PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Oktober 2010

ISSN 1615 - 0635 • 5,– €

11. Jahrgang • 51612

http://www.pos-mail.de

Mit einem selbstbewussten Auftritt auf der photokina unterstreicht Samsung seinen Anspruch, auch bei Foto und Imaging eine Führungsrolle zu übernehmen. Dabei setzt der High-Tech-Konzern nicht nur auf innovative Ausstattungsmerkmale, sondern auch auf leichte Bedienung. Das gilt besonders für die brandneue digitale Systemkamera NX100, deren völlig neues Bedienkonzept es den Konsumenten leicht macht, in die Welt des kreativen Fotografierens mit Wechselobjektiven einzusteigen. Denn mit der von Samsung entwickelten, einzigartigen i-Function-Technologie ist die Einstellung aller wichtigen Parameter und die Auswahl des passenden Motivprogramms mit einem Griff direkt am Objektiv möglich, ohne dass der Fotograf den Blick vom Motiv nehmen muss.

Bereits Anfang des Jahres hat Samsung mit der NX10 für einen deutlichen Akzent im Segment der spiegellosen Systemkameras gesorgt. Als erstes Modell dieser Klasse war diese Kamera mit einem 14,6 Megapixel CMOS-Sensor im Format APS-C ausgestattet. Dieser Chip ist auch das Herzstück der im Sommer eingeführten NX5 und der neuen Samsung NX100, mit der Samsung jetzt ein Modell in besonders handlichem Format auf den Markt bringt. Bereits auf den ersten Blick besticht das stromlinienförmige Design, mit dem die Kamera hervorragend in der Hand liegt. Das hochwertige Gehäuse trägt zum guten Fotografiergefühl bei.

Neu: Die i-Function-Technologie

Die neue Samsung NX100 zeichnet sich durch ein innovatives Bedienkonzept aus, das den Anwender mit einem Handgriff zur richtigen Einstellung führt. Mit der neuen i-Function-Technologie rückt das Objektiv in das Zentrum der Bedienung und weckt so Erinnerungen an klassische Fotozeiten. Nach kurzem Drücken des i-Function-Knopfes am Objektiv kann der Fotograf je nach Aufnahme-Modus Blende, Verschlusszeit, Belichtungskorrektur, Weißabgleich oder ISO-Lichtempfindlichkeit über den Einstellring feinjustieren. Auch die Auswahl einzelner Motivprogramme ist direkt am Objektiv möglich. Natürlich bietet die Samsung NX100 auch eine Smart-Auto-Funktion, mit der die Kamera automatisch das richtige Motivprogramm auswählt. So kann der Fotograf die Parameter einstellen, ohne den Blick vom Motiv zu nehmen.

Zur Nutzung der i-Function-Technologie ist der Einsatz entsprechender Objektive notwendig. Zum Start bringt Samsung zunächst zwei Modelle auf den

EDITORIAL

Die Vielfalt der Chancen

Nach der erfolgreichen IFA, auf der 3D-TV und energieeffiziente Haushaltsgeräte die Messehits waren, trifft sich jetzt die Foto- und Imagingbranche in Köln. Die Weltmesse des Bildes oder „World of Imaging“, so ihr offizieller Untertitel, hat auch für die Consumer Electronics Branche viel zu bieten. Denn die Digitaltechnik hat die Welt der Fotografie nicht nur verändert, sondern vor allem vergrößert.

Moderne Digitalkameras bieten inzwischen ganz selbstverständlich eine Brücke zum HD-Fernseher, auf dem die Schnappschüsse im 16:9-Format und die Videos in HD und oft auch Full-HD-Qualität wiedergegeben werden. Die Bilder der 3D-Kameras, die in Köln präsentiert werden, lassen sich ohnehin am besten auf dem Fernsehgerät genießen, denn das Ausdrucken dreidimensionaler Fotos ist zumindest zur Zeit noch sehr aufwendig und teuer.

Auch die Welt der Bilddienstleistungen, seit jeher eine Domäne des Fotohandels, der Drogeriemärkte und in neuerer Zeit der Internet-Anbieter, wird größer und vielfältiger. Internetfähige Fernsehgeräte erlauben den Konsumenten, ihre Fotos in sozialen Netzwerken und Online-Alben nicht nur anzusehen, sondern direkt mit der Fernbedienung auch zahlreiche Bildprodukte zu bestellen. Und dieser Markt wächst rasant: Dabei geht es häufig nicht mehr um die bekannten rechteckigen Fotos in mehr oder weniger kleinen oder großen Formaten, sondern um Fotobücher, Kalender und Fotogeschenke. Immer mehr Kameramodelle verfügen inzwischen über Ausstattungsmerkmale, die bereits direkt nach der Aufnahme das Vorsortieren der Bilder erlauben, um diese nicht nur ins Internet hochzuladen oder per E-Mail zu versenden, sondern auch personalisierte Bildprodukte zu bestellen.

Viele dieser Bildprodukte können inzwischen auch direkt im Geschäft hergestellt werden – und dazu ist oft kein aufwendiger Fotoprozess mit seinen Chemikalien mehr erforderlich. Und für aufwendigere Produkte wie Fotobücher bieten zahlreiche zentrale Bilddienstleister ihre Unterstützung an.

Die neue Netzwerkfähigkeit vieler Digitalprodukte, das Zusammenspiel von Kameras und Camcordern, mobilen Geräten und Fernsehern bis zur Bilddienstleistung bieten eine neue Imaging-Vielfalt, die auf der photokina – und nur dort – präsentiert wird. Der Weg nach Köln lohnt sich: Denn dort gibt es viele Geschäftsideen, auch für den High-Tech-Fachhandel.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Bereits äußerlich besticht die Samsung NX100 durch ihr stromlinienförmiges Gehäuse aus hochwertigen Materialien.

Markt: ein besonders kompaktes 20 mm „Pancake“ Objektiv mit einer Lichtstärke von 1:2,8, dessen Brennweite 30 mm im Kleinbildformat entspricht, und ein 20–50 mm (Kleinbild; 30–100 mm) ED 1:3,5–5,6 Zoomobjektiv. Bereits in wenigen Monaten sollen ein 60 mm 1:2,8 Makro Objektiv mit optischem Bildstabilisator und ein „langes“ Superzoom 18–200 mm (Kleinbild: 36–400 mm) 1:3,5–6,3 mit optischem Bildstabilisator folgen. Die NX100 ist zudem mit allen Objektiven der NX-Serie kompatibel (ohne i-Function) und erlaubt mit Hilfe von zehn Novoflex Adaptern auch den problemlosen Einsatz von Fremdobjektiven.
In Kürze wird Samsung ein Update für die NX10 und die NX5 anbieten, so dass die i-Function Objektive und Zubehör wie das GPS-Modul auch mit diesen Modellen genutzt werden können.

Zum Verkaufsstart sind zwei neue Objektive mit i-Function verfügbar: ein 20 mm 1:2,8 „Pancake“ und ein 20–50 mm ED 1:3,5–5,6 Zoomobjektiv.

AMOLED-Technologie

Wie die NX10 ist auch die NX100 mit einem 7,6 cm (3,0“) großen AMOLED-Monitor ausgestattet, der eine weitaus hellere und klarere Bildwiedergabe als herkömmliche LC-Displays bietet. Selbst bei intensiver Sonneneinstrahlung ist die Auswahl des Bildausschnitts und das Betrachten der geschossenen Fotos in bester Qualität möglich. Darüber hinaus bietet das Display einen besonders großen Betrachtungswinkel von 180 Grad, so dass die Motive auch aus ungewöhnlichen Perspektiven bequem erfasst werden können. Die besonders hohe Schaltgeschwindigkeit des AMOLED-Monitors gewährleistet zudem eine ruckelfreie Wiedergabe bewegter Bilder. Das zahlt sich bei der NX100 aus, denn die neue Samsung Systemkamera nimmt HD-Videos im Format 720p (MPEG4) auf; das Autofokus-System führt dabei die Schärfe bei bewegten Motiven nach.

Umfassendes Zubehör

Die Samsung NX100 ist mit der umfassenden Zubehör-Palette der NX-Serie kompatibel. Zusätzlich im Angebot ist ein elektronischer Sucher, der in Verbindung mit der i-Function-Bedienung über das Objektiv besonders sinnvoll erscheint. Auch ein GPS-Modul ist erhältlich. Damit können die Fotos mit Geodaten versehen werden und so den genauen Aufnahme-Standorten zugeordnet werden. Mit dem neuen Aufsteckblitz SEF-15A bietet Samsung zusätzliches Licht in besonders elegantem, kompakten Design.
„Mit der NX-Serie haben wir erstmals CMOS-Sensoren im APS-C Format in der neuen Klasse kompakter Systemkameras etabliert“, erklärte Gerd Weiner, Direktor Sales und Marketing bei Samsung, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Bereits die ersten beiden NX-Modelle haben uns gezeigt, wieviel Potential in diesem Marktsegment steckt. Mit der NX100 erweitern wir die NX-Serie jetzt um ein besonders innovatives Modell, das sich mit Sicherheit auf die Markt- und Absatzzahlen im Weihnachtsgeschäft auswirken wird.“ Die Samsung NX100 ist ab Ende September zum Preis von 649 Euro (mit 20–50 mm ED 1:3,5–5,6 Zoomobjektiv) verfügbar.

Markante Kompakte

Auch im Kompaktkamera-Segment setzt Samsung weiterhin auf eigene Ideen und originelle Features. Eine besondere Erfolgsgeschichte ist die 2View-Technologie, die mit der neuen ST600 in der dritten Generation vorgestellt wird. Mit dem zweiten, jetzt 4,5 cm großen Display auf der Frontseite der Kamera ist die Aufnahme von Selbstportraits besonders einfach. Denn der Fotograf kann den Bildausschnitt jederzeit beurteilen und bei Einsatz des Selbstauslösers den Countdown bis zum Auslösen verfolgen.

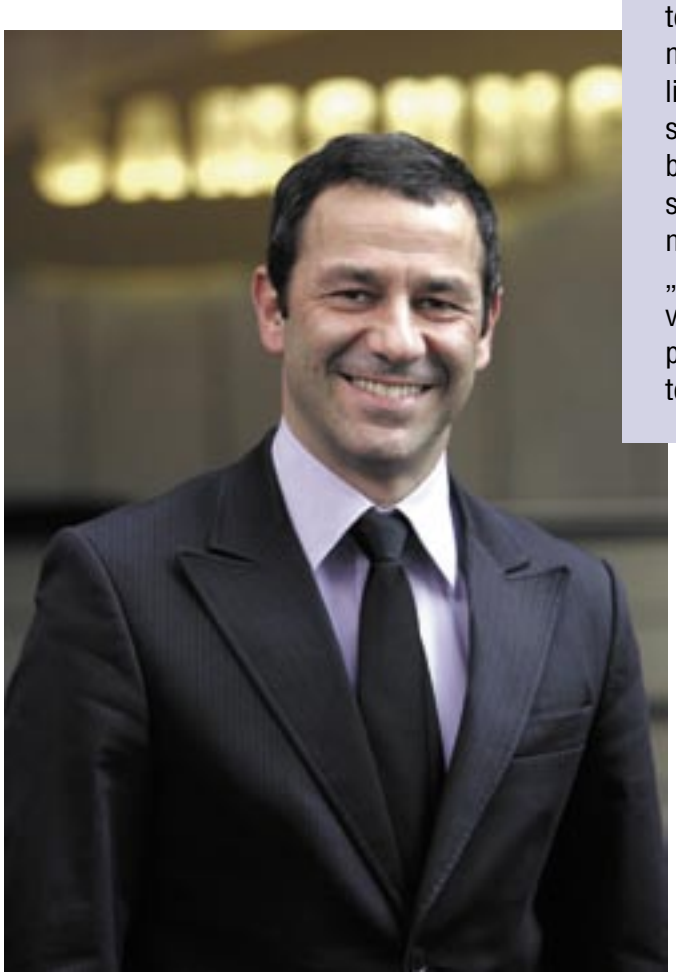
Mit dem integrierten Kinder-Modus macht das Frontdisplay auch den Jüngsten Freude: Lustige Animationen fesseln die Aufmerksamkeit der Kleinen und tragen so zu gelungenen Schnappschüssen bei.

Ein besonders raffinierter Reisebegleiter ist die Samsung WB650, denn sie ist mit einer GPS-Funk-

Das zweite Display auf der Vorderseite der Samsung ST600 macht es kinderleicht, Selbstportraits aufzunehmen.

tion ausgestattet. Damit speichert sie nicht nur die Geodaten des Aufnahmestandorts ab, sondern zeigt mit ihrer interaktiven Landkarte auf dem brillanten AMOLED-Kameradisplay auch sofort den richtigen Kartenausschnitt – und zwar mit den Standorten der bereits aufgenommenen Bilder. Mit 12 Megapixeln und einem 15fach-Zoomobjektiv mit 24 mm Weitwinkel im kompakten Gehäuse sorgt die WB650 für gelungene Fotos.
Eine besondere Delikatesse auf der Kamera-Speisenkarte von Samsung ist die einzigartige EX1 mit ihrem lichtstarken F1,8/24 mm Ultraweitwinkel-Objektiv von Schneider-Kreuznach. Mit der verhältnismäßig geringen Auflösung von 10 Megapixeln auf dem 1/1,7“ großen CCD-Sensor bietet sie auch bei wenig Licht praktisch rauschfreie Aufnahmen und sorgt damit für einen besonders natürlichen Bildeindruck.

Täglich frische News: www.pos-mail.de



Gerd Weiner, Samsung Direktor Sales & Marketing

„Mit unseren innovativen Produkten, die genau auf die verschiedenen Anforderungen unterschiedlicher Zielgruppen zugeschnitten sind, bieten wir dem Fachhandel bedienerfreundliche Gesamtlösungen, die das Verkaufen leicht machen“, betonte Gerd Weiner. „Wir freuen uns darauf, dies den vielen Fachbesuchern auf der photokina ausführlich zu erläutern.“

Mit ihrer eingebauten GPS-Funktion und 15fach Zoom-Objektiv ist die Samsung WB650 ein perfekter Reisebegleiter.

PLUS X AWARD
BESTES PRODUKT
Digitalkamera des Jahres 2010

EISA AWARD
Best Product 2010-2011
ADVANCED COMPACT CAMERA
Samsung EX1

Für fotografische Feinschmecker: Die Samsung EX1 mit ihrem lichtstarken F1,8/24 mm Ultraweitwinkel-Objektiv von Schneider-Kreuznach

allshare

Bilder im Netzwerk

Nach der Integration der Imaging-Sparte in die CE-Division von Samsung will das Unternehmen in Zukunft noch stärker Synergien nutzen. Dazu gehört auch der Ausbau der Vernetzungsmöglichkeiten zwischen Kameras, Camcordern und Produkten aus dem Consumer Electronics-Bereich.

So bietet die Kompaktkamera Samsung ST80 nicht nur die drahtlose Verbindung zum Internet über WLAN, sondern auch die Einbindung ins Heimnetzwerk mit DLNA-Unterstützung. Damit werden die Bilder ganz einfach Bestandteil der Kommunikation in Online-Communities oder via E-Mail. Zudem können sie unkompliziert über das Heimnetzwerk zu anderen digitalen Endgeräten, zum Beispiel Fernsehern, übertragen werden. Mit ihrer umfangreichen fotografischen Ausstattung, 14,4 Megapixeln und 3fach-Zoomobjektiv sowie der HD-Video-Funktion (720p) bietet die ST80 dafür beste Voraussetzungen.

Das gilt auch für den neuen Netzwerk-Camcorder HMX-S15, der mit WLAN und DLNA-Unterstützung ebenfalls über hervorragende Netzwerk-Qualitäten verfügt. So können die mit dem 10 Megapixel CMOS-Bildsensor in Full-HD aufgenommenen Filme mit der „Play to TV“-Funktion direkt auf entsprechend ausgestatteten Fernsehgeräten dargestellt werden. Dank DLNA können die Bilder auch an entsprechenden Access Points über WLAN zu anderen Endgeräten, zum Beispiel SmartPhones oder Notebooks, übertragen werden.

Besonders komfortabel funktioniert die Einbindung von Kameras und Camcordern mit dem neuen 3D LED-TV C9090 von Samsung. Die Fernbedienung dieses Geräts ist mit einem 7,6 cm großen Display ausgestattet und kann alle auf dem Heimnetzwerk verfügbaren Inhalte vorab zeigen. Der Nutzer kann also bequem eine Vorauswahl treffen, welche Inhalte auf dem großen Bildschirm abgespielt werden sollen. Möglich wird das durch die von Samsung entwickelte AllShare-Technologie, die das Zusammenspiel unterschiedlicher Geräte besonders komfortabel gestaltet. Die Premium-Fernbedienung ist auch für Fernsehgeräte der Samsung-Serien C7700 und C8790 als Zubehör erhältlich.

PoS-MAIL INHALT

Grußworte zur photokina 2010 von Christoph Thomas und Oliver P. Kuhrt ... 4

Aktuell ... 5, 22

photokina gibt Anregungen fürs Weihnachtsgeschäft ... 6

Fujifilm Finepix Real 3D W3 für Fotos und Videos ... 8

Neue Camcorder von JVC: Bildqualität und Speicherkompetenz ... 9

Pioneers AV-Receiver mit 3D-Unterstützung ... 9

General Imaging mit rasantem photokina-Stand ... 10

Neue Kodak Software beflügelt das Bildergeschäft ... 11

PoS-MAIL Serie: Home Cinema – vom Heimkino-System für Einsteiger bis zum privaten Filmpalast ... 12

Satellitentechnik ... 14

Toshiba verbindet japanische Technologie mit dänischem Design ... 15

Navigation ... 16

Sennheiser Headsets für das iPhone 4 ... 17

UE-Neuheiten ... 17, 34

Unter dem Funkturm: IFA 2010 ... 18

Neue Aufbewahrungssysteme von Schnepel ... 21

Vogel’s entwickelt innovative Befestigungslösungen für das iPad ... 21

Neuer Kaffeevollautomat Melitta Caffeo CI ... 21

Bilora Fototaschen ohne Schadstoffe ... 22

Philips präsentiert in Zusammenarbeit mit O’Neill robuste Lifestyle Kopfhörer ... 23

Ein IFA-Besuch aus der Sicht eines Designers ... 24

Entertain-Kunden können 3D-Inhalte abrufen ... 25

Mit Vodafone ein Heimnetzwerk einrichten ... 25

TK-Neuheiten ... 26

Garmin schaltet neues Online-Partnerportal frei ... 27

Auch Samsungs Telekom-bereich steigt in das Geschäft mit Tablets ein ... 28

Toshibas neues Media-Tablet Folio 100 ... 28

IT-Nachrichten/Neuheiten ... 29

Der SyncMaster FX2490HD LED von Samsung ist PC und Fernsehgerät ... 30

SD-Karten werden immer schneller ... 31

Studie von gfu und BVT sagt der Heimvernetzung großes Marktpotential voraus ... 31

IFA wird für Haushaltsgerätehersteller immer wichtiger ... 32

Kleinanzeigen ... 35

Impressum ... 35

Grußwort von

Christoph Thomas,

Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Mit der Digitalisierung der Fotografie hat diese nicht nur Quantensprünge vollzogen, sondern ist facettenreich wie noch nie. Im Sekundentakt, so scheint es, kommen Innovationen auf den Markt, die diesen nachhaltig bereichern und für Industrie und Handel eine enorme Wertschöpfung bieten. Aber nicht nur das. Auch die Optionen der Verknüpfung von Foto und Imaging mit anderen Branchen waren noch nie so vielfältig wie heute und generieren Wachstum.

Die größte Herausforderung für den Handel sehe ich derzeit darin, bei der Vielzahl an Möglichkeiten die entsprechenden für sich zu erkennen. Die photokina, als weltweit einzige Plattform, die die gesamte Bandbreite der Foto- und Imagingbranche abzudecken versteht, kann dabei helfen. Sie zeigt die Trends und ist Kommunikationsplattform für neue Geschäftsmodelle. Wer wissen will, wohin die Foto- und Imaging-Reise geht, für den ist die photokina ein Muss.

Die Digitalisierung hat die Fotografie nicht nur belebt, sondern einen großen Wandel in der Nutzung, der Verbraucherstruktur und in den Möglichkeiten herbeigeführt. Ich betrachte dies als ein großes Glück und große Chance für Industrie und Handel. Mit unseren technischen Innovationen ist es uns gelungen, dass die Fotografie zu einem Lifestyle-Produkt avanciert ist, das alle Verbrauchergruppen anspricht. Wir haben die Jugend auf unserer Seite – damit ist dem Handel der Nachwuchs sicher, und aus dem Fußball beispielsweise wissen wir, dass darin der Erfolg für die Zukunft begründet liegt. Kameras sind zudem zu ständigen Begleitern geworden. Über 1.000mal in der Sekunde macht es allein in Deutschland „Klick“. In analogen Zeiten lagen wir bei 100 „Klicks“ in der Sekunde. Und noch eine Änderung können wir mit der Digitalisierung ausmachen: Verbraucher wünschen sich alle drei bis fünf Jahre eine neue Kamera und professionalisieren ständig ihr Equipment.

Der Handel ist entscheidender Meinungsbildner. Mit seinem Know-how kann er Wertschöpfung generieren, indem er Verbraucher über die enorme Bandbreite informiert, die Foto und Imaging heute ausmacht. Selbst, wenn Technologien schon einige Zeit auf dem Markt sind, so lehrt uns die Erfahrung, dass Verbraucher diese noch nicht unbedingt verinnerlicht und gelernt haben. Im privaten Bereich mache ich immer wieder die Erfahrung, dass wir oftmals viel zu viel voraussetzen, weil wir in der Branche

arbeiten. Das Geschäft hört beim Kamerakauf nicht auf – das Gegenteil ist der Fall: Es fängt dort erst an. Verbraucher lieben Bilder, sie leben mit diesen und sie brauchen sie um sich herum.

Christoph Thomas,
Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

photokina 2010 – „Imaging is more"

Grußwort von

Oliver P. Kuhrt,

Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

Herzlich willkommen zur photokina 2010 in Köln!

Ich freue mich, Sie zur „World of Imaging“ in Köln begrüßen zu können. Die photokina bietet Ihnen in diesem Jahr eine Angebotsfülle, die ihresgleichen sucht. Die digitale Fotografie boomt weltweit, und neue Angebotsbereiche erweitern das Marktspektrum des Imaging kontinuierlich. Entsprechend dynamisch und glanzvoll präsentiert sich Ihnen die photokina 2010.

Daher möchte ich Sie einladen, die einzigartige Gelegenheit zu nutzen, sich umfassend über Produktneuheiten für Consumer und Profis zu informieren, neue Branchentrends kennenzulernen und neue Kontakte zu knüpfen.

Das Motto der photokina „Imaging is more“ verdeutlicht die Bandbreite dieses Marktes, der heute weit über die Fotografie hinaus in Bereiche der Unterhaltungselektronik, Drucktechnik, Informationstechnik und Telekommunikation hineinreicht.

Rund 1.300 Anbieter aus über 50 Ländern – darunter ausnahmslos alle Global Players der Foto- und Imaging-Industrie, führende Anbieter der Unterhaltungselektronik, der Drucktechnik und der IT- und TK-Industrie sind dabei. Sie alle werden dem internationalen Fachpublikum ein immer komplexeres Produktspektrum an Bildtechnik und Bildanwendung für Consumer und Professionals präsentieren. Keine andere Messe bietet dieses lückenlose Angebot rund um das Medium Bild und die Foto- und Imaging-Branche.

Die photokina wird damit ihrem Ruf gerecht, die globale Leitmesse für die Bildtechnik und Bildanwendung zu sein. Denn sie ist die einzige Messe weltweit, die den Imaging-Markt in allen Facetten umfasst. Dies wird mehr denn je durch die Internationalität der ausstellenden Unternehmen unterstrichen. Rund 60 Prozent der Anbieter kommen aus dem Ausland.

„Imaging is more“ gilt aber auch für das umfangreiche Eventprogramm der photokina mit Informationen, Vorträgen, Diskussionen, Workshops, Erlebniswelten und kulturellen Highlights.

In diesem Sinne möchte ich Sie einladen, sich von der World of Imaging inspirieren zu lassen und wünsche Ihnen eine erfolgreiche photokina 2010.

Oliver P. Kuhrt,
Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

PoS Aktuell

Sony mit besonderem Angebot für 3D-Fans

Wer bis zum 30. September 2010 bei einem Sony Deutschland Handelspartner, der am selektiven Distributionskonzept teilnimmt, einen 3D Bravia LCD-Fernseher der HX8-Serie kauft, bekommt einen 3D-Blu-ray-Player von Sony oder die PlayStation 3 geschenkt. Seit dem 27. August 2010 können alle Interessierten bei Handelspartnern von Sony Deutschland, die am selektiven Distributionskonzept teilnehmen, beim Kauf eines 3D-LCD-Fernsehers der HX8-Serie in 40 oder 46 Zoll wählen, ob sie zum Fernseher lieber eine PlayStation 3 (120 GB) oder den Blu-ray-Player BDP-S570 kostenfrei mitnehmen möchten. Ohne Aufpreis sorgt Sony Deutschland zudem für passende 3D-Spiele oder -Filme. Zum Blu-ray-Player gehört der 3D-Titel „Deep Sea“ und zur PlayStation 3 ein Download-Gutschein, mit dem im PlayStation Network vier 3D-Demo-Spiele kostenlos heruntergeladen werden können: Wipeout HD, Motorstorm Pacific Rift, PAIN und Super Stardust HD. Bei allen Games ist zumindest ein 3D-Level spielbar. Um alle, die sich für 3D interessieren, auf die zeitlich eng begrenzte Aktion aufmerksam zu machen, begleitet Sony Deutschland die Kampagne mit umfangreicher Online-Werbung und unterstützt seine Handelspartner mit aufmerksamkeitsstarkem PoS-Material. Als exklusive Werbemittel stehen Dispenser, Einleger, Plakate sowie mehrseitige Flyer mit Hintergrundinformationen zur Aktion bereit. www.sony.de

Samsungs Fernseher bieten maxdome Online-Videothek mit über 30.000 Inhalten

Maxdome und Samsung kooperieren, um Samsung TV-Nutzern zukünftig diesen individuellen Filmgenuss auf Knopfdruck bereitzustellen. Zukünftig können Besitzer eines in 2010 auf den Markt gebrachten Samsung TV-Modells mit Internet@TV-Funktion Video-on-Demand aus Deutschlands größter Online-Videothek maxdome genießen. Dieser Service soll bis Ende des Jahres eingerichtet werden. Die Internet@TV-Funktion ermöglicht Nutzern den Zugriff auf beliebte Internetinhalte, bequem von der Couch aus. Über die HDTV-fähige Samsung Apps Galerie steht eine Vielzahl bekannter Dienste zur Auswahl, die Nutzer individuell installieren können. Auf Knopfdruck gelangen so die neuesten Nachrichten oder Wetterprognosen auf den großen TV-Bildschirm. Darüber hinaus steht der Kommunikation über das Fernsehgerät dank Facebook, Twitter oder Skype nichts im Wege. In über der Hälfte der aktuellen Samsung TV-Serien ist Internet@TV integriert. Zusätzlich zum klassischen TV-Gerät können beliebte Internetinhalte auch mit Samsungs aktuellen Blu-ray-Playern oder Blu-ray-Heimkinoanlagen schnell und einfach bereitgestellt werden. www.samsung.de

Sharp begrüßt das EU Energieeffizienz-Label für TV-Geräte

Das EU Energieeffizienz-Label TV ist eine wichtige Entscheidung für die Zukunft. Das europäische Energieeffizienz-Label informiert die Verbraucher auf einen Blick über den Ressourcenverbrauch vieler elektronischer Produkte – und das bald auch im Bereich der „Braunen Ware“. Für Sharp ist das EU Energieeffizienz-Label ein wichtiges Kommunikationsinstrument. Der technische Fortschritt machte noch kürzlich eine Anpassung der Rahmenrichtlinie noch vor dessen Inkrafttreten notwendig: Neben verschärften Messwerten innerhalb der bestehenden Produktklassen beinhalten die Neuerungen auch eine Ausweitung der Kennzeichnungspflicht auf alle „Energierelevanten-Produkte“ mit einem wesentlichen Einfluss auf den Verbrauch von Energie. Für die Dauer eines Jahres nach Veröffentlichung der Verordnung – voraussichtlich ab dem 4. Quartal 2010 – kann das Label freiwillig von den Herstellern verwendet werden. Danach muss jedes Fernsehgerät zeigen, was es kann. Ein Jahr später sind die Hersteller verpflichtet, jedem neu in den Markt eingeführten Gerät das neue Label beizufügen und es gemeinsam mit dem zugehörigen Datenblatt dem Händler zur Verfügung zu stellen. Der Händler muss das entsprechende Label sichtbar an allen im Verkaufsraum ausgestellten Geräten anbringen und das Datenblatt vorrätig halten. Sharp geht davon aus, dass nach heutigem Stand eine Vielzahl seiner aktuellen Aquos LCD-TVs vom Start weg sehr gut eingestuft sein werden. Das Unternehmen wird das Label in naher Zukunft an den PoS und in die weitere Kommunikation bringen. Auf der IFA wurde im Fachhandelszentrum den Kunden die voraussichtliche Art der Kennzeichnung schon gezeigt. Dem Verbraucher bringt das neue EEL in erster Linie Transparenz und Sicherheit. Es ist ein gelerntes Logo, das ja bereits im Bereich der Weißen Ware einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht hat. Im Bereich der Weißen Ware achtet der Konsument bereits extrem auf das Logo. Sharps TV-Geräte mit Quattron Technologie arbeiten mit geringem Stromverbrauch. Ein Beispiel aus der aktuellen Liste des BUND mit den Energieverbrauchswerten: Ein aktueller TV mit Quattron Technologie aus dem Sharp LineUp in der Größe 52“ verbraucht 72 Watt. Der nächstplatzierte TV eines Wettbewerbers verbraucht schon 103 Watt, das sind über 40 Prozent Mehrverbrauch. Ein starkes Argument für das Sharp-Produkt, heißt es seitens des Unternehmens. Sharp möchte sein Bekenntnis zur Energieeffizienz intensiv kommunizieren. Das Unternehmen möchte beweisen, dass man in Sachen Energieeffizienz in der Oberliga spielt. www.sharp.de

Plus X Award wieder mit Hall of Fame auf der IFA

Der Plus X Award, der weltweit größte Technologie-, Sport- und Lifestyle-Contest, feierte auf der 50. IFA 2010 die besten und zukunftsweisendsten Markenprodukte des Jahres. Auf über 1.200 qm zeigte der Plus X Award bereits zum sechsten Mal, was prämierte Spitzentechnologie leisten kann. Messebesucher konnten sich in der Hall of Fame vom IFA-Trendthema 3D-HDTV begeistern lassen. Der Hybrid-Receiver und TV-Portal-Spezialist VideoWeb zeigte die einzigartigen Vorzüge der Verschmelzung von Internet und TV – und das nicht nur in hochauflösender Qualität, sondern auch im neuen dreidimensionalen Fernsehformat. Erstmalig auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin: Der Sport-Gerätehersteller IMM Holding GmbH präsentierte das interaktive Sport- und Trainingsgerät twall. Die Kombination aus jahrelanger Erfahrung im Fitnessgerätebereich und innovativer Digitaltechnologie perfektioniert und revolutioniert die Trainingseffektivität. Mit atemberaubenden Shows am Eröffnungstag der IFA stellte HipHop- und Breakdance-Weltmeister Patrick Grigo sein Können an der twall unter Beweis. Star- und Fernsehkoch Mirko Reeh, bekannt aus „Guten Abend RTL“, „Die Koch Arena“ und „Hessen à la carte“, der erfolgreichsten und ältesten Kochsendung, zeigte in der Plus X Award-Hall of Fame, was mit innovativen Küchengeräten alles möglich ist. Messebesucher konnten sich täglich mit frisch zubereiteten Snacks und kreativen Leckerbissen, zubereitet vom Starkoch persönlich, verwöhnen lassen. Außerdem feierten die beiden digitalen Plattformen Premiumprospekt.de und Prospektpiraten.de auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin ihre Premiere. www.plusxaward.de

Christian Luecke jetzt bei Samsung

Christian Luecke ist seit Anfang September 2010 neuer European Sales und Marketing Direktor Retail bei Samsung Electronics, mit Sitz in Chertsey, UK. Luecke blickt auf mehr als zehn Jahre Erfahrung im Bereich ConsumerElectronics zurück. Zuletzt war er Director Marketing TV & Online Marketing bei Sony Europe.

Christian Luecke

www.samsung.de

Panasonic eröffnet europäisches 3D Innovation Center

Panasonic eröffnet in Wiesbaden sein europäisches 3D Innovation Center. Ziel ist es, die Geschäfte mit 3D-Produkten weiterzuentwickeln und zu unterstützen. Nach dem Start des ersten 3D Innovation Center in Japan im Juli 2010 wird Panasonic weitere regionale Center eröffnen. Auf den Europa-Start am 1. Oktober wird Nordamerika in Kürze folgen. Die 3D Innovation Center werden die Geschäftsbeziehungen vor Ort pflegen sowie regionale Forschungsansätze unterstützen und Marktforschung betreiben. Panasonic erwartet ein sprunghaftes Wachstum im Geschäft mit 3D-Hardware: Bis 2012 rechnet das Unternehmen mit einem Absatzanstieg von mehr als 500 Prozent in den Bereichen 3D-Unterhaltungselektronik, -Inhalte und großformatige 3D-Displays im B2B-Geschäft. Um dieses Wachstum zu unterstützen, arbeiten die 3D Innovation Center in Europa und Nordamerika eng mit der Zentrale in Osaka, Japan, zusammen. www.panasonic.de

expert AG kooperiert mit meistro Energie GmbH

Seit dem 1. August 2010 kooperiert die expert AG mit der meistro Energie GmbH. „Dank des Rahmenvertrages mit der meistro Energie GmbH können unsere Mitgliedsunternehmen sowohl ihre Strom- und Erdgaskosten als auch die Umweltbelastung reduzieren“, so Ralf-Udo Müller, Leiter Organisation expert AG. Durch die Kosteneinsparungen im Energiebereich können die Elektronikhändler von expert das eingesparte Geld in anderen Bereichen investieren, heißt es in einer Pressemitteilung. Der Rahmenvertrag läuft zunächst über zwei Jahre. www.expert.de

Im Herbst 2010 startet Sonys Serviceplattform „Qriocity“ in Deutschland

Mit der neuen Online-Serviceplattform „Qriocity“ macht Sony den nächsten Schritt in Richtung Internet: Mit „Video On Demand“ und „Music Unlimited powered by Qriocity“ werden zukünftig auf fast allen aktuellen Heimkino-Produkten von Sony Hunderte von Kinofilmen sowie Millionen Songs aus dem Internet auf Knopfdruck abrufbar sein. Videos, Spiele sowie Musik immer und überall verfügbar machen – das möchte Sony mit seiner Online-Serviceplattform „Qriocity“ erreichen. Bereits im November 2009 angekündigt, wird die Vision jetzt für Europa Wirklichkeit. Noch in diesem Herbst wird Sony mit „Video on Demand powered by Qriocity“ den ersten neuen Service der „Qriocity“ Plattform in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien starten. Jeder Nutzer eines netzwerkfähigen Bravia LCD-Fernsehers, eines Blu-ray-Players oder eines Blu-ray Heimkino-Systems von Sony aus dem Jahr 2010 kann dann auf Knopfdruck kostenpflichtig Kinofilme aus dem Internet direkt in sein Wohnzimmer streamen. Das bedeutet: Die Filme werden nicht heruntergeladen, sondern „in Echtzeit“ aus dem Internet abgespielt. Zur Auswahl stehen hunderte Filme von 20th Century Fox, Lionsgate, Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. (MGM), NBC Universal International Television Distribution, Paramount Pictures, Sony Pictures Home Entertainment, The Walt Disney Company, Warner Bros. Digital Distribution und der wichtigsten deutschen Studios. Die meisten Videos sind sowohl in Standard Definition als auch High Definition abrufbar. Zusätzlich zum Online Video-Leihservice plant Sony, bis Ende des Jahres über die „Qriocity“ Plattform einen rein online-basierten digitalen Musikservice in Europa auf den Markt zu bringen: „Music Unlimited powered by Qriocity“. Besitzer von netzwerkfähigen Sony Produkten erhalten damit 24 Stunden täglich, sieben Tage die Woche, Zugang zu Millionen von Songs, die im Netz gespeichert und synchronisiert werden. Musikliebhaber können sich zudem ihre eigenen Musikkanäle schaffen, die nur die Songs spielen, die sie wirklich interessieren. Einzige Voraussetzung ist die Anbindung des jeweiligen Gerätes ans Internet. Zum Start soll der Service auf folgenden Produkten von Sony verfügbar sein: Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray-Player und Blu-ray Heimkino-Systeme von Sony aus dem Jahr 2010 sowie PlayStation 3 Konsolen und VAIO Notebooks. Später sollen weitere DLNA-fähige Produkte von Sony eingebunden werden. Mittelfristig soll auch der Reader von Sony im Rahmen von „Qriocity“ integriert werden. www.sony.de

photokina gibt Anregungen fürs Weihnachtsgeschäft

Umsatzbringer Systemkameras

Trotz des Marktdrucks und der kurzen Produktzyklen bleibt die photokina die Top-Neuheitenmesse für die Imagingbranche. Viele Hersteller haben bereits im Vorfeld neue Kameras präsentiert – weitere Highlights wird es sicherlich auf der Messe selbst noch geben. Als absoluter Trend kristallisieren sich seit geraumer Zeit die Systemkameras heraus. Sehr zur Freude des Handels verkaufen sich nicht nur die Gehäuse mit dem üblicherweise im Kit präsentierten Standardobjektiv hervorragend, sondern auch zusätzliche Objektive und Zubehörprodukte wie Blitzgeräte, Stative, Speicherkarten und Taschen lassen die Kassen klingeln. Inzwischen gibt es auch im jungen Markt der spiegellosen Systemkameras mit Wechseloptiken hinreichend Auswahl, und mit den neuen Alpha 33/55, die mit einem halbdurchlässigen Spiegel ausgerüstet sind, hat Sony der Kategorie Systemkameras ein weiteres Segment hinzugefügt.

