hitec

DAS FACHMAGAZIN FÜR HOME- UND CONSUMER ELECTRONICS

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBAND TECHNIK DES EINZELHANDELS e.V. (BVT)

FREENET TV

Hybrid TV Stick für grenzenlose Unterhaltung

TV

Heimkino vom Feinsten

ÄPFEL & BIRNEN

Die Besten der Besten

IM GESPRÄCH:
LEIF-ERIK LINDNER
IFA MANAGEMENT GMBH

FEBRUAR . 1-2 / 2024

Wir feiern 100 Jahre technische Innovation auf der IFA 2024 in Berlin
IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 6-10 SEP 2024
Voranmeldungsformular
ifa-berlin.com

SCHÖNE NEUE WELT

Es ging um Schönheit. Aber nicht um die neueste Haartönung oder einen Lippenstift als diesmal der Chef eines Kosmetikunternehmens die Eröffnungs-Keynote auf der CES hielt. L'Oreal-CEO Nicolas Hieronimus präsentierte in Las Vegas einen Föhn für knapp 400 Euro. Den Preispunkt kennen Sie bereits vom Dyson Supersonic. Der neue AirLight Pro von L'Oreal wurde in Zusammenarbeit mit Zuvi entwickelt, einem Hardware-Startup mit Leuten aus der Apple- und DJI-Drohnen-Welt.

Einen „Halo Hair Dryer" von Zuvi (auch für 400 Euro) gibt es schon heute bei Douglas zu kaufen. Das neue Produkt von L'Oreal soll Mitte des Jahres auch in Deutschland eingeführt werden. Klar: Ein Föhn für 20 Euro macht auch die Haare trocken. Aber die „Zukunft der Schönheit", die Hieronimus anstrebt, sehe anders aus.

Ein „Lippenvolumenaufbau" mit Hyaluron kostet schnell dreistellig und für Make-up geben manche ein Vermögen aus. Was sind dann 400 Euro für einen Föhn, der dank Infrarot-Lichttechnologie bis zu 31 Prozent weniger Energie verbrauchen, schneller trocknen und für mehr Feuchtigkeit und erkennbar mehr Glätte im Haar sorgen soll?

Feiern Sie in Ihrem Geschäft bereits angemessen das Beauty-Tech-Sortiment? Verkaufen Sie noch Haartrockner oder schon Schönheit?

Noch mehr schöne Umsätze für 2024 wünscht

Steffen Kahnt
BVT-Geschäftsführer

TITEL

Der neue Hybrid TV Stick von freenet TV ermöglicht den uneingeschränkten Zugang zu Antennenfernsehen über DVB-T2 HD sowie IPTV über das Internet. Damit ist der Empfang von rund 40 Sendern in Full-HD-Qualität (1080p) über das Antennenfernsehen und gleichzeitig der Zugang zu digitalen Inhalten wie Streaming-Apps und Mediatheken sowie zu weiteren linearen Programmen über IPTV möglich. Der Hybid TV Stick richtet sich auch an Kabelkunden, die vom Wegfall des Nebenkostenprivilegs betroffen sind. Der Stick ist demnächst im Handel erhältlich. (Foto: freenet TV)

1-2/24

14 NEXT GENERATION TV'S

10 INTERVIEW DES MONATS

Leif-Erik Lindner, CEO der IFA Management GmbH

18 ANTWORTEN

„Generationsübergreifend"

12 Fragen an **Horst-Werner Dick** und **Maximilian Dick**, Geschäftsführer der electroplus Dick GmbH

BRANCHE & MARKT

5 **Magazin:** Branchennews

9 **Freenet:** Der neue Hybrid TV Stick

INTERVIEW DES MONATS

10 **Leif-Erik Lindner,** CEO der IFA Management GmbH

ÄPFEL & BIRNEN (NR. 29)

12 **Frisch gepflückt:** Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten

SPECIAL

14 **NEXT GENERATION TV'S**

SAT-EXTRA

17 **SAT-News:** Televes, Polytron

ANTWORTEN

18 **„Generationsübergreifend"** 12 Fragen an Horst-Werner Dick und Maximilian Dick, Geschäftsführer der electroplus Dick GmbH

STÄNDIGE RUBRIKEN

3 **Editorial**

4 **Impressum**

WWW TAGESAKTUELLE NEWS AUF UNSERER HOMEPAGE **HITEC-MAGAZIN.DE**

Offizielles Organ des Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)

Copyright und Verlag:
Handels-Servicegesellschaft mbH (HSG)
An Lyskirchen 14
50676 Köln
0221 27166-0

IBAN: DE20 3705 0299 0000 2823 23
SWIFT/BIC: COKS DE 33

Internet: www.hitec-magazin.de

E-Mail: info@hitec-magazin.de

Geschäftsführung: Steffen Kahnt

Redaktion:
Joachim Dünkelmann, 0221 27166-14
Steffen Kahnt (V.i.S.d.P.), 0221 27166-10
Franziska Köster, 0221 27166-15
Annika Schmitz, 0221 27166-13

Redaktionsassistenz: Katharina Albiez, 0221 27166-11

Autor: Roland Stehle

Redaktionsadresse: hitec-Magazin, c/o HSG, An Lyskirchen 14, 50676 Köln

Administration: Annika Schmitz, 0221 27166-13

Anzeigen:
Verlagsbüro Felchner
Julia Pagelkopf
Alte Steige 26
87600 Kaufbeuren
08341 96617-83

Druck und Litho:
Strube Druck & Medien GmbH
Stimmerswiesen 3
34587 Felsberg
05662 9487-0

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Köln.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.

Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

Sitz der Gesellschaft: Köln
Handelsregister B Köln / HRB 54544
Steuer-Nr.: 214 / 5807 / 1898
Umsatzsteuer-ID: DE239779099

Benedict Kober, bislang Sprecher des Vorstands und verantwortlich für Logistik und IT, verantwortet künftig auch die Bereiche Vertrieb/Betriebstypenmanagement, Category Management sowie das Customer Service Center

Denis-Benjamin Kmetec, bisher zuständig für Finanzen, Verwaltung und Personal, übernimmt zusätzlich auf Vorstandsebene die Bereiche Marketing/Grafik, Strategie und Digital

Der bislang stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Christoph Lux übernimmt bis zur KOOP 2024 die Aufgaben von Frank Schipper als AR-Vorsitzender der Euronics Deutschland eG

FOTOS: EURONICS

EURONICS-FÜHRUNG

Wachwechsel über Weihnachten

Eine turbulente Weihnachtszeit verzeichnete Euronics Deutschland. In der Ditzinger Kooperationszentrale verließen nach einer Richtungsentscheidung des Aufsichtsrates im Vorstand und auch Aufsichtsrat Führungskräfte ihre Posten. Jochen Mauch legte sein Amt als Vorstand für Marketing, Vertrieb und Digitalisierung nieder. Michael Rook, zwar operativ noch in seinem Wirkungskreis verantwortlich für Einkauf, Strategie und Expansion aktiv, aber seit einigen Wochen aufgrund von behördlichen Formalien vom Vorstandsmandat entbunden, verließ das Unternehmen. In der Folge der Entscheidung des Aufsichtsrates trat ebenfalls zum Jahresende Frank Schipper als Aufsichtsratsvorsitzender und Mitglied des Aufsichtsrats zurück. Als Grund nannten die Ditzinger „unterschiedliche Auffassungen über die künftige strategische Ausrichtung des Unternehmens innerhalb des Vorstands".

Der stellvertretende Vorsitzende des Euronics-Aufsichtsrates Christoph Lux übernahm bis zur Neuwahl in dem Gremium die Aufgaben von Schipper. Im Februar wird die vakante Position im Aufsichtsrat neu besetzt und dann auch der Aufsichtsratsvorsitzende in der konstituierenden Sitzung des Gremiums neu gewählt. Für Kontinuität in der operativen Führung im Vorstand sorgen Benedict Kober, Sprecher des Vorstands und verantwortlich für Logistik und IT, sowie Denis-Benjamin Kmetec, Vorstand für Finanzen, Verwaltung und Personal. In dem zweiköpfigen Vorstand wurden die Verantwortlichkeiten neu verteilt, über eine Berufung zusätzlicher Vorstandsmitglieder wird der Aufsichtsrat mittelfristig entscheiden.

