.at