Ein Besuch der photokina sollte in diesem Jahr für alle Händler von Imagingprodukten Pflicht sein, denn nicht nur bei der Hardware kann sich der Besucher aus dem Handel dort einen umfassenden Überblick verschaffen, auch beim Zubehör und den vielfältigen Bilddienstleistungen – hier dürfte vor allem der Bereich des schnellen Bildes am Point of Sale mit einer Vielzahl von Neuheiten und Weiterentwicklungen aufwarten – wird ihm die Messe eine Fülle von Anregungen für das Weihnachtsgeschäft geben.
Auf dieser und der nächsten Seite geben wir einen kleinen Einblick in die Neuheiten, die bereits vor der photokina bekannt gemacht wurden.

Canon

Bei Canon löst die EOS 60D die EOS 50D ab. 18 Megapixel, APS-C-Sensor, DIGIC-4-Bildprozessor und 5,3 Bilder pro Sekunde sind nur einige der Leistungsmerkmale der neuen Kamera. Zur Ausstattung gehört darüber hinaus ein dreh- und schwenkbares LC-Display. Das Display ist 3,0”/7,62 cm groß, hat 1.040.000 Bildpunkte und ist reflexionsarm und wasserabweisend. Seine optimierte Vergütung erleichtert die Lesbarkeit auch an hellen Orten und aus verschiedenen Blickwinkeln.
Im Live-View-Modus erscheint das Motiv in Echtzeit auf dem Monitor.
Für die vereinfachte Anwendung kreativer Effekte gibt es neue Möglichkeiten. Um neben der reinen Bildinformation auch die Atmosphäre einzufangen, kann die Aufnahme an Beleuchtung und Motivart in den Modi Porträt, Landschaft, Nahaufnahme, Sport, Nachtschnappschuss oder Auto angepasst werden. Zur Nachbearbeitung der Aufnahmen stehen in der Kamera einige neue Kreativfilter bereit. Der leistungsstarke DIGIC-4-Prozessor verarbeitet auch RAW-Daten.
Die EOS 60D hat eine Moviefunktion für 1.920 x 1.080p Full-HD-Movies mit einer wählbaren Bildfrequenz von 30, 25 oder 24 Bildern pro Sekunde. Für Videos in 720p-Auflösung stehen Bildraten von 60 oder 50 Bildern pro Sekunde zur Verfügung. Mit der Movie-Ausschnitt-Funktion kann eine Aufzeichnung in VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) mit siebenfacher Telewirkung über die Sensormitte erfolgen.

Nikon

Nikon hat mit der D3100 als Nachfolgemodell der D3000 seine erste Einsteiger-DSLR-Kamera mit Full-HD-Video und Live-View-Funktion ins Programm genommen. Die D3100 ist mit einem 14-Megapixel-CMOS-Sensor im DX-Format ausgestattet und hat jetzt auch eine Live-View-Funktion inklusive permanentem Autofokus (AF-F). Neben der Auflösung wurde auch die Empfindlichkeit erhöht. In der Einstellung „H2“ stehen ISO 12.800 zur Verfügung. Der ebenfalls neue Expeed-2-Bildprozessor ist um ca. 50 Prozent schneller als der Expeed-1 der D3000. Daneben bietet die Kamera zahlreiche Verbesserungen, die das Fotografieren speziell für Einsteiger noch einfacher machen. Dazu gehören auch die erweiterte „Guide-Funktion“, die mit einem verbesserten Dialog den Anwender unterstützt, schnell und bequem die richtige Einstellung für die vorhandene Aufnahmesituation zu finden, sowie eine erweiterte Gesichtserkennung.
Ferner wurde die Motiverkennung verbessert, deren Leistungssteigerung bei Autofokus, Belichtung und Weißabgleich deutlich spürbar wird.
Ebenfalls ist die D3100 mit einem umfangreichen Bildnachbearbeitungs-Menü und Optionen zur Bildoptimierung ausgestattet, die individuell justier- und speicherbar sind.
Erstmals hat Nikon eine Full-HD-Movie-Funktion integriert, mit der sich qualitativ hochwertige Videoclips mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln bei 24 Bildern/Sekunde aufnehmen lassen. Die HDMI-Schnittstelle der Kamera ermöglicht es, Fotos und Videos auf kompatiblen TV-Geräten zu betrachten.

Olympus

Olympus setzt mit der E-5, Nachfolgerin der erfolgreichen E-3, ein neues Flaggschiff an die Spitze des E-Systems. Die Neue ist mit einem leichten, magnesiumlegierten Gehäuse ausgestattet, das sie vor Staub und Spritzwasser schützt. Die Basis für detaillierte und scharfe Bilder bilden der 12,3 Megapixel High Speed Live MOS-Sensor und der TruePic V+ Prozessor. Ihre Zuverlässigkeit beweist die E-5 vor allem beim Einsatz in rauen Umgebungen. Hier bietet das leichte Gehäuse Schutz gegen die Unbillen des Wetters und gegen unwirtliche Aufnahmebedingungen. Auch der bislang konkurrenzlose Sensor-Staubschutz durch den Supersonic Wave Filter erhöht die Zuverlässigkeit des neuen Profimodells.
Der TruePic V+ Bildprozessor mit Fine-Detail Processing Technologie erzeugt durch einen neuen Algorithmus den Eindruck einer höheren Auflösung im Vergleich zu Bildern anderer Kameras mit der gleichen Pixelanzahl. Er sorgt zudem für eine detailliertere Farbwiedergabe und verringert Moiré-Effekte. Zusammen mit dem 12,3-Megapixel-Sensor entstehen so Aufnahmen in höchster Bildqualität. Ferner ist eine Empfindlichkeit von bis zu ISO 6.400 möglich.
Kabellose Blitzsteuerung, Mehrfachbelichtung und zehn Art Filter

Neue Sony Systemkameras setzen einen teildurchlässigen Spiegel ein

Besondere Aufmerksamkeit gebührt auf der photokina den beiden neuen Modellen Sony Alpha 33 (offizielle Bezeichnung SLT-α33) und Alpha 55 (SLT-α55). Diese kommen als Evolution bestehender SLR-Systeme mit einem teildurchlässigen Spiegel auf den Markt und sollen Hobbyfotografen ansprechen, die höchste Qualitätsansprüche an ihre Fotos und Videos stellen, Wechselobjektive verwenden möchten und zugleich einen leichten, kompakten Kameratyp bevorzugen. Wichtigste Neuerung und Basis dafür, dass die beiden Kameras leicht und kompakt sind, ist der teildurchlässige Spiegel (translucent mirror), der den traditionellen Klappspiegel ersetzt. Der in beiden Modellen eingesetzte Spiegel lässt das Licht zum Bildsensor und parallel auch zum Autofokus-System durch. Da der klassische Klappmechanismus wegfällt, benötigt das neue optische System nicht nur weniger Platz und verbraucht weniger Energie, sondern kann auch schneller arbeiten. So ist die Alpha 55 in der Lage, bis zu zehn Bilder pro Sekunde aufzunehmen, der Alpha 33 gelingen sieben Aufnahmen je Sekunde; beides mit einem neuentwickelten kontinuierlichen Autofokus. Dieser stellt im Videobetrieb (beide Modelle filmen mit 1.080i im AVCHD-Format) als Quick AF Movie auch bewegte Objekte sowohl auf dem Display als auch im elektronischen Sucher der Kamera in optimaler Schärfe und in Echtzeit dar. Vom schnellen Autofokus profitiert schließlich auch der LiveView: Der Fotograf kann das Motiv schneller begutachten und die Effekte einzelner Einstellungsänderungen live im Sucher oder auf dem 3,0”/7,6 cm großen Xtra Fine LCD-Monitor mit 921.600 Punkten verfolgen. Der Monitor zeigt das Bild identisch zum Sucher an. Er lässt sich um insgesamt 180 Grad nach unten und oben klappen und um 270 Grad schwenken. Die SLT-α33 arbeitet mit einer Auflösung von 14,2 Megapixeln effektiv, die SLT-α55V mit 16,2 Megapixeln effektiv.

erhöhen die kreativen Möglichkeiten. Mit der E-5 debütiert auch der Dramatic Tone Art Filter, der mit nur einer Aufnahme ein realistisch anmutendes HDR-Bild erzeugt. Alle Art Filter können auf Fotos und bei HD-Videos angewendet werden. Ein integriertes Mikrofon, Stereomikrofonbuchse, HDMI-Schnittstelle sowie Kartenfächer für SD und CompactFlash sorgen für Flexibilität beim Filmen und Fotografieren.

Der Bildstabilisator Supersonic Wave Drive und ein schnelles AF-System mit elf Kreuz-Sensoren fangen schnellste Bewegungen ein. Der Fokuspunkt wird anhand horizontaler und vertikaler Sensorlinien und insgesamt 44 verschiedener Punkte berechnet. So sind Verschlusszeiten von bis zu 1/8.000 Sekunde und Serienfotos mit bis zu fünf Bildern pro Sekunde möglich. Die Wahl des Bildausschnitts erfolgt mit Hilfe des schwenkbaren 3”/7,62 cm-VGA-LCDs mit einer Auflösung von 921.000 Pixeln oder über den Sucher mit 100prozentigem Sucherbildfeld.

Sony

Ein weiterentwickelter Bildsensor, eine deutlich verbesserte Serienbildaufnahme und eine Full-HD-Video-Funktion sind die herausstechenden Merkmale der neuen Alpha 580 und Alpha 560 von Sony. Der weiterentwickelte Exmor APS HD CMOS-Sensor in APS-C-Größe ermöglicht im Zusammenspiel mit dem bekannten Bionz Bildprozessor schnelle Serienbildaufnahmen. Die α560 (14,2 Megapixel) und die α580 (16,2 Megapixel) nehmen bis zu sieben Fotos pro Sekunde auf – im Live-View-Modus bis zu drei Bilder je Sekunde.

Mit der α560 und α580 gelingen auch Videos mit Unschärfe-Effekten im Motiv-Hintergrund. Die neuen DSLR-Kameras filmen Videos in Full-HD bei einer maximalen Auflösung von 1.920 x 1.080 im AVCHD-Format (50 Halbbilder pro Sekunde). Wer Videos im MPEG4-Format bevorzugt, kann diese in HD mit einer Auflösung von 1.440 x 1.080 und 25 Vollbildern pro Sekunde aufzeichnen.

Der integrierte optische Sucher lässt 95 Prozent des Motivausschnitts erkennen. Ein hundertprozentiges Blickfeld bietet der Xtra Fine LCD-Monitor. Auf seinem 3,0”/7,6 cm-Display lassen sich dank einer Auflösung von 921.600 Punkten alle Fotos detailliert anzeigen. Zusätzlich kann der Monitor um jeweils 90 Grad ab- oder aufwärts geschwenkt werden. Der Nutzer kann auf eine elektronische Wasserwaage zugreifen, um seine Aufnahmen

gerade auszurichten. Optional einblendbare horizontale, vertikale und diagonale Führungslinien stehen bei Bedarf ebenfalls bereit.

Zur Ausstattung beider Neuheiten gehört darüber hinaus die Funktion für 3D-Schwenkpanoramen. Drückt der Fotograf im 3D-Modus den Aufnahmeknopf und schwenkt die Kamera über das Motiv, entstehen dreidimensionale Panoramen. Zusätzlich erlaubt die Auto HDR-Funktion trotz starker Kontrastunterschiede im Motiv perfekt belichtete Bilder. Ist der Modus aktiviert, nehmen die α560 und α580 drei Fotos mit unterschiedlicher Belichtung auf. Aus diesen drei Bildern errechnet die Kamera automatisch ein HDR-Foto. Bei kritischen Lichtverhältnissen empfiehlt sich der Einsatz der Multi-Frame Rauschunterdrückung. Er nutzt die schnelle Serienbildfunktion der α560 und α580, nimmt sechs Serienbilder auf, und setzt anschließend daraus die gelungenen Teile zu einem finalen Foto zusammen.

Unterstützend wirkt hier die hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 25.600.

Pentax

Pentax positioniert die neue K-r als extrem bedienungsfreundliche Kamera in hochwertiger Vollausstattung für anspruchsvolle Einsteiger und erfahrene SLR-Fotografen. Die K-r verbindet laut Hersteller Hochleistungs-Innovationen unter anderem der Pentax 645D mit der einfachen Handhabung der Pentax K-x. Dieses Modell wurde nicht nur von der TIPA zur besten Einsteigerkamera des Jahres gewählt, sondern sie war auch vielfacher Testsieger in diversen Fach- und Verbrauchermedien. Zudem gilt sie mit ihrem Zwölf-Farben-Konzept als Trendsetter und Impulsgeber für die SLR-Fotografie. Durch die Kombination der guten Eigenschaften wird die neue Pentax SLR-Mittelklasse zu einer außergewöhnlich vielseitigen Kamera. Die wichtigsten technischen Details in Kurzform lesen sich so: neuer, rauscharmer 12,4-Megapixel-CMOS; Bildfolge 6 B/s; HD-Video-Funktion in 16:9 mit 24 Bildern pro Sekunde; Live View über 3”/7,6 cm-TFT Monitor mit Sechsfach-Lupe; HDR-Automatik;

opto-magnetische Shake Reduction (SR); Dust Removal System (DR); Bildstabilisator bis vier Blenden; Empfindlichkeit ISO 100–25.600; fünf Motivprogramme; elf Szenenmodi.

Bei den kompakten Digitalkameras kurbeln Modelle für Outdoor-Aktivisten und edle Designerstücke die Nachfrage an

Der Trend hin zu Systemkameras – gleichgültig, ob mit oder ohne Spiegel – ist jedoch nicht der einzige Trend, der derzeit die Nachfrage in der Fotobranche ankurbelt. Auch die kompakten Digitalkameras unterliegen Trends, die sich positiv auf die Verkaufszahlen auswirken. Einer davon ist der Trend zu robusten, wasser- und stoßfesten Kompakten für extreme Fotosituationen.

Das gemeinsame Kennzeichen aller Kameras dieser beliebten Kategorie für Aktivisten ist ihre besondere Robustheit gegenüber Umwelteinflüssen. Sand, Feuchtigkeit, extreme Hitze und Kälte können ihnen nichts ausmachen. Doch gibt es große Unterschiede, wieviel und was genau die einzelnen Modelle tatsächlich aushalten. Äußerlich ist ihnen die spezielle Robustheit kaum noch anzusehen. Kam diese Kameraklasse früher noch in oftmals klobig wirkenden Gehäusen daher, so sind inzwischen echte Designerprodukte auch bei den Outdoor-Spezialisten zu finden.

Für „Wasserratten“ stellt sich bei der Wahl der richtigen Kamera die Frage, ob sie nur spritzwasserabweisend, abwaschbar oder tatsächlich wasserdicht ist. Und auch bei den wasserdichten gibt es noch einmal Unterscheidungen: Hier ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal die Tauchtiefe. Hält die Kamera auch dem höheren Wasserdruck in größerer Tiefe stand oder eignet sie sich nur zum Schnorcheln kurz unter der Wasseroberfläche. Hier sollten Taucher genau auf die Herstellerangaben achten, die im wesentlichen bei den Kompaktkameras zwischen drei bis 30 Metern schwanken.

Doch nicht nur der Grad der Wasserfestigkeit spielt bei den Outdoor-Kameras eine wichtige Rolle. Als Begleiter für alle Freizeitaktionen ist auch die Robustheit und Stoßfestigkeit von Bedeutung. Damit die Modelle auch nach einem Sturz zuverlässig weiter ihren Dienst versehen, sind sie mit einem besonderen Schutz gegen Stoß und Druck ausgestattet. Manche überstehen Stürze aus 1,5 Metern Höhe. Andere vertragen den freien Fall aus bis zu drei und mehr Metern.

Entscheidend für den Einsatz der Kameras in Extremsituationen ist zudem, dass der Suchereinblick auch eine bequeme Bildbeurteilung zulässt und die Bedienungselemente selbst mit Handschuhen oder im Wasser gut zu greifen sind. Hier haben die Displays der Digitalkameras für Unterwasserfotografen eine große Erleichterung gebracht.

Die Outdoor-Kameras taugen nicht nur zur Freizeitbeschäftigung. Auch Architekten, Gutachter und Bauingenieure schätzen ihre besondere Widerstandsfähigkeit. Profi- und Hobbyköche dokumentieren mit ihnen ihre Kreationen, Eltern haben endlich eine sichere Lösung, ihren Kindern den Spaß am Fotografieren zu vermitteln.

Einen weiteren Trend haben die edlen Designermodelle entfacht, die sich durch eine stilvolle Gehäuseform ebenso auszeichnen wie durch eine technisch anspruchsvolle Ausstattung. Da sich über Geschmack trefflich streiten lässt, verfolgen diese Produkte sehr unterschiedliche Stilrichtungen – von der minimalistischen, klassischen Formgebung bis zu einer modischen oder gar avantgardistischen Gehäusegestaltung. An ausgefallenen Materialien wird nirgendwo gespart. Ob es sich um ein ebenso robustes wie leichtes Metallgehäuse aus Titan oder einer anderen seltenen Metalllegierung handelt, um eine spezielle Oberflächenbeschichtung oder eine wertvolle Lederarmierung – hier fehlt nichts, was gut und teuer ist.

Ähnlich unterschiedlich wie ihr Äußeres sind auch die technischen Konzepte, die diese Kameras verfolgen. Manche setzen auf reduzierte Automatik und flexible, individuell steuerbare Einstellungen. Andere wiederum vereinen in ihren eleganten, kompakten Gehäusen modernste Automatik mit größter Funktionsvielfalt und innovativen Bildbearbeitungs- und Kommunikationsmöglichkeiten. Eines aber garantieren alle gemeinsam: höchste Bildqualität und beträchtliche Flexibilität für die individuelle Bildgestaltung. Den besonderen Fokus auf höchste Bildqualität verdeutlicht schon die häufige Wahl von größeren Bildsensoren. Auch wenn die Pixelzahlen meist nicht Rekordhöhen entsprechen, so liegen sie doch im oberen Bereich von zehn Megapixeln aufwärts. Hier versprechen größere Sensorformate höhere Empfindlichkeiten bei deutlich geringerem Bildrauschen.

Traditionell besitzen die Edelkameras aufwendig konstruierte Objektive, mit hoher Abbildungsleistung und überdurchschnittlichen Lichtstärken. Der Priorität auf optimale Bildqualität folgt auch der Verzicht auf extreme Brennweitenbereiche. Bei den Kameras mit Zoom liegen diese im Schnitt zwischen einem 25-mm-Weitwinkel und einem 90-mm-Porträttele. Viele Designerkameras setzen aber auch auf hochwertige Festbrennweiten mit leichter Weitwinkelwirkung und hoher Lichtstärke.

Die anspruchsvollen Designerkameras wenden sich gewöhnlich nur an kleinere Zielgruppen. Dennoch haben sie sich zu einem ernstzunehmenden Umsatzbringer für den Handel entwickelt, denn die Käufer sind bereit, viel Geld für das Produkt auszugeben.

Fujifilm Finepix Real 3D W3 für Fotos und Videos

3D-Generation Nummer zwei

Nach der IFA 2010 setzt mit der photokina die zweite Weltmesse innerhalb weniger Wochen einen ihrer Schwerpunkte auf 3D. Standen in Berlin aber eher Präsentationsmöglichkeiten auf TV-Geräten und Computermonitoren im Mittelpunkt, widmet sich die Kölner Messe vor allem der Aufnahme. Nicht nur bei den verschiedenen Herstellern, sondern auch auf der Sonderschaufläche „World of 3D at photokina powered by ScanBull“ werden die vielfältigen Möglichkeiten der dritten Dimension für Fotografie und Film präsentiert. Besondere Aufmerksamkeit auf seiten der Anbieter dürfte Fujifilm genießen, denn nach der 2008 präsentierten 3D-Kamera Finepix Real 3D W1 ist das Unternehmen in diesem Jahr mit der zweiten 3D-Kameragenerationen in Köln vertreten.

Auf der photokina vor zwei Jahren war die Finepix Real 3D W1 die erste praxistaugliche 3D-Kamera der Consumer Klasse. Seit Herbst 2009 ist das Modell erhältlich – ebenso wie der als Zubehör lieferbare Kartenleser für 3D-TVs und das spezielle 3D-Display zum Betrachten der Bilder.

Finepix Real 3D W3

Die neue Finepix Real 3D W3 kommt mit deutlich weniger Zubehör aus, denn sie kann mit einem HDMI-Kabel ganz einfach an 3D-fähige Fernsehgeräte angeschlossen werden, um die 3D-Fotos und -Videos abzuspielen. Auch die Wiedergabe der Aufnahmen über 3D-fähige PC-Monitore und Beamer ist komfortabel möglich.

3D-Fotografie spricht nicht nur Technik-Enthusiasten an, sondern alle an spektakulären Bildern interessierten Fotografen.

Zwar erlaubte auch die W1 die Wiedergabe über 3D-TVs, doch mussten dazu die Dateiformate zunächst im PC umgewandelt werden. Wie das Vormodell ist auch die Finepix Real 3D W3 mit zwei Dreifach-Zoomobjektiven mit einer Brennweite von 35–105 mm (entsprechend Kleinbild) ausgestattet, hinter denen je ein 10,17 Megapixel CCD-Bildsensor steckt. Das 3“/7,6 cm große Display gibt die dreidimensionalen Bilder und Videos ohne Hilfsmittel in 3D wieder, ist gegenüber der W1 deutlich heller und bietet eine Auflösung von über einer Million Bildpunkten. Die Wiedergabe über den Fernseher erfolgt bei Fotos in Full-HD- und bei Videos in HD-Qualität (720p). Auch bei dieser Kamera setzt Fujifilm die neue intelligente Bildstabilisierung ein.

3D für Fortgeschrittene

Die Finepix Real 3D W3 arbeitet nach demselben Prinzip wie die W1: Die beiden Objektive nehmen simultan das Motiv aus leicht unterschiedlichem Winkel auf, und der Prozessor errechnet daraus ein dreidimensionales Foto. Mit der neuen Kamera ist aber auch ein zeitversetztes Aufzeichnen mit dem linken und dem rechten Objektiv möglich. So wird im „Einzelverschluss 3D Modus“ das zweite Bild erst durch erneutes Drücken des Auslösers aufgenommen.

Diese Funktion kann bei Landschaftsmotiven den 3D-Effekt verstärken und bei Makro-Fotos einen natürlicheren Eindruck erzielen. Im „Intervall 3D Modus“ macht die neue Kamera automatisch zwei Aufnahmen mit einem zeitlichen Abstand, der individuell festgelegt werden kann. Das ist besonders hilfreich bei Aufnahmen aus dem Zug, Flugzeug oder dem Auto, denn so werden 3D-Bilder mit einem extrem weiten Blickwinkel möglich. Bei bestimmten Motiven, zum Beispiel dramatischen Wolkenformationen, die aus dem Flugzeug heraus fotografiert werden, ergeben sich so spektakuläre 3D-Effekte. Die ebenfalls neue „Parallaxen Kontrolle“ ermöglicht es, den Fokuspunkt der 3D-Aufnahmen manuell zu justieren, um den Effekt zu verstärken. Diese Einstellung ist auch nach der Aufnahme möglich, um zum Beispiel das 3D-Bild für den Druck vorzubereiten.

Das Display der Finepix Real 3D W3 zeigt die dreidimensionalen Fotos und Videos ohne Hilfsmittel in 3D.

Printservice

Fujifilm bietet bereits seit einiger Zeit für dreidimensionale Bilder einen Printservice an, und zwar über die Internetseite www.fujifilmreal3D.com. Ein Foto im Standardformat 10 x 15 cm kostet 4,39 Euro, ein 13 x 18 cm Foto 4,69 Euro, jeweils plus Versandkosten von 5,49 Euro pro Auftrag. Zur Zeit werden die Bilder mit einem speziellen Frontier Minilab in Japan hergestellt, entsprechend lang sind die Lieferzeiten.

Fujifilm hat aber jetzt einen speziellen 3D-Printer entwickelt, der die Fotos mit dem Thermosublimationsverfahren auf eine spezielle Linsenraster-Folie druckt. Bei welchen Dienstleistern diese Kiosk-Systeme aufgestellt werden, ist noch nicht entschieden. Hier ist jedoch in absehbarer Zeit mit weiteren Informationen zu rechnen.

Erwartungen übertroffen

Auf einer Pressekonferenz sagte Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm Electronic Imaging in Kleve, die Resonanz auf die Finepix Real 3D W1 habe seit ihrer Markteinführung die Erwartungen weit übertroffen. Die Nachfrage kam dabei nicht nur von 3D-Enthusiasten aus Internet-Communities, sondern auch von zahlreichen Interessenten aus dem Präsentationsbereich. Für die neue Kamera erwarten die Verantwortlichen auch wegen des Booms bei den 3D-TV-Geräten eine noch höhere Nachfrage. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 449 Euro.

www.fujifilm-digital.com

So gelingen 3D-Aufnahmen

Aufgrund der speziellen physikalischen Gesetze, die beim Einsatz von zwei Objektiven für eine Aufnahme gelten, gibt es einige Grundregeln für gelungene 3D-Fotos mit guten Stereo-Effekten.

1. Das richtige Motiv. Am besten wirken 3D-Aufnahmen, wenn das Motiv in mehrere Objekte auf verschiedenen Ebenen gegliedert ist. Grundregel: Einzelportraits oder Paare wirken in 3D natürlich und besser als Gruppenaufnahmen. Bei Landschaftsaufnahmen helfen Blickpunkte im Vorder-, Mittel- und Hintergrund bei der Erzielung eines natürlichen räumlichen Eindrucks. Freistehende oder schwebende Motive (zum Beispiel Seifenblasen oder Ballons) und Wasser (Springbrunnen) eignen sich besonders gut. Grundsätzlich sollte die Entfernung zwischen Hauptmotiv und Hintergrund nicht zu groß sein.

2. Abstand beachten. Um einen guten Stereo-Effekt zu erzielen, sollte der Mindestabstand zum Hauptmotiv zwei Meter betragen. Im Gegensatz zum menschlichen Auge können die fest eingebauten Objektive nicht konvergieren, um auch sehr nahe Objekte räumlich zu betrachten (siehe Graphik rechts). Die optischen Achsen verlaufen anders als beim Auge immer parallel, denn sonst würde es zu Verzeichnungen kommen.

3. Bildausschnitt beachten. Um die räumliche Wirkung nicht zu beeinträchtigen, sollten vom Hauptmotiv keine „wichtigen“ Bildelemente angeschnitten werden. Denn es sieht unnatürlich aus, wenn auf einem aus dem Bildschirm „herausragenden“ Motiv ein Teil fehlt.

4. Filmen. 3D-Fotos sind toll, 3D-Videos sind spektakulär. Denn gerade bei Motiven, die sich bewegen, kommt der dreidimensionale Effekt auf dem 3D-TV besonders gut zur Geltung.

5. Nur Querformat. 3D-Aufnahmen sind nur horizontal möglich, wenn sich der Zuschauer zum Betrachten der Bilder nicht vor den Fernseher legen soll.

Neue Camcorder von JVC

Bildqualität und Speicherkompetenz

Mit dem GZ-HM1 präsentiert JVC einen Full-HD-Speicherkarten-Camcorder mit hoher Bildqualität, praxisgerechter Bedienung und hochwertigem Gehäuse. Der neue GZ-HM550 ist ein handlicher Full-HD-Hybrid-Camcorder mit Bluetooth-Technologie, SD/SDHC-Kartensteckplatz und internem 32-GB-Flash-Speicher.

Das Konzept des neuen Top-Camcorders der Everio HD Produktlinie von JVC orientiert sich an vier Hauptkriterien: höchste Bildqualität, durchdachte Speicherauslegung, innovative Funktionen und vorbildlicher Bedienungskomfort. Nicht nur, dass der GZ-HM1 diese anspruchsvollen Vorgaben rundum erfüllt, er übertrifft sogar die Erwartungen selbst der kritischsten Videofans, heißt es seitens JVC. Der hintergrundbeleuchtete 1/2,3“-CMOS-Sensor mit einer nativen Auflösung von 10,62 Megapixeln und das lichtstarke Konica Minolta HD-Objektiv sind verantwortlich für die brillanten und fein durchgezeichneten Full-HD-Bilder (1.920 x 1.080, 1.080/50p) des GZ-HM1, die an Detailschärfe und Farbechtheit kaum zu übertreffen sind. Die hohe Qualität des Bildsensors und des HD-Objektivs kommt bei den Digitalfotos zum Tragen, die eine

Der GZ-HM1 ist ein Full-HD Speicherkarten-Camcorder mit hoher Bildqualität und benutzerfreundlicher Bedienführung.

Auflösung von „echten“ 10 Megapixeln erreichen. Das Objektiv bietet verschiedene Zoombereiche (10-fach optisch, 16-fach dynamisch und 200-fach digital), so dass selbst große Entfernungen zum Aufnahmeobjekt kein Problem darstellen, zumal der Camcorder einen optischen Bildstabilisator mit Advanced Image Stabilizer-System (A.I.S.) der neuesten Generation an Bord hat, der selbst bei extremen Zoomaufnahmen Verwacklungen ausgleicht. Auch bei schwierigen Lichtverhältnissen sind dank der hohen Lichtempfindlichkeit des Objektivs und des Aufnahmechips sowie durch Zuschalten der sehr effizienten Super LoLUX-Funktion (4 Lux) noch gute Aufnahmen möglich. Sollte das vorhandene Licht wider Erwarten nicht ausreichen, steht ein integrierter automatischer Blitz zur Verfügung. Zur verlässlichen Beurteilung der Bildqualität ist der GZ-HM1 mit einem hochauflösenden LCD-Farbmonitor (207.000 Pixel) ausgestattet. Beim GZ-HM1 setzt JVC auf das inzwischen bewährte und flexible Speicherkonzept: interner Flash-Speicher in Kombination mit SD/SDHC-Karten, wobei der Flash-Speicher mit 64 GB bereits äußerst üppig bemessen ist. Er allein bietet schon die Kapazität zur Aufzeichnung von ca. 8,5 Std. Videomaterial in bestmöglicher Auflösung (UXP). Hinzu kommt die Möglichkeit, SD/SDHC-Karten einzusetzen. Dies eröffnet dem Anwender die Wahl, die beiden Speichermedien je nach seinen individuellen Erfordernissen zu nutzen. Eine Besonderheit stellt dabei die nahtlose Fortsetzung der Aufzeichnung auf dem jeweils anderen Speichermedium beim Wechsel der Speichermedien dar. Der GZ-HM1 ist ab sofort lieferbar: UVP: 1.199,00 Euro.

Der GZ-HM550 ist ein handlicher Full-HD-Hybrid-Camcorder mit Bluetooth-Technologie, SD/SDHC-Kartensteckplatz und internem 32-GB Flash-Speicher.

GZ-HM550

Das Herzstück des GZ-HM550, der 1/2,3 Zoll große hintergrundbeleuchtete 10,6-Megapixel CMOS-Sensor, liefert fein strukturierte Full-HD-Bilder (1.920 x 1.080, 1.080/50p), die sich durch eine besonders hohe Detailschärfe und eine sehr natürliche Farbwiedergabe auszeichnen. Auch die Digitalfotos mit „echter“ 9-Megapixel-Auflösung können sich sehen lassen. Entsprechend hochwertig ist das Objektiv, bei dem es sich um ein sehr lichtstarkes HD-Objektiv von Konica Minolta handelt. Mit dessen verschiedenen Zoombereichen (10-fach optisch, 16-fach dynamisch und 200-fach digital) hat der Videofan praktisch jede Aufnahmesituation im Griff, zumal der Camcorder einen A.I.S.-Bildstabilisator der neuesten Generation an Bord hat, der selbst bei extremen Zoomaufnahmen Verwacklungen ausgleicht. Hinzu kommt, dass durch die hohe Lichtempfindlichkeit des Objektivs und des Aufnahmechips sowie durch Zuschalten der sehr effizienten Super LoLUX-Funktion selbst bei problematischen Lichtverhältnissen noch ausgezeichnete Aufnahmen möglich sind. Sollte das vorhandene Licht immer noch nicht ausreichen, stehen das integrierte Power LED-Videolicht sowie ein integrierter automatischer Blitz zur Verfügung. Der Hauptgrund für die handliche Bauform des GZ-HM550 ist seine Auslegung als SD-Camcorder mit einem SD/SDHC-Kartensteckplatz. Darüber hinaus verfügt er über einen internen 32-GB-Flash-Speicher, so dass selbst extrem lange Aufnahmezeiten kein Problem darstellen. Die unverbindliche Preisempfehlung für den ab sofort lieferbaren Full-HD Doppelspeicher-Camcorder GZ-HM550 beträgt 799,00 Euro.

Pioneers AV-Receiver mit 3D-Unterstützung

Pioneer präsentiert mit dem SC-LX83 einen AV-Receiver, der durch edles Design und Klangkompetenz überzeugt. Dank der Kompatibilität mit der HDMI-Version 1.4a ist sichergestellt, dass 3D-Inhalte aus TV, Spielen oder Heimkino mit einer Auflösung von bis zu 1.080p verarbeitet werden können.