LIGHT + BUILDING

Kompletter Marktüberblick

Alles rund um Licht und Gebäudeautomation bietet vom 3. bis 8. März 2024 die Light + Building in Frankfurt. Über 2.000 Aussteller präsentieren in 18 Hallen das komplette Sortiment aus den Bereichen Licht, Elektrotechnik, Haus- und Gebäudeautomation sowie vernetzter Sicherheitstechnik. BVT-Mitglieder profitieren auf der Frankfurter Messe in mehrfacher Hinsicht. Sie erhalten kostenlosen Zugang zur Messe und können mit ihrem Ticket auch den Nahverkehr im Verkehrsverbund frei nutzen. Freien Zugang erhalten Mitglieder auch zum „Business Club" in Halle 4.2, ein entspannter Treffpunkt mit Kollegen. Mitglieder im Handelsverband können ihr Fachbesucherticket zur Light + Building beim BVT unter bvt@einzelhandel-ev.de kostenfrei anfordern. Eingeladen sind Sie auch zum BRANCHENFORUM LICHT am Messemontag, den 4. März, ab 17 Uhr auf die Designer Plaza in Halle 3.1. Der Handelsverband Technik (BVT) lädt hier gemeinsam mit der EK-Fachgruppe licht+concept und mit Unterstützung der Messe Frankfurt zum Get-together ein. Neben Ansprechpartnern von Verband und Verbundgruppe treffen sich hier Gleichgesinnte auf ein Kaltgetränk mit Fingerfood, um die neuesten Branchentrends und Messeneuheuten zu diskutieren.

GRAFIK: BVT / EK

Anmeldung zum BRANCHENFORUM LICHT unter dem QR-Code oder www.ek-messen.de/event/light-building-2024

ZUR PERSON

FOTO: LG

LG Electronics (LG) Deutschland hat seit dem Jahreswechsel mit **Steve Shin** einen neuen CEO. Der bisherige CEO, Harry Kim, wechselte nach fünf erfolgreichen Jahren in die USA. Dort übernahm Kim die Position als Vice President für LG Electronics US Home Entertainment. Der neue Senior Vice President für LG Electronics Western Europe Shin führt die Geschäfte von LG Electronics Deutschland von der Europazentrale in Eschborn aus. Shin verfügt über Erfahrung im Europa-Geschäft und war zu Beginn seiner Karriere bereits mehrere Jahre für LG Electronics UK und das Europäische Headquarter tätig. Zuletzt wechselte Shin 2021 zur LG Home Entertainment Company, wo er für die Entwicklung des europäischen Geschäfts verantwortlich gewesen ist.

FOTO: BEKO GRUNDIG

Beko Grundig Deutschland gibt die Ernennung von **Dr. Evren Aksoy** zum Geschäftsführer bekannt. Aksoy, der bereits die Geschäftsführung für Beko Österreich und Beko Schweiz innehat, folgt auf Marius Stoica und hat die Leitung der Geschäfte in Deutschland übernommen. Aksoy ist seit mehr als 25 Jahren im Unternehmen tätig und als Geschäftsführer festes Mitglied des Management-Teams in der Region DACH. Nach einigen Jahren als Business Development und Direct Sales Director in der Region Nordeuropa, führt er seit 2021 im Unternehmen die Geschäfte in der Schweiz sowie seit 2022 die in Österreich.

FOTO: GROUPE SEB

Mit **Emmanuel Serot Almeras** hat die **Groupe SEB DACH** einen neuen General Manager Consumer DACH. Er trägt die Verantwortung für die Vertriebs- und Vermarktungsaktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz für alle Kernmarken der Gruppe sowie für die Marke WMF. In seiner vorherigen Funktion war Almeras als Mitglied des General Managements der Groupe SEB für die Regionen Eurasien sowie seit 2019 für Osteuropa verantwortlich. Er verfügt über 28 Jahre internationale Erfahrung in verschiedenen Management-, Marketing- und Vertriebsfunktionen in Kanada, Frankreich, Indien, der Türkei und den USA.

FOTO: EPSON

Michael Rabbe ist seit dem 1. Januar 2024 Geschäftsführer bei **Epson Deutschland**. Der 49-jährige leitete zuvor als Country Manager den Vertrieb aller Geschäftsbereiche des Unternehmens mit Sitz in Düsseldorf. Rabbe übernimmt die Nachfolge von Henning Ohlsson, der nach über 20-jähriger Geschäftsführertätigkeit bei Epson in den Ruhestand geht. Rabbe begann seine Epson-Laufbahn vor 15 Jahren als Vertriebsleiter Business Systems. 2016 übernahm er als Head of Business Sales die Leitung des Corporate-Endkundenteams sowie des Fachhandelsvertriebs für Epson Business Drucker, Scanner und Projektionslösungen.

ZUR PERSON

FOTO: SCHNEIDER ELECTRIC

Iris Bruckhaus ist seit 1. Januar neue HR Vice President bei **Schneider Electric DACH**. Mit strategischer Personalplanung, Förderung von Chancengleichheit, Leadership Transformation und Digitalisierung möchte die neue Personalverantwortliche bei Schneider Electric in der DACH-Zone optimale Arbeitsbedingungen für die Entwicklung innovativer Nachhaltigkeitstechnologien schaffen. Die erfahrene Personalmanagerin Bruckhaus ist bereits seit 26 Jahren für den Tech-Konzern aktiv und löst Daniel Rook als HR Vice President ab.

FOTO: BECHTLE

Bechtle hat **Antje Leminsky** in den Konzernvorstand berufen. Sie startete am 1. Februar 2024 und hat die Ressorts Logistik, Beschaffung und Partnermanagement sowie Financial Services und Nachhaltigkeitsmanagement übernommen. Leminsky war zuletzt stellvertretende Vorstandsvorsitzende des Messtechnikherstellers Testo und zuvor acht Jahre im Vorstand des börsennotierten Finanzdienstleisters Grenke AG. Weitere berufliche Stationen waren unter anderem das Handelsunternehmen Otto Group, das Medienhaus Gruner + Jahr und das von ihr mitgegründete Digital-Startup MondayWorks.

FOTO: SMEG

Smeg Deutschland hat mit **Dr. Mirjam Jentschke** eine neue Marketingchefin. Sie verantwortet ab sofort das Gesamtmarketing des italienischen Geräteherstellers in Deutschland und Österreich. Jentschke sammelte nach ihrem Promotionsstudium im Markenmanagement Erfahrungen im Vertriebs- und Produktmarketing für Elektrogeräte. Später übernahm sie als Head of Brand Management die globale Verantwortung für die Marke Siemens bei BSH Hausgeräte. Als Marketingleiterin Deutschland und Österreich verantwortet Jentschke ab sofort den Markenauftritt für sämtliche zur Smeg Gruppe gehörenden Marken.

FOTO: MITSUBISHI

Daniel Schulze ist neuer General Manager Operations bei **Mitsubishi Electric, Living Environment Systems (LES)**. Der 40-jährige übernimmt die Verantwortung für die Teams des Kundenservice sowie die Bereiche Einkauf, Supply Chain Planung, Logistik und IT-Applikationen. Schulze war bereits als externer Berater für das Ratinger Unternehmen tätig und ist nun zu Mitsubishi Electric gewechselt. Schulze war neben ersten Stationen bei der Lufthansa Cargo in Boston und Unilever Espana in Barcelona über zehn Jahre bei Barkawi Management Consultants beschäftigt.

WELTFUNK

Neuaufstellung zum Jahreswechsel

Der Großhandelsverbund Weltfunk hat sich mit dem Abgang zweier Gesellschafter zum 1. Januar neu aufgestellt. Mit Zuversicht, frischen Ideen, und Leistungskriterien, die nur das dreistufige Großhandelskonzept in Verbindung mit einer angeschlossenen Verbundgruppe bietet, soll die Weltfunk auch in Zukunft ein unverzichtbarer Partner für Hersteller und Dienstleistungsanbieter sein. Mit dem Ausscheiden von Brömmelhaupt und Sonepar Deutschland verließen zwei prägende Gesellschafter aus unterschiedlichen Gründen den Großhandelsverbund. Brömmelhaupt befindet sich in geplanter Abwicklung, Sonepar will künftig eigene Wege gehen. Gesellschafter von Weltfunk sind seit Jahreswechsel die Großhändler Adalbert Zajadacz, Alexander Bürkle, Emil Löffelhardt und der Würth Elektrogroßhandel (mit Fega & Schmitt Elektrogroßhandel GmbH, UNI Elektro Fachgroßhandel und Walter Kluxen). Weltfunk-Geschäftsführer Udo Knauf (Bild links) dankte den beiden ehemaligen Gesellschaftern für das Engagement und den verdienstvollen Einsatz für Weltfunk und Telering.

