



## Die Technik-Trends der IFA 2014

Die Technik-Trends der IFA 2014  
Sie ist die weltweit größte Messe für Unterhaltungselektronik: die Internationale Funkausstellung IFA in Berlin. Vom 5. bis 10. September 2014 präsentierten 1.500 Branchenriesen und -neulinge der Welt auf 145.000 Quadratmetern ihre Produkthighlights. Deutlich wurde: Das "smarte" Leben bleibt auch 2015 Trendthema.  
Smart Home, Smart Design, Smart Entertainment: Bei der diesjährigen IFA ging es vor allem um die Vernetzung des Alltags. Online und offline rücken näher zusammen. Während viele Aussteller noch einzelne Devices zeigten, wurde bei den Branchenriesen schnell klar, dass die Zukunft geräteübergreifend funktioniert. Ob intelligenter Ofen oder geschwungener Fernseher, Smartphones und Tablets werden zur Schaltzentrale des digitalen Lifestyles.  
Kochen von unterwegs: Smarte Elektronik in der Küche  
Es ist der Megatrend des Jahrhunderts: das Internet der Dinge. Theoretisch kann heutzutage jedes Elektrogerät in einem Netzwerk kommunizieren.  
Vernetzte Rauchmelder oder Kühlschränke, die automatisiert Einkaufslisten erstellen, gibt es bereits. Unter dem Stichwort "Smart Home" ist noch sehr viel mehr denkbar. Beispielsweise Lets Taste. Die App von AEG ermöglicht die Steuerung des Dampfgarers von unterwegs, dank Kamera hat man das Essen auch vom Wohnzimmer aus im Blick und natürlich tauscht man sich per Social Funktion live zu Kochtipps und Rezepten aus. Künftig soll Lets Taste Zutaten passend bestellen und Weinempfehlungen geben können. Ähnliches gab es bei Bosch Co. zu sehen. Dank cleverer Ideen wird auch der größte Kochmuffel vom perfekten Gastgeber. Nur essen, das muss man am Ende noch selbst.  
Geschwungen, ultrascharf und riesig: Fernseher der Neuzeit  
Neben den Küchengeräten waren Fernseher im wahrsten Sinne des Wortes ganz groß. Die neue Generation der TV-Geräte hat einiges an Zoll zu bieten und dazu gleich zwei neue Eigenschaften: Sie stellt Bilder in vierfacher HD-Qualität dar und tritt mit geschwungenen Bildflächen, im sogenannten Curved-Design, an. Die Form hat dabei nicht nur ästhetische Gründe. Der Bildschirmschwung soll den Seh-Eindruck beeinflussen, Szenen erscheinen so tiefer und plastischer.  
Aber auch in Sachen TV geht der Trend zur Mobilität über das Gerät hinaus. Apps, die das Tablet zur Fernbedienung machen, kennt man bereits. Neu sind Anwendungen, mit denen man den Lieblingsfilm durch die Wohnung mitnimmt: Entfernt man sich vom Fernseher, springt das Bild automatisch auf das Tablet oder Smartphone. Dem ununterbrochenen TV-Genuss steht damit nichts mehr im Wege.  
Streaming und kabellose Lautsprecher: mobiler Musikgenuss  
Smartphones haben die Musikbranche radikal verändert: Die Umsätze mit Musikstreaming haben sich allein in Deutschland in den vergangenen beiden Jahren mehr als verdoppelt. Mobile Endgeräte mit Angeboten wie von BASE und der Musik Flat MTV Music powered by Rhapsody werden zum Treiber dieser Entwicklung.  
Der veränderte Musikkonsum belebt zudem die Nachfrage nach intelligenten Kopfhörern und mobilen Lautsprechern. Die Vielfalt dieser Geräte ist mittlerweile riesig. Einige dieser Highlights ließen sich auf der IFA begutachten: In-Ear-Stecker, die sich der Ohrmuschel anpassen oder Kopfhörer-Schrittzähler. Im Bereich Lautsprecher setzen die Anbieter auf kabellose Systeme. Radiostationen und eigene Musik sind direkt integriert. Gleichzeitig erkennen die Boxen andere Geräte und spielen automatisch ab, was man gerade hört. Gerade eben noch mit Kopfhörern im Hausflur, im nächsten Moment schon über die Lautsprecher zu Hause.  
Armbänder, Uhren und Datenbrille: Wearable Devices  
Tragbare Technik ist keine Neuheit mehr. Bereits im vergangenen Jahr hatte Samsung beispielsweise seine Smartwatch Galaxy Gear vorgestellt. Doch der Markt wächst, wie auch der Launch der Apple Watch zeigt. Branchenbeobachter erwarten in diesem Jahr ein Weltmarkt-Potenzial von fünf Milliarden Dollar.  
Die IFA hat entsprechend eine Fülle neuer Produkte und Funktionen präsentieren können. Brauchten die Geräte bislang eine Verbindung zum Smartphone oder Tablet, um überhaupt zu funktionieren, so haben sie heute Bildschirme oder erlauben dank eines integrierten SIM-Slots bereits Telefonate. Insbesondere für den Fitnessmarkt bleiben die Wearables damit höchst interessant.  
Übergreifende Funktion: Device Democracy  
Auch wenn DAS neue Device auf der diesjährigen IFA irgendwie fehlte, ist die Zielrichtung klar: weg vom Einzelgerät, hin zu Vernetzung und Mobilität. Device Democracy war hier das Stichwort. Denn noch sind keine branchenübergreifenden Standards gefunden. Um Smartphones und Tablets zur Schaltzentrale des digitalen Lebens zu machen, haben die Gerätehersteller also noch ein Stück Weg vor sich.  
E-Plus Gruppe  
E-Plus-Straße 1  
40472 Düsseldorf  
Deutschland  
Telefon: +49 (211) 448-0  
Telefax: +49 (211) 448-2222  
Mail: presse@eplus-gruppe.de  
URL: <http://www.eplus-gruppe.de/>  
[http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pinr\\_=574949" width="1" height="1"](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=574949)

## Pressekontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

[eplus-gruppe.de/](http://eplus-gruppe.de/)  
[presse@eplus-gruppe.de](mailto:presse@eplus-gruppe.de)

## Firmenkontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

[eplus-gruppe.de/](http://eplus-gruppe.de/)  
[presse@eplus-gruppe.de](mailto:presse@eplus-gruppe.de)

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.