Das Fundament der Systeme SC-LX83 bilden die hocheffizienten Direct Energy HD-Verstärker, die auf analoger Class D-Technologie von ICEpower basieren. Pioneers Implementierung dieser Technologie hat jetzt die vierte Generation erreicht und bietet eine überwältigende Leistung (echte Mehrkanal-Dauerausgangsleistung von 770 Watt über 7 Kanäle beim SC-LX83) ohne jede Verzerrung. Das Precision Quartz Lock System (PQLS) von Pioneer eliminiert beim Einsatz mit einem

SC-LX83

kompatiblen Pioneer Blu-ray Disc-Player Störungen, die durch Laufzeitfehler entstehen (Jitter), so dass eine Wiedergabe mit dynamischer Klangqualität erzielt wird. Beim SC-LX83 wird diese Technologie jetzt außer für PCM-Daten auch für Bitstream-Übertragungen eingesetzt. Das Filmerlebnis ist eindrucksvoller als jemals zuvor, denn durch die Integration neuester Codecs wie Dolby Pro Logic IIz wird ein unglaublich räumliches und tiefes Surround-Klangbild erzielt. Das Streben nach Präzision zeigt sich auch in Pioneers Technologien zur Revitalisierung komprimierter Audioformate. Mit der Funktion Advanced Sound Retriever (ASR) wird die Qualität verlustbehaftet komprimierter Audioformate wie MP3, AAC oder WMA sowie herkömmlicher Mehrkanal-Tonspuren wie Dolby Digital und DTS deutlich erhöht. Mit dieser Pioneer-Technologie erhält jede komprimierte digitale Klangquelle (tragbare Audio- und Disc-Player, digitaler Rundfunk usw.) die bei der Komprimierung verlorengegangene Tiefe und Lebendigkeit zurück. Ähnliche Vorteile bietet Sound Retriever Air, die erste Klangoptimierungstechnologie für Bluetooth. Mit Sound Retriever Air wird der Verlust von Schalldruck und -dichte ausgeglichen und das Übertragungsrauschen erheblich reduziert. Die Auflösung von 1.080p True 24-fps (Frames pro Sekunde) wird durch 36-Bit HDMI Deep Colour-Unterstützung ergänzt, so dass ein Kinoerlebnis mit erstaunlicher Tiefe und Klarheit erzielt wird. Videosignale in Standardauflösung werden durch einen leistungsstarken Video-Upscaler automatisch in 1.080p umgewandelt. Die Kompatibilität mit der HDMI-Version 1.4a macht es möglich, dass 3D-Inhalte aus TV, Spielen oder Heimkino mit einer Auflösung von bis zu 1.080p verarbeitet werden können. Mit der App iControlAV, die als kostenloser Download im App Store verfügbar ist, können Anwender Funktionen wie Lautstärke, Eingänge, Zonen, Ausgangsbalance und vieles mehr mit ihrem iPad, iPhone oder iPod touch bedienen – per Multitouch-Benutzeroberfläche und Beschleunigungssensor. Der SC-LX83 wird mit einer Funkfernbedienung ausgeliefert, die einen großen Funktionsumfang bietet und nach einfacher Programmierung als Universalfernbedienung für andere Systeme verwendet werden kann. Da das Signal der Funkfernbedienung durch Wände und Decken dringt, eignet sich diese Fernbedienung ideal zum Bedienen von Geräten, die sich in einem Schrank oder in einem anderen Raum befinden.

www.pioneer.de

General Imaging mit rasantem photokina-Stand

Diaschauen mit der Kamera

Bereits auf der photokina 2008 diente ein Rennwagen als Hingucker. 2010 bleibt General Imaging dem Ruf treu, besonders rasante Messestände zu bauen: Auch in diesem Jahr soll ein Formel 1-Bolide die Aufmerksamkeit der Messebesucher zunächst auf den Stand in Halle 4.2 und damit auf die neuesten Kameramodelle lenken.

Und die sind mindestens genauso spannend. Denn mit der GE PJ1 zeigt General Imaging als Lizenznehmer des US-Unternehmens General Electric (GE) ihre erste Vertreterin einer neuen Kamerageneration, die nicht nur in der Lage ist, Bilder aufzunehmen, sondern diese mit Hilfe des integrierten Pico-Projektors auch gleich zu präsentieren. Ebenfalls neu ist die GE DV1, die nicht nur wetter-, stoß- und wasserfest ist, sondern unter anderem auch Full-HD-Videos aufzeichnet.

Einen weiteren Schwerpunkt auf dem Messestand bildet die GE Create. Entworfen vom gefragten Modeschöpfer Jason Wu, richtet sich dieses Modell an Kunden, die ebenso viel Wert auf einfache Handhabung wie auf gute technische Ausstattung und Design im Stil der Zeit legen.

Aber da Informationen über Fototechnik nur ein Teil eines gelungenen Messebesuchs sind, hat General Imaging auch beim Thema Entertainment einiges zu bieten. So dient der Rennwagen nicht nur als unantastbares „Objekt der Begierde“, sondern auch als Kulisse für coole Fotos, die die Messegäste von sich und den ebenfalls anwesenden Grid-Girls machen (lassen) können.

Wer davon träumt, selbst in die Fußstapfen von Michael Schumacher oder Sebastian Vettel zu treten, kommt ebenfalls auf seine Kosten: Auf dem Stand gibt es ein Terminal mit Rennsimulation und tollen Gewinnmöglichkeiten.

Eine weitere Attraktion für Fotografen ist der Catwalk, auf dem vier Teilnehmerinnen aus der Vorentscheidung von „Germanys Next Topmodel“ die Messebesucher verzaubern wollen. Als Moderator der Aktionen fungiert der bekannte Sportmoderator Ulli Potofski.

Robuster „Filmstar“ von GE: die Full-HD-Kamera DV1

Die kleine GE DV1 bietet sorgloses Vergnügen für unterwegs und überall, denn die Kamera im Handy-Format ist besonders robust. Die DV1 ist wasserdicht bis fünf Meter, staubdicht und stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 1,5 Metern. Mit diesen Eigenschaften können auch unter den widrigsten Wetterbedingungen und in rauer Umgebung Schnappschüsse und Videos (mit einer maximalen Länge von 29 Minuten) in Full-HD-Qualität gemacht werden. Die Serienbildfunktion ermöglicht 7,3 Bilder pro Sekunde.

Sehr komfortabel ist die Möglichkeit zur Ein-Hand-Bedienung, dank der Tasten-Anordnung im Gehäuse. Das lichtstarke (F2,8) Objektiv mit Festbrennweite (33 mm entsprechend Kleinbild) und der CMOS-Sensor mit fünf Megapixeln Auflösung versprechen klare, rauscharme Bilder und Videos. Der helle 2,5“/6,3 cm-LCD-Monitor mit 230.000 Punkten mit automatischer Helligkeitsanpassung ist für eine schnelle Beurteilung der Videos und Bilder bestens geeignet. Über den HDMI Anschluss lassen sich Fotos und Filme in hoher Qualität auf einem kompatiblen TV-Gerät präsentieren. Eine Besonderheit ist der ausklappbare USB-Anschluss, über den sich die DV1 jederzeit mit einem Computer verbinden lässt.

Die DV1 unterstützt SD- und SDHC-Karten bis 32 GB. Tonaufnahmen werden im iPod-kompatiblen AAC-Format gespeichert.

Die DV1 wird im Herbst in den Handel kommen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 99 Euro.

Mit der neuen GE PJ1 von General Imaging lassen sich im Nu spontane Diaschauen für Familie und Freunde arrangieren.

Diaschauen für unterwegs: Die neue GE PJ1 macht’s möglich

Mit der GE PJ1 präsentiert General Imaging die Vertreterin einer neuen Kameraklasse, mit der man Freunden und Familie dank des integrierten Pico-Projektors jederzeit eine Diashow präsentieren kann. Der Projektor zeichnet sich durch exzellente Farbwiedergabe, das Kontrastverhältnis von 300:1 und eine Helligkeit von bis zu 15 ANSI Lumen aus. Das verwendete DLP-Modul von Texas Instruments arbeitet energiesparend und ermöglicht etwa eine Stunde Projektionsdauer.

Die Projektionsfläche kann von 5“/12,7 cm bis 70“/178 cm Bilddiagonale eingestellt werden, bei einer Entfernung von 20 cm bis 2,5 m. Der Projektor arbeitet mit einer Auflösung von 640 x 360 Pixeln.

Zu den Fotofunktionen der PJ1 gehören die Auflösung von 14,1 Megapixeln und das Siebenfach-Zoom (28–196 mm entsprechend Kleinbild). Ausstattungsmerkmale wie die automatischen Belichtungs- und 25 Motivprogramme, Gesichts-, Blinzel- und Lächelerkennung sorgen dafür, dass auch Anfängern vom Start weg gute Fotos gelingen. Videoclips werden mit 720p HD-Auflösung (1.280 × 720 Pixel, 30 Bilder pro Sekunde, maximale Aufzeichnungszeit: 29 Minuten) aufgenommen. Die PJ1 speichert Daten auf SD/SDHC-Karten. Der helle 3“/7,6 cm LCD-Monitor ermöglicht sofort eine zuverlässige Beurteilung der Aufnahmen. Die mitgelieferte Fernbedienung ermöglicht es, Fotos und Videoclips gemeinsam mit Freunden und Familie zu genießen, ohne mit weiteren Geräten hantieren zu müssen. Markteinführung und Preis standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

www.general-imaging.de

Stardesigner Jason Wu schafft ein „Schmuckstück“

Bereits im Februar war die neue Create auf der US-Fotomesse PMA zu sehen, im Oktober kommt sie endlich auch nach Deutschland. Gestylt von Stardesigner Jason Wu, der durch seine Kreationen für die First Lady der USA, Michelle Obama, für Aufmerksamkeit sorgte und auch Größen wie Diane Kruger und Drew Barrymore einkleidet, wird die Create in mehreren Farbvarianten und mit Metallgehäuse oder mit Lederbezug erhältlich sein. Das Produktkonzept der Create ist ganz darauf ausgelegt, die Fotografie so einfach wie möglich zu machen. Zielgruppe sind diejenigen, die sich weniger für technischen „Schnickschnack“ interessieren, sondern einfach nur gute Fotos oder Videos (640 x 480 Pixel) machen möchten – was mit der auf das Wesentliche reduzierten One-Touch-Bedienung ganz einfach funktioniert. Speicher (4 GB), ein leistungsstarker Akku und ein USB-Stecker zum Überspielen der Bilddaten auf einen Rechner und zum Aufladen der Kamera sind im Gehäuse integriert. Ist der Nutzer bei Facebook eingeloggt, kann er seine neuesten Schnappschüsse mit einem Klick hochladen. Die Create ist mit einem dreifachen Zoom (35–105 mm entsprechend Kleinbild), einem 12,2 Megapixel CCD-Sensor und einem 2,7“/6,8 cm LCD ausgestattet. Die außergewöhnliche Kamera wird in zwei Varianten inklusive Zubehör in einem außergewöhnlichen hochwertigen „Schmuckkästchen“ angeboten: In der Leather-Edition gibt es die Create Modelle in Weiß, Grau und Schwarz. Die Leather-Edition enthält neben der Kamera jeweils eine passende, ebenfalls von Jason Wu designte Kameratasche aus Leder und eine Handschlaufe. Die Create Modelle der Metal-Edition werden in Schwarz, Rot, Gelb, Blau und Grün erhältlich sein. Sie kommen im Set mit einer Mikrofaser-Hülle und einer Handschlaufe. Die UVPs lauten 189 Euro (Leder) bzw. 169 Euro.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neue Kodak Software beflügelt das Bildergeschäft

Mehr Gewinn pro Quadratmeter

Die Zukunft des Bildergeschäfts im Fotohandel sieht gut aus – davon ist Wolfgang Venzl, Business Manager Retail Systems Solutions der Kodak GmbH, überzeugt. Denn durch die Markteinführung der neuen Kodak Adaptive Picture Exchange (APEX) Software, Version 4.0, und der Kodak Picture Kiosk Software, Version 4.0, ermöglicht Kodak dem Fotohandel, das Geschäft mit den schnellen Bildern am Point of Sale gewinnbringend auszubauen.

„Die neuen Technologien machen es dem Kunden so einfach wie nie, mit Hilfe nur eines Klicks eine Geschichte zu erzählen“, erklärt Venzl. Und davon können kleine und große Einzelhändler gleichermaßen profitieren.

Rentable Absatzpotentiale

„Mit der APEX 4.0 und der Kodak Picture Software v4.0 haben wir etwas entwickelt, von dem wir überzeugt sind, dass es den Fotoeinzelhandel prägen wird. Denn die neuen Funktionen sind auf die Bedürfnisse von Konsumenten und Händlern genau zugeschnitten. Sie bieten den Kunden viele neue Möglichkeiten, ihre Erinnerungen in unterschiedlichsten Fotoprodukten festzuhalten“, erläutert Venzl. „Dadurch eröffnen sich unseren Einzelhandelspartnern dynamische, zuverlässige und höchst rentable Absatzpotentiale.“

Neue Funktionen wie das Drucken von Bildern aus Online-Galerien, die Kodak Video Snapshots, die Kodak Tieraugen-Korrektur und die Kodak Gesichtsretusche sorgten dafür, dass Menschen schnell und einfach ihre schönsten Momente online publizieren oder drucken und diese dann mit Familie und Freunden teilen können. Der Einzelhändler könne dadurch den Gewinn pro Quadratmeter enorm steigern.

Schnell ans Ziel

Die neue Kodak Picture Kiosk Software v4.0 ist exakt auf das Kodak Picture Kiosk G4 System abgestimmt und benötigt deshalb weniger Schritte zur Produkterstellung. Dadurch bringt sie den Nutzer noch schneller und einfacher an sein Ziel. Durch die Betätigung nur eines Knopfes können Fotobücher, Kalender, Fotocollagen, Bilder-CDs und DVDs erstellt werden. „Die neueste Kodak Software wird dadurch den Absatz von Foto-Premiumprodukten steigern. Wir gehen von rund fünf Prozent im Vergleich zur Vorgängerversion aus“, so Venzl.

Neue Features

Die stetig wachsenden sozialen Netzwerke bergen ein großes Gewinnpotential für den Fotohandel. „Mit der Kodak Picture Kiosk Software v4.0 können Kunden ganz einfach direkt auf Fotos zugreifen, die sie auf beliebten Plattformen wie Facebook, Kodak Gallery und Picasa Web-Alben gespeichert haben“, erläutert Venzl. „Damit sind sie in der Lage, spontan vor Ort unterschiedlichste Fotoprodukte zu erstellen.“ Hinsichtlich der großen Anzahl von Fotos, die als Bits und Bytes in den sozialen Netzwerken schlummern, biete dieses Feature für den Fotohändler ein großes Potential.

Wolfgang Venzl, Business Manager Retail Systems Solutions, Kodak GmbH

Mit der Version 4.0 der Kodak Software ist es jetzt auch möglich, einzelne Bilder aus Videofilmen auszuschneiden und auf Papier zu drucken.

Software-Verbesserungen

Die neue Video Snapshot Funktion kann Fotos generieren, wo vorher keine waren: Aus Videodateien lassen sich perfekte Momente zu Standbildern konvertieren – um sie zu drucken, kreative Geschenke oder andere Premium Produkte zu erstellen. Kodak Video Snapshots unterstützt die Videoformate von Digitalkameras, Point-and-Shoot-Videokameras und der neuesten HD-Modelle führender Hersteller.

Die Kodak Tieraugen-Korrektur funktioniert ebenfalls sehr einfach: Sie ermöglicht es den Nutzern, die beim Fotografieren mit Blitzlicht sehr häufig auftretende Trübung in den Augen ihrer Haustiere zu korrigieren, so dass die Augen natürlich aussehen. Venzl: „Kunden werden Fotos von ihren Haustieren jetzt viel öfter drucken, weil ein Großteil der Bilder keine Ausschussware mehr ist.“

Ein weiteres Feature ist die Kodak Gesichtsretusche. Die Funktion glättet auf Knopfdruck Fältchen, reduziert oder beseitigt Schönheitsfehler und verbessert den Hautton für das perfekte Foto. „Viele Verbraucher werden nun unbefangener und häufiger drucken, weil sie das Aussehen ihrer Bilder beeinflussen können, ohne dass sie unnatürlich wirken – und das alles in Sekundenschnelle“, ist Venzl überzeugt.

Dank neuer Features wie der Gesichtsretusche und der Tieraugen-Korrektur werden mehr Bilder gedruckt werden als zuvor – weil sich der Ausschuss verringert.

Bedienung per Knopfdruck

Neben diesen neuen Funktionen hat Kodak die Handhabung seiner Kiosk Software weiter optimiert. Die Benutzerfreundlichkeit stand dabei im Mittelpunkt. Jetzt ist es noch einfacher, Fotobücher zu bearbeiten, Bilder zu verschieben und Texte zu ergänzen.

Ein Beispiel für die verbesserte Benutzerfreundlichkeit ist das neue Vergrößerungswerkzeug, das den Konsumenten eindrucksvollen Leinwanddruck durch nur einen Knopfdruck ermöglicht. Und auch weitaus komplexere Leinwanddrucke kann der Händler nun mit Hilfe des interaktiven Schneide- und Rahmenwerkzeugs ganz einfach erstellen. Insgesamt sei die Kodak Picture Kiosk Software v4.0 einfach, intuitiv bedienbar und besonders nutzerfreundlich, sowohl für Kunden als auch für Händler.

Durch das neue fortlaufende Kalendersystem ist es für den Fotohändler auch nicht mehr notwendig, jedes Jahr aufs neue die Kalendersoftware zu aktualisieren. Außerdem lässt das neue Design der Kodak Software die Terminal-Displays frisch und modern aussehen. Der Fotohändler kann seinen Bildschirm auch individuell anpassen, um beispielsweise Werbung anzuzeigen.

Die v4.0 Erfolgsformel

Die Erfolgsformel lautet: kleinere Kundenwarteschlangen und eine höhere Kundenzufriedenheit bei gleichzeitig geringerem Arbeitsaufwand für den Händler. Dafür sorgt beispielsweise die Kodak Picture Kiosk Software in Kombination mit der APEX Software. Denn sie berechnet die genaue Fertigungszeit von Fotoprodukten, indem sie den Ressourcenstatus und die aktuelle Auftragslage der Fertigungsstätte auswertet und dann dem Kunden die exakte Abholzeit nennt.

Einfacher ist es jetzt auch, Premium Services wie Leinwanddruck zur Verfügung zu stellen. Denn Kodak hat dafür gesorgt, dass eine größere Anzahl an Epson Großformatdruckern (Epson 7900, 9800 und 9900) via Ethernet Netzwerk oder durch USB-Verbindung

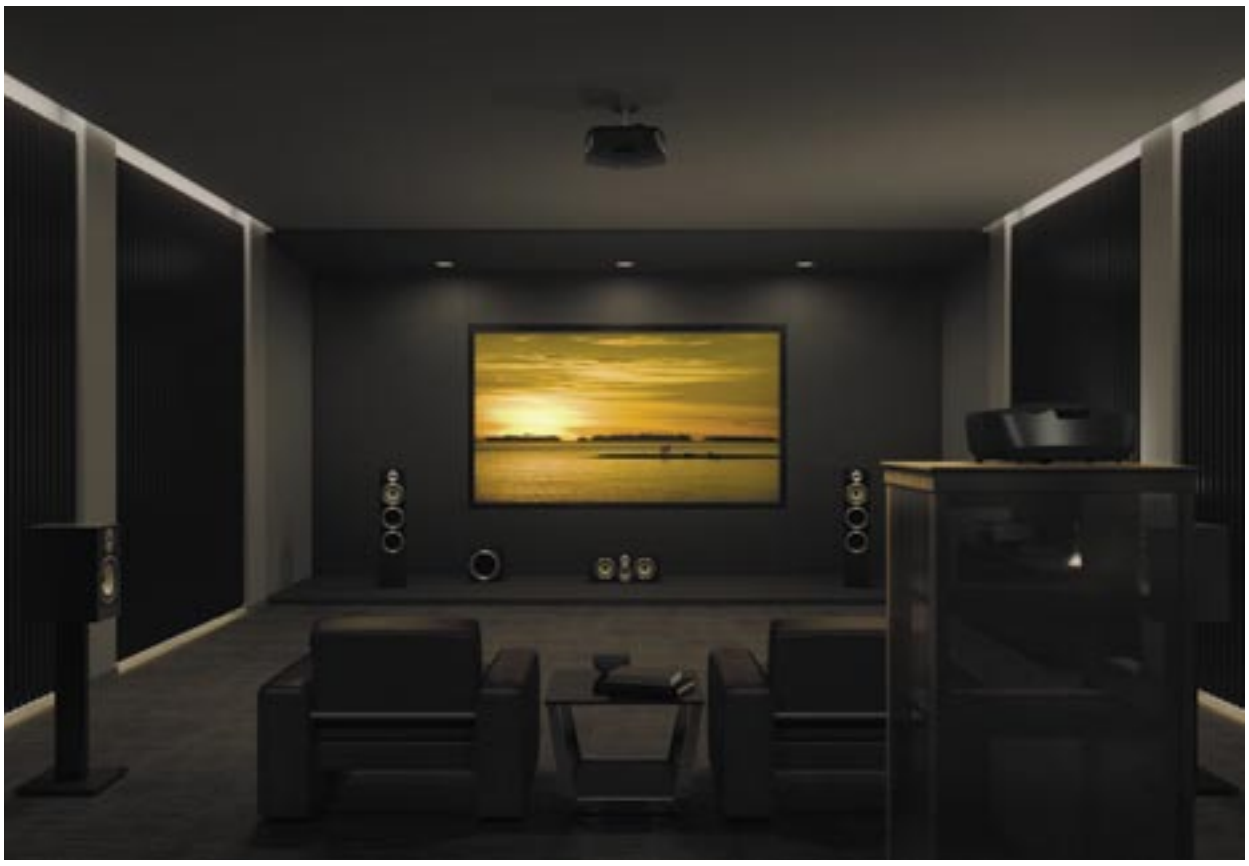
Die wachsenden sozialen Netzwerke bergen ein großes Gewinnpotential für den Fotohandel.

an das Trockenlabor angeschlossen werden können. Dadurch entstehen einfach und schnell außergewöhnliche Vergrößerungen und Posterdrucke. Das Angebotsportfolio für Einzelhändler erweitert sich zusätzlich durch die Möglichkeit, Passbilder gemäß den Pass-Spezifikationen von 40 Ländern drucken zu können. Digitalkamera-Abzüge im Verhältnis 4:3 und Bild-vom-Bild mit Hilfe des Flachbettscanners oder eines Rapid Print Scanners komplettieren die Angebotspalette.

www.kodak.de.

PoS-MAIL Serie: Home Cinema – vom Heimkino-System für Einsteiger bis zum privaten Filmpalast

Echtes Kinogefühl kommt erst mit einem Heimkino-Projektor auf, da TV-Geräte die riesigen Bildgrößen nicht erreichen können. Das zumindest behaupten viele eingefleischte Heimkinofans. Der Heimkino-Projektor – auch Beamer genannt – bringt eine Bilddiagonale von 2 bis 7 Metern oder mehr auf die Leinwand und somit natürlich ein größeres Bild. Das Zusammenspiel aus Projektor, Leinwand und Heimkino-Anlage oder Player mit Soundsystem sorgt in der richtigen Zusammenstellung für ein authentisches Kinofeeling in den eigenen vier Wänden. Dem Fachhandel bieten sich bei diesem beratungsintensiven Thema vielseitige Möglichkeiten, für jeden Kundenanspruch das passende Equipment anzubieten.



Heimkino-Erlebnis auf Leinwand

Für die Heimkino-Projektion eignet sich wie bei großen Flachbildfernsehern am besten das Bildformat 16:9. TV-Spielfilme und sportliche Großereignisse (Formel 1, Fußball-EM oder Fußball-Bundesliga) gehen in die Breite, auch Kino-Filme auf DVD oder Blu-ray werden fast nur noch in diesem Bildformat übertragen. Für hohe Detailgenauigkeit spielt auch die Auflösung des Projektors eine wichtige Rolle: Topmodelle bieten 1.920 x 1.080 Bildpunkte (Full-HD oder HD-ready 1.080p). Um die Bildqualität eines Heimkino-Projektors optimal zu nutzen, wird als Zuspielgerät ein Blu-ray-Player

Home Cinema EH-R5000C

oder ein HDTV-Satellitenempfänger benötigt. Zwar können auch viele „normale“ DVD-Player das Bild künstlich hochrechnen (das sogenannte „upscaling“), dabei erreichen Sie aber nicht annähernd die Bildqualität von echtem HDTV.

In jedem Fall müssen Projektoren und Player/Empfänger zur Nutzung der hohen Auflösung über ein HDMI-Kabel verbunden werden. Üblicherweise sind in Heimkino-projektoren (wie auch in Präsentations-Projektoren) keine Empfänger oder Wiedergabegeräte eingebaut. Die Geräte sind bis auf sehr wenige Ausnahmen, etwa die Epson-Modelle EMP-DM1 oder EMP-TWD10, auf Zuspieler angewiesen. Sie erhalten ihre Bildsignale von Blu-ray-Playern, DVD-Spielern und DVD-Recordern, von DVB-T-Empfängern und Sat-Receivern, von Camcordern und Spielekonsolen. Um diese in Empfang zu nehmen, sollten Heimkino-Projektoren mindestens die Videoeingänge HDMI, YUV (bzw. Component oder YPbPr), S-Video und Video haben. Der bei praktisch allen Abspielgeräten vorhandene Scart-Anschluss taucht bei Projektoren nur selten auf. Über die digitale HDMI-Verbindung können moderne DVD-Spieler und DVD-Recorder sowie die Spielekonsolen Playstation 3 und neuere XBox-Modelle Kontakt aufnehmen. Satelliten-Empfänger und DVB-T-Receiver liefern in der Regel S-Video-Signale, HDMI ist bislang nur bei wenigen Modellen zu finden. Zwar liefern alle Geräte Signale für den Video-Eingang, aber solche Bilder sind in der Regel verwaschen und unscharf.

Hochwertige Projektoren bieten die Möglichkeit, durch Verstellen des Objektivs und ohne Qualitätsverlust das Bild verzerrungsfrei nach links oder rechts bzw. nach oben oder unten zu schieben. Selbst wenn der Projektor nicht direkt vor der Leinwand steht, lässt sich das Bild damit passend und unverzerrt auf der Leinwand platzieren.

DLP oder LCD oder LCoS

Die Frage, ob grundsätzlich die DLP-, LCD- oder LCoS-Technik die beste ist, ist schwer zu beantworten. Viel entscheidender sind die Unterschiede, die man dem Endkunden aufzeigen sollte: **DLP:** Hier erzeugt ein kleines Bauteil, nicht größer als eine Briefmarke, das Bild. Auf diesem Bauteil befinden sich bis zu zwei Millionen winzig kleiner Spiegel – je ein Spiegel pro Bildpunkt. Die Stellung eines Spiegels regelt die Helligkeit des Bildpunktes. Dreht sich der Spiegel zur Lichtquelle hin, leuchtet der Bildpunkt auf. Dreht er sich weg, bleibt der Bildpunkt dunkel. Je öfter sich der Spiegel zum Licht neigt – das kann mehr als hundertmal pro Sekunde erfolgen –, desto heller leuchtet der Pixel auf. Die Farbe wird erzeugt durch ein sich schnell drehendes Farbrad, das der Lichtstrahl auf dem Weg zu den Spiegeln passieren muss. Zu den DLP-Vorzügen zählen satte Farben und ein guter Schwarzwert. Die Geräte sind meist etwas kleiner. Allerdings kann es durch Lüfter und Farbrad zu einem hörbaren Betriebsgeräusch kommen. Das Pixelmuster ist nicht erkennbar, aber bei manchen Geräten tritt

3D-Heimkino-Projektor von Sony

Im Rahmen der IFA-Pressekonferenz in Berlin hat Sony seinen ersten 3D-Heimkino-Projektor angekündigt. Mit dem VPL-VW90ES ist das einzigartige 3D-Kinoerlebnis jetzt auch im eigenen Wohnzimmer möglich. Die Technologie des Projektors basiert auf den „active Shutter“-Brillen, die Sony auch bei seinen 3D-Fernsehern einsetzt. Der VPL-VW90ES arbeitet mit Sonys Advanced Iris 3-Technologie, mit der er ein dynamisches Kontrastverhältnis von 150.000:1 erreicht. Der VPL-VW90ES projiziert sowohl 2D- als auch 3D-Bilder in Full-HD mit 1.080p und ist mit einem überarbeiteten SXRD 240 Hz-Panel ausgestattet, das Bildverzerrungen oder Überlagerungen (Crosstalk) minimiert. Der Projektor ist zudem in der Lage, 3D-Bilder aus 2D-Videos zu simulieren und Filmklassiker so zu neuem Leben zu erwecken. Die Auswahl an Inhalten, die auf dem Projektor gezeigt werden können, ist somit riesig. „Die Markteinführung unseres ersten 3D-Heimkino-Projektors ist für Sony ein wichtiger Schritt bei der Verwirklichung unserer 3D-Vision“, erklärt Takayuki Nakane, Marketing Manager bei Sony Professional. „Dank unserer umfangreichen Erfahrung bei der Aufzeichnung, Produktion und Ausstrahlung von 3D-Bildern sind wir wie kein anderes Unternehmen in der Lage, den Zuschauern ein atemberaubendes 3D-Erlebnis zu bieten – im Kino wie zu Hause. Auch für Computer- und Konsolenspiele eröffnet dieser Projektor eine neue Dimension. Unsere Kunden werden eine immer größere Auswahl an 3D-Games wie Gran Turismo 5 und Wip3out in kristallklarer HD-Auflösung genießen können. Wir gehen davon aus, dass sich das unter der Gaming-Community großer Beliebtheit erfreuen wird.” Eines der wichtigsten Merkmale des VPL-VW90ES ist, dass er sehr flexibel angepasst werden kann. Der Projektor ist leicht zu installieren und bietet vielfältige Konfigurationsmöglichkeiten. Kunden können den Projektor je nach Verwendungszweck und Raumgröße auf ihre Bedürfnisse einstellen, egal, ob es sich um ein kleines Wohnzimmer oder ein großes Heimkino handelt. Dank des geräuscharmen Lüfters (22 db) ist der Projektor zudem sehr leise. In Europa wird der VPL-VW90ES im November 2010 auf den Markt kommen.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Epson auf der IFA: Heimkino für jeden Anspruch

Epson hat auf der IFA vier neue Projektoren für seine Heimkino-Range vorgestellt: Der Epson EH-R2000 und der EH-R4000 sind zwei 3LCD-Heimkino-Projektoren der Premiumklasse. Beide Geräte sind mit der innovativen Epson 3LCD Reflective-Technologie ausgestattet. Abgerundet wird das Portfolio durch zwei neue 1.080p-Projektoren für Einsteiger. Die Projektoren EH-R4000 und EH-R2000 zeichnen sich durch eine besonders hohe Qualität aus und bieten einen Kontrast von bis zu 1.000.000:1 beim EH-R4000 und 500.000:1 beim EH-R2000. Eine weitere Stärke beider Projektoren ist die Wiedergabe von Widescreen-Abbildungen bis zum Format 21:9. Zusätzlich eröffnet die Epson 3LCD Reflective-Technologie noch größere Farbräume bei feineren Abstufungen. Auch für Einsteiger in das Projekt Heimkino im Wohnzimmer bietet Epson neue Lösungen. Mit dem EH-TW3600 und dem EH-TW3200 stellt Epson zwei hochwertige, kostengünstige Projektoren vor, die ideal für Spiele, Sport und Heimkino geeignet sind. Die Modelle unterstützen eine Auflösung von 1.080p und erzeugen dank moderner Videotechnologie naturgetreue Bilder in hoher Helligkeit. Eine Abdunklung des Raumes ist somit nicht mehr notwendig. Beide Projektoren sind aufgrund des flexiblen Zoomobjektivs einfach zu installieren und können Bilder in einer Größe von bis zu 300 Zoll abbilden. Über einen der beiden HDMI-Eingänge finden Set-Top-Boxen, Spielekonsolen und DVD- oder Blu-ray-Player leicht Anschluss. Den Epson EH-TW3600 gibt es auch als Light Power Edition mit speziellem Farbfilter, für besonders natürliche Farben bei hoher Helligkeit. Schahin Elahinija, Leiter Marketing der Epson Deutschland GmbH, erläutert: „Mit unseren zwei neuen Projektorserien stellen wir Modelle vor, die auch den Ansprüchen anspruchsvoller Heimkino-Fans gerecht werden. Projektoren von Epson zeichnen sich durch hohe Qualität, lange Lebensdauer und hochentwickelte Bildtechnik aus. Mit unseren Produkten setzen wir immer wieder neue Maßstäbe. Insbesondere die neue 3LCD Reflective-Technologie ermöglicht High-End Heimkino-Vergnügen."

Farbflimmern bzw. der sogenannte Regenbogeneffekt auf.

LCD: Hier regeln Flüssigkristalle die Helligkeit. Es handelt sich hierbei um kleine Zellen mit einer Flüssigkeit, deren Lichtdurchlässigkeit sich bei Anlegen einer elektrischen Spannung verändert. Wie bei einem Lamellenvorhang kann man die Lichtdurchlässigkeit von stark auf schwach, das Bild von hell auf dunkel regeln. Für jede der drei Grundfarben Rot, Grün und Blau gibt es ein LCD-Panel mit so viel Flüssigkristall-Zellen, wie der Projektor Bildpunkte hat. Die drei Farben werden über ein Prisma zusammengeführt und durch das Objektiv des Projektors auf die Leinwand projiziert. Die Lichtstärke von LCD-Projektoren ist in der Regel sehr groß, die Ausleuchtung sehr gleichmäßig. Probleme gibt es häufig bei der Darstellung von tiefem, sattem Schwarz. Bei einigen Geräten ist außerdem das Pixelmuster auf der Leinwand erkennbar.

LCoS: Diese Technik verbindet die Vorzüge von LCD- und DLP-Projektoren. Die Funktionsweise ist ähnlich wie bei LCD. Doch die Flüssigkristalle regeln nicht den Lichtdurchlass, sondern die Reflektion durch einen Spiegel. Diese Technik wird derzeit nur in sehr teuren Projektoren eingesetzt.

3D-Projektoren

2010 werden laut Pacific Media Associates weltweit rund 1 Million 3D-fähige Projektoren verkauft. 2014 sollen es schon 5,4 Millionen Stück sein, sagt das Marktforschungsinstitut, eine führende Instanz, was Projektoren anbelangt. 2008 hat Texas Instruments einen Single-Chip für 3D-fähige DLP-Projektoren vorgestellt, der seit dem vierten Quartal 2009 auf dem Massenmarkt eingeführt wurde. PMA-Präsident William Coggschall zufolge ist es damit kaum aufwendiger oder teurer, einen Projektor 3D-ready zu machen, weshalb sein Institut glaubt, dass DLP die vorherrschende Technologie auf dem Gebiet bleiben wird. Anfang Juni 2010 hat Coggschall verkündet, dass damals schon über 300.000 solcher 3D-fähiger DLP-Projektoren verkauft wurden, 250.000 davon allein im vierten Quartal 2009 und im ersten Quartal 2010. Sony und Sharp haben auf der 50. IFA in Berlin ihre ersten 3D-Projektoren mit der Full-HD-Auflösung 1.080p vorgestellt. Beide nutzen Shutter-Technologie, wie sie auch in den meisten 3D-Fernsehgeräten zum Einsatz kommt. Während Sharp zunächst einen Prototypen zeigte, will Sony seinen VPL-VW90ES bereits im November dieses Jahres auf den Markt bringen (siehe Kasten links). Preise für die Geräte stehen noch nicht fest. Bisher scheiterten die 3D-Heimkino-Projektoren daran, dass die eingesetzten Panele zu langsam waren, um abwechselnd Bilder für das linke und rechte Auge so schnell darzustellen, dass keine Kopfschmerzen auftreten. Üblicherweise arbeiten 3D-Fernseher mit 120-Hertz-Panelen. Somit werden pro Auge Bilder mit 60 Hertz projiziert. Die Brille filtert die Einzelbilder heraus.