„Sowohl Brömmelhaupt als auch Sonepar haben in den vergangenen Jahren dazu beigetragen, dass Weltfunk und Telering sich zu einem wichtigen und wertgeschätzten Partner der Industrie und unserer Fachhandelsmitglieder entwickeln konnten", würdigt Weltfunk-Geschäftsführer Udo Knauf

„Über viele Jahre waren wir Teil der Weltfunk-Einkaufsgemeinschaft sowie der Telering-Marketingkooperation und haben gemeinsam viele Erfolge und Fortschritte erzielt. Auf die gute Zusammenarbeit blicken wir gerne zurück", unterstreicht Johannes Kuschel, Geschäftsführer Finanzen Sonepar Deutschland und ehemaliges Weltfunk-Aufsichtsratsmitglied

„Als Gründungsmitglied der Weltfunk im Jahr 1966 sowie der Telering im Jahr 1985 haben wir uns über die Jahrzehnte gern und mit großer Überzeugung in dieser Gemeinschaft eingebracht", sagt Robert Drosdek, Geschäftsführer Brömmelhaupt Großhandel

FOTOS: WELTFUNK

„Wir gehen nun eigene Wege, von denen wir Vorteile für die Sonepar-Kunden erwarten. Diese Entscheidung ändert nichts an der Wertschätzung für die Zeit, die wir in der Einkaufsgemeinschaft verbracht haben, und für die Möglichkeiten, die wir unseren Telering-Kunden dadurch anbieten konnten", versichert Ulf Haderthauer, strategischer Sortimentsmanager Konsum bei Sonepar und ehemaliger Telering-Aufsichtsrat

WERTGARANTIE

Neuer Komplettschutz ab April

Die Wertgarantie hat ihren Geburtstags-Komplettschutz, der eigentlich nur für das Jubiläumsjahr gedacht war, bis Ende März verlängert. Das Ziel, den nachhaltigen Umgang mit Gebrauchtgeräten im Haushalt zu fördern, wurde erreicht – die Anzahl von versicherten Gebrauchtgeräten wurde deutlich gesteigert. Vor allem bei den Partnern im Fachhandel kommt das Produkt, welches Gebraucht- und Refurbishedgeräte preislich mit Neugeräten gleichgesetzt, laut dem Spezialversicherer äußerst gut an. Zudem wurde der Geburtstags-Komplettschutz als Top-10-Technik-Produkt vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) ausgezeichnet. Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie: „Am 1. April kommt dann der Komplettschutz 2024 auf den Markt. Das neue Produkt ist mit noch mehr tollen Leistungen als bisher ausgestattet. Was genau, können wir aber noch nicht verraten. Man darf also gespannt sein."

FOTOS: WERTGARANTIE

„Der Geburtstags-Komplettschutz ist zum Top-10-Technik-Produkt vom BVT gewählt worden. Das können wir nicht einfach so abschalten", erklärt Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie

Ab April gibt es den neuen Komplettschutz 2024 mit „bahnbrechenden Features"

GRAFIKEN: EURONICS

EURONICS-KAMPAGNE

Genau richtig

„Genau richtig" ist das Motto der aktuellen Euronics-Kampagne. Die Verbundgruppe bewirbt das „beste Zuhause der Welt" mit der Jubiläumswerbung zum 55-jährigen Bestehen bundesweit und auf allen Kanälen. Ziel ist eine „tiefgehende Verankerung" von Euronics in den Köpfen der potenziellen Kundschaft. „Bei einer Ehe würde man nach 55 Jahren von einer Platinhochzeit sprechen", so Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. „Wir sind stetig gewachsen und als Verbundgruppe gemeinsam mit unseren Mitgliedern wichtige Schritte für unsere Zukunftsfähigkeit gegangen. Wir sind stolz darauf, dass wir seit 55 Jahren für so viele Kundinnen und Kunden ‚genau richtig' sind." Die übergreifende Dachkampagne, die gemeinsam mit der Kreativ- und Werbeagentur Jung von Matt Neckar entwickelt wurde, reicht auch über das Jubiläumsjahr hinaus und soll mit einem umfassenden Marketingmix aus TV-Spots, Social Media Aktiviäten, Funkspots und POS-Material verbreitet werden.

TECHNIROPA

Trauer um Peter Lepper

FOTO: TECHNISAT

Der Gründer und Geschäftsführer von TechniSat Peter Lepper ist im Alter von 77 Jahren verstorben. Lepper gründete sein erstes Unternehmen, die TPS-Technitube Pipe & Steel, vor über 48 Jahren und entwickelte daraus eine Firmengruppe mit 19 Unternehmen, die er 2008 in der Techniropa Holding bündelte. Diese Unternehmen beschäftigen heute weltweit 1.350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 45 Jahre später übertrug Lepper als alleiniger Gesellschafter der Techniropa 100 % seiner Holding-Unternehmensanteile im Wege der Zustiftung an die von seiner Ehefrau Doris G. Lepper errichtete „Lepper Stiftung" und blieb weiterhin als alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer der Holding und als Vorsitzender des Kuratoriums der Stiftung aktiv. Mit seiner Zustiftung hat er frühzeitig für den Fortbestand der Unternehmensgruppe und das Wohl seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Sorge getragen. „Wir sind tief betroffen über den Verlust unseres Gründers Peter Lepper, einer herausragenden Unternehmerpersönlichkeit. Als Pionier und Inspirationsquelle für jeden in unserem Unternehmensverbund hat er bleibende Spuren hinterlassen. Die Weiterentwicklung seiner Firmengruppe ist uns Verpflichtung und Ehre zugleich", sagte Stefan Kön, Geschäftsführer der Techniropa Holding.

ZUR PERSON

FOTO: BEKO

Lars Ruge verantwortet seit Januar 2024 die Felder Marken-, Handels- und Live-Kommunikation innerhalb der Marketing-Abteilung von **Beko Germany**. Er übernimmt die Position des Team Lead Brand/Trade/Live Communication und berichtet direkt an Jens Grubert, Director Brand Management. Gemeinsam mit seinem Team soll Lars Ruge die Kommunikationsstrategie von Beko weiterentwickeln. Ruge hatte vor seinem Wechsel zur Beko Germany unter anderem Marketing-Führungspositionen bei Paul Hartmann, der Warsteiner Gruppe und der Reckitt Benckiser Deutschland inne.

FOTOS: KÄRCHER

Kärcher hat zum Jahresbeginn zwei Vorstandsposten neu besetzt und stellt damit die Weichen für die weitere Entwicklung des Unternehmens: **Markus Limberger** wurde zum Nachfolger des bisherigen COO Dieter Grajer ernannt, der nach einer mehr als 38-jährigen Zugehörigkeit zum Familienunternehmen in den Ruhestand getreten ist. Limberger kommt vom internationalen Technologieunternehmen Enerpac. Ebenfalls neu im Vorstand ist

Marco Cardinale als CTO. Er hat bei Kärcher bisher den Bereich Bodenreinigung geleitet und ist jetzt für das neue Vorstandsressort Technik & Produktmanagement verantwortlich. Cardinale begann 2008 seine berufliche Laufbahn bei Kärcher.

FOTO: EK RETAIL

Planen organisches und anorganisches Wachstum: Der EK Retail-Vorstand (v.l.n.r.) Jochen Pohle, Chief Retail Officer (CRO); Gertjo Janssen, Chief Retail Officer (CRO); Frank Duijst, Chief Financial Officer (CFO) und Martin Richrath, Chief Executive Officer (CEO)

EK LIVE

Bielefeld „at its best"

Trotz Schnee-Chaos und Reisewarnungen verbuchte die Januar-Ausgabe der EK LIVE in Bielefeld ein volles Haus. Auf 35.000 Quadratmetern präsentierten 250 Aussteller ihre Produkte und Lösungen für die Mitglieder in dem Mehrbranchenverbund. „Business as usual reicht in Zeiten wie diesen nicht. Es geht aktuell darum, das unternehmerische Profil immer wieder neu zu schärfen und die Kunden mit außergewöhnlichen Aktivitäten zum Einkauf zu bewegen. Überraschende Sortimentszusammenstellungen sind hier eines von vielen probaten Mitteln, sich vom Mitbewerber abzuheben. Genau diese Zielsetzung verbirgt sich hinter unserem Messe-Motto ‚Wer Umsatz will, muss anders sein', so CRO der EK Retail Jochen Pohle zur Ausrichtung der Frühjahrsmesse. In Bezug auf den Umsatz musste man im vergangenen Jahr einen Dämpfer hinnehmen. Nach einem Umsatzwachstum von 9,3 Prozent im vergangenen Jahr, ging der Umsatz in 2023 voraussichtlich um 8,8 Prozent auf rund 2,2 Milliarden Euro zurück. Der EK CEO Martin Richrath ordnet ein: „2023 war ein schwieriges Jahr, daran gibt es nichts zu deuteln. Doch leider lässt sich das Prinzip von Ursache und Wirkung auch im Handel nicht außer Kraft setzen. Die Inflationsraten, der hohe Kostendruck und die durch die aktuelle Weltlage gedrückte Konsumstimmung haben dem Handel insgesamt zugesetzt. Der inhabergeführte Fachhandel hat dabei wieder einmal seine Stärken ausgespielt und sich besser entwickelt als es unsere Umsatzentwicklung wiedergibt."

HEPT

Roadshow mit zusätzlichem Standort

Im April startet wieder die gemeinsame Hersteller-Roadshow HighEventProductTour (HEPT). Seit zwei Jahrzehnten präsentieren teilnehmende Marken Besuchern aus dem Fachhandel ihre Innovationen sowie branchenrelevante Trends. Im Jahr 2024 startet die HEPT am 9. April in Hamburg und endet am 29. April in Offenburg. Als neuer Standort erstmalig hinzugekommen ist Bad Vilbel in der Nähe von Frankfurt. Wie bereits im vergangenen Jahr sind auch auf der diesjährigen Roadshow die Premiummarken AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele mit dabei. Zehn Stationen im gesamten Bundesgebiet stellen sicher, dass die Show für alle interessierten Partner und Besucher gut erreichbar ist. Die HEPT öffnet von 16 bis 22 Uhr ihre Pforten, was einen Besuch auch nach den üblichen Ladenschlusszeiten ermöglicht. Termine und Orte der HEPT 2024 im April:

09.04. **Hamburg**, Altonaer Fischauktionshalle, Große Elbstraße 9, 22767 Hamburg
11.04. **Bad Vilbel**, Vilco, Günther-Biwer-Platz 1, 61118 Bad Vilbel
15.04. **Bochum**, Jahrhunderthalle, An der Jahrhunderthalle 1, 44793 Bochum
16.04. **Köln**, Palladium, Schanzenstraße 40, 51063 Köln
18.04. **Berlin**, Classic Remise, Wiebestraße 36-37, 10553 Berlin
22.04. **Stuttgart**, Phoenixhalle, Naststraße 43-45, 70376 Stuttgart
23.04. **Frankenthal**, Congressforum, Stephan-Cosacchi-Platz 5, 67227 Frankenthal
24.04. **Nürnberg**, Ofenwerk, Klingenhofstraße 72, 90411 Nürnberg
25.04. **München**, BMW Welt, Am Olympiapark 1, 80809 München
29.04. **Offenburg**, Oberrheinhalle Messe Offenburg, Schutterwälder Straße 3, 77656 Offenburg

GRAFIK: HEPT

Die Erfolgs-Tournee geht wieder auf die Straße: Die HighEvent-ProductTour

Der neue Hybrid TV Stick von freenet TV

Entdecken Sie den revolutionären Hybrid TV Stick für maximale Empfangsfreiheit

Seit Ende Januar präsentiert freenet TV sein neuestes Produkt, das eine innovative Weiterentwicklung des vertrauten DVB-T2 HD Antennenfernsehens darstellt. Der neue Hybrid TV Stick von freenet TV ermöglicht den Empfang von rund 40 Sendern in Full HD Qualität (1080p) über das Antennenfernsehen. Gleichzeitig bietet der Stick Zugang zu beliebten Streaming-Apps und Mediatheken sowie zu weiteren linearen Programmen über IPTV, den Fernsehempfang über das Internet. Damit richtet er sich auch an Kabelkunden, die vom Wegfall des Nebenkostenprivilegs betroffen sind und ab 1. Juli 2024 ihren Fernsehempfang erstmalig frei wählen können. Für die Kunden bieten sich mit dem Hybrid TV Stick individuelle Unterhaltungserlebnisse über freenet TV – wie gewohnt per DVB-T2 HD sehr kostengünstig, mit einfacher Installation und Handhabung und hoher Qualität. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 129 Euro inklusive 12 Monaten freenet TV im Wert von 99 Euro.

NUTZEN FÜR DEN VERBRAUCHER

Der Hybrid TV Stick ist leicht in der Handhabung, wird einfach in den HDMI-Eingang des Fernsehers gesteckt und benötigt zusätzlich nur noch eine DVB-T2 HD Zimmer- oder Außenantenne. Die über freenet TV verfügbaren Programme decken über 90 Prozent der Sehgewohnheiten der Zuschauer ab und ermöglichen ein Fernseherlebnis mit äußerst stabilem Empfang. Mit dem Hybrid TV Stick kann das Programmangebot des Antennenfernsehens nun um weitere Sender, beliebte Apps und um zahlreiche Mediatheken über das sogenannte IPTV erweitert werden, wofür lediglich eine WLAN-Verbindung benötigt wird.

Der Hybrid TV Stick versorgt die Kunden zusätzlich mit IPTV einschließlich Streaming-Apps und Mediatheken, mit über 30.000 Filmen und Serien auf Abruf sowie mit bis zu 220 Sendern in HD-Qualität. Außerdem stehen Zuschauern beim IPTV-Empfang weitere Features wie Aufnahme, Pause und Restart zur Verfügung. Bis zu vier Streams können parallel gestartet und ein Account gemeinsam von der ganzen Familie genutzt werden.

FOTOS: FREENET

AUSBLICK UND ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN

Besonders im Zuge des Wegfalls des Nebenkostenprivilegs (Abrechnung der Kabelgebühren über Nebenkosten) ist der Hybrid TV Stick eine große Chance für Handel und Konsumenten.

Die Mieter können künftig ihre TV Empfangsart frei wählen. Viele Studien und Umfragen zeigen eine hohe Wechselbereitschaft bei den Nutzern von Kabelfernsehen. Gleichzeitig wünschen sich Kunden eine einfache, kostengünstige und langfristige Lösung. Der Hybrid-TV-Stick zeichnet sich durch seine Einzigartigkeit aus, da er als einziger Stick auf dem Markt über einen Antennenausgang verfügt. Dadurch ermöglicht er einen stabilen Empfang sowohl über Antenne als auch zukunftsweisend über IPTV.