Die Leinwand

Oftmals ist der Anwender beim Kauf eines Heimkino-Projektors mit entsprechendem Zubehör der Meinung, dass eine Leinwand völlig überflüssig ist, da ja die große weiße Wand im Wohnzimmer genügend Projektionsfläche biete. Hier ist es für den Fachhändler wichtig, nochmal ganz gezielt nachzufragen. Der beste Heimkino-Projektor kann keine kristallklaren Bilder mit satten Farben zaubern, wenn statt einer guten Videoleinwand nur eine weiß gestrichene Wand oder Tapete zum Einsatz kommt. Denn während eine Wand das Licht schluckt oder zumindest diffus im Raum verteilt, kann eine gute Leinwand einen Großteil des Lichts gezielt in Richtung des Betrachters zurückwerfen. In welchem Maße sie das tut, darüber gibt der Reflexionsgrad (Gain-Faktor) Auskunft. Je höher dieser Wert ist, desto stärker wirft die Leinwand das Licht zurück. Bei lichtschwachen Projektoren kann ein hoher Gain-Faktor (2 oder mehr) in Grenzen fehlende Leuchtkraft ausgleichen. Im Heimkino gilt bei der Verwendung von Heimkino-Projektoren „Mattweiß" als richtige Tucheigenschaft. Mattweiß hat einen „Gain" von 1,0 bis 1,4. Die meisten Heimkino-Projektoren sind auf solche Tucheigenschaften „voreingestellt". Alle Tücher mit Gainfaktoren von mehr als 1,5 sind im Heimkino-Bereich fehl am Platz. Sogenannte „High-Gain Leinwände" sind für den Einsatz in Konferenzräumen gedacht. Dort spielt Helligkeit eine wichtigere Rolle als Farbtreue. Die erste Frage, die sich vor dem Einrichten eines Heimkinos stellt, ist die nach der Bildgröße. Gerade hier werden die meisten Fehler gemacht. Ein wichtiger Faktor zur Bestimmung der richtigen Leinwandgröße ist der Betrachtungsabstand. Das bedeutet, wie weit der Kunde von der noch nicht vorhandenen Leinwand entfernt sitzt. Dafür wird häufig eine simple Formel genutzt, um die richtige Bildgröße zu bestimmen. Der Sitzabstand dividiert durch zwei ergibt die Bildbreite. Leinwände gibt es in vielen Formaten: 4:3, 16:9, 1:1 usw. Grundsätzlich sollte die Leinwand immer im Format des Projektors sein. Ein 16:9-Projektor sollte demnach auf eine 16:9-Leinwand projizieren.

SAT

SES Astra startet Initiative für technische 3D-Mindestanforderungen

SES Astra hat eine neue Initiative zur Einführung des 3D-Fernsehens in Europa bekanntgegeben. Im Rahmen der Initiative hat sich die Branche auf die technischen Mindestanforderungen für die Einführung und Ausstrahlung von 3D-Fernsehen verständigt. Unterstützt wird die 3D-Initiative von SES Astra und den wichtigsten europäischen Sendeanstalten, einschließlich der öffentlich-rechtlichen und der privaten Sender, sowie von Vertretern der CE-Industrie. Satellitenübertragungen in 3D werden zunächst entweder im Side-by-side-Format (für eine Auflösung von 1.080i) oder im Top-bottom-Format (für eine Auflösung von 720p) erfolgen. Sie sind dadurch mit den bestehenden Set-Top-Boxen für HD (High Definition) kompatibel. Side-by-side und Top-bottom sind Übertragungsformate, bei denen zwei Bilder entweder horizontal oder vertikal in einem Bildfeld angeordnet werden. Die Übertragung von jeweils einem Bild für das linke und für das rechte Auge macht das stereoskopische 3D-Bild für den Zuschauer erlebbar. Bei unverschlüsselten 3D-Ausstrahlungen wird auf einen Mechanismus zurückgegriffen, der ein automatisches Umschalten des Bildschirms von 2D auf 3D wie auch von 3D auf 2D ermöglicht. Dieser Mechanismus ist Teil des neuen DVB-Standards (Digital Video Broadcasting). www.ses-astra.com

klardigital informiert im Videotext über Status des Satellitenempfangs

Am 30. April 2012 endet die analoge Programmverbreitung über den Satelliten. Ab diesem Zeitpunkt werden alle Programme nur noch digital verbreitet. Haushalte mit Satellitenempfang können ab dem 3. September den Status ihrer Empfangsanlage jetzt ganz einfach testen: Zuschauer rufen bei den Programmen Das Erste, ProSieben, RTL, SAT.1, ZDF oder Bayerisches Fernsehen die Videotextseite 198 auf. Wenn dort ein Hinweis auf die Abschaltung des analogen Satellitensignals erscheint, ist der Satellitenempfang noch analog. Andernfalls erscheint dort die Information „Sie empfangen bereits digital“. In diesem Fall besteht kein Handlungsbedarf. Betroffen sind noch etwa ein Drittel aller Satellitenhaushalte in Deutschland. Vor allem in ländlichen Regionen sind die analogen Empfangsanlagen verbreitet. Nutzer von Kabel, DVB-T und Internetfernsehen sind nicht direkt betroffen. Auf Grund der teilweisen analogen Zuführung über Satellit zu den Kabelnetzen wird allerdings bei vielen Kabelhaushalten der Hinweis auf analogen Empfang erscheinen. Die Kabelnetzbetreiber sind über den Umstieg informiert und haben bereits mit der Umrüstung begonnen. Da viele Nutzer von Satellitenempfangsanlagen nicht genau wissen, ob sie analog oder bereits digital empfangen, bietet die technische Überprüfung mithilfe der Videotextseite eine einfache Möglichkeit, diese Frage zu klären. Weitere Informationen, Tipps und Kontaktadressen für direkte Hilfestellungen finden die Zuschauer zusätzlich auf entsprechenden Informationsseiten im Videotext sowie im Internet unter www.klardigital.de.

VideoWeb und Eutelsat KabelKiosk kooperieren bei HbbTV-Lösungen

Eutelsat KabelKiosk und der Karlsruher Hybrid-Receiver- und TV Portal-Spezialist VideoWeb arbeiten ab sofort bei innovativen HbbTV-Lösungen (HbbTV = Hybrid Broadcast Broadband TV oder auf deutsch Hybrid-Breitband-Fernsehen) zusammen. Einen Showcase mit HbbTV-Anwendungen und einem ersten Produkt für den deutschen Kabelmarkt stellten die Kooperationspartner auf der IFA im Rahmen der Fachausstellung TecWatch vor. Darüber hinaus plant Eutelsat im Verbund mit der HbbTV-Kabelbox von VideoWeb – noch vor Ende des Jahres – den Start der Applikation KabelKiosk interaktiv. Damit ist der Eutelsat KabelKiosk derzeit der erste TV-Plattformbetreiber in Europa, der noch in diesem Jahr das hybride und interaktive Fernsehen auf Basis von HbbTV im Kabel vermarkten wird.

In dieser Kooperation haben sich zwei führende Innovatoren im deutschen Markt zusammengetan, um mit ihren Lösungen gemeinsam eine Brücke zwischen Fernsehen, interaktiven TV-Anwendungen sowie Internetanwendungen und -inhalten im Kabel zu schlagen und die Entwicklung von HbbTV-Lösungen voranzutreiben. Die KabelKiosk interaktiv Anwendung mit ihren umfassenden Diensten und Abrufinhalten wie etwa Webshops sowie Portale für Netzbetreiber und die Wohnungswirtschaft ergänzen sich mit den HbbTV-Inhalten des VideoWeb-Portals. KabelKiosk Partner erhalten durch den gleichzeitigen Zugriff auf VideoWeb HD-Kino und die KabelKiosk VoD-Plattform ein vielfältiges, attraktives VoD-Angebot für die Vermarktung. Der Ausbau mit begleitenden Diensten zu KabelKiosk Sendern und das Einbinden von HbbTV-Applikationen weiterer Anbieter ist geplant.
www.kabelkiosk.de

TechniSat und Spox.com vereinbaren langfristige Content-Partnerschaft

TechniSat und Spox.com haben eine langfristige Premium-Partnerschaft abgeschlossen. Das Sportportal wird für TechniSat aktuelle Sportinhalte für eine Vielzahl neuester hybrider Geräte, die über umfangreiche IP-Funktionalitäten verfügen, produzieren. Spox.com stellt für die neuen internetfähigen Geräteserien von TechniSat exklusiv Inhalte für ein Sport-Widget zur Verfügung. So wird der Nutzer zeitgleich neben dem TV-Programm die Top-News, Live-Ergebnisse und vieles mehr aus der Welt des Sports auf dem Bildschirm verfolgen können. Ziel ist es, Kunden parallel zum TV-Erlebnis umfassend und permanent mit aktuellen und exklusiven Sportinformationen zu versorgen. www.technisat.de

TechniSats neue Full-HD eLED Digitalfernseher der TechniVision HD Serie

TechniSat hat auf der IFA seine neuen Full-HD eLED Digitalfernseher der TechniVision HD Serie in den Größen 22, 26 und 32 Zoll mit integriertem HDTV-Multituner vorgestellt. Der neue Full HD Digitalfernseher TechniVision HD ist serienmäßig mit einem integrierten HDTV-Multituner ausgestattet und ermöglicht somit den Empfang digitaler TV- und Radioprogramme über DigitalSat, DVB-T und Digital-Kabel ohne zusätzlichen Receiver. Durch den Einsatz modernster eLED-Technologie bieten die Geräte ein schlankes Panel und sorgen für brillante und gestochen scharfe Bilder.

Mittels einer externen USB-Festplatte kann der TechniVision HD um einen integrierten digitalen Videorekorder (DVRready) erweitert werden. Über den USB 2.0 Port, der an der Seite des Gerätes gut sichtbar und einfach zugänglich angebracht ist, lässt sich eine Festplatte oder ein USB-Stick problemlos anschließen. So kann man digitale TV- und Radiosendungen komfortabel aufzeichnen und wiedergeben. An dieser Stelle unterstützt der TechniVision HD zudem zeitversetztes Fernsehen (Timeshift). Laufende Sendungen können hiermit jederzeit angehalten und zu einem späteren Zeitpunkt weiterverfolgt werden – selbstverständlich auch in HD.

Alle Modelle der TechniVision HD Serie sind mit einer Vielzahl von Anschlussmöglichkeiten ausgestattet, die übersichtlich an der Seite und unter dem Fernseher angeordnet sind. Hierüber können verschiedene Geräte, wie zum Beispiel Blu-ray-Player, externe Speichermedien, Videokameras, Spielekonsolen, Soundsysteme, Kopfhörer und viele weitere angeschlossen werden. Über die CI+ Schnittstelle lässt sich der TechniVision HD für den Empfang von verschlüsseltem Fernsehen (z. B. HD+) aufrüsten. Die neue TechniVision HD Serie steht für vielseitige Verwendbarkeit. Aufgrund der kompakten Abmessungen der Geräte in 22 und 26 Zoll lässt sich der Digitalfernseher auch als Zweit- oder Drittgerät verwenden.

Zudem eignet er sich durch seine Größe, sein Design und sein scharfes Bild auch als PC-Monitor, auf dem zum Beispiel Urlaubs- oder Familienbilder angeschaut und bearbeitet werden können. Für den Einsatz als Monitor kann der HDMI- bzw. der VGA-Anschluss genutzt werden.

Die Bedienung der TechniVision HD Serie ist komfortabel und intuitiv. Die neue Digitalfernseher-Klasse ist mit den von TechniSat bekannten kostenfreien Mehrwertdiensten ausgestattet. Dazu gehören etwa der elektronische Komfortprogramminformationsdienst „SiehFern Info“, der Programmlistenmanager Isipro, die automatische Software-Update-Funktion TechniMatic sowie die neue TechniFamily Funktion.

Um die Bedienung der TechniVision HD Serie so einfach und komfortabel wie möglich zu machen, hat TechniSat ein spezielles Fernbedienkonzept entwickelt. Die handliche TechniVision HD Komfortfernbedienung ermöglicht dank übersichtlich angeordneter Tasten einen schnellen und komfortablen Zugriff auf alle Funktionen.

TechniSat hat außerdem zwei Neuheiten im Bereich PC-Produkte neu ins Sortiment aufgenommen: die USB-Box SkyStar USB HD sowie die PCI-Express-Karte SkyStar 2 eXpress HD. Mit beiden Produkten können unverschlüsselte digitale TV- und Radioprogramme via Satellit in SD- und HD-Qualität am PC empfangen sowie problemlos aufgezeichnet und zum Beispiel im Timeshift-Verfahren zeitversetzt wiedergegeben werden. Aufgezeichnete Sendungen lassen sich zudem mit der zum Lieferumfang gehörenden Videobearbeitungs-Software EVE v2 mühelos bearbeiten. Mit dem DVBViewer TE2, der ebenfalls zum umfangreichen Softwarepaket gehört, sind die SkyStar Produkte von TechniSat nun auch in der Lage, 3D-Fernsehen auf dem PC darzustellen. Hierzu benötigt der Nutzer lediglich den entsprechenden Installationszusatz, eine rot/cyan Anaglyphen-Brille sowie zum Beispiel den Empfang des 3D-Astra-Demokanals (über Astra 23,5° Ost).

Mit den neuen internetfähigen TechniSat Digitalfernsehern der MultyVision Isio Geräteserie sowie den neuen DigitalSat-Receivern Digit Isio und DigiCorder Isio können Kunden künftig ein vollkommen neues Radio-Angebot nutzen: Über den vorinstallierten Internetradio-Sender Aupeo! haben die Kunden Zugang zu über 100 verschiedene Musik-Channels.

Die neue Geräteserie von TechniSat ermöglicht nicht nur den Empfang von Digitalfernsehen, sondern auch den Zugriff auf interaktive Dienste, freies Browsen, Widgets, Video-on-Demand-Angebote und das Abrufen von Mediatheken. Sie wurde erstmals auf der IFA 2010 vorgestellt.
www.technisat .de

Toshiba verbindet japanische Technologie mit dänischem Design

„Ein Fernseher ist ein Fenster in eine magische Welt"

Für Toshiba bestand die große Herausforderung darin, Spitzentechnologien in seinen neuesten Fernsehern mit einem außergewöhnlichen Design zu vereinen. Schließlich ist Design nach der Bildqualität und der Zuverlässigkeit das wichtigste Entscheidungskriterium beim Kauf eines Fernsehers. „Wir entschieden uns für die Zusammenarbeit mit Jacob Jensen Design, weil das Studio über sehr viel Erfahrung in der Gestaltung von High-End-Unterhaltungselektronik verfügt und seine Philosophie sowie seine Designsprache mit unseren Erwartungen absolut auf einer Linie liegen", erklärt Sascha Lange, Marketingleiter bei Toshiba.

Für viele ist ein TV-Gerät einfach ein Stück Technik. Andere sagen, es ist ein Gerät für den Zeitvertreib. Manche wiederum betrachten einen Fernsehapparat einfach als Möbelstück. Zweifellos steckt in allen Aussagen etwas Wahres. Timothy Jensen aber hat seine eigenen Ansichten: „Ein Fernseher ist ein Fenster in eine magische Welt, ein Fenster zu einer unbekannten Welt." Wegen seiner kreativen Inspiration waren die dänische Design-Ikone und sein mehrfach ausgezeichnetes Studio Jacob Jensen Design für Toshiba die idealen Partner, als es darum ging, die neuesten Premium-TV-Geräte zu gestalten.

Die Design-Philosophie von Jacob Jensen Design, die in den neuesten Toshiba-Premium-Modellen umgesetzt ist, ist wesentlich vom europäischen Bauhaus-Stil geprägt – vom minimalistischen Ansatz „weniger ist mehr" und vom modernistischen „Form folgt Funktion". Und angesichts des Designs der Toshiba-Fernsehgeräte könnte man den Leitsatz sogar zu „Form folgt Funktion und Technologie" erweitern. „Jeder Designer sollte darauf achten, dass sein Werk aus der Ferne einen gewissen Reiz ausübt. Kommt man ihm näher, muss es eine Magie ausstrahlen. Und sobald man es berührt, muss man eine Beziehung zwischen Mensch und Maschine spüren", sagt Timothy Jensen. „Das ist eine der grundlegenden Herausforderungen im Design. Vor allem, wenn es um High-End-Technologie geht wie bei den Toshiba-Modellen." Aus der Ferne überzeugt die glänzende, rahmenlose Front der neuen Toshiba-Fernseher durch eine ultramoderne Form mit einer kontrastierenden Farbgebung aus Schwarz und Weiß. Von Nahem erkennt man ästhetische Details wie die fast unsichtbar in die Frontfläche integrierten Bedienelemente oder das Design des Standfußes, das den Bildschirm wie schwerelos im Raum schweben erscheinen lässt. Wer das Gerät berührt, kann spüren, wie die Haptik der verwendeten hochwertigen Materialien – Glas und Metall – perfekt mit der Optik harmoniert. „Als die Designer die große Glasfront gestalteten, stellten sie sich ein Fenster zu einer unbekannten Welt vor. Für Toshiba ist aber die Unterhaltungselektronik alles andere als eine unbekannte Welt, und wir haben eine klare Vorstellung von der künftigen technologischen Entwicklung und von modernem Design", sagt Sascha Lange. „Wir sind sicher, dass die Zusammenarbeit mit Jacob Jensen Design zu ganz neuen Ansätzen bei der TV-Gestaltung führen wird und nur den Beginn einer neuen Ära des Toshiba-Designs markiert. „Mit den VL748-, WL768- und ZL1-Modellen wollen wir beweisen, dass ein mit Spitzentechnologie vollgepackter Flachbildfernseher ein attraktives Element der modernen Innenarchitektur sein und sich harmonisch in die Umgebung einpassen kann."

Die Verbindung zwischen Standfuß und Bildschirm vermittelt dem Betrachter den Eindruck, als würde das Fernsehgerät schwerelos im Raum schweben (Floating Design).

Toshiba 3D-TVs im Jensen Design

Toshiba Europe hat auf der IFA seine erste 3D-fähige Fernsehgerätereihe vorgestellt: Die drei Modelle der WL768-Reihe arbeiten mit der stromsparenden Edge-LED-Hintergrundbeleuchtung und legen auch bei 3D großen Wert auf hohe Bildqualität. Verschiedene neue Toshiba-Technologien wie Intelligent 3D und 3D Resolution+ sorgen dabei für Filmgenuss in Hollywood-Qualität. Die Kombination aus erstklassiger Technologie und dem attraktiven, edlen Gehäuse, das in Kooperation mit dem Design-Studio Jacob Jensen Design gefertigt wird, macht die

Die Jacob Jensen Designer entwarfen für die neuen Toshiba-Modelle ein modernes, elegantes und extrem flaches Gehäuse mit nur 2,89 cm Tiefe.

Geräte der WL768-Reihe zum reizvollen Blickfang in jedem Wohnzimmer. Die Designer entwarfen ein modernes, elegantes und extrem flaches Gehäuse mit nur 2,89 cm Tiefe. Sie verwendeten ausschließlich hochwertige Materialien wie Glas und Metall, die sie in perfekter Harmonie aus Form und Funktion zusammenfügten. Die innovative Verbindung zwischen Standfuß und Bildschirm vermittelt dem Betrachter den Eindruck, als würde das Fernsehgerät schwerelos im Raum schweben (Floating Design). Außerdem haben die Designer auf Knöpfe an der Gehäuseseite verzichtet. Stattdessen werden die WL768-Modelle über ein Touchpanel gesteuert, das nahtlos in die rahmenlose Glasfront eingelassen ist. Die hervorragende 3D-Bildqualität des Edge-LED-beleuchteten LCD-Bildschirms mit einem dynamischen Kontrast von 7.000.000:1 basiert auf der enormen Rechenleistung des integrierten MetaBrain-Prozessors und den Bildverbesserungstechnologien Resolution+ und Active Vision M200HD Pro. Die 200-Hz-Technologie verhilft nicht nur zu besonders flüssiger Darstellung der Bilder in rasanten Szenen, sondern sorgt auch für eine niedrige Reaktionszeit, die im 3D-Modus Voraussetzung für die Separation der Informationen für das linke und das rechte Auge ist. Die 3D-Fernseher mit Bildschirmdiagonalen von 102 cm (40"), 117 cm (46") und 139 cm (55") werden zu Beginn des vierten Quartals 2010 in Deutschland erhältlich sein.

Die Preise (UVP) liegen bei 1.999 Euro, 2.299 Euro beziehungsweise 3.299 Euro. www.toshiba.de

NAVI

United Navigation stellt neues Navi-Portfolio der Marke Becker vor

United Navigation hat für die Marke Becker das erste komplett neue Produktportfolio präsentiert. Mit den Serien Becker Ready, Becker Active und Becker Professional konzentriert sich der Hersteller auf die erweiterten Navigationsbedürfnisse seiner Kunden. Alle mobilen Navigationsmodelle der neuen Produktgeneration zeichnen sich durch individuelles Design, die gewohnt hohe Becker Qualität und einen 4,3”/10,9 cm großen Bildschirm aus.

Besonderen Wert legt Becker bei der Ready-Serie auf einfache Bedienung und zuverlässige Routenführung. In Deutschland kann man mit dem Einsteigermodell Becker Ready 43 Traffic (UVP: 149 Euro) gute Navigation zum kleinen Preis erleben. Zur Ausstattung der Modelle gehören Becker BestTracks zur Auswahl einer alternativen Routenführung und der Becker EasyBack – die Becker Taste, links unten an der Gerätefront, für eine sichere Navigation durch das Menü sowie den TMC Verkehrsfunkempfänger. Mit der realitätsnahen 3D-Darstellung der Umgebung, der Ansage von Straßennamen über die Funktion Text-to-Speech sowie dem informativen Fahrspurassistenten mit 3D-Kreuzungsansicht behält der Fahrer

Becker Active 43 Talk

den Überblick. Die bei allen Becker Geräten vorhandene 45-Tage-gratis-Kartenupdate-Garantie rundet das Ausstattungspaket der Becker Ready Serie gekonnt ab.

Bei der Becker Active Serie haben alle Modelle diese Ausstattungsdetails gemeinsam: den Becker EasyClick Aktivhalter zur Befestigung des Gerätes ohne Kabelsalat, Becker BestTracks für Alternativrouten und die realitätsnahe 3D-Geländeansicht. Das Kartenpaket für 43 Länder Europas, der TMC Verkehrsfunkempfänger und Text-to-Speech sind auch integriert.

Das Becker Active 43 Traffic ist komplett auf das Wesentliche ausgelegt: perfekte Routenführung sowie eine schnelle Stauerkennung und -umfahrung. Ausgerüstet mit TMC und bestmöglicher Routenführung durch Berücksichtigung historischer Verkehrsdaten empfiehlt der Navigationsgehilfe immer die optimale Strecke. Das Risiko, zu bestimmten Tageszeiten im Stau zu stehen, wird hiermit erheblich reduziert (UVP: 179 Euro).

Becker OneShot Sprachsteuerung und Bluetooth Freisprecheinrichtung sind zwei Funktionen, die den Becker Active 43 Talk besonders auszeichnen. Das Gerät richtet sich an Autofahrer, die jederzeit erreichbar sein möchten und dabei das Handy-Verbot für Telefonate ohne Freisprecheinrichtung während der Fahrt einhalten wollen. Mit der Becker OneShot Sprachsteuerung erfolgt die Zieleingabe mit einem einzigen Sprachkommando (UVP: 199 Euro).

Für Vielfahrer und Technik-Liebhaber, die keine Kompromisse bei Navigation, Design und Integration ins Fahrzeug eingehen möchten, präsentiert Becker die Becker Professional Serie. Sie wird angeführt vom neuen Spitzenmodell Professional 43 Control. Das ausgereifte Konzept mit dem modularen HR Aktivhalter Becker EasyClick Pro ermöglicht eine ideale Integration des Navigationsgeräts in jedes Fahrzeug – unabhängig von der jeweiligen Einbausituation.

Eine Installationslösung, die dem Integrationsansatz üblicher Festeinbauten sehr ähnlich ist, bietet das optionale Connectivity Kit. Dagegen montiert der Anwender das innovative Bedienkonzept, die 360°-Funkfernbedienung, selbständig und individuell auf seiner Mittelkonsole im Auto. Nahezu alle Funktionen des PNDs lassen sich hierüber mit höchstem Bedienkomfort steuern. Weitere Top-Features für das Becker Professional 43 Control sind die ausge-

Becker Professional 43

zeichnete 3D-Kartendarstellung auch von wichtigen Wahrzeichen und ganzen Innenstädten, die Becker One Shot Sprachsteuerung und der integrierte Empfänger für europäische Premium-Verkehrsfunkdienste (UVP: 299 Euro).

Alle Produkte des neuen Becker Portfolios sind zudem mit dem Becker EcoPower System ausgestattet. Das intelligente Power Management schont nicht nur den Akku, sondern beschleunigt gleichzeitig beim Wiedereinschalten des Navis den Neustart. Optional lassen sich die neuen Modelle neben dem bereits vorinstallierten Marco Polo City Guide für Berlin um derzeit 29 Reiseführer für europäische Metropolen erweitern.

www.becker.de

Navigon weitet das Angebot für Android-Smartphones aus

Ab sofort gibt es die Navigon select Telekom Edition Android. Für diejenigen, die bereits mit dem MobileNavigator Android

navigieren, steht ein kostenloses Update der Vollversion mit einer exklusiven Funktion bereit, die bisher kein anderes Angebot im Navigon Portfolio bietet. Nutzer mit einem Mobilfunkvertrag der Deutschen Telekom erhalten die Grundversion der Navigon select Telekom Edition Android kostenlos. Sie enthält neben Kartenmaterial für die Region DACH eine umfangreiche Featureauswahl, von der „Intelligenten Adresseingabe“ bis zur „Erweiterten Fußgängernavigation“ und „Google Local Search“. Die Kunden können die Grundversion nach ihrem Bedarf erweitern. Dafür stehen acht Zusatzpakete bereit. www.navigon.de

Das Ibex ist das erste Fußgänger- und Radfahrer-Navi von Falk

United Navigation hat mit dem Falk Ibex jetzt auch ein handliches Outdoor-Navigationsgerät für Radfahrer, Wanderer und Spaziergänger im Programm. Das Gerät zeichnet sich durch robustes Design, einfache Benutzerführung und die aus der Autonavigation bekannten Routing-Funktionen, die nun auch im Gelände genutzt werden können, aus. Darüber hinaus ist die Neuheit mit umfangreichem Kartenmaterial, nützlichen Features und den Inhalten anerkannter Outdoor-Partner ausgestattet.

Die um das Gehäuse umlaufende Gummierung mit griffiger Struktur und betontem Kantenschutz bietet guten Grip auch in schwierigen Situationen oder bei schlechtem Wetter. So übersteht das Gerät mechanische Einflüsse wie einen Sturz unbeschadet, und selbst Starkregen kann ihm nichts anhaben. Diese robusten Qualitäten werden dem Gerät durch die Zertifizierung nach dem IPX7-Standard bescheinigt.

Zwei markante, ins Gehäuse integrierte Bedientasten und der übersichtliche Touchscreen erleichtern die intuitive Bedienung. Dabei ist der transflektive Bildschirm mit einer Diagonale von 3,5”/8,9 cm stets gut abzulesen. Er garantiert auch bei Sonneneinstrahlung eine optimale Lesbarkeit. Der Lithium-Ionen-Akku bietet Energie für bis zu acht Stunden; der Wechselakku lässt sich sowohl direkt im Gerät als auch über ein optional erhältliches Ladegerät mit Strom versorgen.

Grundlage für die sofortige Inbetriebnahme des Ibex nach Öffnen der Verkaufspackung ist die vorinstallierte und präzise Deutschlandkarte von Falk, die nun auch Rad-, Feld- und Wanderwege umfasst. Dank der Partnerschaft mit dem Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC) beinhaltet die Karte unter anderem auch zuverlässige Orientierung auf dem über 200.000 Kilometer Radwegenetz des Clubs und integriert darüber hinaus über eine halbe Million lohnende Ausflugsziele auf Basis der Daten des Kompass-Verlags, dem führenden Anbieter von Wander- und Radkarten. Nach der Zieleingabe startet das Ibex sofort mit der präzisen Zielführung. Dabei sind keine Vorkenntnisse nötig, denn die Outdoor-Karten von Falk sind voll routingfähig. Das bedeutet, dass Wanderer und Radfahrer ihre Ziele direkt im Navigationsgerät eingeben und über klare Sprachansagen und Routeninformationen vom aktuellen Standpunkt aus zum Ziel geleitet werden.

Bei der Berechnung der Strecke lassen sich verschiedene Routen nach den persönlichen Präferenzen auswählen: Während trainierte Nutzer mit der Auswahl schneller oder schwerer Touren ans Limit gehen, können Genusswanderer oder -biker beispielsweise starke Anstiege von der Berechnung ausschließen. Bei der Ermittlung einer Route zum Ziel kann das Ibex auch mehrere Alternativrouten berechnen und stellt diese zudem vorab als Höhenprofile im direkten Vergleich dar. Hat der Nutzer, aus welchem Grund auch immer, keine Lust, den Rückweg ebenfalls zu Fuß oder per Fahrrad anzutreten, kann er auf die Funktion Bus&Bahn zurückgreifen. Dort sind zahlreiche Streckenpläne des öffentlichen Nahverkehrs sowie das Netz der Deutschen Bahn hinterlegt. Ibex berücksichtigt diese und berechnet bei Bedarf den Rückweg über das öffentliche Verkehrsnetz. Experten können darüber hinaus Höhenprofile und Tracks aufzeichnen oder eigene Tracks und Wegpunkte bequem über das PC-Programm Falk Navi-Manager verwalten und im Internet teilen. Der integrierte Barometer zeigt die derzeitige Höhe exakt an. Außerdem verarbeitet das Ibex Geo-Koordinaten aus gedruckten Karten mit Gauß-Krüger- oder UTM-Gitter.

Ibex kommt im Oktober in den Handel. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Gerät liegt bei 369,95 Euro.

Optional sind routingfähige Outdoor-Karten für die Länder Österreich und die Schweiz (beide inklusive Bahnnetz und Streckenpläne im öffentlichen Nahverkehr für die Funktion Bus&Bahn) sowie für das Bikeparadies Südtirol und die Ferieninsel Mallorca erhältlich. Alle Karten verfügen über Informationen zu Wald-, Feld-, Wander- und Radwegen sowie über detaillierte Gelände- und Gewässerinformationen.

www.falk-navigation.de

Navigon Live Services mit neuen Diensten und günstigeren Preisen

Navigon hat seine Live Services erweitert: Die beiden neuen Angebote Tanken Live und Events Live ergänzen die Dienste jetzt zum Paket Live Services Pro. Die sieben Echtzeitangebote sind im neuen Navigon 70 Premium Live inklusive. Neukunden aller Navigon Live-Geräte profitieren zudem ab sofort von einem neuen Preismodell für die dynamischen Informationsdienste: Sie können das jeweilige Live Paket in den ersten 15 Monaten kostenfrei nutzen. Für die Verlängerung der Services senkt das Unternehmen darüber hinaus die Preise – für alle Kunden. Die Clever Flat für zwölf Monate kostet jetzt 49,95 Euro, für 24 Monate 99,95 Euro. Tanken Live bietet auf Knopfdruck eine Übersicht aller Tankstellen in der Nähe, und der Autofahrer erfährt auch den Preis pro Liter. Die bevorzugte Spritart kann vorab festgelegt werden. Ein Ampelsystem bewertet die Tankstellen zudem danach, ob sie im allgemeinen eher günstig sind oder nicht. Beispielsweise kennzeichnet ein grünes Daumen-hoch-Symbol eher preiswerte Stationen. Der Echtzeit-Dienst steht in neun europäischen Ländern zur Verfügung.

Mit dem Service Events Live wird das Navi zum Freizeit- und Reisemanager. Dabei kann der Nutzer in 24 Ländern Europas nach Veranstaltungstips

suchen. Dazu stehen verschiedene Kategorien (zum Beispiel Rock oder Klassik) und Rubriken (wie Festival oder Konzert) zur Auswahl. Auf dem Display erscheint eine Übersicht der Veranstaltungen, die in den nächsten Tagen stattfinden. Diese können direkt in die Zielführung übernommen werden. Weiter findet der Nutzer jeweils Informationen zu Ort, Zeit und Eintrittspreisen hinterlegt. Beide Dienste lassen sich einfach über das Live Services Menü auswählen.

www.navigon.de

Sennheiser Headsets für das iPhone 4

Über brillante Audioqualität können sich jetzt auch die Benutzer eines neuen iPhone 4 freuen, denn Sennheiser hat verschiedene Mobile Music-, Sport- und Smart Remote Control-Headsets ins Programm genommen, die speziell auf das Gerät aus dem Hause Apple abgestimmt wurden. Die neuen Sennheiser-Headsets sind als kabelgebundene und drahtlose Versionen sowie in verschiedenen Bauformen wie Kopf- und Nackenbügel- oder Ohrkanal-Modell erhältlich.

Die kabelgebundenen Headsets bieten ein besonderes Extra: Eine integrierte, Apple-kompatible Fernbedienung ermöglicht volle Kontrolle von Musik und Anrufen. Die präzise und klare Tonqualität, gepaart mit einzigartigem Design für jeden Einsatz, erfüllt die hohen Ansprüche, die iPhone-User an Produkte für ihren digitalen Lifestyle haben.

„Sennheiser-Headsets bieten genau das, denn Sennheiser steht für Top-Qualität, unverwechselbares Design und intuitive Kommunikations-Features“, erklärte Christian Ern, Produktmanager bei Sennheiser Communications.

Sennheiser CX 880i (oben) und Sennheiser HD 218i (links)

Manche Anwender bevorzugen die Einfachheit von kabelgebundenen Headsets, andere wiederum setzen mit drahtlosen Modellen auf das Gefühl der absoluten Freiheit. Sennheiser bietet eine große Produktpalette von hochwertigen Headsets für jeden Geschmack an. Neben der klaren Musik- und Sprachwiedergabe garantieren verschiedene individuell anpassbare Designs hohen Komfort – auch beim Dauereinsatz des iPhone 4.

Kompatibel mit dem neuen Apple Smartphone, ermöglicht die smarte, ins Kabel integrierte Fernbedienung bei den kabelgebundenen Headsets den einfachen und schnellen Wechsel zwischen Musikhören und eingehenden Telefonaten. Per Knopfdruck steuern die Anwender einfach die Lautstärke, die Wiedergabeoptionen, nehmen Gespräche an und beenden diese oder aktivieren die Voice-Control-Funktion. All dies ermöglicht der schlicht-elegante eingebaute Regler mit Mikrofon.

Musikfans, die kabellose Kommunikation bevorzugen, können aus einer Reihe von Bluetooth-Modellen wählen. Sennheiser kombiniert dabei hohe Audioqualität mit dem Komfort einer Bluetooth-Freisprecheinrichtung sowie optimalem Tragekomfort. Zur weiteren Ausstattung der kabellosen Headsets gehören ein in die Hörmuschel integriertes Mikrofon und verbesserte Bedienbarkeit.

Sennheiser OMX 680i Sports

Ob bei der Wahl der idealen Farbe, des individuellen Kleidungsstils oder des Lieblings-Handys – die Persönlichkeit kommt dabei immer zum Ausdruck. Genauso ist es mit der Wahl der Headset-Bauform: Die Auswahl reicht von Kopfbügel-Headsets bis hin zu diskreten Ohrkanal-Lösungen. Sennheiser bietet für jeden Nutzer den zu ihm passenden Stil.