WEITERE INFORMATIONEN

Erleben Sie eine neue Dimension des Fernsehens – informieren Sie sich jetzt unter www.freenet.tv oder bei MediaMarkt, Saturn und weiteren Unterhaltungselektronik-Händlern. ■

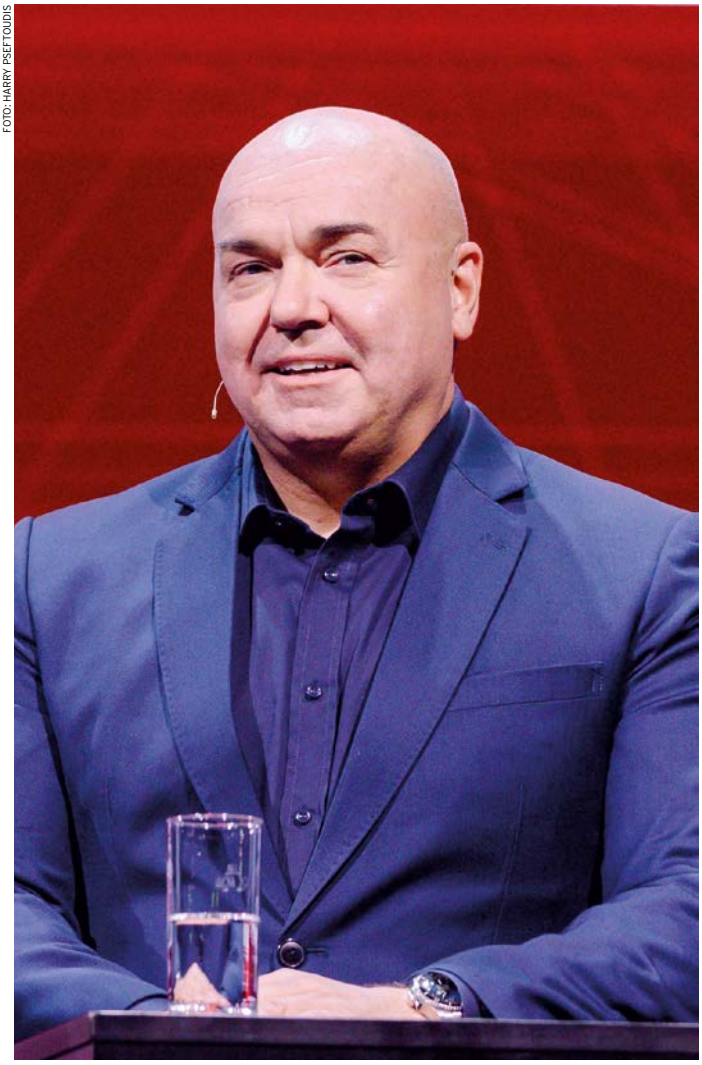
ADVERTORIAL

Die 100-jährige IFA verspricht Anfang September Feierlaune in Berlin. Bis dahin hat **Leif-Erik Lindner** alle Hände voll zu tun. Als CEO der IFA Management GmbH muss er ein neues Netzwerk des Vertrauens in das IFA-Konzept für das Jahr 2024 und danach aufbauen. Natürlich geht es dem früheren Samsung-Manager auch darum, eine Jubiläums-Messe hinzulegen, dass es nur so kracht. Über die Zukunftsfähigkeit der IFA als Leitmesse und die Strategie für dieses Jahr sprach mit dem Berliner die hitec-Redaktion.

hitec: Herr Lindner: Was war die wichtigste Erkenntnis der CES in Las Vegas?

Leif Lindner: Auf diese Frage gibt es aus meiner Sicht mehrere Gesichtspunkte: Die CES hat sich zur wichtigsten Auto-Messe in den USA entwickelt. AI, Artificial Intelligence/Künstliche Intelligenz ist allgegenwärtig und überall zu finden. Alle Unternehmen beschäftigen sich damit und nutzen AI, um die eigenen Produkte zu verbessern und den Nutzen für die Kunden zu erhöhen. In diesem Zusammenhang muss aber auch klar sein, dass die Kunden dabei unterstützt werden müssen. Sie müssen die Risiken erkennen, sollten aber keine Angst vor der Nutzung von AI entwickeln. Ebenfalls überall ist die Robotertechnik zu finden, egal, ob als Helfer in der Küche, als Unterstützung beim Training oder als vielfältige Unterstützung im täglichen Leben. Die TV-Geräte der neuesten Generation sind anpassbarer und dynamischer. Sie bieten damit neue Möglichkeiten für Interaktion und Entertainment. Und last, but not least, sind foldable Mobiltelefone keine Ausnahme mehr.

FOTO: HARRY PSEFTOUDIS



Kann man die US-Messe mit der IFA vergleichen?

Aus meiner Sicht kann man die CES und die IFA wenn überhaupt nur teilweise vergleichen. Warum? Die CES richtet sich ausschließlich an B2B-Publikum. Sie hat mit dem Thema Auto und Mobilität in den letzten Jahren auch einen anderen Fokus entwickelt. Der Bereich Home Appliances findet mehr oder weniger gar nicht statt auf der CES. Zudem spielt der Handel dort keine große Rolle, während er bei der IFA ganz klar im Mittelpunkt steht.

100 Jahre IFA – heißt das, die Messe wird eine einzige Party?

Nein, das natürlich nicht, allerdings ist es heute einmal mehr wichtig, dass eine Messe keine klassische Ausstellung, sondern viel mehr ein kulturelles Event ist. Das Endkonsumenten, Handel, Aussteller und Medien gleichermaßen begeistert und zudem Key Opinion Leader außerhalb der Branche anzieht. 2023 konnte das Thema Entertainment nicht im gewohnten Maß umgesetzt werden. Das werden wir 2024 ändern und den Unterhaltungsfaktor der IFA verstärkt betonen. Dazu gehört an erster Stelle der Sommergarten, aber auch verschiedene Events innerhalb der Stadt, die immer wieder auf die IFA führen.

Sind Sie für die IFA 2024 im Zeitplan?

Bei solch großen Events wie der IFA fühlt es sich irgendwie immer so an, als ob man nicht vollständig im Zeitplan ist. Dennoch bin ich der Meinung, dass unser Team bereits alle Herausforderungen sehr gut angenommen hat. Wir haben ein neues Büro am Checkpoint Charly im Herzen von Berlin übernommen, haben unser Team in Berlin komplett neu aufgestellt, bzw. sind in den letzten Zügen dies zu tun. Darüber hinaus sind wir in den letzten Planungen zum Sommergarten und haben bereits sehr viele Gespräche in Asien und Europa zur kommenden IFA geführt. Zusammengefasst: Ich denke wir sind auf einem sehr guten Weg.

Welche drei Optimierungen liegen Ihnen bei der IFA besonders am Herzen?

Ganz klar erstens eine bessere, offenere und schnelle Kommunikation mit allen für uns maßgeblichen Zielgruppen, also Industrie, Medien und Handel. Zweitens die Optimierung der Infrastruktur: Das bedeutet, das Erlebnis IFA muss vom ersten Kontaktpunkt, ob bei der Einladung und Standbestätigung, über die Webseite und das Erleben vor Ort einmalig, professionell und innovativ sein. Drittens ein Rebranding für die IFA: Sie wird sich mit neuer Bildsprache, einem aktuellen Look and Feel und deutlich innovativer zeigen, ohne dabei ihre Wurzeln zu vernachlässigen.

Mit welcher Story gewinnt man neue Aussteller (wieder) für die IFA?

Indem man konzentriert zuhört, sich der Themen annimmt und diese dann gezielt umsetzt. Wir werden klar aufzeigen, dass wir zugehört haben, wir passen Dinge schnell an und wir werden schnell Resultate zeigen. Das Vertrauen, das hier und da verloren gegangen ist, gewinnt man natürlich nicht sofort zurück, aber wir sind nah an unseren Kunden dran und zeigen unsere neuen Strategien auf. Außerdem geht es darum, den unterschiedlichen Ansprüchen

»Wir haben zugehört, wir passen Dinge schnell an und wir werden schnell Resultate zeigen.«

»Nur der Fachhändler, der nach Berlin fährt, bekommt einen Einblick, was in der Zukunft für seinen Job wichtig sein wird.«

gerechter zu werden und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Genau an diesen individuellen Angängen hat es in der Vergangenheit gefehlt.

Warum muss ein kooperierter Fachhändler zur Messe nach Berlin fahren?

Ganz einfach, weil er nur dort einen Einblick bekommt, was in der Zukunft für seinen Job wichtig sein wird. Die IFA gibt Antworten auf die Fragen was muss er verändern, worauf muss er größeren Wert legen, was sind die Trendthemen, an denen er nicht vorbei kann, wie muss er seine Mitarbeiter zukünftig besser einstellen und motivieren und welche Hersteller sollte man besser im Auge haben und welche verlieren an Bedeutung.
Mit Peter Zyprian konnten wir ja einen kompetenten Top-Botschafter für die IFA eben genau für den Fachhandel gewinnen. Er hat die Kommunikation zum Handel ab sofort übernommen und wird sie konsequent aufrechterhalten.

Die lasche Medienwirkung der letzten IFA wurde mancherorts kritisiert – geht da mehr?

Auf jeden Fall geht da mehr und muss mehr gehen! Deshalb kommunizieren wir – wie bereits erwähnt – in alle Richtungen klar und deutlich und vor allem regelmäßig. Zudem suchen wir gezielt nach weiteren Medienpartnerschaften auch in anderen Bereichen, wie Wirtschaft und Lifestyle. International richten wir uns mit einer neuen Agentur komplett neu aus und kommunizieren auch hier deutlich nahbarer und konsistenter. Davon konnte ich mich gerade selbst am Beispiel Korea überzeugen.

Hält der Regierende Bürgermeister sein Versprechen, die Jubiläums-IFA zu unterstützen?

Der Regierende Bürgermeister unterstützt uns wo er kann. Er hat sehr glaubhaft immer wieder seine Hilfe angeboten und im ersten Quartal wird es auch zu einigen notwendigen Entscheidungen kommen, wobei er seine Unterstützung ganz sicher unter Beweis stellen wird. Wir fühlen uns bisher wirklich sehr gut unterstützt.

Was werden die wichtigsten Themen auf den Aussteller-Ständen?

Ich sehe aktuell diese sechs Themen: A.I., Augmented & Virtual Reality, Sustainability, Home Entertainment, Digital Health und Gaming. Sofern sich weitere Themen im Vorfeld der IFA ergeben, werden wir diese natürlich adaptieren.

Wagen Sie den Blick in die Glaskugel: Wie anders könnte die IFA in 10 Jahren sein?

Eine schwierige Frage, aber ich bin sicher, dass die IFA in zehn Jahren eine faszinierende Transformation durchlaufen haben wird, die sich vor allem durch die nahtlose Integration und Vernetzung von Menschen mit diversen Künstlichen Intelligenzen auszeichnet. Jeder Mensch wird in diesem futuristischen Szenario ein „Super-Mensch" und „Smarter Consumer" sein, vollständig eingebunden in ein Ökosystem aus Technik, Business Intelligence, Online-Wissen und -Interaktionen.
Die Interaktion zwischen Mensch und Technik wird sich grundlegend von dem unterscheiden, was wir heute kennen. Die Hauptfrage, die die Innovationen auf der IFA antreiben wird, lautet: „Wie kann ich als Verbraucher meine Effizienz in verschiedenen Lebensbereichen wie Haushalt, Sport, Entertainment, Verkehr und Arbeit steigern?" Diese Fragestellung reflektiert eine tiefgreifende Verschmelzung von Technologie und Alltagsleben, wobei der Fokus auf der Steigerung der persönlichen und beruflichen Produktivität liegt.

Wie verändern sich Messen generell, insbesondere Technologiemessen wie die IFA?

Ein weiteres Schlüsselelement der IFA in einem Jahrzehnt wird die Erweiterung über die physische Messe hinaus sein. Sie wird sich zu einer globalen, interaktiven Messe entwickeln, die Besuchern ermöglicht, die neuesten Trends über das Internet und Virtual Reality zu erfahren. Diese digitale Expansion erlaubt es, eine viel breitere, global vernetzte Zielgruppe zu erreichen. Dabei wird die IFA auf Technologien setzen, die effiziente Interaktionen sowohl für Besucher als auch für die Industrie ermöglichen. Dies könnte bedeuten, dass die physischen und digitalen Erfahrungen nahtlos miteinander verschmelzen, um ein ganzheitliches und immersives Messeerlebnis zu schaffen.
Insgesamt wird die IFA in zehn Jahren wahrscheinlich ein viel dynamischeres, interaktiveres und effizienteres Ereignis sein, das die Grenzen zwischen Mensch und Technik weiter verwischt und neue Maßstäbe für das Verständnis und die Nutzung von Technologie in unserem täglichen Leben setzt.

Worauf freuen Sie sich in diesem Jahr am meisten?

Bezüglich der IFA: Auf lachende, fröhliche Gesichter auf der Messe selbst, den Start unseres Entertainment Konzeptes und die Eröffnung der IFA 100 auf unserer Gala. Und ganz persönlich auf die beiden Deutschlandkonzerte von Metallica.

Herr Lindner, vielen Dank für das Gespräch.

Die Fragen gestellt hat:
Joachim Dünkelmann
j.duenkelmann@hitec-magazin.de

Äpfel & Birnen

Nr. 29

Frisch gepflückt: Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten

FOTO: KÄRCHER

KÄRCHER

SE3-18 Compact

Gefundener Preis: UVP 149 Euro

- „In einem Arbeitsgang Reinigungsmittel auftragen und gleichzeitig Schmutz absaugen."
- „Akkubetrieben und damit unabhängig von Steckdosen flexibel einsetzbar."
- „Die circa 1,6 Liter umfassenden Frisch- und Schmutzwasserbehälter können zum Befüllen oder Entleeren problemlos entnommen werden."

GASTROBACK

Design Espresso Advanced Duo

Gefundener Preis: UVP 699,99 Euro

- „Zwei-Thermoblock-System: Espressobezug und Milchschäumen gleichzeitig."
- „Das integrierte Mahlwerk mit 30 Mahlgradeinstellungen, sowie die individuell einstellbare Kaffeepulvermenge kreieren Kaffeespezialitäten ganz nach persönlichem Geschmack."
- „Die 360° schwenkbare Milchaufschäumdüse, der große abnehmbare 2,8 Liter-Wassertank, sowie die beheizte Warmhalteplatte sorgen für maximalen Komfort."

FOTO: GASTROBACK

FOTOS: CANON

CANON

Canon EOS R50

Gefundener Preis: UVP ab 829 Euro

- „Hochauflösender 24,2-Megapixel-Sensor."
- „Die nahtlose WLAN- und Bluetooth®-Konnektivität ermöglicht die Übertragung von Fotos und Videos mit der Camera Connect App für das sofortige Teilen auf Social Media."
- „Mit dem intuitiv bedienbaren dreh- und schwenkbaren Touchscreen lassen sich Aufnahmen aus jedem beliebigen Winkel machen."

DOMINIK WAGNER, PRODUKTMANAGER KAMERA BEI CANON IN DACH:

„Die Canon EOS R50 ist die perfekte Kamera für alle, die sich im Bereich der Content Creation optimal aufstellen wollen. Sie ist konzipiert, um die Bedürfnisse von hochwertigem Content (sowohl Foto als auch Video) zu erfüllen und beweist mit ihren herausragenden Features, wie z.B. 4K-Videoaufnahme, gutem Audio, einer benutzerfreundlichen Oberfläche und toller Ergonomie inkl. dreh- & schwenkbarem Display, dass sie ein echtes Multitalent ist."

SIEMENS

EX801HVC1E Induktionskochfeld

Gefundener Preis: UVP 2.532 Euro

- „Das 80 cm breite, flächenbündige Kochfeld bietet Platz für 5 Kochzonen."
- „Bratsensor mit 11 unterschiedlichen Temperaturen zwischen 70° C und 220° C."
- „Mit der Pause-Taste können Hitze und Timer unterbrochen werden – bei erneuter Betätigung stellt sie alle eingestellten Werte wieder her."

FOTO: SIEMENS

DELICA

CoffeeB Globe

Gefundener Preis: UVP 149 Euro

- „Das Kapsel-System ohne Kapsel für den 100 % gartenkompostierbaren Coffee Ball."
- „Höchster Kaffeegenuss – dank des patentierten Brühsystems."
- „Die CoffeeB Kaffeemaschine Globe ist leise, energiesparend und besteht aus bis zu 34 % recyceltem Plastik."

FOTO: DELICA

NEXT GENERATION TV'S

FOTOS: LOEWE

A↑G F

LOEWE

Loewe iconic collection

Gefundener Preis: UVP ab 8.499 Euro

- „Bietet eine Vielzahl an Individualisierungsmöglichkeiten für die ganz persönliche Gestaltung."
- „Integrierte aktive Soundbar mit 360 Watt Gesamtmusikleistung."
- „Loewe Chassis SL5 für das klassische TV oder Chassis SL7 für das smarte Streaming-Erlebnis."