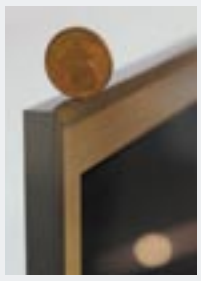
Auch für Sportler unter den iPhone-Nutzern hat Sennheiser jetzt Neuheiten im Programm: Die neuen Sport-Headsets, die gemeinsam von Sennheiser und adidas entwickelt wurden, ermöglichen Sportlern während des Trainings einen schnellen Wechsel zwischen Musikhören und Telefonieren. Zum Sortiment gehören die Modelle CX 680i Sports, MX 680i Sports, OMX 680i Sports und PMX 680i Sports, die speziell für die Anwendung mit dem iPhone entwickelt und konzipiert sind.

Die neuen Sport-Headsets verbinden laut Hersteller erstklassige Soundqualität und höchste Funktionalität mit einer komfortablen Freisprecheinrichtung. Mit nur einer Taste in der Fernbedienung lässt sich eine Vielzahl an Funktionen auch während schneller Bewegungen komfortabel steuern: Je nachdem, wie oft und wie lange die Taste gedrückt wird, startet die Trainingsmusik, hält an oder springt zum nächsten/vorherigen Titel. Auch Telefonate werden über die Bedieneinheit entgegengenommen, abgewiesen oder beendet. Ist die iPhone Sprachsteuerung aktiviert, kann man per Stimme eine Telefonnummer eingeben oder ein Lied anfragen. Alle vier Modelle sind mit einem Schutzsystem gegen Feuchtigkeit ausgestattet. Dieses weist nicht nur Schweiß und Regen effektiv ab, sondern sorgt auch dafür, dass das Headset nach dem Training einfach unter fließendem Wasser abgespült werden kann. www.sennheiser.de

UE

Funai kündigt auf der IFA neue Katana LED-TV-Serie an

Funai startet Anfang 2011 mit seiner ersten LED-TV-Reihe und nennt diese Katana. Die Geräte kommen in den Größen 19“ und 22“ voraussichtlich im Januar 2011, in 32“ und 40“ ab März 2011 auf den Markt. Katana ist ein traditionelles Samuraischwert, das in einem sehr aufwendigen und komplizierten Prozess gefertigt wurde; es ist hochwertig und sehr robust.



Zudem wird es eine Sonderserie „Katana Premium“ geben, die ebenfalls Anfang nächsten Jahres auf den Markt kommen soll. Diese Premium Line soll es in den Größen 26“, 32“ und 40“ geben. Sie soll im Aluminium-Design erscheinen und ergänzend zu der klassischen und LED-Serie herausgebracht werden.

Philips präsentiert Cinema 21:9 Platinum Series

Bereits im letzten Jahr brachte Philips den weltweit ersten Fernseher im echten Kinoformat auf den Markt. Jetzt macht das Unternehmen den nächsten großen Schritt und präsentiert mit dem Cinema 21:9 Platinum Series den ersten 3D-Fernseher im Kinoformat. Bei seinem großen 58 Zoll (147 cm) Bildschirm im Seitenverhältnis von 21:9 füllen Filme im Kinoformat den gesamten Bildschirm aus. Die neue Version des Cinema 21:9 erfährt in diesem Jahr eine beeindruckende Weiterentwicklung insbesondere im Bereich Bildqualität. Alle Innovationen der preisgekrönten Philips 9000er-Reihe kommen auch beim neuen Cinema 21:9 zur Anwendung wie z. B. das Direct LED-Backlight mit Local Dimming, 400 Hz und die Bildverarbeitung durch die verbesserte Perfect Pixel HD Engine.

Neben dem Bild ist auch der Klang für ein beeindruckendes Erlebnis wichtig. Großvolumige Tieftöner an der Geräterückseite und zwei Kalottenhochtöner sorgen für ein klares, brillantes Klangbild. Ein schlanker Squeeter erzeugt detailreichen, fokussierten Sound, und ein Virtual 2.1-Lautsprecher sorgt für kinotaugliche Bässe und Mitten.

Die Philips Cinema 21:9 Platinum Series ist seit September 2010 für 4.199 Euro (UVP) verfügbar. Im Lieferumfang sind zwei aktive 3D-Brillen enthalten (nur D/A/CH).

Sieger-Typen

wissen, wie und mit wem man gewinnt.

Neues von BILORA

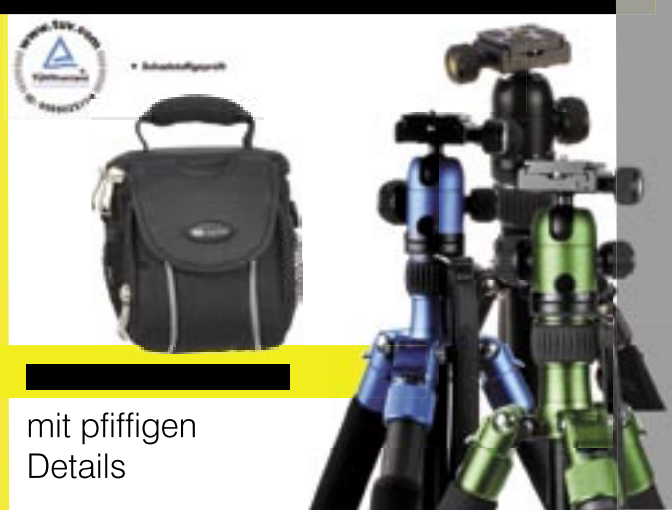
100 Jahre BILORA Qualität

BILORA freut sich über einen erfolgreichen Photokina-Auftritt. Im kurzen Überblick finden Sie hier unsere Neuheiten - mit Pfiff.
Der Name BILORA steht für ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis bei mittlerweile über 1000 Foto-Zubehörartikeln. Unser Sortiment finden Sie auch unter **www.bilora.de.** Dort können Sie gerne unsere Produktkataloge anfordern.

Flexible Lösungen

MonoFlex, TripoFlex, Action Pod

College Taschen



mit pfiffigen Details

UNTER DEM FUNKTURM

IFA 2010

Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, auf der IFA Eröffnungs-Pressekonferenz

Hans Wienands, Vice President Consumer Electronics Samsung Deutschland GmbH

Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Deutschland GmbH

Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH

Karl Trautmann, Geschäftsführer Einkauf, und Dr. Jörg Ehmer, Geschäftsführer der EP

Andreas Seidler, Senior Sales Manager Printing Division bei Samsung Deutschland GmbH

Sir Howard Stinger, CEO and President der Sony Corp. Japan

Florian Rosenberg, Director Sales CE, LG Deutschland GmbH

Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der Philips GmbH Deutschland, im Gespräch mit Lorenz Huck, Redakteur Markt Intern

Marco Opitano, Vantage Digital GmbH
Director Marketing

Thomas Güttler, Geschäftsführer
von RCP-Technik (Rollei)

Werner Winkelmann,
ehemaliger Vorstand der Euronics
Deutschland eG

Gert Weiner, Director Sales & Marketing
A/V bei Samsung Deutschland GmbH

Sascha Lange, Director Marketing CE Toshiba Europe GmbH

Ralf Wolf, Director Marketing and Technical Service
der Sony Optiarc Europe GmbH

Dr. Roland Raithel, Director Public
Relations der Loewe AG

Jochen Weymer, Geschäfts-
führer der Sennheiser Ver-
triebs- und Service GmbH

Benedict Kober, Vorstand der
Euronics Deutschland e. G.

Dr. Norbert Kotzbauer und Helene Metz, beide Metz Werke

Hemjö Klein und Klaus Peter Voigt, beide Vorstand
der Telefunken Holding AG

Torsten Stapel, Marketingleiter
der Sennheiser electronic
GmbH & Co. KG

Der scheidende Geschäftsführer Sensettin Eksert
der Grundig Intermedia GmbH und Horst Nikolaus,
Direktor Sales Germany

Franz Schur, Geschäftsführer
der Weltring GmbH

Erich Geisser, Geschäftsführer der Dyson Deutschland GmbH

Michael Langbehn, Manager PR/CSR/Trade Marketing Communication Panasonic Deutschland GmbH

Thomas Schnaudt, Director Marketing der Harman Kardon GmbH

Gerhard Schaas, Vorstand Loewe AG

Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG

Andreas Klavehn, Sales and Marketing Multimedia Devices Carl Zeiss AG

Gunter Kürten, Geschäftsführer der Denon Deutschland GmbH

Martin Bongard, Geschäftsführer der ednet GmbH, einer Tochtergesellschaft des japanischen Zubehör-Spezialisten Elecom

Werner Schilz, Geschäftsführer Pioneer Deutschland GmbH

Kai Hillebrandt, Vertriebsleiter für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Philips Consumer Lifestyle GmbH

Petra Siegfanz, Head of Marketing CE Sharp Deutschand GmbH

Ralf Hansen, General Manager Communication Panasonic Deutschland GmbH

Neue Aufbewahrungssysteme von Schnepel

Schnepel war mit einer Vielzahl an neuen Produkten zur IFA 2010 angereist. Neben Modellerweiterungen der Möbelserien X- und Elf-Linie stand die Präsentation von stilvollen Aufbewahrungselementen im Mittelpunkt des Messeauftritts.

Zur IFA wurde die im vergangenen Jahr eingeführte Elf-Linie um eine Reihe von Stauraum-Elementen erweitert. Damit lässt sich nicht nur der Flachbildschirm in Szene setzen, sondern auch TV-Zubehör wie Zuspielgeräte und Gaming-Konsolen kann verstaut werden. Das modulare System beinhaltet zwei Stauraumlösungen in jeweils drei unterschiedlichen Größen und Ausführungen: Die Wandboarde haben eine Tiefe von 40 cm und sind für eine waagerechte Montage gedacht. Kabeldurchlässe in den Böden ermöglichen es, das Board für die Unterbringung von Zuspielgeräten und für HiFi-Anlagen zu nutzen.

Aufbewahrungselemente lassen sich je nach Belieben senkrecht oder waagerecht an der Wand befestigen, können jedoch auch

Bild oben: In der Elf-Linie von Schnepel gibt es jetzt auch verschiedene Stauraum-Elemente zur Unterbringung von TV-Zubehör wie Zuspielgeräten, aber auch von DVDs, CDs oder Büchern.

Bild rechts: Ein TV-Möbel mit integriertem Liftsystem ergänzt Schnepels X-klusiv-Linie. Mit einer ausgeklügelten Technik ermöglicht dieses Möbel, den Bildschirm komplett im Korpus zu versenken.

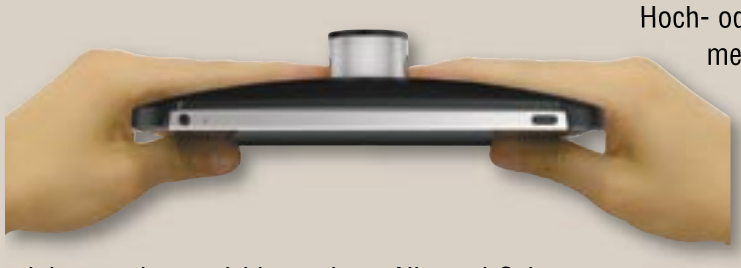
als Standlösung genutzt werden. Durch flexible Einlegeböden und eine Tiefe von 16 cm eignen sie sich besonders zum Verstauen von CDs, DVDs und Büchern.
Wandboarde und Aufbewahrungselemente sind in den Größen 60, 90 und 120 cm sowie in offener oder geschlossener Ausführung lieferbar. Bei den geschlossenen Varianten kann zwischen Türen in Holzoptik, Schwarz- oder Weiß-Glas ausgewählt werden. Für den Korpus stehen sechs verschiedene Dekore zur Verfügung. Kombinieren lassen sie sich mit Seitenelementen in den Farben Weiß oder Schwarz.
Zudem wird Schnepel seine erfolgreichen Möbelserien X-Linie und Elf-Linie jeweils um ein Lowboard sowie um ein HiFi-Rack erweitern. Programmabhängig stehen für beide Produktneuheiten 22 bzw. sechs verschiedene Dekorvarianten zur Verfügung. Das Lowboard ist ebenfalls in offener oder geschlossener Ausführung erhältlich.

Ein weiteres Highlight auf Schnepels Messestand war ein TV-Möbel mit integriertem Liftsystem. Die X-klusiv-Linie ermöglicht mit einer ausgeklügelten Technik, den Bildschirm komplett im Korpus des Möbels zu versenken. Per Knopfdruck können Flachbildschirme mit einer Tiefe bis 40 mm heraus- und eingefahren werden. Dabei bewegt sich das Möbel entgegengesetzt nach oben oder unten.

Auch für die Befestigung des Bildschirms an der Wand zeigte Schnepel auf der IFA 2010 verschiedene Lösungen. In Zusammenarbeit mit seinem Partner Vogel's stellte das Unternehmen zudem die neue Thin-Serie vor. Das auf Basis umfassender Verbraucherstudien und Nachfragetrends entwickelte Sortiment besteht aus vier Artikeln (ein Wandhalter mit Fernbedienung und drei klassische Wandhalter), passend zu den beliebtesten Größen von ultraflachen LED-Bildschirmen. www.schnepel.com

Vogel's entwickelt innovative Befestigungslösung für das iPad

Vogel's hat eine Befestigungslösung für das iPad für Zuhause, bei der Arbeit und unterwegs vorgestellt. Das Vogel's Mount & Cover System für das iPad ist ein einzigartiges System für die Befestigung des erfolgreichen Apple Tablets an Wänden, Tischen und Theken. Es sorgt dafür, dass das iPad jederzeit zugänglich und nutzbar ist. Das Vogel's Mount & Cover System baut auf der jahrelangen Erfahrung von Vogel's bei sicheren Befestigungssystemen auf.
Vogel's BaseCover steht im Zentrum des Mount & Cover Systems. Es beinhaltet einen speziellen Alu-



miniumstecker und bietet einen Allround-Schutz für das iPad. Der Stecker ermöglicht die Befestigung des iPad an einer Reihe von Haltern, zum Beispiel WallMount, TableMount und CarMount. Weitere Lösungen werden nach und nach ergänzt. Das Design und die spezielle Softbeschichtung des BaseCover machen das Halten des iPad einfacher, sicherer und bequemer. Das BaseCover kann außerdem umgedreht werden, um die Vorderseite des iPad und die Tasten zu schützen, wenn der Besitzer mit dem Gerät unterwegs ist.
Vogel's WallMount ist Teil des Mount & Cover Systems und ein diskretes Verbindungsstück, das auf fast jede Fläche geschraubt werden kann. Durch das Einrasten des BaseCover an der WallMount kann das iPad für die Präsentation von Inhalten und die sofortige Benutzung aufbewahrt werden. Nach der Befestigung kann das iPad frei um bis zu 360 Grad gedreht werden. Das System sorgt außerdem für robuste und sichere Stabilität. Denkbare Szenarien für den Einsatz des iPad in Verbindung mit dem WallMount sind im Schlafzimmer als Wecker, im Wohnzimmer als Sound-Steuerung, Nachrichten- oder Wetterstation oder in der Küche für iBook-Rezepte.
Für eine flexiblere Aufstellung ermöglicht die TableMount die Platzierung des iPad plus BaseCover auf einem Tisch, einem Regal oder einer Theke im Hoch- oder Querformat für die Anzeige von Filmen, Fotos oder Fernsehsendungen.
Für die Verwendung im Auto hat Vogel's sein erfolgreiches DV-Dock für die Verwendung mit dem Mount & Cover System angepasst. Zum Anschluss des iPad plus BaseCover an die CarMount sind keine Werkzeuge nötig. Er wird sicher an der Kopfstütze angebracht, so dass Passagiere auf den Rücksitzen Inhalte auf dem iPad unterwegs genießen können.
Das patentierte Mount & Cover System von Vogel's für das iPad soll einen Standard für die Befestigung von iPads und anderen Tablet-PCs setzen. Es eröffnet neue Wege für die Befestigung von persönlichen Bildschirmen überall und baut auf der umfassenden Erfahrung von Vogel's bei elegantem Design, fortschrittlichen Funktionen, hoher Qualität und Know-how bei der Befestigung von Flachbildschirmen auf.
Das Vogel's Mount & Cover System wird ab Oktober 2010 in Europa erhältlich sein.
www.vogels.com

Neuer Kaffeevollautomat Melitta Caffeo CI

Melitta hat auf der IFA 2010 erstmals den neuen Premium-Kaffee-Vollautomaten Melitta Caffeo CI (CI = Coffee Intelligence) gezeigt. Im zeitlosen Designgehäuse steckt eine ausgereifte Hochleistungstechnologie für die originale Zubereitung verschiedener Kaffeespezialitäten ganz nach individuellem Wunsch. Mehrere integrierte Reinigungsprogramme garantieren

hygienische Sauberkeit bei der Verwendung von frischer Milch. Weiterhin machen intuitive Bedienoberflächen, zeitgemäße Energiespareinstellungen und die durchdachte „My Coffee Memory"-Funktion die Melitta Caffeo CI zum intelligenten Alleskönner unter den Kaffee-Vollautomaten.
Bis zu vier Benutzer können mit der Funktion „My Coffee Memory" unter anderem Kaffeestärke, Temperatur, Kaffee-, Milch- und Milchschaummenge für jede Kaffeespezialität im persönlichen Profil speichern und per Tastendruck abrufen. Als besonderes Extra bereitet die Melitta Caffeo CI auf Wunsch auch alle Spezialitäten gleich in zweifacher Ausführung zu. Ein weiteres Ausstattungsmerkmal ist der „Original Preparation Process", der die originale Zubereitung vielfältiger Kaffeespezialitäten in der richtigen Reihenfolge der Zutaten garantiert.

Dank des innovativen „All-in-one-Outlets" fließen Kaffee, Milch, Milchschaum und Heißwasser aus dem selben höhenverstellbaren Multifunktionsauslauf. Auf diese Weise muss die Tasse bei der Zubereitung nicht mehr bewegt werden. Das neuartige „Plug-in-Milk-System" produziert auf Knopfdruck perfekten Milchschaum. Das Milchsystem ist leicht zu entnehmen und zu reinigen. Der externe Frischmilchbehälter in transparenter Optik passt mit seinem Ein-Liter-Fassungsvermögen in jeden Kühlschrank und darf zum Reinigen in die Spülmaschine. www.melitta.de

Bilora Fototaschen ohne Schadstoffe

Immer mehr Produkte verdeutlichen mit Zusätzen wie „Eco“, „Öko“ oder „Bio“ ihre Umweltfreundlichkeit. Auf den großen Messen spielen „Green IT“ und „Green CE“ eine immer wichtigere Rolle, und auch auf der photokina werden die Besucher vielerorts Themen wie Nachhaltigkeit und Energieeffizienz begegnen. Dass man aber nicht nur mit Elektroartikeln auf die entsprechende Nachfrage der Konsumenten reagieren kann, beweist Kürbi–Otto Tönnes mit zwei neuen, schadstoff-freien Taschenserien der Eigenmarke Bilora.

Dafür, dass das Attribut der Schadstoff-Freiheit nicht nur ein inhaltsleerer Spruch einer PR-Agentur ist, bürgt der TÜV Rheinland. Er hat die einzelnen Modelle der Reflex Profi Line- und DigiStar-Serien unter die Lupe genommen und sämtlichen Modellen die Schadstoff-Freiheit zertifiziert. „Wir haben keine Kosten gescheut, um unseren Kunden eine Sicherheit von neutraler Stelle zu geben, dass die Taschen frei von Schadstoffen und somit für die Gesundheit vollkommen unbedenklich sind“, erläuterte Bilora Produkt- und Vertriebsmanager Carsten Reck. „Damit liefern wir neben den typischen Vorteilen, die unsere Taschen ohnehin auszeichnen, ein weiteres und exklusives Verkaufsargument für den PoS.“

Die TÜV-zertifizierten Produkte haben intensive Prüfungen der TÜV Rheinland Group erfolgreich bestanden. Dabei werden hohe Ansprüche an Sicherheit und Qualität der verwendeten Materialien und der Verarbeitung gestellt. Diese Prüfungen werden in TÜV-Testlabors durchgeführt und durch geschulte Techniker und Ingenieure überwacht. Über das Prüfergebnis stellt die TÜV Rheinland Group ein Zertifikat aus.

Die elf Modelle der Bilora DigiStar-Serie präsentieren sich in zeitloser Eleganz. Die Serie basiert auf seit Jahren bewährten Vorgängermodellen und zeichnet sich durch ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis aus.

Damit das Prüfverfahren nicht nur eine Momentaufnahme darstellt, überwachen TÜV-Mitarbeiter anschließend in regelmäßigen Abständen die Fertigungsstätte des Unternehmens und kontrollieren, ob die dort hergestellten Produkte weiterhin dem getesteten Prüfmuster entsprechen.

Das TÜV-Signet der Taschen erscheint auf den Verpackungen der zertifizierten Bilora Produkte und im Produktkatalog. Im TÜV-Siegel sichtbar ist die Webadresse des TÜVs und eine zehnstellige ID-Nummer. Auf der TÜV Homepage können Interessierte detaillierte Informationen zu den Prüfergebnissen einsehen.

Anhand der ID-Nummer können interessierte Verbraucher auf der Webseite des TÜV weitere Informationen abfragen.

Neben dem TÜV-Siegel bieten die zertifizierten Bilora Taschenserien eine Vielzahl weiterer Vorteile. Die DigiStar-Serie in klassischer Eleganz umfasst elf Modelle. Sie wurde auf der Basis sehr erfolgreicher und seit Jahren bewährter Taschenmodelle weiterentwickelt. Die attraktive Preisgestaltung der Kompakt-Kameratasche Nano L, Micro S, Micro und Mini S in Verbindung mit der Ausstattung (dazu zählen zum Beispiel die Vortasche für Speicherkarten, die Klett-Gürtelschlaufe und der Umhängeriemen) liefert hervorragende Verkaufsargumente für den PoS.

Die Reflex Profi Line wendet sich mit vier Modellen an anspruchsvolle Fotografen.

Die Modelle ab Midi bieten erweiterte Polsterungen, Schutz und Tragemöglichkeiten für Kameras, Objektive und Blitze in Verbindung mit Extra-Stauraum für Zubehör und Kleinteile.

Die Reflex Profi Line – die zweite Taschenserie mit TÜV-Siegel – beinhaltet vier Modelle. Sie sind mit einem atmungsaktiven Rückenpolster, Griffgurt und Deckelfach mit Speicherkartenaufbewahrung ausgestattet. Der Beckengurt gewährleistet hohen Tragekomfort. Diverse Vortaschen bieten Platz für Zubehör. Halteschlaufen ermöglichen zudem die Anbringung von Zusatztaschen. Ein integriertes Regencape rundet die Ausstattung ab.

www.bilora.de

PoS Aktuell

Wachsender Markt für digitale Unterhaltungselektronik

Der deutsche Markt für digitale Unterhaltungselektronik entwickelt sich besser als erwartet. Die Umsätze werden bis Jahresende voraussichtlich um 2,5 Prozent wachsen und ein Volumen von 12,7 Milliarden Euro erreichen. Das gab der High-Tech-Verband BITKOM in Berlin bekannt. Basis ist eine aktuelle Erhebung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des European Information Technology Observatory (EITO). „Der Boom bei hochauflösenden Flachbildfernsehern und neue Technologien wie 3D oder Blu-ray treiben den Geräteverkauf an“, erklärte BITKOM-Vizepräsident Achim Berg die guten Zahlen. Die Nachfrage nach analogen Geräten, also etwa Radios und Röhrenfernseher, schrumpft hingegen abermals um 5 Prozent auf 0,7 Milliarden Euro. Mit Abstand wichtigstes Marktsegment bleiben die Flachbildfernseher. Sie stehen in diesem Jahr für fast die Hälfte (49,3 Prozent) der Umsätze mit Unterhaltungselektronik. Auf Rang zwei folgen Digitalkameras (12,4 Prozent), danach Spielekonsolen und Set-Top-Boxen (je 5,2 Prozent), Autonavigationssysteme (4,7 Prozent), Aufnahmemedien wie DVD-Rohlinge (4,3 Prozent) sowie sonstige digitale Unterhaltungselektronik wie MP3-Player und DVD-Player (13,7 Prozent). Den anhaltenden Boom bei Flachbild-Fernsehern führt BITKOM u. a. auf das seit dem Frühjahr deutlich verbesserte Angebot von Fernsehsendungen in hochauflösender Qualität zurück. In diesem Jahr sollen gut 9,6 Millionen Flachbildfernsehgeräte abgesetzt werden. Das ist eine Steigerung von 16 Prozent gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2009. Der Umsatz steigt voraussichtlich um 11,3 Prozent auf 6,6 Milliarden Euro. Der Trend zu hochauflösenden Bildern fördert auch den Verkauf von Zusatzgeräten. So steigt der Umsatz mit digitalen Set-Top-Boxen in diesem Jahr um 33 Prozent auf 690 Millionen Euro. In diesen Geräten ist mittlerweile oft ein Festplattenrecorder integriert. Mit Blu-ray-Playern werden voraussichtlich 210 Millionen Euro umgesetzt, ein Plus von 82 Prozent gegenüber 2009. Der TV-Markt profitiert zudem von den neuen Trends 3D und Hybrid-TV. 3D-Fernseher kamen in Deutschland erst in diesem März auf den Markt. Seitdem wurden rund 40.000 Geräte verkauft. Das hat der BITKOM auf Basis von Zahlen des Marktforschungsinstituts GfK berechnet. Hybrid-Geräte verfügen über einen integrierten Internet-Anschluss. Hybrid-Fernseher stehen seit März 2009 in den Verkaufsregalen. Seitdem sind über 1,3 Millionen Stück verkauft worden, rund 160.000 waren es allein im Juni. Fast jeder zweite Deutsche (47 Prozent) möchte das Internet über TV nutzen. Das ergab eine repräsentative Umfrage von Aris Umfrageforschung im Auftrag des BITKOM. Bei den unter 30-Jährigen liegt der Anteil gar bei 94 Prozent. „Die Verschmelzung von Internet und Fernsehen schreitet dank der stark steigenden Nachfrage nach Hybrid-TV-Geräten schnell voran“, so Berg. Der Fernseher wird immer mehr zum Multifunktions-Gerät. Laut Umfrage würde fast jeder Dritte (31 Prozent) auf dem TV-Gerät E-Mails lesen und schreiben. Jeder Sechste möchte auf diesem Weg chatten, jeder Achte Pizza und Bier für einen Fernsehabend bestellen und jeder zehnte Videotelefonate führen. Senioren ab 65 Jahre interessieren sich vor allem für eine medizinische Versorgung per Fernseher, beispielsweise eine Unterhaltung mit dem Hausarzt. Das würde jeder Sechste in dieser Altersklasse nutzen.

Leif Erik Lindner leitet Vertrieb Consumer Electronics bei Samsung

Leif Erik Lindner

Leif Erik Lindner hat zum 1.9.2010 die Leitung Vertrieb Consumer Electronics und Foto bei Samsung übernommen. Lindner war zuvor bei Samsung im Key Account Management für den Bereich Consumer Electronics tätig.

IFA 2010 – Erwartungen wurden übertroffen

Die Vorzeichen für eine erfolgreiche 50. IFA standen gut: Mit einem zweistelligen Flächenwachstum auf rund 134.400 Quadratmeter (+11%) vermieteter Ausstellungsfläche und mit 1.423 Ausstellern wurden Bestleistungen erzielt.

Ebenso zahlreich kamen die Besucher zur 50. IFA: 235.000 Besucher (+5%), darunter 125.000 Fachbesucher (+8%), machten die IFA erneut zwischen dem 3. und 8. September 2010 zur weltweit größten und wichtigsten Messe für Consumer Electronics und Elektro-Hausgeräte. Das Ordervolumen des Handels liegt mit 3,5 Milliarden Euro (+9 %) über dem Vorjahresergebnis.

Die IFA wartete mit einer Vielzahl innovativer Produkte auf. Besonders das dreidimensionale Fernsehen stand im Mittelpunkt des Interesses. Weitere Schwerpunktthemen der 50. IFA waren unter anderem: Die Verschmelzung von Fernsehen und Internet, HDTV, Heimvernetzung und alle Facetten der mobilen Mediennutzung. Energie-Effizienz und Ressourcenschonung haben sowohl bei der CE- als auch bei der Hausgerätebranche einen hohen Stellenwert. Dies wurde mit neuen Produkten ebenso wie mit zahlreichen Sonderschauen und Konferenzen hervorgehoben. Neben Komfort und Design waren Kochen, Gesundheit und Wellness die weiteren Schwerpunkte bei den Elektro-Hausgeräten.

„Die IFA hat sich im Jubiläumsjahr selbst übertroffen. Der eingeschlagene Weg ist erfolgreich und richtig. In der Anzahl der internationalen Medienvertreter (1.877, plus neun Prozent) und internationalen Fachbesucher (29.000, plus 21 Prozent) verzeichnet die IFA einen weltweiten Vorsprung“, so Jens Heithecker, IFA-Direktor. Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, zieht ebenfalls ein positives Fazit: „Die IFA hat zu ihrem 50. Jubiläum mit einem deutlichen Wachstum wieder den Takt vorgegeben. Handel, Industrie und Fachbesucher waren vom Angebot und der Größe begeistert.“

Markt für E-Books wächst rasant

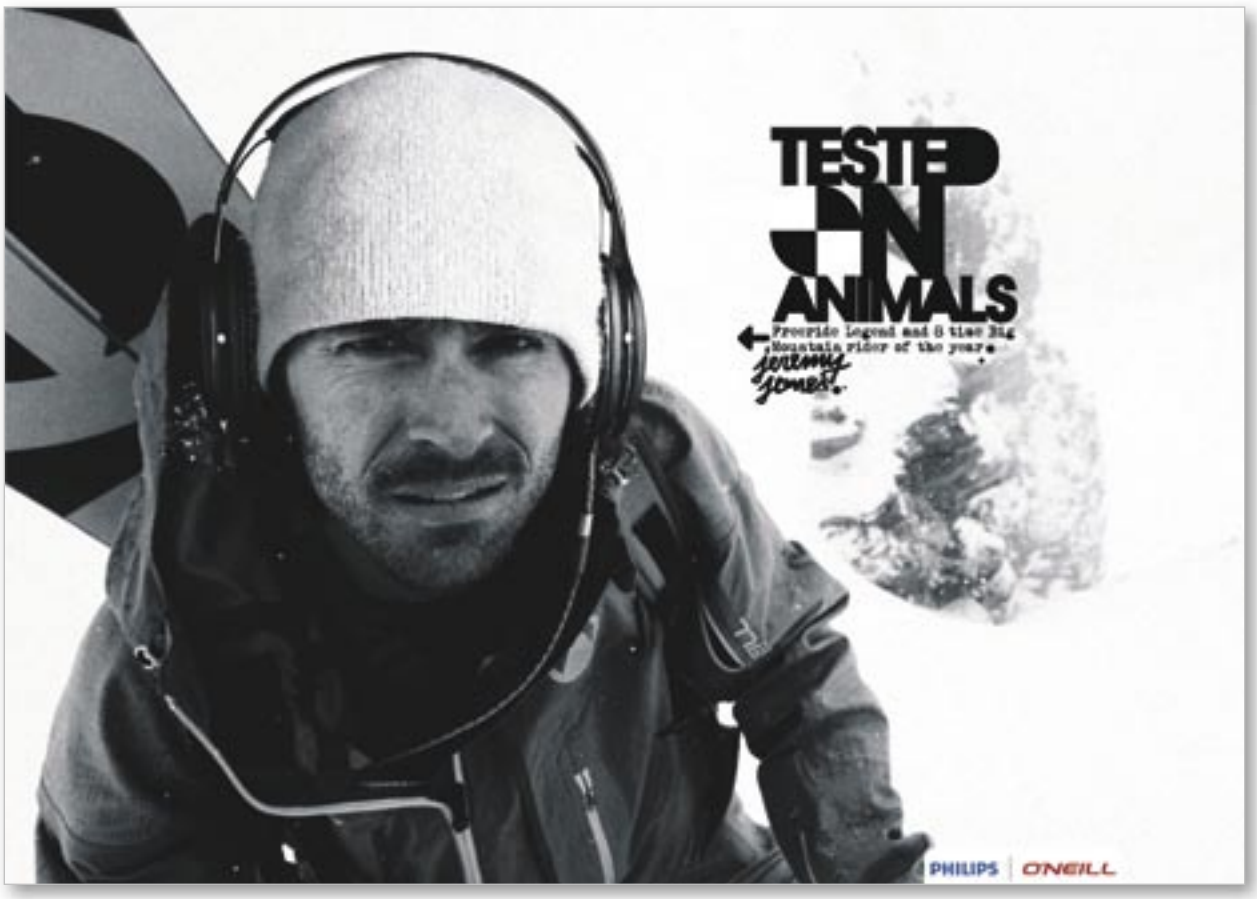
Fast drei Millionen Deutsche spielen mit dem Gedanken, sich dieses Jahr ein digitales Buch zu kaufen, wie der Webmonitor von BITKOM und Forsa ergab.

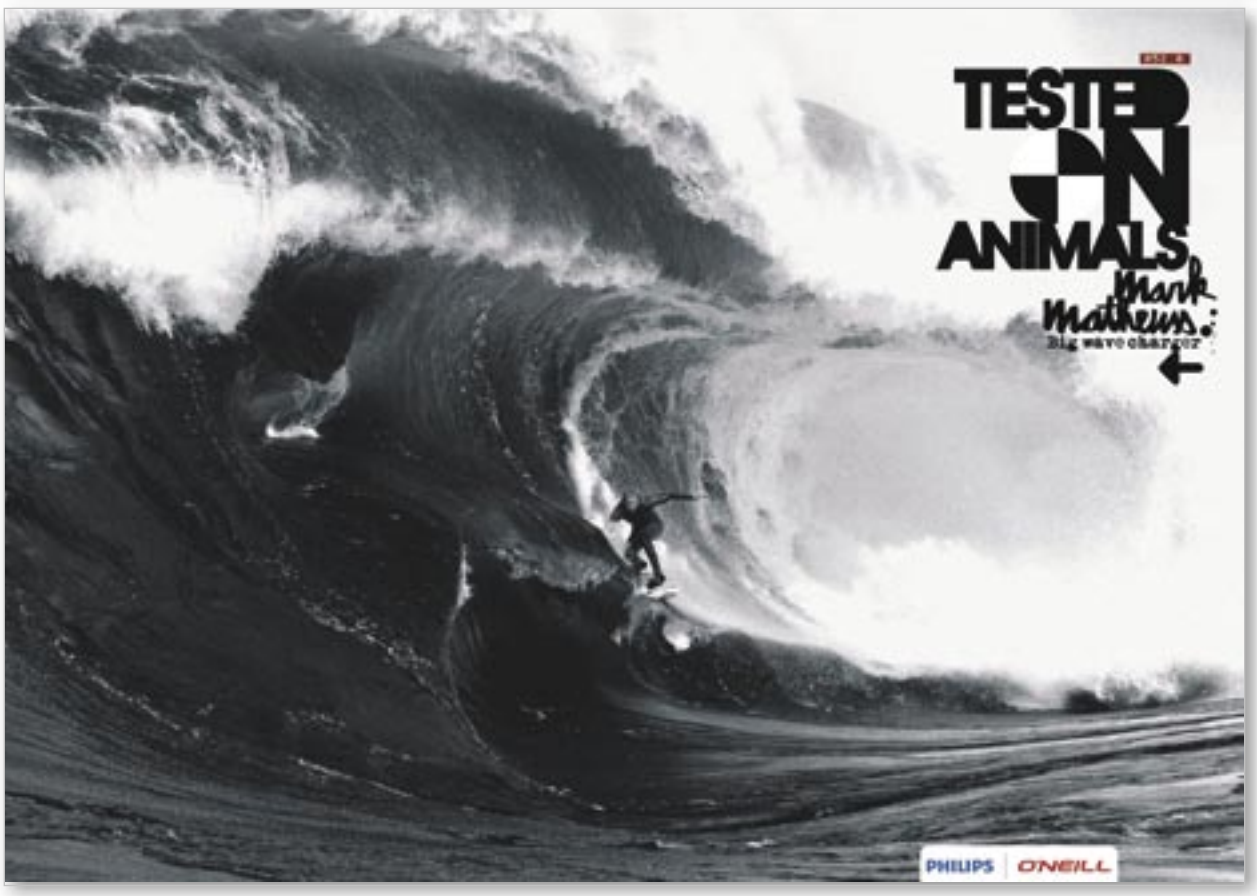
Unter Schülern und Studenten hat bereits jeder Sechste Interesse. Digitale Bücher erleichtern die wissenschaftliche Arbeit, sind komfortabel und bieten zusätzliche Möglichkeiten wie z. B. die Textdarstellung in Großschrift. Wie in einem Word-Dokument kann nach Stichwörtern gesucht und können Zitatpassagen wiedergefunden werden. „Wir rechnen damit, dass nach Fachliteratur, Sachbüchern und Infotainment auch digital publizierte Belletristik für die Leser zunehmend interessant wird. Dies ist nicht zuletzt auf eine steigende Zahl verschiedener Lesegeräte wie Tablet-PCs zurückzuführen“, sagte Dr. Bernhard Rohleder, Hauptgeschäftsführer des BITKOM.