CHRISTIAN ALBER,
COO LOEWE TECHNOLOGY GMBH:
„Beim Loewe iconic vereinen sich einzigartiges Design mit modernster TV- und Audio-Technologie. Die schwungvolle und elegante Formsprache mit dem für Loewe selbstverständlichen 360 Grad-Design passt ideal in kunstvolle und künstlerisch geprägte Interieurs und ist somit perfekt für all diejenigen, die einen Design-Klassiker der Zukunft erleben möchten."

FOTO: TELEVES

TELEVES

Optischer Rückumsetzer OLR4

Gefundener Preis: UVP 270 Euro

- „Empfang von optischen TV-Signalen und Umwandlung in ein SAT-ZF-TV-Signal."
- „Kompakt in Abmessungen und Gewicht (137x120x30mm)."
- „4-HF-Teilnehmerausgänge für entweder einen Legacy Receiver oder bis zu 16 x dCSS Receiver pro Ausgang."

PANASONIC

Ultra HD OLED-TV Z95A

Preis + EEK: noch nicht bekannt

- „Mit neuem Prozessor und einer optimierten Paneltechnologie."
- „Bildwiederholfrequenz von 144 Hz für ein lebendiges Gameplay auf höchstem Niveau."
- „360-Soundscape-Pro sorgt für starken 3D-Surround-Sound."

FOTO: PANASONIC

LG
OLED evo M4
Preis + EEK: noch nicht bekannt

- „Weltweit erster Fernseher mit kabelloser Video- und Audioübertragung mit bis zu 4K bei 144Hz."
- „Der α11 (Alpha) KI-Prozessor verbessert effektiv die Bild- und Audioqulität."
- „In vier verschiedenen Größen von 65" bis 97" erhältlich."

FOTOS: LG

ANDREAS URBACH, HEAD OF PRODUCT MARKETING LG HOME ENTERTAINMENT DEUTSCHLAND: „Der LG OLED evo M4 und die Soundbar DSG10TY bilden nicht nur auf technischer Ebene, sondern auch visuell eine absolute Einheit. Form und Aussehen der Soundbar passen sich perfekt an den ultradünnen TV an – WOW Orchestra, WOW Interface und WOWCAST sowie die Leistung des neuen α11 AI-Prozessor in Verbindung mit der verlustfreien, kabellosen Datenübertragung von der Zero Connect Box zum TV sorgen zudem für eine hochwertige Bild- und Soundqualität und heben das Heimkino-Erlebnis in ihrer Gesamtheit auf eine neue Stufe."

sonoro

GERMAN AUDIO DESIGN
www.sonoro.com

MEISTERSTÜCK (Gen.2)
All-In-One-Audiosystem mit detailreichem Stereoklang (2.1), Streaming-Diensten, Apple® AirPlay, Chromecast built-in®, CD, WLAN, Bluetooth® und HDMI.

FOTOS: METZ

METZ

METZ blue MOD9001 OLED TV

Gefundener Preis: UVP ab 1.199 Euro

- „Steuert über 8 Millionen Bildpunkte einzeln an."
- „Eingebettetes 2.1 Soundsystem mit integriertem Subwoofer."
- „Neben dem integrierten Triple-Tuner zum klassischen TV-Empfang sorgt Google TV für grenzenloses Smart TV-Vergnügen."

DIPL.-ING. UDO FISCHBECK, PRODUKTMANAGER METZ CONSUMER ELECTRONICS GMBH:
„Der METZ blue MOD9001 OLED TV überzeugt nicht nur mit starkem Design und exzellenter OLED-Technologie. Auch sein Soundsystem mit integriertem Subwoofer liefert ein überraschend kräftiges und räumliches Klangbild. Der Dolby Atmos-fähige Soundausgang und eine ausgeklügelte Smart-TV-Integration machen den MOD9001 zum echten Allrounder, der sich mit zwei vollwertigen HDMI 2.1-Anschlüssen auch zum Gaming prädestiniert."

PHILIPS

65" OLED+908

Gefundener Preis: UVP 3.699 Euro

- „Das META OLED-Panel steigert die Helligkeit um 70 % auf bis zu 2.100 Nits."
- „Der P5 AI-Prozessor der 7. Generation passt Helligkeit, Gamma und Farbwiedergabe noch präziser in Echtzeit an das Umgebungslicht an."
- „3.1-Soundsystems von Bowers & Wilkins mit sechs Lautsprechern und Subwoofer."

FOTO: PHILIPS

FOTO: PHILIPS

HISENSE

100U7KQ Mini LED

Gefundener Preis: UVP 5.999 Euro

- „4K ULED Bildschirmtechnologie sorgt für präzise Kontraste und höchste Farbbrillanz."
- „Die Quantum Dot Colour Technologie erschafft mit bis zu einer Milliarde präziser Farbschattierungen besonders realistische und lebensechte Bilder."
- „Über die personalisierbare Benutzeroberfläche VIDAA U lassen sich favorisierte Apps individuell anordnen und blitzschnell aufrufen."

FOTO: TELEVES

Das neue leistungsstarke Kompakt-Messgerät von Televes.

TELEVES

Präzise, schnell und handlich

Televes stellt mit dem „OTDRBASIC" ein unverzichtbares Messgerät für eine schnelle und gründliche Installation und Wartung von Glasfasernetzen vor. Im kompakten OTDR stecken zahlreiche Funktionen, die dem Glasfasertechniker zusammen mit der hohen Standby-Zeit von 20 Stunden nicht nur die Fehlersuche und Diagnose, sondern auch die Qualitätssicherung und Dokumentation erleichtern. Darüber hinaus spielt der gerade einmal 700 g leichte OTDR seine Stärken dank einer intuitiven Bedienbarkeit auch bei der Netzwerkdesign- und Kapazitätsplanung aus.

POLYTRON

Für optische Netze

Polytron bietet das komplette Produktspektrum zum Aufbau von CATV-Video-Overlay-Lösungen. Dies umfasst alle Schlüsselkomponenten, wie beispielsweise optische Sender, Multiport-Verstärker, optische Verteiler, CPE (Endkunden-Equipment) und CATV-Empfänger. Das umfassende Produktportfolio für optische Netzwerke von Polytron basiert auf einer Kooperation mit dem Partnerunternehmen ASCENT. Die Zusammenarbeit ermöglicht Polytron Zugriff auf das HFC-, FTTx- und RFoG-Wissen und die langjährige Erfahrung von Ascent in der Entwicklung für Produkte und Dienstleistungen für optische Netze. Das Ergebnis sind skalierbare, zuverlässige und kostengünstige Produktlösungen und Dienstleistungen. Dabei unterstützt Polytron die Fachbetriebe auch tatkräftig bei der Planung, Projektierung und Umsetzung von optischen Netzen.

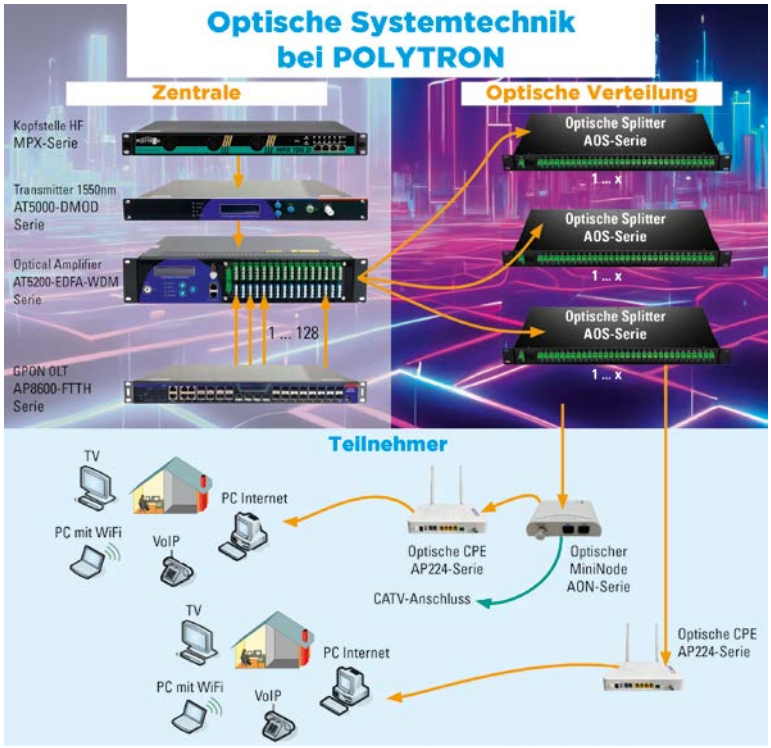


FOTO: POLYTRON

Polytron bietet das komplette Produktspektrum zum Aufbau von CATV-Video-Overlay-Lösungen.

Abbildung K20-16 (570103)

- **QAM-Kompaktkopfstelle für Gastgewerbe, Gesundheitswesen, Gemeinschaftswohnanlagen, etc.**
- **Je nach Version bis zu 32 DVB-S2 Transponder in QAM umsetzen**
- **Kompakte Bauform - nur 23 cm breit**

✓ Schnelle Installation sowie Kosteneinsparung aufgrund Vorkonfiguration
✓ Einfache und zentrale Zuordnung der TV-Programmplätze
✓ LCN und PID Filtering
✓ Intuitive Web-Benutzeroberfläche
✓ Unterstützt DVB-S/S2 und DVB-S2X

SD-ABSCHALTUNG VON ARD ÜBER SATELLIT AM **7.1.2025** JETZT SCHON HANDELN!

sat ZVEI Die Elektroindustrie

Televes®

Televes Deutschland GmbH Küferstraße 20
DE-73257 Köngen (bei Stuttgart) Deutschland

televescorporation ■ televes.com ■ televes.de@televes.com

»Generations-übergreifend«

NAME: Horst-Werner Dick
POSITION: Geschäftsführer der Electroplus Dick GmbH
HERKUNFT: Deutschland/Rheinland-Pfalz/Rheinhessen

NAME: Maximilian Dick
POSITION: Geschäftsführer der Electroplus Dick GmbH
HERKUNFT: Deutschland

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?
HWD: Polizist.

MD: Hotelmanager.

Wohin fahren Sie gerne in den Urlaub?
HWD: In die skandinavischen Länder, nach Italien und dort an den Gardasee und in die Toscana.

MD: Vietnam sowie Länder die weniger bereist werden und man Dinge „off the beaten track" machen kann.

Was war Ihr schönster Lustkauf?
HWD: Mit dem Kauf eines Porsche 964 Cabrio habe ich mir einen Wunsch aus Kindertagen erfüllt.

MD: Nintendo Switch, auch wenn ich kaum Zeit habe sie zu spielen.

Ich bin Fan von …
HWD: Gutem Essen und Trinken, sportlich bin ich Fußballfan und da speziell vom 1. FC Kaiserslautern.

MD: Gutem Essen, anregenden Unterhaltungen, Abenteuern.

Am liebsten esse ich …
HWD: Spaghetti mit Meeresfrüchten und alle Wildgerichte.

MD: die regionale Küche von dort, wo ich gerade bin. Ansonsten sehr gerne vietnamesisch.

Kaum jemand würde annehmen, dass ich …
HWD: einen großen Teil meiner Schulzeit auf einem christlich, humanistischen Internat verbracht habe.

MD: ein Partyhostel in Siem Reap besitze.

Ich würde gerne mal …
HWD: mit meiner Harley über die alte Route 66 fahren. Suche noch jemanden, der mitfährt – gerne bei mir melden.

MD: einen 5000-er besteigen.

Welche Freiheit nehmen Sie sich?
HWD: Durch die schrittweise Übergabe des Unternehmens an meinen Sohn Maximilian nehme ich mir die Freiheit, nicht mehr an jedem Tag im Unternehmen sein zu müssen.

MD: An mehreren Projekten gleichzeitig zu arbeiten.

Welchen Klang/Geräusch/Musik mögen Sie am liebsten?
HWD: Bin in den 70ern aufgewachsen, deshalb höre ich natürlich am liebsten die tollen „Oldies", es darf ab und zu auch mal ein guter deutschsprachiger dabei sein.

MD: Deutsche gefühlvolle Musik (TvNoir), die Stille nachdem der Pub Crawl das Hostel verlassen hat, man tief einatmet und den Tag sacken lassen kann.

Wie entspannen Sie am besten?
HWD: Auf der Jagd und natürlich in den Urlaubstagen.

MD: Indem ich meine Augen Richtung Horizont richte, keinen Punkt fixiere und einfach meinen Gedanken freien Lauf lasse.

Wer sagt Ihnen die Wahrheit?
HWD: Meine Familie.

MD: Mein Vater und Leute, die keinen Vorteil aus mir ziehen können.

Haben Sie ein Lebensmotto?
HWD: Man soll am Essen nie sparen, lieber einen mehr trinken.

MD: „The only thing standing between you and your goal is the bullshit story you keep telling yourself as to why you can't achieve it." (Jordan Belfort)

FOTOS: PRIVAT

kitec-Diptychon

Revox.
Perfektion am laufenden Band.

Musikgeniesser in aller Welt wissen es:

Revox baut Liebhabergeräte von professionellem Zuschnitt
in technischer Perfektion,
die – wie die STUDER Profianlagen –
in den Rundfunk-, Fernseh- und Schallplattenstudios der Welt
mit Erfolg und Ausdauer laufen.

Im Blickpunkt: Revox B77.
Die perfekte, bedienungsfreundliche
Tonbandmaschine.

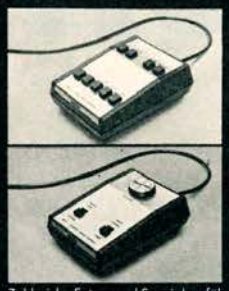
1979

kitec-Diptychon

Das ist die wahre Langspiel-Tonbandmaschine für über drei Stunden unterbrechungsfreies Musikvergnügen, mit Steuerlogik, die vor Bandverwicklungen schützt.

Die Tonbandmaschine Revox B77 vereinigt die Vorteile einer ausgereiften Profi-Konzeption – Präzisionslaufwerk und aufwendige Elektronik – mit den Annehmlichkeiten hohen Bedienungskomfortes. Jede gewünschte Musik lässt sich aufs einfachste in lupenreiner HiFi-Qualität aufzeichnen – über 3 Stunden ohne Unterbruch, also auch Opern oder mehrstündige Live-Übertragungen.

Band einlegen, Computertaste antippen, fertig.
Das Bandeinlegen ist – dank breiterem Freiraum – sehr einfach. Leicht anzutippende Tasten befehlen die elektronische Steuerlogik, welche den Bandlauf automatisch absichert. Wechseln Sie ohne Bedenken etwa von schnellem Vorlauf direkt auf PLAY – die Zeiten des Bandsalates sind mit Revox endgültig vorbei.



Zahlreiche Extras und Spezialausführungen.
Anschlüsse für Laufwerk-Fernbedienung, Diasteuerung über nachrüstbaren 4. Tonkopf, externe Tonmotorsteuerung. Spezialausführungen mit Bandgeschwindigkeiten von 38 bis 2,38 cm/s, automatisch startende Maschinen für Aufzeichnung von Telefongesprächen, Funkverkehr; Zeitaufzeichnung auf zweitem Kanal möglich. Weitere Ausführungen auf Anfrage.

Revox bis ins Detail.
Servogeregelter Direct-Drive-Tonmotor, 2 kontaktlos geschaltete Wickelmotoren. 3 Tonköpfe. 2 präzise VU-Meter mit trägheitslosen LED-Leuchtpunkten für exakte Aussteuerung. Stereo-Kopfhörerverstärker, Infrarot-Lichtschranke für Band-Endabschaltung, Cutter-Schaltung und eingebaute Bandschere, Effekt- und Trickschaltungen ohne Zusätze.

Revox bis ins Detail. 17-4
Gutschein:
Bitte an die Landesvertretung einsenden; Sie erhalten kostenlos die neue, umfassende Dokumentation über die Revox HiFi-Kette.

Vorname, Name:

Strasse, Nummer:

Ort:

Postleitzahl:

WILLI STUDER GmbH, Talstrasse 7,
D-7827 Löffingen, Hochschwarzwald
REVOX ELA AG, Althardstrasse 146,
CH-8105 Regensdorf-Zürich
STUDER REVOX GmbH, Ludwiggasse 4, A-1180 Wien

1979