Nach BITKOM-Berechnungen werden 2010 in Deutschland rund 500.000 Tablet-PCs verkauft.

Philips präsentiert in Zusammenarbeit mit O'Neill robuste Lifestyle Kopfhörer

„TESTED ON ANIMALS"





Philips und O'Neill bringen gemeinsam eine besonders widerstandsfähige Kopfhörer-Serie für den aktiven Lebensstil auf den Markt. Die neue Premium-Reihe der Philips | O'Neill Kopfhörer bietet eine lange Lebensdauer und höchsten Komfort für den Musikgenuss, auch an Tagen, an denen Action auf dem Programm steht.

Tierfreunde können sich entspannt zurücklehnen und haben keinerlei Grund zur Beunruhigung: Für die neuen Philips | O'Neill Kopfhörer wurden selbstverständlich keine Tierversuche unternommen, und es wurden auch keinem geliebten Vierbeiner Kopfhörer aufgesetzt. Mit „Animals" sind O'Neill-Rider – die kompromisslosesten und wagemutigsten Hochleistungssportler – gemeint. Sie haben die Kopfhörer unter extremster sportlicher Betätigung getragen. Der Slogan spiegelt somit lediglich die Robustheit der Geräte wider, die härtesten Tests unterzogen worden sind. Zur Philips | O'Neill Kopfhörer-Serie gehören vier verschiedene Modelle, jedes in einem einzigartigen und dennoch einfachen Design. Und dabei sind sie alle in der Lage, den Herausforderungen eines extrem aktiven Lebensstils zu trotzen.

Nick Andrews, Senior Manager Consumer Marketing bei Philips, erklärte hierzu: „Diese Produktreihe nutzt die Synergien aus Philips' Simplicity und Innovation und den Kernwerten von O'Neill, die sich aus dem Konzept von Innovation in den Bereichen Style und Technology ergeben. Unsere neuen Kopfhörer sind in bezug auf ihre Haltbarkeit kompromisslos – denn sie wurden von den härtesten O'Neill-Ridern, unseren Test-Animals, getestet, den kompromisslosesten und wagemutigsten Boardern, die es gibt." Eppo van Berckelaer, Global Marketing Director bei O'Neill, erklärt: „Sowohl O'Neill als auch Philips können auf eine lange und erfolgreiche Vergangenheit zurückblicken, die von Produktinnovationen und der Entwicklung neuer Produkte bestimmt war, die es den Menschen erlauben sollten, aus ihrem Leben das meiste herauszuholen. Da wir wissen, welch wichtige Rolle die Musik im Leben unserer Kunden spielt, möchte ich nun alle aufrufen, die Kopfhörer selbst zu testen." An der Spitze der Philips | O'Neill Kampagne werden ausgewählte Rider des O'Neill-Teams stehen, unter anderem der achtmalige Big Mountain Rider of the Year, Jeremy Jones, der verwegene Big Wave Rider Mark Mathews und der zweimalige Freeride World Tour Champion Ane Enderud. Diese drei, die zu den härtesten und zähesten Champions in ihrem Sport zählen, haben die Kopfhörer in ihrem außergewöhnlichen und rauen Alltag auf Herz und Nieren geprüft.

Die Unverwüstlichen

Die Kopfhörer The Stretch, inspiriert durch robuste Heavy-duty Materialien wie beispielsweise Neoprenbekleidung und die widerstandsfähigsten der neuen Serie, überzeugen durch Leistung. Sie sind stoßfest und in hohem Maß resistent gegen Spannungsrisse. Gleichzeitig sind sie flexibel widerstandsfähig und erreichen so einen ganz neuen Grad an Belastbarkeit. The Stretch bestehen aus TR55LX, einem äußerst langlebigen und temperaturbeständigen Nylon-Material. Selbst extremen Bedingungen, bei denen normale Kopfhörer Schaden nehmen würden, hält The Stretch dank seiner speziellen Oberfläche stand. Sie ist sechsmal belastbarer als die des üblicherweise für viele Kopfhörer eingesetzten Polycarbonats, das spröde wird und bei Temperaturen unter null Grad Celsius bricht. The Stretch behält somit seine Widerstandsfähigkeit auch bei den extremsten Bedingungen – am heißesten Ort der Erde oder in eiskaltem Klima mit Temperaturen bis zu -25° C. The Stretch Kophörer sind seit September lieferbar, UVP 99 Euro.

Das Modell The Snug setzt auf Style: ein Kopfhörer, der sich flach zusammenklappen lässt, hervorragend sitzt und besten Sound liefert – in einer fast schon kühnen grafischen Gestaltung. Die besonders weiche Polsterung und die hochwertige Verarbeitung bieten besten Tragekomfort. The Snug ist ebenfalls seit September lieferbar, UVP 59 Euro.

The Covert bietet bequeme Ohrhörer und leistungsfähige Klangwirkung sowie iPhone-Bedienung, während der The Specked Kopfhörer in drei verschiedenen, auffälligen Farben und mit robusten Kabeln verfügbar ist, die sich durch ein exklusives Design auszeichnen. Auch diese beiden Modelle sind seit September lieferbar, zu einer UVP von 49,- (The Covert) bzw. 29,- Euro (The Specked).

Zusätzlich zur Einführung auf der IFA werden die Kopfhörer auf der Premierentour des Films „Deeper" im Oktober und November vorgestellt. www.philips.de

The Stretch

The Snug

The Covert

The Specked

Shutter-Brillen und Kaffeemaschinen

Ein IFA-Besuch aus der Sicht eines Designers

Produktdesigner Dirk Hagen Zimmermann auf der IFA

Hurra, die Messe ist vorbei. Aber sie war mal wieder toll, wie jedes Jahr, die IFA in Berlin. Irgendwie ist es ja immer wie Weihnachten, zum einen ist man gespannt und voller Vorfreude, zum anderen genervt über den Stress vor, während und nach der Veranstaltung, eben wie Weihnachten. Und so scheint es allen zu gehen. Man freut sich auf Leute, die man das ganze Jahr nicht gesehen hat, und freut sich ebenso, wenn sie wieder weiterziehen. Es gibt viel zu essen und zu trinken und sogar eine Bescherung in Form von (Werbe)-Geschenken. Doch so wenig überraschend wie die Tatsache, dass Ostern auf Weihnachten folgt, so wenig überraschend waren die meisten Aussteller der sogenannten „Braunen Ware“.

Air Multiplier von Dyson: Ventilator mit innovativer Technik und super Design – so was will man haben.

WIK Kaffeevollautomat 9757: Ein kleines High-Tech-Wunder, benutzerfreundlich und schön, ein Statussymbol für die Küche

Überraschungen waren eher dünn gesät, eigentlich gab es sie nicht wirklich, denn das, was es an vermeintlich Neuem gab, wurde uns ja schon zuvor mitgeteilt. Technologisch war da also nichts, was uns wirklich umgehauen hat. Noch mehr Vernetzung hier, was Nettes für das iPhone dort und jede Menge 3D. In jeder zweiten Halle fanden wir sie, die 3D-interessierte Käuferschaft, mit dunklen Brillen, aufgereiht wie amerikanische GI's in den 50er Jahren bei der Betrachtung von Atompilzen in der Wüste von Nevada.

Was für ein gruseliger Anblick, und was für ein ernüchternder Ausblick auf die Fernsehästhetik der kommenden Jahre. Eigentlich ja nicht verwunderlich, denn in einer Branche, in der asiatische Maschinenbauingenieure vorgeben, was wir uns an Unterhaltungselektronik kaufen sollen und wie diese auszusehen hat, sollte man nicht mehr erwarten.

In der Tat, es sind technologische Meisterwerke, aber der Konsument, der Mensch, so scheint es, übernimmt nur allzu oft die Rolle einer mehr oder weniger systemkompatiblen Komponente, bei der in vielerlei Hinsicht Kompromisse eingegangen werden. Sowohl auf funktionaler, aber vor allem auf emotionaler Ebene.

Anders lassen sich Generationen von UE-Geräten mit hochgradig benutzer-unfreundlichen Mensch-Maschine-Schnittstellen, Beispiel Fernbedienungen und markenübergreifendes, austauschbares Schleifscheibendesign durch alle Gerätegruppen, nicht erklären.

Und nun haben wir also eine weitere unergonomische Geschmacksverirrung aus der Welt der Unterhaltungselektronik, über die wir uns freuen dürfen. Ein Produkt, das nicht nur Kopfschmerzen bereitet und Druckstellen verursacht, sondern mit dem man auch noch bescheuert aussieht: die 3D-Shutter-Brille.

Luftreiniger AP 1008 von Coway, früher gerne versteckt, heute Design-Skulptur fürs Wohnzimmer

Design

Aber zum Thema Design und „Produkte für Menschen“ hat Berlin hat ja mehr zu bieten. Denn seit einigen Jahren erfährt die IFA reichlich Zuwachs aus den Reihen der „Weißen Ware“, der Gegenbewegung zur technologiegetriebenen Ent-Ästhetisierung. Ob Haushaltswaage, Toaster oder Elektrokleingerät zur Kaffeezubereitung – die Weiße Ware ist hinsichtlich Design, Emotion und Nähe zum Menschen wesentlich weiter als die Kollegen der Braunen Ware. Neben der rationalen Zweckerfüllung dieser Geräte steht die Begeisterung für Material, Haptik, Farben und Formen, die Begeisterung für Design und gelungene Marken- und Produktkommunikation im Vordergrund, und das auf ganzer Breite.

Brotbacken wird zum Familienevent, der Staubsauger zum Statussymbol und Kaffeekochen zum unerlässlichen Life-Style-Attribut. Und das alles perfekt aufeinander abgestimmt; die Verpackung, die Gebrauchsanweisung, das Produkt und vor allem die Geschichten drumherum, eine ansprechende Werbung.

Das erfreuliche Resultat: Man kann die Produkte einer Marke zuordnen, und die Marken verkörpern differenzierbare, verständliche Botschaften.

Woran aber liegt es, dass die Braune Ware so anders aufgestellt ist? Lassen wir die kalifornischen Ikonen mit Obst im Logo und Materialschlachten im HiFi-Segment mal außer Betracht. Gefühlte 90% der Produkte im UE-Segment sind sich, auch wenn abwechselnd in den Farben Schwarz, Silber oder Champagner lackiert, zum Verwechseln ähnlich. Nicht selten genug sind Produktmanager, wenn man das Logo zuvor abdeckt, außerstande, ihre eigenen Produkte zu erkennen. Wo liegen die Ursachen, was unterscheidet die Rahmenbedingungen der Weißen von der Braunen Ware so immens? Die Kunden können es ja nicht sein, und der Handel auch nicht, das sind ja beides mal die gleichen! Ist es, weil wir tendenziell kein Design mehr benötigen, wenn wir zukünftig Panels an die Wand tapezieren und Gerätequalitäten sich durch Verkleinerung, durch Entmaterialisierung qualifizieren? Sind es die immer schneller werdenden Produktzyklen? Oder, weil in globalisierten Komponenten- und Lieferantenabhängigkeiten tatsächlich kein Platz mehr dafür da ist, sich mit den Bedürfnissen der Adressaten, dem Individuum Kunden, auseinanderzusetzen?

Die häufigsten Antworten, wie „der Markt fordert das so“, oder „da haben wir keinen Einfluss drauf, das kommt alles von drüben“ sollte die UE-Branche im eigenen Interesse nicht mehr gelten lassen. Eine ganze Branche läuft sonst Gefahr, sich nur noch über immer schnellere und aufwendigere Technik-Multiplikation und zeitnah folgende Preisnachlässe zu qualifizieren. Es geht auch anders.

Mein Tip: Bei der nächsten IFA mal durch die Hallen der Weißen Ware schlendern und sich inspirieren lassen, damit es nicht nur zu Weihnachten echte Überraschungen gibt.

Dipl. Des. Dirk Hagen Zimmermann (42) ist Inhaber der Düsseldorfer Innovationsagentur marktunddesign. Das Unternehmen entwickelt Design- und Kommunikationsstrategien für einige Unternehmen aus der Konsumgüterbranche und hat hierfür zahlreiche internationale Auszeichnungen erhalten.

Entertain-Kunden können 3D-Inhalte abrufen

Die Deutsche Telekom erobert mit ihrem TV-Angebot Entertain die dritte Dimension: Ab sofort können alle Entertain-Kunden über die Onlinevideothek Videoload zahlreiche Inhalte in 3D abrufen. Über das TV-Menü haben Kunden jederzeit Zugriff auf die 3D-Kinohighlights der großen Hollywood-Studios Warner Bros. und Sony Pictures Television.

Ein Bild, an das man sich gewöhnen wird, solange zum Betrachten von 3D-Inhalten auf dem TV-Gerät noch eine spezielle Brille erforderlich ist. Für Entertain-Kunden der Deutschen Telekom stehen zahlreiche 3D-Inhalte ab sofort kostenlos bereit.

„Jeder Entertain-Kunde kann die 3D-Zukunft des Fernsehens schon jetzt zu Hause erleben“, sagte Christian P. Illek, Geschäftsführer Marketing Telekom Deutschland, im Rahmen einer Pressekonferenz auf der IFA 2010. „Damit unterstreichen wir die Innovationskraft der Deutschen Telekom und stellen erneut die Zukunftssicherheit von Entertain unter Beweis, denn schon jetzt kann jeder Entertain Media Receiver ein 3D-Signal darstellen. Ein Hardware-Austausch ist für unsere Entertain Kunden deshalb nicht erforderlich.“

In der Onlinevideothek Videoload von Entertain sind aktuelle Blockbuster wie „Kampf der Titanen“ und „Wolkig mit Aussicht auf Fleischbällchen“ per Knopfdruck verfügbar. In Zukunft werden weitere Kinohighlights folgen, wie „Cats & Dogs – Die Rache der Kitty Kahlohr“, „Harry Potter und die Heiligtümer des Todes, 1. Teil“ und viele mehr. Darüber hinaus stehen hochwertige Dokumentationen des Discovery Channel und Erotik-Inhalte in 3D zur Verfügung. Im TV-Archiv können Entertain-Kunden Sportereignisse wie Boxkämpfe und das Eröffnungsspiel der Eishockey-WM 2010 in 3D ohne zusätzliche Kosten abrufen.

Die 3D-Inhalte sind für alle Entertain-Kunden verfügbar und können nach jedem Abruf 24 Stunden lang uneingeschränkt angesehen werden. Voraussetzung zum Abruf von 3D-Inhalten via Entertain sind ein 3D-fähiges TV-Gerät und die dazugehörige Brille.

Bundesliga in 3D

Als besonderes Angebot für Fußball-Fans wird die Deutsche Telekom auch ihr Liga total! Angebot in Richtung 3D erweitern: Mit dem Start der Fußball-Bundesliga-Rückrunde 2010/2011 wird Liga total! das Sonntagsspiel oder eins der Sonntagsspiele in 3D übertragen. „Ich bin mir sicher, wir werden mit diesem Angebot im Weihnachtsgeschäft einen starken Impuls für den Verkauf von 3D-fähigen TV-Geräten geben“, meinte Thomas Berlemann, Geschäftsführer Vertrieb und Service Telekom Deutschland GmbH, beim traditionellen IFA-Gespräch mit der Fachpresse. Zum ruckelfreien Empfang von 3D-Live-Übertragungen ist eine Bandbreite von mindestens 25 MBit pro Sekunde erforderlich.

Thomas Berlemann

Entertain verkaufen

Volkmar Strauch, Leiter indirekter Vertrieb und Service Deutschland, Telekom Deutschland GmbH, unterstrich beim Fachpressegespräch, dass die Deutsche Telekom das Entertain-Angebot dort hinbringen wolle, wo Fernseher gekauft würden, und das sei in 95 Prozent der Fälle der Handel, genauer gesagt die dortige CE-Abteilung. „Wir bieten den Handelspartnern ein voll integriertes Produktportfolio aus Festnetz-, Mobilfunk- und Internetdiensten, den dazu passenden Geräten und Content. Damit eröffnen wir dem Handel die Möglichkeit für unterschiedlichste Cross- und Upselling-Möglichkeiten“, so Strauch.

Volkmar Strauch

Diese Stärke wolle man vor allem bei Entertain und TV-Geräten nutzen. „Ich bin mir sicher, dass derjenige Händler profitiert, der sich gemeinsam mit uns um die Kunden kümmert“, sagte Strauch. Wie erfolgreich man zusammenarbeiten könne, habe jüngst bereits eine Gutscheinaktion bewiesen.

www.telekom.de

Mit Vodafone ein Heimnetzwerk einrichten

Vodafone Deutschland hat auf der IFA 2010 den Startschuss für das einfache vernetzte Unterhaltungs-Zeitalter für zu Hause gegeben. Der integrierte Kommunikationskonzern rüstet seine DSL-Router mit einem einheitlichen Standard auf, der kompatible Unterhaltungselektronik unabhängig vom Hersteller zu Hause miteinander vernetzen kann.

Musik, Bilder und Videos werden zentral auf dem DSL-Router gespeichert und einfach und bequem über das Heimnetzwerk auf Fernseher, Handy oder Stereoanlage abgespielt. „Mit dem verbesserten DSL-Router ermöglichen wir dem Kunden ein ganz neues Unterhaltungserlebnis“, stellte Frank Rosenberger, Geschäftsführer Privatkundengeschäft bei Vodafone Deutschland, auf der IFA-Pressekonferenz fest. „Unsere Kunden erhalten eine eigene Datenautobahn für zu Hause, denn unser offenes System verbindet alle Geräte einfach und komfortabel miteinander.“

Grundlage ist eine einheitliche technische Sprache der Unterhaltungs- und Speichergeräte. Der Düsseldorfer Konzern setzt auf offene Standards, wie sie die Digital Living Network Alliance (DLNA) festgelegt hat. Neben Computer und Smartphone lassen sich alle WLAN-fähigen Unterhaltungsgeräte aus der DLNA-Familie, etwa Fernseher, Stereoanlagen, Spielekonsolen, digitale Bilderrahmen und Digitalkameras, problemlos ins Heimnetzwerk einbinden. Kabellos lässt sich dann ein mit dem Handy geschossenes Foto direkt auf dem Fernseher zeigen. Musik im MP3-Format wird vom PC einfach an die Stereoanlage gesendet und spielt dort ab.

Frank Rosenberger

Für eine komfortable Nutzung der mit DLNA zertifizierten DSL-Box bietet Vodafone seinen Kunden den kostenfreien Download einer Software an, mit der das vernetzte Zuhause gesteuert werden kann. Der „Vodafone Media Manager“ scannt und verzeichnet alle digitalen Medien im Netzwerk. Künftig wird es auch eine entsprechende Smartphone-App des Media Managers geben. Vodafone hat die von Packet Video entwickelte Twonky Software integriert, um das nahtlose Übertragen und Abspielen von digitalen Inhalten im Heimnetzwerk zu ermöglichen.

Herzstück von Vodafone TV beim Kunden ist die Set-Top-Box, über die Fernsehen in HD-Qualität empfangen werden kann und die Zugriff auf die Vodafone Videothek bietet.

Der Vodafone DSL-Router ist außerdem mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet. Daten auf angeschlossenen USB-Sticks oder Festplatten stehen immer zur Verfügung und können von allen vernetzten Geräten abgespielt werden. Die Lösung für das vernetzte Heim bietet Vodafone seinen Kunden in den kommenden Wochen per Update für die aktuelle DSL-Routergeneration. Die Vodafone EasyBox erhält hierbei dieselbe Software wie die bereits zertifizierten Router. Die nächste Generation der Vodafone Router trägt ebenfalls das DLNA-Zertifikat, die Software ist vorinstalliert.

Rosenberger kündigte darüber hinaus den Start von Vodafone TV noch in diesem Jahr an. Als erster Anbieter integriert Vodafone dabei Fernsehen über DSL mit einem Satelliten- und Kabelanschluss. Automatisch wählt die innovative Vodafone TV Set-Top-Box die jeweils beste Empfangsqualität der Sender. Dank eines innovativen Systems können Nutzer Sendungen und Filme in HD-Qualität bereits mit geringer Bandbreite ansehen. Außerdem ermöglicht die Set-Top-Box, dass die Angebote des Bezahlsenders Sky in Zukunft auch auf diesem Weg via Satellit genutzt werden können.

Neben hochauflösendem Fernsehen bietet sie zudem Zugriff auf die integrierte Vodafone Videothek mit einer Vielzahl an Serien, Dokumentationen und Filmen einschließlich HD-Kino. „Für unser neues IP-TV Angebot ist weder eine VDSL-Leitung noch ein digitaler Kabelzugang nötig. So ermöglichen wir jedermann ein neues Fernseherlebnis“, betonte Rosenberger. Die Markteinführung von Vodafone TV erfolgt noch vor Weihnachten.

www.vodafone.de

TK

Robustes Android 2.1 Smartphone Motorola Defy mit Motoblur

Motorola hat das wassergeschützte, staubdichte und kratzfeste Android 2.1 Handy Defy mit Motoblur vorgestellt. Für ein maximales Web- und Multimedia-Erlebnis sorgt der hochauflösende 3,7 Zoll-WVGA-Touchscreen, der nahtlos in die Front eingelassen ist und Internet-Inhalte, Fotos und Videos über die komplette Gehäusebreite darstellt. Mit Motoblur, dem mobilen Dienst für soziale Netzwerke, synchronisiert das Motorola Defy automatisch E-Mails, Nachrichten und Status-Updates aus den sozialen Netzwerken und speichert die Daten auf dem Motoblur-Sicherheitsserver. Filter für eingehende Nachrichten, E-Mails und Statusmeldungen aus den sozialen Netzwerken lassen sich individuell anpassen. Bis zu sieben Startbildschirme und Widgets, die man vergrößern und verkleinern kann, bieten noch mehr Personalisierungsmöglichkeiten. Das Defy bietet darüber hinaus einen Adobe Flash Lite 3-fähigen Browser. Wer schnell einen Text schreiben möchte, kann im Swype-Modus mit einem leichten Ziehen des Fingers über die virtuelle Tastatur einfach Wörter eingeben. Mit der Fünf-Megapixel-Kamera, Blitz, Digitalzoom und Autofokus können Nutzer die schönsten Momente aus ihrem Alltag in Bildern oder als Video festhalten. Defy unterstützt außerdem den DLNA-Standard (Digital Living Network Alliance). Damit lassen sich Multimedia-Inhalte auf vielen kompatiblen Geräten zu Hause, vom HD-Fernseher über Spielkonsolen bis hin zu PCs abspielen oder speichern. Defy ist mit einer automatischen Tastensperre ausgestattet, die aktiviert wird, sobald das Handy in der Tasche steckt. Beim Telefonieren sorgt CrystalTalk Plus für optimale Gesprächsqualität in jeder Umgebung: Über zwei Mikrofone und intelligente Filtertechnik werden störende Hintergrundgeräusche unterdrückt und die Stimme verstärkt. Das Motorola Defy ist ab Oktober zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von rund 400 Euro in den Farben Schwarz und Schwarz-Weiß über O2, The Phone House und Vodafone erhältlich.

www.motorola.de

Motorola Milestone 2 in vielen Details gegenüber Milestone 1 verbessert

Ebenfalls neu bei Motorola ist das Milestone 2, das auch mit Motoblur auf den Markt kommt. Das Smartphone mit Android 2.2 bietet laut Hersteller im Vergleich zu seinem Vorgänger noch mehr Geschwindigkeit, noch mehr Verbindungsmöglichkeiten, noch mehr Messaging, noch mehr Speicher, noch mehr Web-Erlebnisse, noch mehr Multimedia, den Adobe Flash-Player 10.1 und ein Plus an Personalisierung. Das Smartphone ist mit einem 1-GHz-Prozessor ausgestattet, der alle Eingaben auch dann schnell umsetzt, wenn viele Anwendungen parallel laufen. E-Mails oder Nachrichten lassen sich dank verbesserter Qwertz-Tastatur mit größeren Tasten ebenfalls sehr schnell eingeben. Das Smartphone lässt sich außerdem als persönlicher WLAN-Hotspot einsetzen, über den sich bis zu fünf Nutzer mit ihren Geräten im Internet einloggen können.

Auch das Milestone 2 bietet die neueste Version von Motoblur, Motorolas mobilem Dienst für soziale Netzwerke. Milestone 2 nimmt HD-Videos mit 720p-Signal auf und gibt diese auch in HD wieder. Da das Gerät nach dem DLNA-Standard (Digital Living Network Alliance) arbeitet, können die Videos oder andere Multimedia-Inhalte anschließend mit DLNA-kompatiblen Geräten ausgetauscht werden.

Dank Adobe Flash Player 10.1 kann man außerdem Angebote Tausender Webseiten so sehen, wie sie sein sollen. Ein weiteres Ausstattungsdetail ist der vernetzte Mediaplayer, der neben der Musik die Songtexte sowie zusätzliche Informationen zum Künstler zugänglich macht und Applikationen bietet, um Empfehlungen zu geben und auszutauschen. Mit einem internen Speicher von 8 GB bietet das neue Smartphone viel Speicherplatz für Multimedia-Inhalte. Dieser lässt sich über die mitgelieferte 8 GB microSD-Karte erweitern.

Für das Milestone 2 steht eine Reihe von Zubehörprodukten für den Einsatz im Auto, den eigenen vier Wänden oder im Büro bereit. Dazu gehört beispielsweise eine optionale Autohalterung. Sobald das Handy in dieser Autohalterung steckt, stellt es auf den Automodus um. Mit einer Berührung sind alle Funktionen zugänglich, egal, ob Kontaktauswahl über die Freisprecheinrichtung, Musik, Internetradio, Podcasts, Google Maps mit Navigation oder vieles mehr. Das Handy lässt sich einfach über das Ladekabel aufladen, das an die Autohalterung angeschlossen werden kann. In der Multimediazentrale wird das Gerät zur Schaltzentrale für Filme, Musik, Bilder oder zum Digitalwecker. Das Milestone 2 ist im vierten Quartal zum Preis von rund 550 Euro erhältlich (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung).

www.motorola.de

Plantronics Headset M100 im smarten Design mit exzellenter Klangqualität

Neu hat Plantronics das Bluetooth-Headset M100 vorgestellt. Das schlanke Leichtgewicht (neun Gramm) nutzt innovative Technologien für eine klare und natürliche Sprachqualität auf dem Smartphone. Dank zwei Mikrofonen mit integrierter Noise Cancelling-Technologie und digitaler Signalverarbeitung (DSP) garantiert das M100 optimale Sprachverständlichkeit auf beiden Seiten der Kommunikation. Sprachansagen informieren den Nutzer unter anderem über verbleibende Gesprächszeit, den Ladestand des Akkus sowie den Status von Mikrofonstummschaltung und Verbindung. Das M100 ist für 59,99 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich.

www.plantronics.de

Neues Systemtelefon für das System Auerswald COMfortel DECT 900

Neu im Auerswald ISDN-DECT-System COMfortel DECT 900 ist das Mobilteil COMfortel DECT 900C. Es zeichnet sich laut Hersteller durch attraktives Design, vergrößerten Funktionsumfang, Energieeffizienz und geringe Strahlung aus. Im Gegensatz zum COMfortel DECT 900 ist das neue Handset mit einem vergrößerten, kontrastreichen Display mit 65.000 Farben ausgestattet. Darauf wird neben der Rufnummer auch der Name des Anrufers angezeigt. Die blau beleuchtete Tastatur sorgt selbst bei schlechten Lichtverhältnissen für eine komfortable und einfache Bedienung. Außerdem bietet das neue

Mobilteil ein vergrößertes Telefonbuch. So können jetzt 250 Rufnummern mit Name abgespeichert werden, die sogar mit dem Telefonbuch der jeweiligen Auerswald-TK-Anlage abgeglichen werden können. Auch die Wahlwiederholungsliste wurde verdoppelt. Sie zeigt jetzt die letzten 20 gewählten Rufnummern. Das COMfortel DECT 900C ist zudem mit einem energieeffizienten Schaltnetzteil ausgestattet und unterstützt den Eco-Mode, der in Abhängigkeit zur Entfernung zwischen Mobilteil und Basis dynamisch die Sendeleistung anpasst. Auch die Auerswald-Taste zur Steuerung der zehn meistgenutzten Anlagenfunktionen steht den Nutzern beim COMfortel DECT 900C zur Verfügung. Ein Headsetanschluss, Raumüberwachung, exzellente Klangqualität sowie die verschlüsselte Datenübertragung zwischen Handset und Basis unterstreichen den professionellen Charakter des neuen Mobilgerätes. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Gerät lautet 199 Euro.

www.auerswald.de

Zwei neue Festnetztelefone für professionelle Anwendungen von Gigaset Communications

Mit dem Modell Gigaset DX800A präsentiert Gigaset Communications ein neues Topgerät für den Einsatz in kleinen Firmen und Büros mit bis zu vier Mitarbeitern. Die innovative Ausstattung und das moderne, klare Design in einer hochwertigen Farbkombination aus Silber und mattem und hochglänzendem Schwarz sollen vor allem Nutzer ansprechen, die Wert auf ein modernes Büroambiente legen. Vielfältig einsetzbar zum Telefonieren per VoIP und Festnetz wahlweise für die ISDN- oder Analog-Leitung stellt das DX800A eine zukunftsfähige All-in-One-Lösung dar, die bei expandierendem Geschäft mitwachsen kann. Dazu lassen sich bis zu sechs DECT-Mobilteile einbinden, vier Gespräche gleichzeitig (je zwei über ISDN und VoIP) führen und drei Anrufbeantworter für unterschiedliche Nummern konfigurieren. Mobiltelefone und Headsets binden sich per Bluetooth in das System ein, die Link2mobile-Funktion ermöglicht das Telefonieren auf dem Mobilnetz oder die Annahme eingehender Anrufe für das Handy durch das DX800A oder angemeldete DECT-Mobilteile. Ausgestattet mit zwei Ethernet-Schnittstellen (Switch) ist das Telefon problemlos an PC und Netzwerk anschließbar und erlaubt damit Software-Updates, Datensynchronisation und den Zugriff auf Online-Dienste. Bis zu tausend Kontakte finden als vCards im Telefonbuch Platz, das mit PC oder Mac abgeglichen werden kann. Das Gigaset DX800A ist zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 229,99 Euro erhältlich. Ergänzt werden kann das System mit den Mobilteilen Gigaset C59 H, E49 H, S79 H, SL78 H und SL400 H. Die Reichweite lässt sich bei Bedarf mit einem Gigaset Repeater erhöhen.

Gigaset DX800A

Gigaset DL500A

Das neue Business-Telefon Gigaset DL500A wurde für Menschen konzipiert, die ein attraktives analoges Premium-Modell für das Home Office suchen. Technische Präzision und hochwertige Materialien spiegeln den hohen Anspruch dieses Telefons wider, dessen Eleganz durch klare Linien und eine Kombination verschiedener Materialien in hochglänzendem und mattem Schwarz betont wird. Bis zu sechs DECT-Mobilteile können eingebunden werden, so dass flexibles Telefonieren in allen Räumen von Haus oder Wohnung möglich ist. Freisprechen erfolgt in Voll-Duplex-Qualität. Dank der Link2mobile-Funktion können Anrufe über das Mobilnetz vom Gigaset DL500A und von angeschlossenen Mobilteilen aus geführt werden. Über einen Ethernet-Anschluss sind Software-Updates, Datensynchronisation und der Zugriff auf Online-Dienste möglich. Die Bedienung des Gigaset DL500A erfolgt mittels einer großzügigen 5-Wege-Navigationstaste. Bis zu 500 Kontakte finden im Telefonbuch Platz. Verbunden per Ethernet-Port mit dem Computer, bietet das Gigaset DL500A auch eine direkte Anwahl beispielsweise aus Microsoft Outlook (CTI). Das Gigaset DL500A ist ab September in der Farbkombination Hochglanz-Schwarz/Matt-Schwarz zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 139,99 Euro und als Paket inklusive eines Mobilteils Gigaset C59 H für 179,99 Euro erhältlich. Ergänzt werden kann dieses System mit den Mobilteilen Gigaset C59 H, E49 H, S79 H, SL78 H und SL400 H. Die Reichweite lässt sich bei Bedarf ebenfalls mit einem Gigaset Repeater erhöhen.

www.gigaset.de

Garmin schaltet neues Online-Partnerportal frei

Schnelle Infos per Mausklick

Garmin hat unter der Adresse http://partnerportal.garmin.de ein neues Online-Partnerportal zur Unterstützung seiner Vertriebs- und Handelspartner eingerichtet. Das Portal dient einerseits als internes Informationsmedium und versorgt Händler tagesaktuell und kontinuierlich mit Informationen, andererseits liefert es alle wichtigen Materialien zur Steigerung der Effizienz von Marketing- und Vertriebsaktivitäten.

„Neben produkt- und marketingrelevanten Informationen erhalten die Partner mit zielgruppengerechten Top-Stories redaktionell aufgearbeitete Informationen, die sie direkt an ihre Kunden weitergeben können“, erläuterte Susanne Crefeld, Geschäftsführerin Vertrieb und Marketing bei Garmin, in einem Gespräch mit PoS-MAIL. Dabei läuft der Informationsfluss nicht nur in eine Richtung: Über das Portal werden die Partner aktiv eingebunden und können mit konkreten Fragen,

Susanne Crefeld

Interessen, Wünschen und Anregungen an Garmin herantreten. Dadurch will Garmin die Bedürfnisse seiner Partner noch besser kennenlernen, um sie beim Verkauf noch gezielter unterstützen zu können.

Ein Portal für jede Zielgruppe

Das Partnerportal berücksichtigt die verschiedensten Formen von Kundenbeziehungen wie beispielsweise direkte und indirekte Händler und Agenturen. Deren unterschiedlichen Bedürfnissen wird das Portal durch die individuelle Informationsbereitstellung gerecht. So kann sich zukünftig jeder Teilnehmer seine personalisierte Seite anlegen und regelmäßige News-E-Mails für sein Themengebiet abonnieren. Garmin garantiert so, dass jeder auch wirklich die Informationen erhält, die für ihn von Interesse sind.

Informationen für den Verkaufserfolg

In spezifischen Top-Stories stehen den Partnern unterhaltsame und lehrreiche Informationen zur Verfügung, die über die Produktfakten hinausreichen. Neben Berichten zu wichtigen Messen wie IFA, Eurobike oder Outdoor finden sich dort zukünftig auch Texte und Videos über Events wie das Garmin GPS Festival auf Zollverein oder Interviews mit Sportlern wie Sabine Spitz oder Timo Bracht. Reportagen über Extremsportler, Trends wie Geocaching oder das Thema EcoRoute werden für die Händler redaktionell aufbereitet.

Erfahrungsberichte oder ein Blick hinter die Kulissen von Garmin wie beispielsweise in dem Garmin-eigenen Designzentrum, in dem das neue nüvi 3790 entwickelt wurde, verschaffen den Händlern einen neuen Blick auf die Produkte und das Unternehmen. Auf diese Weise können sie mit ihren Kunden über Garmin als erlebbare Marke reden. Neben puren Fakten vermitteln die Händler ihren Kunden so Emotionen und Geschichten – das kann ihren Verkaufserfolg steigern.

Wenige Klicks zur richtigen Information

Eines der wichtigsten Kriterien war es, das neue Portal übersichtlich und einfach aufzubauen, um den Partnern bei der Informationssuche Zeit zu sparen. Mit wenigen Mausklicks stehen Produktbilder, Awards, Datenblätter, Werbevorlagen, Produktinformationen und Image-Bilder zur Verfügung. Darüber hinaus sind Bewegtbild-Animationen wie Videos oder 3D-Spinnings abrufbar. Sie lassen sich schnell herunterladen und bei Bedarf problemlos in die Websites der Partner oder deren eigene Social Media-Kanäle integrieren.

Neben Produktinformationen erhalten die Händler einen umfassenden Überblick über laufende Aktivitäten, Veranstaltungen und Unternehmensrichtlinien. So können sie sich beispielsweise sämtliche Werbekampagnen zu den einzelnen Produkten sowie alle relevanten (Haus-)Messen und

So sieht die Startseite http://partnerportal.garmin.de des neuen Garmin Händlerportals aus.

Kooperationsaktivitäten anzeigen lassen oder sich Branding Guidelines herunterladen. Bei besonders aktuellen Themen unterstützt Garmin seine Partner mit neuesten Marktzahlen, zeigt ihnen die Trends und Vorteile auf und gibt ihnen Verkaufsargumente an die Hand. So stehen den Partnern alle wichtigen Informationen jederzeit zur Verfügung.

Gut versorgt mit Garmins Händlerservice

„Wir bauen auf unsere Händler und legen daher großen Wert darauf, dass sie mit allen wichtigen verkaufsunterstützenden Materialien ausgestattet sind, denn nur so können sie erfolgreich ihre Produkte vertreiben“, meinte Crefeld. Per Online-Bestellung können die Händler zukünftig ganz bequem Materialien wie beispielsweise PoS-Möbel, Werbemittel oder Flyer anfordern. Wichtige Informationen zu Ansprechpartnern, Bezugswegen oder Support stehen ihnen ebenfalls zur Verfügung.

Indirekten Kunden bietet Garmin neben Promotion- und Trainingsanforderungen auch die Möglichkeit, Angebotsanfragen direkt an das Unternehmen zu richten.

Bestellmöglichkeiten rund um die Uhr

Für direkte Kunden ist eine Bestellplattform mit allen Funktionalitäten, die das bisherige Händlerportal geboten hat, integriert. So können hier jederzeit Produkte geordert und der Bestellstatus eingesehen werden. Im Vorfeld der Bestellung können die Händler zur Sicherheit die Verfügbarkeiten der gewünschten Produkte leicht und schnell überprüfen oder sich Bestellvorschläge machen lassen.

Erfolgsfaktor Kommunikation

Das neue Partnerportal ermöglicht es nicht nur, dass Garmin den Händlern personalisierte Informationen zur Verfügung stellt, sondern erlaubt auch den Händlern selbst, über das Portal an Garmin heranzutreten und Wünsche, Fragen und Interessen

Kai Tutschke

zu äußern. „Nur wer die Bedürfnisse seiner Kunden kennt, kann diese auch zufriedenstellen“, ergänzte Kai Tutschke, Sales Manager Garmin Deutschland. „Daher ist es uns wichtig, die Kundenbeziehungen zu vertiefen, einen intensiven Dialog mit den Partnern zu führen und sie aktiv einzubinden.“

http://partnerportal.garmin.de

Garmins neue nüvi-Serien 22xx und 23xx mit PhotoReal 3D-Kreuzungsansicht

Garmin hat auf der IFA 2010 zwei neue nüvi-Produktserien in der Einsteiger- und gehobenen Mittelklasse vorgestellt. Die Neuheiten sind mit zahlreichen neuen Features und Technologien ausgestattet und kommen als Ergänzung der 12xx- und 13xx-Serien auf den Markt. Von der Routenplanung für den Urlaub bis zum täglichen Einsatz auf dem Weg zur Arbeit bieten die neuen Geräte einen noch größeren Komfort für unterschiedlichste Nutzeransprüche. So lassen sich bei den nüvi-Serien 22xx und 23xx zum Beispiel Strecken mit mehreren Zwischenstopps planen, eine Streckenvorschau erstellen oder die innovative nüRoute Technologie mit trafficTrends und myTrends nutzen. Zu den wichtigsten Neuerungen der Serien gehört die fotorealistische Kreuzungsansicht. Mit ihr sieht der Fahrer auf dem nüvi Kreuzungen genau so, wie er sie in der Wirklichkeit vorfindet. Das erleichtert ihm die einfache und schnelle Orientierung vor komplizierten Autobahnabfahrten oder innerstädtischen Kreuzungen, so dass er selbst in unübersichtlichen Verkehrssituationen den Überblick bewahrt. Die PhotoReal 3D-Kreuzungsansicht stellt Umgebung, Gebäude und Straßenverlauf detailliert dar. Außerdem zoomt sie Straßenschilder heran, so dass der Fahrer diese sehen und lesen kann, bevor sie in der Realität sichtbar werden. Mit Pfeilen gekennzeichnete Abbiegespuren machen das Einfädeln sicherer, da sie den Fahrer rechtzeitig auf die richtige Spur hinweisen. Die 3D-getreue Darstellung von Berggipfeln, Hügeln oder die plastische Darstellung von Gebäuden verleiht dem Kartenmaterial zusätzlich Leben. Speziell bei den 2250er-, 2350er- und 2360er-Modellen wird darüber hinaus jeweils die erlaubte Höchstgeschwindigkeit von bedeutenden Straßen angezeigt, was den Fahrer vor Geschwindigkeitsübertretungen warnt.

www.garmin.de

Auch Samsungs Telekombereich steigt in das Geschäft mit Tablets ein

Samsung hat auf der IFA 2010 die Einführung des Samsung Galaxy Tab für Mitte September angekündigt. Ab diesem Termin wird das Gerät unter anderem auch von der Deutschen Telekom angeboten. Das Galaxy Tab mit Android Betriebssystem 2.2 ist das erste Tablet von Samsung und stellt für das Unternehmen eine neue Kategorie von Mobilfunkprodukten dar.

Das Samsung Galaxy Tab vereint zahlreiche Innovationen von Samsung Mobile und bietet Benutzern mehr Möglichkeiten für unterwegs. Die Kunden können wie mit dem PC im Internet surfen und erhalten unterwegs alle Arten von Multimedia-Inhalten auf dem 7”/ 17,8 cm großen Display. Außerdem können die Anwender über die optimierte Benutzeroberfläche kontinuierlich via E-Mail, Sprach- und Videotelefonie, SMS/MMS oder soziale Netzwerke kommunizieren.
Als eine neue Gerätekategorie bietet das Samsung Galaxy Tab einen großen Umfang an mobilen Möglichkeiten. Sein Display mit einer 7”-Diagonale bietet ein bemerkenswertes Erlebnis beim Anschauen von Filmen und Bildern, beim Lesen von eBooks oder gemeinsamen Nutzen von Dokumenten. Seine leichte Bauart (380 g) garantiert Mobilität. Mit seinen schlanken Abmessungen ist es einfach zu tragen und zu benutzen. Mit dem Adobe Flash Player 10.1 und dem Cortex A8 1.0 GHz-Anwendungsprozessor ermöglicht das Galaxy Tab ein schnelles vollständiges Betrachten jeder einzelnen Seite des Internets. HD-Bildqualität, die von Multi-Codec (DivX, XviD, MPEG4, H.263, H.264 und mehr) unterstützt wird, erhöht dabei den Spaß an multimedialer Unterhaltung.
Mit 3G HSUPA-Konnektivität, WLAN n-Standard und Bluetooth 3.0 verbessert das Galaxy Tab von Samsung die mobile Kommunikation der Benutzer und ermöglicht qualitativ hochwertige Videokonferenzen und das schnelle Laden von E-Mails. Bei der Sprachtelefonie erweist sich das Galaxy Tab von Samsung als perfekte Freisprecheinrichtung auf dem Schreibtisch, unterwegs wird per Bluetooth-Headset telefoniert.
Während eine nach vorn gerichtete Kamera Videotelefonie von Angesicht zu Angesicht über 3G ermöglicht, erlaubt eine nach hinten gerichtete Kamera das Aufnehmen von Standbildern und Videos, so dass Nutzer diese von einem einzigen Gerät aus editieren, hochladen und gemeinsam mit anderen nutzen können.
Das Samsung Galaxy Tab enthält Dienste, die das Alltagsleben ergänzen und verbessern. Der Zugriff auf den Android Market erlaubt den Benutzern, Anwendungen herunterzuladen und ihr Gerät unbegrenzt nach ihrem persönlichen Geschmack einzurichten.

Außerdem gibt es vorinstallierte Anwendungen, die nur für Smartphones und Smart-Media-Geräte von Samsung konzipiert sind. So vereint beispielsweise der Readers Hub eReader-Anwendungen, wie zum Beispiel eBooks, Magazine und Zeitungen. Die Benutzer können über eine vereinheitlichte und intuitive Lösung lesen – während sie durch My Library, Store und Reading navigieren. Über zwei Millionen Bücher in 25 Sprachen, mehr als 1.600 Zeitungen in 42 Sprachen und über 3.000 Titel von Magazinen in 20 Sprachen standen bereits zur Markteinführung zur Verfügung.
Um die Benutzer ständig mit den Menschen in ihrem Leben in Verbindung zu halten, fasst Samsungs integriertes Telefonbuch Details persönlicher Kontaktdaten, E-Mails, beliebte Social Networks, Instant Messenger Services und Kalender in einer leicht handzuhabenden Plattform zusammen. Die Benutzer können problemlos den Social-Network-Status prüfen und schnell den passenden Kommunikationskanal wählen – sei es E-Mail, SMS, Instant Message und sogar Sprachanruf.
Durch schnelles und einfaches Bereitstellen der neuesten Blockbuster-Filme, klassischer Kultfilme und beliebter TV-Shows direkt auf das Galaxy Tab sorgt der Media Hub von Samsung für eine ständige Unterhaltung der Benutzer. Der Katalog bietet Tausende von Filmen und TV-Serien für jeden Geschmack an.
Durch den Music Hub erhält der Nutzer Zugriff auf über zehn Millionen Titel von Künstlern jedes Genres. Vom Music Hub aus kann er auf alle musikrelevanten Anwendungen zugreifen, wie zum Beispiel auf den Musik-Player oder den Speicher. Er gibt ferner Auskunft über neue Veröffentlichungen, Hitparaden und Empfehlungen. Mit dem verbesserten Samsung Musik-Player können die Benutzer eine Playlist mit ihren eigenen Liedern erstellen oder ihre Favoriten in einem Musikspeicher markieren.
Android bringt Dienste wie Google Maps Navigation und Google Goggles mit sich. Der Nutzer kann Google Maps Navigation inklusive Turn by Turn aus dem Android Market herunterladen, um sich problemlos zu einem Ziel seiner Wahl navigieren zu lassen.
Google Goggles ist eine leistungsstarke optische Suchanwendung, die die Kamera des Galaxy Tab nutzt, um Informationen zu finden – das Bild eines Wahrzeichens oder eines Kunstwerks wird automatisch zur Durchführung einer Suche verwendet und liefert relevante Inhalte wie eine Beschreibung oder die Geschichte. Ferner können die Benutzer mit einer Kamera größeren Nutzen aus verschiedenen Augmented Reality Services ziehen, die im Android-Market heruntergeladen werden können. www.samsung.de

Toshibas neues Media-Tablet Folio 100

Toshiba hat auf der IFA 2010 das Media-Tablet Folio 100 vorgestellt. Das Gerät ist mit einem 10,1”/25,7 großen Display ausgestattet und bietet 16 GB Flash-Speicher, der durch SD-Karten auf bis zu 32 GB erweitert werden kann. Das intuitive Multi-Touch-Display ermöglicht es, mit zwei Fingern durch Webseiten und Fotos zu blättern.

Die laut Hersteller insgesamt einfache und angenehme Handhabung des Folio 100 garantiert schnelles und flüssiges Arbeiten. Videos werden in Full-HD wiedergegeben und können via HDMI-Schnittstelle auch auf ein kompatibles Fernsehgerät übertragen werden.

Dirk Thomaere, General Manager Computer Systems Central Europe

„Unser Folio 100 bietet dem Nutzer ein auf ihn zugeschnittenes Erleben von Unterhaltung, Social Networking und mobilem Internet – immer und überall“, sagte Dirk Thomaere, General Manager Computer Systems Central Europe. Durch seine Ausstattung mit SD-Kartenleser, HDMI-Connector, USB 2.0, Wi-Fi und Bluetooth bietet der Folio 100 eine große Auswahl an Verbindungsoptionen. Eine mobile Breitband/3G-fähige Modellvariante wird folgen.
Obwohl er nur 14 mm dünn ist und lediglich 760 g wiegt, beherbergt der Folio 100 einen leistungsfähigen Nvidia Tegra 2 Prozessor, der die Balance zwischen hoher Leistung und niedrigem Energieverbrauch ermöglicht. Mit bis zu sieben Stunden Akkulaufzeit beweist der Folio 100 große Ausdauer. Durch seine „instant-on“-Technologie ist er innerhalb von weniger als 30 Sekunden funktionsbereit.
Weitere Anschlussmöglichkeiten bietet der optionale Docker inklusive Fernbedienung. Der Folio 100 kommt mit einer großen Auswahl vorinstallierter Applikationen auf den Markt, unter ihnen Opera Mobile (Webbrowser), FB-Reader (ein Hilfsmittel zum Lesen von eBooks), Document to go (Office Suite), Evernote (Notizen), Adobe Flash 10.1 und Fring, eine Applikation, die in Kombination mit der integrierten Webkamera Videoanrufe ermöglicht.

Das Media-Tablet unterstützt Toshiba Market Place. Dieser Service bietet den einfachen Zugang zu Multimedia-Inhalten, Services und Apps, die zum Download bereitstehen. Music Place von 7Digital bietet leicht Zugang zu einem der größten Musikkataloge und erlaubt das einfache Synchronisieren mit zahlreichen Geräten. Über Radio Place gelangt der Nutzer an eine große Auswahl an IP Radioservices. Durch die Place App sind Nutzer in der Lage, Anwendungen herunterzuladen, die mit dem Folio 100 kompatibel sind.
„Wir ermuntern Nutzer und Entwickler, unserem Folio 100 Ecosystem beizutreten und Apps, Spiele oder andere Inhalte für das Gerät zu erstellen und anzubieten“, erklärte Thomaere. Toshiba hat bereits eine Plattform (www.toshibatouch.eu) errichtet, auf der Entwickler Unterstützung für die Optimierung ihrer Folio 100 Apps bekommen. „Wir laden die Nutzer auch dazu ein, der Folio Community beizutreten und Vorschläge zu machen, die dann von den Entwicklern umgesetzt werden können“, ergänzte Thomaere.
Der Folio 100 WIFI kommt im November auf den Markt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 429 Euro. Im ersten Quartal 2011 folgt das Folio 100 3G. www.toshiba.de

Mit einer langen Akkulaufzeit von bis zu sieben Stunden und einem leistungsstarken Prozessor gewährleistet der neue Toshiba Folio 100 unterwegs langanhaltendes Multimedia-Vergnügen.

IT

Samsung Drucker und Multifunktionsgeräte erhalten „Blauen Engel“

Samsungs neue Farb-Laserdrucker der Serie CLP-32x und Farblaser-Multifunktionsgeräte der CLX-3185-Reihe sind besonders umweltffreundlich. Deshalb wurde den Modellen CLP-320N, CLP-325W, CLX-3185FN sowie CLX-3185FW der „Blaue Engel“ verliehen. Das renommierte Umweltschutz-Siegel garantiert beste Produkte im Hinblick auf Ökologie, Qualität und Lebensdauer. Zudem setzt der „Blaue Engel“ Maßstäbe in Sachen

Gesundheit und Sicherheit. Samsungs Farblaser-Geräte überzeugen in mehrfacher Hinsicht: Die Geräte sind besonders energieeffizient, belasten die Innenraumluft nicht und arbeiten mit einer Betriebslautstärke von unter 50 dB(A) sehr leise. Zeit und Papier spart die AnyWeb Print Software, mit der Anwender per Drag and Drop ausgewählte Inhalte mehrerer Websites kopieren, auf einer Seite zusammenfassen und drucken können. Die Geräte der CLP-32x-Serie sind die kompaktesten Farblaserdrucker der Welt und dabei sehr leistungsfähig. Die leistungsstarken Multifunktionsdrucker der CLX-3185-Serie ermöglichen hochwertiges Scannen, Drucken, Kopieren und sogar Faxen mit nur einem Gerät. Der CLP-320N, CLP-325W, CLX-3185FN und CLX-3185FW sind zudem aufgrund ihrer Netzwerkfähigkeit für verschiedene PCs und Personen in unterschiedlichen Räumen nutzbar. Mit kabellosem Drucken dank Wireless-Anbindung überzeugen die Modelle CLP-325W und CLX-3185FW. Sie sind durch einfachen Knopfdruck auf die WPS-Taste (WiFi Protected Set-up) innerhalb von maximal zwei Minuten in der Wireless-Umgebung betriebsbereit, wenn der Access-Point dies unterstützt. www.samsung.de

LG nimmt neue HD-LED-Monitore ins Programm

LG hat auf der IFA 2010 in Berlin eine Reihe von Lösungen speziell für den Einzelhandel, Schulen und Büros zusammen mit außergewöhnlichen HD-LED-Monitoren und 3D-Spielemonitoren in Full-HD präsentiert. Zu den Neuheiten gehört beispielsweise die LED-Monitorserie E10. Sie wendet sich an Geschäftskunden, die eine umweltverträgliche und kosteneffiziente Lösung suchen, ohne dabei auf Leistung zu verzichten. Die Geräte der neuen Serie verbrauchen bis zu 40 Prozent weniger Energie als herkömmliche LCD-Geräte – eine technische Besonderheit, die der E10-Serie bereits das Umweltsiegel „Green IT Certification“ von Epeat Gold, einer US-amerikanischen Agentur zur Bewertung von Umweltfreundlichkeit, eingebracht hat. Weitere Kennzeichen sind die intuitive Steuerung der Monitore, die hervorragende Bildqualität und das dynamische Kontrastverhältnis von 5.000.000:1.

Die neue Monitorserie IPS1 kombiniert IPS- mit LED-Technologie. So entstehen reale Farben, besondere Helligkeit und höchste Kontraste. Dank der innovativen Technologie bietet das Gerät einen weiten Blickwinkel und ist besonders geeignet zum Bearbeiten von Videos und Grafiken.

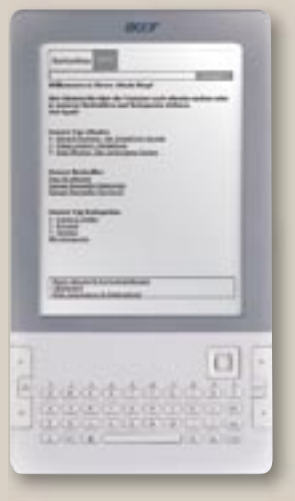
Mit dem W2363D führte LG einen 3D-Spielemonitor vor, der mit äußerst realistischen 3D-Bildern in höchster Auflösung aufwartet. Die 3D-Monitorserie bietet ein Kontrastverhältnis von 70.000:1, satte Farben und eine Reaktionszeit von drei Millisekunden. So sind dreidimensionales Gaming und Entertainment-Vergnügen garantiert. Die hohe Bildqualität ermöglicht zusätzlich längeres Spielen ohne jegliche Augenbeschwerden.

Die LED-Monitorserie E50VR geht noch einen Schritt weiter und bietet wesentliche Verbesserungen der Bildqualität. Durch die neue Super+ Resolution-Technologie ermöglichen die Modelle der Serie E50VR eine Umwandlung selbst von herkömmlichen niedrigauflösenden SD-Formaten in nahezu HD-Qualität. Der patentierte Super+ Resolution-Chip von LG beseitigt lästige Bildverzögerungen und optimiert die Bildqualität, ohne dass ein externer Speicher oder Software nötig sind. Der Chip arbeitet auch Hand in Hand mit einer weiteren Technologie von LG, der F-Engine, um Bilder in noch satteren Farben darzustellen.

Mit der innovativen Technologie der Netzwerkmonitor-Lösungen der E-Serie von LG können über Ethernet bis zu 30 User gleichzeitig an einem Host-PC arbeiten – und das ganz ohne Einschränkungen des Abstands zum PC. Auf diese Weise werden im Vergleich zu traditionellen PCs erheblich Kosten eingespart und der Wartungsaufwand reduziert. Dies macht die Monitorserie zum idealen Partner für Schulen oder Büros. www.lg.com

Acer stellt den eBook-Reader LumiRead vor

Acer hat auf der IFA einen kompakten und leichten eBook-Reader mit WLAN- und UMTS-Funktionalität vorgestellt. LumiRead-Besitzer können damit online eBooks kaufen, direkt herunterladen und sofort lesen. Der eBook-Reader von Acer bietet ein e-Ink-Display, das mit höchster Detailgenauigkeit komfortables Lesen erlaubt. Der Acer LumiRead lässt sich bequem überall mit hinnehmen: Das Gerät ist mit einem 6”/15,2 cm-Display ausgestattet und nur wenige Millimeter dick. Es bietet bei nur 250 Gramm Gewicht (WiFi-Variante) Platz für eine Bibliothek von über 1.500 Titeln. Das entspiegelte e-Ink-Display ermöglicht komfortables Lesen von Texten auch bei direkter Sonneneinstrahlung. Ein weiterer großer Vorteil der e-Ink-Technologie ist die fast unerschöpfliche Akkulaufzeit, da tatsächlich nur beim „Blättern“ Strom verbraucht wird. So schafft der Acer LumiRead bis zu 8.000 Seitenwechsel ohne Ladekabel. Der Acer LumiRead unterstützt Hörbücher im Format MP3 und die gebräuchlichsten eBook-Formate wie beispielsweise PDF, ePub, TXT, HTML, MOBI, RTF, DOC und CHM. Auch kopiergeschützte Inhalte können dank DRM Unterstützung von Adobe mit dem Acer LumiRead geöffnet werden. Auf dem 2 GB Flash-Speicher können über 1.500 Bücher gespeichert werden. Die Kapazität kann darüber hinaus über eine MicroSD-Karte erweitert werden. Über den integrierten Webbrowser und die QWERTZ-Tastatur können Shopnutzer bei verfügbarer Internetverbindung zusätzlich nach Informationen über Bücher suchen oder im Internet surfen. Der Acer LumiRead mit WiFi ist ab Oktober zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 199 Euro bzw. mit WiFi und UMTS-Funktionalität ab November zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro erhältlich. www.acer.de



Samsung bringt den kleinsten WLAN-fähigen Mono-Laserdrucker der Welt

Samsungs ML-1865W ist nach Angaben des Herstellers der kleinste WLAN-fähige Mono-Laserdrucker der Welt. Er ist besonders energieeffizient und arbeitet mit einem Betriebsgeräusch von weniger als 50 dB(A). Kabelloses Drucken ermöglicht die Wireless-Anbindung: Ein Druck auf die WPS-Taste (WiFi Protected Set-up) genügt, und der ML-1865W ist innerhalb von maximal zwei Minuten in der Wireless Umgebung einsatzbereit. Die Verbindung wird dabei automatisch konfiguriert und geschützt, wenn der Access-Point dies unterstützt.

Weitere „One-Touch“-Funktionen vereinfachen das Drucken. So lässt sich das Gerät mit der auffällig platzierten Soft Power Taste einfach per Knopfdruck in den Energiesparmodus versetzen. Dank der geringen Abmessungen von 341 x 224 x 184 mm lässt sich der ML-1865W in jede Umgebung integrieren. Er druckt bis zu 18 Seiten pro Minute bei einer effektiven Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Die Wartezeiten beim Drucken sind extrem kurz: Die erste Seite gibt das Gerät bereits nach unter 8,5 Sekunden aus. Samsung hat es sich zum Ziel gemacht, innovative Technik mit intuitiver Bedienung zu verbinden. Der ML-1865W trägt dieser Philosophie mit dem Einsatz diverser „One Touch“-Funktionen Rechnung. Zusätzlich ist das Modell mit Samsungs AnyWeb Print Software kompatibel: Oftmals werden Texte oder Bilder beim Drucken von Webseiten abgeschnitten oder unnötiges Druckpapier und Toner durch eingeblendete Werbebanner verschwendet. Die AnyWeb Print Software ermöglicht dem Nutzer, die Druckbereiche genau festzulegen: Per „Drag and Drop“ sucht er die Inhalte verschiedener Webseiten aus, fasst sie auf einer Zwischenablage, einer Art virtuellen Pinnwand, zusammen und druckt dieses Dokument einfach per Knopfdruck aus.

Der WLAN-fähige Samsung Mono-Laserdrucker ML-1865W ist ab November im Handel erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis steht derzeit noch nicht fest.

www.samsung.de

Kaspersky bietet jetzt auch Anti-Viren-Software für Mac-Anwender

Kaspersky hat eine Anti-Virus-Software für Macintosh vorgestellt. Sie bietet Schutz vor Viren, Würmern, Trojanern und anderen Internet-Gefahren. Die Antiviren-Engine von Kaspersky Lab findet und eliminiert auch komplexeste Bedrohungen. Der Zugriff verdächtiger Programme auf persönliche Daten, Fotos und Kontakte wird gesperrt. Kaspersky Lab schützt so nicht nur den Mac, sondern verhindert auch, dass andere Nutzer infiziert werden. Die Antiviren-Datenbanken werden mindestens einmal täglich aktualisiert, bei Bedarf auch öfter. Kaspersky Anti-Virus for Mac verhindert mit verschiedenen Abwehrtechniken, dass bösartige Software den Schutzschild ändern, deaktivieren oder komplett löschen kann. Zusätzlich sorgt eine Passwort-Abfrage dafür, dass niemand sonst – auch keine Malware – den Schutz manipulieren oder Änderungen an den Schutzeinstellungen vornehmen kann. Die Benutzeroberfläche im vertrauten Mac-Stil macht Kaspersky Anti-Virus for Mac intuitiv bedienbar und sehr benutzerfreundlich. Kaspersky Lab hat diese neue Benutzeroberfläche speziell für Mac-User entwickelt. www.kaspersky.de

Microsoft bringt die Einsteigermaus Wireless Mouse 1000

Microsoft hat eine neue Einsteigermaus auf den Markt gebracht. Die Wireless Mouse 1000 kommt mit einem Micro-Empfänger, der im USB-Port des Computers oder an der Unterseite der Maus angebracht werden kann. Die Batteriestandsanzeige weist den Nutzer frühzeitig auf einen notwendigen Batteriewechsel hin. Weitere Features sind die optische Abtastung, eine kabellose Funkübertragung mit 2,4 GHz Reichweite und eine Eignung für Rechts- und Linkshänder. Das ergonomische Design mit dem leicht erhöhten Maus-Rükken sorgt dafür, dass sie angenehm und sicher in der Hand liegt. Dadurch ist nicht nur ein gesundes, sondern auch präzises Arbeiten gewährleistet. www.microsoft.de

Der SyncMaster FX2490HD LED ist PC und Fernsehgerät

Samsungs HDTV-Multitalent

Mit dem SyncMaster FX2490HD LED hat Samsung ein echtes Multitalent unter den Monitoren vorgestellt: Bei dem Gerät handelt es sich um einen eleganten 24-Zoll-Computerbildschirm, der nicht nur extrem realistische und gestochen scharfe Bilder liefert, sondern über seinen integrierten DVB-T- und DVB-C-Empfänger auch für TV-Bilder in Full-HD für überragenden Fernsehgenuss sorgt. Dieser Samsung HDTV-Monitor zeigt sich auch im Design auf ganzer Linie überlegen – mit chromglänzenden Elementen, geheimnisvoll schimmernder Oberfläche und dem einzigartigen Touch of Color Design.

Der SyncMaster FX2490HD lässt sich als vollwertiger PC-Monitor ebenso nutzen wie als TV-Empfangsgerät.

Aber auch die technischen Qualitäten können sich sehen lassen. Mit seinem eingebauten Digital-Tuner ist das Gerät Computermonitor und vollwertiges TV-Gerät für das neue Digitalfernsehen zugleich. Der Nutzer kann das Beste aus zwei Welten genießen. Wer den SyncMaster FX2490HD LED nur als TV-Gerät benutzen will, kann auch das, denn für den Empfang der Lieblingsprogramme über den integrierten Tuner ist kein PC erforderlich. So kann der Besitzer das Gerät gleich doppelt nutzen und spart dabei noch Geld und Stellfläche. Dank seines modernen Designs macht der Monitor beim Einsatz als Digital-TV nicht nur am Arbeitsplatz eine gute Figur, sondern auch in der Küche oder im Schlafzimmer. Der praktische Ständer ermöglicht dabei eine genaue und stabile Positionierung. Außerdem ist der Monitor mit einem Einschub für ein CI-Modul ausgestattet. So können Verbraucher verschlüsselte Programme ihres Kabelnetzbetreibers ebenfalls komfortabel ohne extra Set-Top-Box und zweite Fernbedienung nutzen.

Hervorragende Bildqualität

Dank seiner echten 1.080p-Auflösung liefert der Monitor ein hervorragendes Bild mit realistischen Farben und einer beeindruckenden Detailschärfe. Die Plus-LED-Technologie erreicht einen nie dagewesenen dynamischen MEGA-Kontrast, der atemberaubend klare und lebensechte Bilder präsentiert. Somit wird der Monitor dem Anspruch von hochauflösendem Fernsehen wirklich gerecht.

Die LED-Technik sorgt für ein kristallklares Bild mit brillanten Farben und extrem hohem dynamischem Kontrast. So kann lange ermüdungsfrei am Bildschirm gearbeitet werden. Dank schneller Reaktionszeiten (5 Millisekunden) überzeugt das Display auch bei Computerspielen mit schnellen Bildwechseln.

Überzeugende Tonqualität

Aber was wäre die hervorragende Bildqualität des Monitors ohne den dazu passenden Sound? Dieser kommt wahlweise aus den eingebauten Lautsprechern (2 x 5 W) oder kann digital per SPDIF-Schnittstelle an eine Heimkinoanlage weitergegeben werden. Sind die Lautsprecher weiträumig positioniert, dann erlaubt der SyncMaster es dem Nutzer, sich zurückzulehnen und ein Home-Theatre-Erlebnis mit Kinosound mit 7.1 Channel Dolby Digital Plus Soundsystem, 5.1 Channel DTS und SRS zu erleben, der ebenso originalgetreu ist wie das Bild.

Bild links: Mit der Funktion Picture-in-Picture (PIP) kann der Nutzer auch während der Arbeit auf dem Samsung HDTV-Monitor nebenbei fernsehen, ohne seinen PC-Desktop beenden zu müssen.

Bild unten: Im Zusammenspiel mit optimal positionierten Lautsprechern bietet der Samsung SyncMaster einen Sound, der sich hinter echtem Kinosound nicht zu verstecken braucht.

Zahlreiche Schnittstellen

Die Anschlussausstattung des Gerätes ist sehr umfangreich: ein 15pin D-Sub, zwei HDMI- und eine Scart-Schnittstelle. Auch analoge Videoquellen können direkt angeschlossen werden. Der Monitor spielt verschiedene Multimediaformate ab, ohne dass dafür ein PC erforderlich ist. Dazu muss der Nutzer einfach einen USB-Stick mit seinen MP3-Dateien, Fotos oder Filmen in den USB-Port am Monitor einstecken. Mit ConnectShare ist das bequeme Plug-and-play-Erlebnis bereits programmiert.

Hohe Energieeffizienz

Und auch beim Thema Umweltverträglichkeit und Energieeffizienz, Themen, die beim Verkaufsgespräch am PoS immer wichtiger werden, sammelt der Samsung SyncMaster FX2490HD Pluspunkte: Der LED-Monitor verbraucht bis zu 40 Prozent weniger Strom als herkömmliche Monitore seiner Klasse. Und liefert damit ein weiteres ausgezeichnetes Verkaufsargument.

Preis und Verfügbarkeit

Der SyncMaster FX2490HD ist seit Mitte August verfügbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 429 Euro.

www.samsung.de

Positive Bewertungen für Samsung Monitore

In den vergangenen Jahren haben die Monitore aus dem Hause Samsung immer wieder hervorragende positive Bewertungen bekommen. So wurde das Samsung Display von der Zeitschrift ChannelPartner mit dem ChannelPartner Excellence Award in der Rubrik IT-Displays ausgezeichnet. Die Fachzeitschrift ermittelte erstmalig zusammen mit dem Marktforschungsinstitut GfK die beliebtesten ITK- und CE-Hersteller. Im Rahmen einer Studie wurden rund 1.000 IT-Spezialisten aus Systemhäusern und Computershops im letzten Quartal des Jahres 2009 zu aktuellen Trends und Einschätzungen im IT-Channel befragt. Zu den Bewertungskriterien bei den Herstellern gehörten unter anderem Innovationsstärke, Produktqualität, Marke, Channel- und Preisorientierung. Die daraus resultierenden Ergebnisse spiegeln das Gesamtimage des Unternehmens, die Qualität der Marke sowie die Zufriedenheit der Kunden wider.

Bei der Leserwahl der Zeitschrift PC Magazin kamen Samsung Monitore auf Platz eins. Über 40.000 Leser hatten sich an der Wahl von Hersteller und Produkt des Jahres 2009/2010 beteiligt und wählten Samsung mit 23,2 Prozent auf Platz eins in der Kategorie Monitore.

Und auch die Zeitschrift PC Games Hardware ernannte Samsung zum Hersteller des Jahres 2009 in der Kategorie Monitore. Auch diese Ehrung ging auf das Votum der Leser zurück: Mehr als 10.000 Leser der PC Games Hardware hatten abgestimmt und in 26 Kategorien ihre Hersteller- und Produkt-Favoriten benannt.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

SD-Karten werden immer schneller

Der Datenhunger mobiler Geräte steigt ständig an. Foto, Video und Audio, aber erst recht die Kombination von allen drei Medien, verlangen nach immer größeren Speicherkapazitäten, kürzeren Verarbeitungszeiten und nicht zuletzt auch nach hoher Datensicherheit. Speicherkarten haben sich in der Welt mobiler, technischer Geräte als optimale Zwischenspeicher für die Aufzeichnung und die Weitergabe von Daten bewährt.

Die SD-, SDHC- und SDXC-Karten beherrschen mit ihren Varianten den Markt. So verwendet die Mehrzahl der Kameras diesen Kartentyp; manche Modelle gestatten allerdings zusätzlich

SD-Karten-Miniaturisierungen, hier eine Variante mit integriertem USB-Adapter, spielen vor allem im Handymarkt eine wichtige Rolle.

auch die Verwendung anderer Speicherkartentypen. Zusätzlich bringt der Handy- und Smartphonemarkt dem SD-Karten-Lager ein gewaltiges Stück vom Speicherkartenkuchen. Hier sind die SD-Miniaturisierungen tonangebend – die mini- oder micro-SD-Karten, gefolgt von dem Memory Stick Micro und dem Memory Stick Pro Duo.

Die SD-Karte wurde im Jahr 2001 von SanDisk auf Basis des älteren MMC-Standards entwickelt. Das Kürzel SD steht für Secure Digital, und diese Bezeichnung leitet sich von zusätzlichen Hardware-Funktionen für das Digital Rights Management (DRM) ab. Mittels eines im geschützten Speicherbereich abgelegten Schlüssels soll die Karte das unrechtmäßige Abspielen geschützter Mediendateien verhindern.

Die Speicherkarte ist mit einem integrierten „Controller“ ausgestattet. Sie ist 32 x 24 x 2,1 mm groß und hatte zu Beginn eine Kapazität von acht Megabyte, die stetig erhöht wurde. Derzeit sind 64 GB der Höchstwert.

Neben den Kapazitäten ist die Schreib- bzw. Lesegeschwindigkeit das wichtigste Kriterium für die Nutzung von SD-Karten. Wie die einzelnen Standards aussehen und technisch umgesetzt werden, wird jeweils von der SD Card Association festgelegt.

Technische Weiterentwicklungen haben dazu geführt, dass nach den SD-Karten die SDHC-Karten und zuletzt die SDXC-Karten mit jeweils neuen Spezifikationen eingeführt wurden. Vor allem die aktuellen megapixelstarken SLR-Kameras und Funktionen wie Full-HD-Video erfordern den Einsatz der neuesten Varianten, um die Möglichkeiten des Gerätes voll ausschöpfen zu können.

Da Videoanwendungen neben den höheren Kapazitäten auch höhere Schreib- beziehungsweise Lesegeschwindigkeiten erfordern, werden die jüngsten, videotauglichen SDHC und SDXC mit dem UHS 1 Symbol gekennzeichnet. UHS steht für Ultra High Speed. Die bestehende Klassifizierung für Karten ohne UHS, für SD-, SDHC-

Mit den Eye-Fi SD-Karten und kompatiblen Kameras ist die Übertragung der Bilddaten im WLAN möglich.

oder SDXC-Karten 2, 4, 6 und 10 bleibt erhalten, so dass die Verbraucher ihre Aufnahme- und Lesegeräte aufeinander abstimmen können. Die Kompatibilitätssymbole befinden sich sowohl an den Aufnahme- als auch an den Wiedergabegeräten.

Als maximale Kapazität für die neuen SDXC-Karten sind nach der jüngsten Spezifikation zwei Terabyte vorgesehen. Die maximale Datentransferrate lag bei SD bei 25 Megabyte pro Sekunde. Mit UHS 1 wurde diese Datenmenge theoretisch mehr als vervierfacht. Die neuen Spezifikationen für Karten mit SDHC oder SDXC-Speicherkarten werden mit 104 Megabyte in der Sekunde angegeben.

Eine Sonderstellung nehmen die Speicherkarten ein, die Zusatzfunktionen wie zum Beispiel kabellose Übertragung von Bilddateien, Online-Sharing, Geotagging, Hotspot-Zugang und Ähnliches ermöglichen.

Immer mehr Kameras sind bereits für die reibungslose Arbeitsweise einiger dieser Funktionen vorbereitet.

Im SD-Kartenmarkt ist heute noch eine Vielzahl von Anbietern unterwegs. Hier nur wenige Beispiele von Karten populärer Hersteller.

Studie von gfu und BVT sagt der Heimvernetzung großes Marktpotential voraus

Die Heimvernetzung gewinnt für den Endverbraucher wachsende Bedeutung. Industrie und Handel erwarten große Marktpotentiale. Dies sind zwei Kernergebnisse einer aktuellen Marktstudie, die im Auftrag der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels (BVT) von Concentra Marketing Research, Nürnberg, erstellt worden ist.

„Handel und Industrie sind gefordert, die Wissenslücken der Konsumenten zu schließen und die Potentiale, die die Heimvernetzung bietet, optimal zu nutzen. Die Einschätzung des Marktvolumens für dieses Jahr in Höhe von 9,5 Milliarden Euro für die CE-relevante private Heimvernetzung zeigt die große Bedeutung dieses Bereichs auf“, so gfu-Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Rainer Hecker.

Angebot wächst

Das Angebot an geeigneten Geräten wächst ebenso kontinuierlich wie die Nutzungsmöglichkeiten der Heimvernetzung. Doch welche Voraussetzungen für Heimvernetzung und wieviel Wissen darüber gibt es bereits in den Haushalten? Welche Möglichkeiten werden genutzt? Warum vernetzen die Konsumenten ihre Geräte, und wie sind sie damit zufrieden? Dies ist nur ein Auszug der Fragen, die im Rahmen der Studie gestellt wurden.

„Insgesamt wird das Thema Heimvernetzung als Zukunftsthema gesehen. 67 Prozent der Befragten sehen einen Bequemlichkeitsfaktor oder sie ist im Alltag sehr hilfreich. Für 66 Prozent wird Heimvernetzung die Zukunft sein“, so Hecker.

Bei aller Begeisterung für die neuen Vernetzungsmöglichkeiten im Haushalt, ist das Thema Heimvernetzung bei vielen Verbrauchern aber noch nicht richtig angekommen. 75 Prozent der Befragten gaben an, sich noch nicht ausreichend damit beschäftigt zu haben. 67 Prozent fühlen sich darüber nicht ausreichend informiert, und 60 Prozent gaben an, die Kosten und der Aufwand seien zu hoch. Lediglich 53 Prozent verfügen nicht über die erforderlichen Geräte und Komponenten.

Wissenswertes zum Thema Heimvernetzung gibt es in einem PocketGuide, der unter www.gfu.de zum Herunterladen bereitsteht.

Chance für den Handel

Viele Nutzungsmöglichkeiten der Heimvernetzung sind noch nicht ausgeschöpft. Dies birgt entsprechend ein großes Potential für Handel und Industrie. Die Bereitschaft zur Heimvernetzung ist auch bei den Nichtnutzern groß. Laut Willi Klöcker, Vorstandsvorsitzender des BVT, ist das Thema Heimvernetzung jetzt im realen Geschäft angekommen: „Für den Fachhandel bietet Vernetzung die Chance, seine Beratungskompetenz in die Waagschale zu werfen. Mit umfassenden Informationen, individueller Beratung und Dienstleistungen wie installieren und konfigurieren machen wir die ganze Welt der Vernetzung für den Konsumenten erlebbar.“

In vielen Haushalten ist die Basis-Infrastruktur für eine Heimvernetzung schon vorhanden. So gaben 70 Prozent der Befragten an, einen Router zu betreiben; eine WLAN-Vernetzung nutzen 47 Prozent, 31 Prozent haben ein kabelgebundenes Netzwerk, 28 Prozent haben einfache Kabelverbindungen (z. B. USB) in Betrieb und acht Prozent ein netzwerkfähiges Haus-Stromnetz.

Hitliste der Nutzung

Die Hitliste der Nutzung der Heimvernetzung wird mit 50 Prozent angeführt von Dateien kopieren und Geräte synchronisieren, dicht gefolgt von Musik verwalten und hören mit 44 Prozent. Platz drei mit 42 Prozent belegt die Anwendung Videos und Fotos verwalten und gemeinsam ansehen. Die weiteren Plätze belegen mit 35 Prozent Online-Games spielen, Internetradio hören (30 Prozent), Skype nutzen oder telefonieren über das Internet (27 Prozent) und mit 23 Prozent Web-TV anschauen.

Das noch zu nutzende Potential an Möglichkeiten zeigen weitere Ergebnisse der Studie auf: Einen akzeptablen Preis vorausgesetzt, kämen bei der Heimvernetzung bei jeweils 45 Prozent der Befragten eine Nutzung der Fernsteuerung via Computer oder Handy oder das Thema Sicherheit in Frage. Für 37 Prozent der Befragten wäre Energiemanagement denkbar und für 26 Prozent automatisierter Betrieb. Eine Fernsteuerung per Handy oder Smartphone wäre für 28 Prozent und eine Fernsteuerung per Fernsehgerät für 23 Prozent interessant. www.gfu.de

AVM Solutions Tour zum Thema Heimvernetzung

AVM startet im Oktober seine Solutions Tour 2010 und informiert exklusiv Fachhändler rund um das Thema Heimvernetzung. Die Roadshow steht unter dem Motto Vernetzung mit Fritz! und veranschaulicht die einfache Anwendung der AVM-Produkte sowie deren vielseitige Einsatzmöglichkeiten. Den Fachhändlern wird dabei in speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Veranstaltungen das Zusammenspiel unterschiedlicher Technologien wie PC und TV, WLAN und Smartphone oder Mediaserver und Hi-Fi-Anlage erläutert. Geleitet werden die kostenlosen Veranstaltungen von AVM-Trainern, die den Fachhändlern Tips für die erfolgreiche Beratung von Kunden zum Thema Heimvernetzung geben. Vorträge der Tourpartner Samsung, Microsoft und Sony Ericsson, die jeweils mit eigenem Stand und Referent vor Ort vertreten sind, runden das Angebot ab. Im Portal Partner@avm registrierte Fachhändler können sich bevorzugt unter www.avm-partner.de anmelden. Die Termine: 5.10. Stuttgart, 7.10. München, 13.10. Nürnberg, 19.10. Hamburg, 21.10. Hannover, 26.10. Berlin, 28.10. Leipzig, 2.11. Solingen, 4.11. Frankfurt/Main.

IFA wird für Haushaltsgerätehersteller immer wichtiger

Treffpunkt für Weiße Ware

Was noch vor Jahren nur für Visionäre denkbar war, ist inzwischen so etwas wie eine Tradition geworden: Wenn sich die Pforten zur IFA öffnen, haben in einigen Hallen auch die Hersteller und Anbieter von kleinen und großen Haushaltshelfern ihre Präsentationen aufgebaut. Auch in diesem Jahr zeigte die Riege der weltweit führenden Unternehmen in diesem Bereich, die komplett in Berlin vertreten war, die Bedeutung, die die IFA inzwischen für die Branche hat. Auch verschiedene Sterne- und/oder Fernsehköche unterstrichen durch ihre Präsenz die Wichtigkeit der Messe. Und für die Besucher optimiert das Angebot Weiße Ware ihr sinnliches Messeerlebnis: Sprechen die CE-Hallen vor allem Augen und Ohren an, so erreichen warme und kalte kulinarische Köstlichkeiten, frisch gebrühte Kaffeespezialitäten und frisch gepresste Obstsäfte auch die Geschmacks- und Geruchssinne und lassen die IFA damit zu einem ganzheitlichen Erlebnis werden.

Diese Ganzheitlichkeit bestätigt die Verantwortlichen in ihrer Entscheidung, die Weiße Ware in das Messekonzept zu integrieren. Denn längst sind auch hier die technologischen Grenzen fließend geworden, haben sich Abteilungsgrenzen am PoS aufgelöst. Immer mehr Technikhändler erkennen, dass ihnen auch die Weiße Ware neues Umsatzpotential bringt. Es muss ja nicht immer gleich das Vollsortiment sein, das in das eigene Geschäft integriert wird. Manchmal reichen bereits wenige Produkte, um die Möglichkeiten erst einmal für sich selbst auszuloten und sich gegenüber dem Kunden mit neuer Kompetenz zu positionieren. Wie sagte Dr. Jörg Ehmer, Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren von ElectronicPartner vor einigen Monaten im Interview mit PoS-MAIL (siehe Ausgabe 4/2010): „Wenn ich dem Kunden beim Verkaufsgespräch einen Kaffee aus einem Vollautomaten anbiete, warum sollte ich dann nicht auch den Kaffeevollautomaten verkaufen?“

In dieser Hinsicht war die IFA 2010 auch für CE-Händler eine hervorragende Plattform, um sich einen Überblick über aktuelle Trends und Neuheiten im Bereich Weiße Ware zu verschaffen. Stellvertretend und beispielhaft für das gesamte Messeangebot seien hier einige der wichtigsten Produkte genannt.

Samsungs neue Kühlgeräte setzen im Haushalt optische Akzente.

Samsung Weiße Ware und VDE-Institut intensivieren Zusammenarbeit

Die hohe Qualität und umfassende Sicherheit von Hausgeräten gewährleisten: Das wollen ab sofort Samsung Weiße Ware und die VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH mit einer zukunftsweisenden strategischen Partnerschaft. Diese wurde auf der IFA 2010 bekanntgegeben. Danach verpflichten sich beide Unternehmen zu einer engen Zusammenarbeit, die bereits bei der prüftechnischen Begleitung der europäischen Produktentwicklung beginnt und weit über gängige Standards hinausreicht. Auf der IFA unterzeichneten Wilfried Jäger, Vorsitzender der Geschäftsführung des VDE-Instituts, und Chang-Wan Hong, Executive Vice President Digital Appliances Samsung, offiziell den Vertrag.

Im Mittelpunkt einer jeden Produktentwicklung bei Samsung stehen Sicherheit, Qualität und Verbrauchernutzen. Um die Hausgeräte optimal auf die Bedürfnisse der Menschen in Europa abzustimmen, passt Samsungs Forschungs- und Entwicklungszentrum für Weiße Ware (European Research Centre/ERC) in Stuttgart diese den jeweiligen Marktbedingungen an. Zur Qualifizierung und Zertifizierung neuer Produkte arbeitet das ERC bereits seit Jahren mit dem unabhängigen VDE-Institut zusammen – immer streng nach definierten Prozessen internationaler Standards und Vereinbarungen.

Diese Zusammenarbeit heben die Unternehmen ab dem 1. Oktober auf ein neues Niveau: Künftig stehen dem ERC-Team VDE-Experten zur Seite, die mit ihrer Normenkompetenz und umfassenden Prüftechnik in den kompletten Produktentstehungsprozess eingebunden sind – angefangen bei der Produktspezifizierung bis hin zur Prüfung und Freigabe des Geräts. „Unser höchstes Anliegen ist es, Verbrauchern innovative Spitzenprodukte zu bieten, die ihren Ansprüchen in jeder Weise gerecht werden“, sagte Michael Laue, Director ERC. „Im VDE-Institut haben wir den idealen Partner gefunden, um bei der Qualität, Energieeffizienz und Nutzerfreundlichkeit unserer Hausgeräte neue Maßstäbe zu setzen.“

Bereits bei der Entwicklung des Samsung Kondenstrockners SDC-18809 arbeiteten die beiden Unternehmen nach diesem Konzept auf dem Gebiet der Produktsicherheit erfolgreich zusammen. Künftig wird das VDE-Institut Samsung bei allen Hausgeräten, die in Europa eingeführt werden, bereits in der Entwurfsphase prüftechnisch begleiten. „Durch das Einfließen unserer Expertise können wir von Anfang an sicherstellen, dass sämtliche Qualitäts- und Sicherheitsstandards sowie Marktanforderungen eingehalten werden. So beschleunigen und optimieren wir den Prozess der Produktentwicklung“, sagt Wilfried Jäger, Vorsitzender der Geschäftsführung VDE-Institut. Beispielsweise testen die Spezialisten des Prüf- und Zertifizierungsinstituts neue Geräte unter realen Bedingungen, um zu gewährleisten, dass die Hausgeräte – genauso wie die Bedienungsanleitung – im Alltag den Ansprüchen der Nutzer genügen.

Kühlen

Mit der NR-B53V1-XE ergänzt **Panasonic** sein erfolgreiches Sortiment an Kühl-Gefrier-Kombinationen. Das Side-by-Side-Modell richtet sich mit seiner Super-Premium-Ausstattung an anspruchsvolle Verbraucher, die Lebensmittel energiesparend und unter optimalen Bedingungen aufbewahren möchten. Mit der Kombination aus Energieeffizienzklasse A++ und NoFrost-Technologie für eis- und abtaufreies Einfrieren ist die NR-B53V1-XE eine Ausnahmeerscheinung unter den Side-by-Side-Geräten. Schlüssel zum geringen Energiebedarf sind unter anderem die patentierte Inverter-Technologie und das neu entwickelte Twin-Eco Cooling System. Für den besonderen Frischefaktor sorgen der Vitamin-Safe und das Hygiene Active System. Optische Akzente setzt zudem der im Betrieb blau illuminierte Frischwasser-/Eiswürfel-Dispenser. Innen mit einer bis ins Detail durchdachten und hochwertig umgesetzten Vollausstattung glänzend, fällt die flüsterleise NR-B53V1-XE äußerlich durch das minimalistische Design auf. Klare Linien, integrierte Griffe, eine hochwertige Edelstahlfront mit Anti-Fingerprint-Beschichtung sowie das halbverspiegelte Touchpanel für Bedienung und Temperatursteuerung machen die Panasonic Premium-Kombi zum geschmackvollen Highlight in exklusiven Kochtempeln und modernen Koch-/Wohnlandschaften.

Panasonic NR-B53V1-XE

Samsungs neue Kühl-Gefrier-Kombinationen RL-55VEBTS, RL-55VJBIH und RL-55VQBRS sowie das Side-by-Side-Kühlgerät RS-H7ZNPN fallen zunächst durch die in die Front eingelassenen Griffe und ihre ebenmäßige, glänzende Oberfläche auf. Sie lassen sich komfortabel mit leichtem Fingerdruck öffnen und bieten in ihrem Inneren smarte Ablageflächen und Kühlfunktionen, die optimale Lagerungsbedingungen für Lebensmittel bei gleichzeitig geringem Stromverbrauch gewährleisten. Das RS-H5TEPN ist Samsungs erstes Side-by-Side-Kühlgerät, das in Verbindung mit No-Frost in Energieeffizienzklasse A++ läuft. Ob Großfamilie oder partybegeisterte Wohngemeinschaft – Samsungs neue Side-by-Side-Kühlgeräte RS-H7ZNPN und RS-H5TEPN bieten frischem Obst, Getränken und Aufschnitt richtig viel Platz. Damit bei so einer Größenordnung nichts verlorengeht, hat Samsung den Stauraum besonders clever aufgeteilt. Große Pakete verschwinden mit Leichtigkeit in den Big Boxen im Kühl- und Gefrierbereich. Im optional erhältlichen Z-Ablagefach können platzsparend selbst große Flaschen verstaut werden. Wer zum Brunchen lädt, kann bereits vorab Butter, Wurst und Käse ansprechend auf dem herausnehmbaren Ablagefach drapieren. Steht der Besuch vor der Tür, muss der Gastgeber das Fach nur noch wie

ein Tablett aus dem Side-by-Side ziehen und auf den gedeckten Tisch stellen. Mit der „Quick Cool-Funktion“ – einer von insgesamt fünf cleveren Funktionen der „Cool Select Zone“ – können Getränke sechsmal schneller gekühlt werden als in einem herkömmlichen Kühlschrank. Für den großen Durst gibt es den Eis- und Wasserspender im eleganten Kaffeeautomaten-Look, unter dem jetzt auch hohe Gläser perfekt Platz finden. Für optimale Lagerungsbedingungen sorgen Samsungs bewährtes „Multi-Flow“-System sowie das patentierte „Twin Cooling“-System.

Waschen

LG hat auf der IFA 2010 seine innovative Waschmaschinen Technologie vorgestellt. Der Inverter Direct Drive-Motor sorgt für eine bessere und energieeffiziente Waschleistung bei maximalem Fassungsvermögen. Sechs neue Trommelbewegungen bieten im wahrsten Sinne des Wortes schonende Rundum-Pflege für Textilien aller Art. Mit dem verbesserten Inverter Direct Drive-Motor optimieren die Waschmaschinen von LG die Schleuderdrehzahl, die Bewegung der Trommel sowie die Links-Rechts-Bewegung. Dadurch erreicht die Sechs-Motion-Technologie mit den neuen Trommelbewegungen eine Positions- und Geschwindigkeitskontrolle, die bis zu zehnmal exakter als bei herkömmlichen Waschmaschinen ist. LG gewährt zehn Jahre Garantie auf den langlebigen Inverter Direct Drive Motor.

Die TrueSteam-Technologie von LG wäscht Stoffe tiefer und gründlicher mit Dampf. So wird zum Beispiel beim 60-Grad-Programm „Koch/Buntwäsche“ die Temperatur konstant gehalten. Zusätzliches Plus: Die Steam-Wash-Technologie verbraucht nur die Mindestmenge an Wasser und Energie. Mit dem dampfunterstützten Allergy-Care-Programm lassen sich zudem allergieauslösende Erreger wie Milben und Milbenallergene nachweislich reduzieren. Mit einem Fassungsvermögen bis zu maximal elf Kilogramm Wäsche und einer 78-Liter Trommel bieten LG Waschmaschinen die größte Waschladungskapazität bei Standardaußenmaßen. Dank der flexiblen Beladungserkennung sind die Waschmaschinen nicht nur ideal für Familien, sondern auch für alle, die große Wäschestücke wie Gardinen oder Decken reinigen möchten. Dank des Direktantriebs und eines intelligenten Innenlebens der Maschinen lassen sich Vibrationen reduzieren. Gleichzeitig sind die Waschmaschinen so leise, dass Waschen zu jeder Tages- und Nachtzeit möglich ist. Im Vergleich zu anderen Waschmaschinen der Klasse A sinkt dank des Inverter Direct Drive-Motors und der Steam-Wash-Technologie der Verbrauch um 30 Prozent.

Auch **Samsungs** neue Waschmaschine WF-10724 reinigt schon bei Niedrigtemperaturen wie 20 Grad Kleidungsstücke besonders gründlich und schonend. Durch die neue umweltfreundliche „Schaum Aktiv“-Technologie garantiert sie einen sehr geringen Energieverbrauch nicht nur unter Energielabel-Bedingungen, sondern vor allem bei der Anwendung im Haushalt. Doch nicht nur der Blick auf die Stromrechnung überzeugt, sondern auch der auf die gereinigte Kleidung: Denn die clevere „Schaum Aktiv“-Technologie schont in Kombination mit der Diamond-Pflegetrommel die Textilien und liefert eine hervorragende Waschleistung. Auf den extra leisen „Eco Drive“-Motor gewährt Samsung zehn Jahre Motorgarantie.

Von Samsungs neuer Schaum-Aktiv-Waschmaschine ist auch Miss IFA ganz begeistert.

Saugen

AEG hat neue Highspeed-Staubsauger ins Programm genommen. Ausgestattet mit innovativer Technologie saugen die Hochleistungsgeräte Staubpartikel blitzschnell auf. Dank der optimierten Luftströmung in den Neukonstruktionen gelangen Schmutzpartikel in nur 0,06 Sek. vom Boden in den Staubbehälter oder -beutel. Der AEG SuperCyclone bietet als beutelloser Staubsauger in vier verschiedenen Modellen modernste Cyclone-Technologie. Mit dieser wird die einströmende Luft in Wirbelbewegungen versetzt und der Schmutz somit noch

besser eingesaugt. Mit Höchstgeschwindigkeit gelangt dieser vom Boden in den integrierten XL-Staubbehälter mit vier Litern Volumen. Die neuen Staubsauger in ergonomischem Design haben eine Reichweite von bis zu elf Metern. So lassen sich auch größere Wohnbereiche mühelos reinigen.

Dank der zwei verschiedenen Parkpositionen lassen sich die Geräte problemlos verstauen. Für große Reinheit sorgt auch die Dust-Magnet-Bodendüse, die bei fast allen SuperCyclone und Jet-Maxx Modellen inklusiv ist. Hartnäckige Staubpartikel werden damit leicht aufgenommen. Damit der Schmutz auch im Gerät bleibt, sind die neuen Sauger mit einem waschbaren Hepa 12 Filter ausgestattet, der die Ausblasluft des Staubsaugers von mikroskopisch feinen Staubpartikeln, Milben, Schadstoffen sowie Bakterien und Pollen reinigt.

Für Haustierbesitzer wurde speziell das Modell SuperCyclone ASC6945 entwickelt, mit dessen spezieller Düse Tierhaare noch einfacher aus Teppichen und von Möbeln entfernt werden. Den SuperCyclone gibt es in unterschiedlichen Leistungen zwischen 1.800 W bis 2.100 W.

Severin sorgt mit BWT für besten Wassergeschmack

Severin hat zur IFA 2010 sein Produktprogramm um Wasserfilter für besten Geschmack von Trinkwasser, Kaffee und Tee erweitert. Im Rahmen einer Vertriebskooperation fungiert die BWT – Best Water Technology (siehe Kasten unten) aus Österreich als exklusiver Lieferant für Premium-Wasserfilter. Für Handelspartner von Severin und BWT eröffnet die Kooperation eine großflächige Versorgung mit gemeinsam gebrandeten Premium-Tischwasserfiltern mit der einzigartigen Magnesium2+ Technologie und Filterkartuschen für Kaffeemaschinen. Die Vereinbarung sieht neben einem gegenseitigen Wissenstransfer auch gemeinsame Werbemaßnahmen und Aktionen am Point-of-Sale vor. Für 2011 ist schließlich eine Severin Produktlinie „powered by BWT“ geplant, die komplett mit der überlegenen BWT-Filtertechnologie ausgestattet sein wird.

Stefan Scheurer, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Severin

„Wasserfilterlösungen von BWT passen aufgrund ihrer ausgereiften Technik und Vielseitigkeit hervorragend in unser Portfolio“, so Stefan Scheurer, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Severin. „Daher freut es uns, mit der BWT-Gruppe einen Partner zu begrüßen, der sein geballtes Wissen im Feld der effizienten Wasseraufbereitung in Form von Produktinnovationen zielgenau umzusetzen vermag – besonders im Bereich der Tischwasserfilter.“ Auch Andreas Weißenbacher, CEO der BWT-Guppe, ist von der gemeinsamen Zukunft überzeugt: „Die Kooperation ermöglicht, dass wir gemeinsam viele neue Kunden mit den Vorzügen unserer Tischwasserfiltration und mit bestem Geschmack für Trinkwasser und Heißgetränke – Kaffee und Tee – begeistern können. Wir freuen uns über das Vertrauen von Severin und die hohen Qualitätsansprüche, die unsere Marken verbindet.“

Andreas Weißenbacher, CEO der BWT-Group

Nur 0,8 Prozent von insgesamt 1.386 Millionen km^3 Wasser auf der Erdoberfläche ist verfügbares Trinkwasser in Form von Flüssen, Seen und Grundwasser. Der Rest des Wassers ist Salzwasser oder Süßwasser, das in Gletschern, Schnee und Eis gebunden ist. BWT forscht, entwickelt und arbeitet täglich an Lösungen für die Aufbereitung von 98,5 Prozent des weltweit vorhandenen Wassers mit dem Ziel, seinen Kunden ein Höchstmaß an Sicherheit, Hygiene und Gesundheit im täglichen Kontakt mit dem Lebenselixier zu geben.

Davon profitieren dank neuer BWT „Best Water“ Filterkartuschen, die direkt im Wassertank der Kaffeemaschine zum Einsatz kommen, und der BWT „Perfect Water“ Tischwasserfilter alle Liebhaber von Kaffee und Tee. Mit der BWT MG2+ Technologie, bei der das Wasser nicht nur gefiltert, sondern gleichzeitig mit wertvollem Magnesium angereichert wird, erleben Kunden ein noch intensiveres, gänzlich neues Geschmackserlebnis.

BWT – The Water Company

Die Best Water Technology-Gruppe wurde 1990 gegründet und ist heute nach eigenen Angaben Europas führendes Wassertechnologie-Unternehmen. Mit einer ganzen Reihe von revolutionären technologischen Innovationen hat sich die BWT-Gruppe einen Namen gemacht und ist heute die europäische Nummer eins der Wasseraufbereitung. Mehr als 2.800 Mitarbeiter in über 70 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften arbeiten an dem Ziel, Kunden aus Privathaushalten, Industrie, Gewerbe, Hotels und Kommunen mit innovativen, ökonomischen und ökologischen Wasseraufbereitungstechnologien zu versorgen. Mit neuen Tischwasserfiltern für die Tee- und Kaffeezubereitung, Filtern zur Wasseroptimierung für Kaffeemaschinen, Wasserfiltern für Backöfen, Untertisch-Partikelfiltern, Trinkwasserspendern sowie Umkehrosmose- und UV-Geräten bietet BWT auch Endkunden innovative und kompakte Produkte für beste Wasserqualität.

UE

Drei neue 3D Plasma TV-Modelle von Samsung

Samsung erweitert sein 3D Plasma TV-Sortiment um drei neue Modelle. Auf 127 Zentimetern Bildschirmdiagonale (50 Zoll) entführen die Plasma-TVs in die dritte Dimension und bieten damit für jeden Anspruch die passende Wahl: Einsteiger greifen zum C490 mit integriertem DVB-T/C-Tuner und CI Plus. Wer zusätzlich einen DVB-S2-HD-Tuner benötigt und Wert auf umfangreiche Vernetzungsmöglichkeiten legt, bekommt mit Samsungs 3D-Plasma TV C687 genau das richtige Gerät. Als Rundum-Sorglos-Paket empfiehlt sich der C6970 mit Premium-Ausstattung. Samsungs neue C6970, C687 und C490 wandeln dank des integrierten 3D-Prozessors auf Wunsch das zweidimensionale Fernsehprogramm im Handumdrehen in 3D-Inhalte um. So erleben Nutzer schon heute die Zukunft des Fernsehens – und halten sie auf dem C6970 sogar fest: Denn mittels des integrierten Personal Video Recorders (PVR) können Verbraucher sowohl 2D- als auch zukünftig ausgestrahlte 3D-Inhalte auf eine externe Festplatte oder ein anderes Speichermedium aufnehmen. Samsung hat in alle drei neuen TV-Modelle einen DVB-T/C-Tuner und CI Plus für den komfortablen Fernsehempfang integriert. Der C6970 und der C687 ermöglichen zudem über ihren integrierten DVB-S2-HD-Tuner den digitalen Empfang über Satellit in Full-HD-Qualität. Die 3D Plasma TVs C6970 und C687 sind WLAN-fähig und verbinden sich via Samsung AllShare auf Knopfdruck auch drahtlos mit dem Heimnetzwerk. Schnell und einfach lassen sich somit Fotos vom PC oder der Kamera auf den TV übertragen. Für noch mehr Abwechslung sorgt der C6970: Über Internet@TV greifen Nutzer auf beliebte globale und lokale Inhalteanbieter wie Facebook, YouTube oder Bild.de NEWS zu. Samsungs neue 3D Plasma TV-Modelle C6970 in Schwarzmetall (1.699 Euro UVP), C687 in Kristallblau (1.099 Euro UVP) und C490 in Hochglanzschwarz (999 Euro UVP) sind ab sofort lieferbar.

www.samsung.de

Bilder in HiFi

Sonys neue Mikroanlage WGH-SLK1I verbindet einen glasklaren Klang mit der gekonnten und brillanten Darstellung von Fotos oder Videos auf dem großzügigen Neun-Zoll-LC-Display der Anlage. Über die Docking-Funktion können sogar Bild- und Video-Dateien vom iPod direkt auf dem Display abgespielt werden – so wird der Musikgenuss auch zum optischen Highlight. Die Mikroanlage kann alle gängigen Foto- und Videoformate wiedergeben und die Dateien entsprechend auf dem Bildschirm anzeigen – genau wie ein digitaler Bilderrahmen. So lässt sich die Vorderseite der Anlage nach eigenen Vorlieben individualisieren, und das mit einem persönlichen Hintergrund oder einer kompletten Diashow. Praktisch ist die Videofunktion aber auch für die Wiedergabe von Vodcasts. Über die Dok-

king-Funktion für iPods können somit Videoinhalte, die auf dem externen Player gespeichert sind, auf dem Display der Mikroanlage abgespielt werden. Verfügt der externe Player über eine aktive WLAN-Verbindung, gibt es den aktuell angesagtesten Song nicht nur auf die Ohren, sondern das Musikvideo wird gleichzeitig beispielsweise über YouTube auf dem Display abgespielt. Die Bedienung erfolgt über die Tasten am Frontpanel oder bequem über die Fernbedienung, über die auch der externe Player gesteuert werden kann. Darüber hinaus verfügt die Anlage über einen Slot für SD-Karten beziehungsweise Memory Sticks: einfach Musik einschalten, SD-Karte aus der Digitalkamera in den vorgesehenen Kartenschlitz der Anlage stecken, zurücklehnen und die Fotos vom Vorabend über das Display mit passender Musik genießen. Für einen klaren, kräftigen Sound sorgt bei der WGH-SLK1I von Sony der hochwertige S-Master Digitalverstärker, der den Wohnraum über die beiden 65-Watt-Boxen mit der Lieblingsmusik beschallt. Dabei ist es dem bildschönen Multitalent fast egal, in welchem Format und mit welchem Medium die Daten eingespielt werden. Egal, ob MP3, WMA, AAC, JPEG, MPEG4 oder 3gp auf CD, DVD, SD, Memory Stick oder über USB – die WGH-SLK1I nimmt alles dankend auf. Die Anlage ist mit folgenden iPods kompatibel: iPod Nano (2., 3., 4. und 5. Generation), iPod Touch (2. Generation), iPod Classic (80 GB/120 GB/160 GB aus 2009 und 160 GB aus 2007), iPod Touch (1. Generation). Die WGH-SLK1I von Sony ist ab September verfügbar, UVP: 449 Euro.

www.sony.de

3D-Digital-Bilderrahmen von Aiptek

Aiptek hat auf der IFA mit dem P8 einen neuen digitalen Fotorahmen präsentiert, der Fotos und Videos sowohl in 3D als auch in 2D darstellen kann. Mittels einer im Rahmen des P8 integrierten Konvertierungstechnik werden 2D-Bilder automatisch in 3D-Fotos umgewandelt. Dabei lassen sich die Bilder und Videos auch in 3D ohne Spezialbrille auf dem 8“ Panel in bester Auflösung (800 x 600 Pixel) betrachten. Und dies wann und wo immer der Anwender es möchte, denn der P8 ist für die mobile Nutzung mit einer integrierten, aufladbaren Batterie und einem integrierten 1-GB-Speicher ausgestattet. Zudem können USB-Sticks und SD/SDHC/MMC-Karten bis 32 GB Speicherkapazität eingesetzt werden, so dass ganze Videofilme oder große Diashows und Präsentationen abgespielt werden können. Auch können automatische Diashows mit MP3-Musik im Hintergrund gezeigt werden, denn der Aiptek P8 verfügt sowohl über einen integrierten MP3-Player als auch über eingebaute Lautsprecher. Die Bedienung des Aiptek Digitale Photo Frame P8 gestaltet sich dank einer neuen, intuitiven Benutzeroberfläche unkompliziert.

Beleuchtete Sensortasten sorgen neben dem Bedienkomfort für ein elegantes Design. Auch eine Fernbedienung im Scheckkartenformat gehört zum Lieferumfang. Die Wiedergabe von 3D-Videos erfolgt im Format H.264, wobei die sogenannte „Parallax Barrier 3D-Technologie“ eine hochauflösende Darstellung liefert. Der Aiptek Digitale Photo Frame P8 ist ab Anfang/Mitte November für einen UVP von 199 Euro inkl. Mwst. im Fachhandel erhältlich. www.aiptek.eu

Panasonic erweitert Viera Serie VT20 um zwei weitere Größen

Aufgrund der starken Nachfrage erweitert Panasonic seine High-End Serie VT20 um zwei weitere Größen. „3D ist in aller Munde, und mit den neuen Größen der VT20-Serie sind wir für den Volumenmarkt bestens gerüstet. Der Erfolg der VT20-Serie ist ein deutlicher Beweis für die technologische Überlegenheit von Plasma Panels für 3D-Fernseher“, so Armando Romagnolo, General Manager Head of Product Marketing TV, Home AV & Training CE Panasonic Deutschland.

Nicht zuletzt dank der VT20-Serie konnte Panasonic seinen Marktanteil in Deutschland bei Plasma aktuell auf sechzig Prozent ausbauen. Zudem erfülle die Plasma-Technologie alle 3D-Anforderungen wie eine ruhige und natürliche Bilddarstellung, realistische Wahrnehmung und hervorragenden Kontrast. Panasonic verbindet seine jahrelange Erfahrung mit innovativen, weiterentwickelten Technologien und lässt mit den neuen Modellen der VT20-Serie die dritte

Dimension im Heimkino Wirklichkeit werden. Darüber hinaus setzen die Fernseher aber auch herkömmliches 2D-Bildmaterial perfekt in Szene. Die unverbindliche Preisempfehlung für den TX-P46VT20E mit 46“ Zoll Bilddiagonale lautet 2.199 Euro und für den TX-P42VT20E(42“) 1.999 Euro.

www.panasonic.de

Ultraflacher LED-TV von LG

LG hat auf der IFA sein neues LED-TV-Modell LG LEX8 vorgestellt, das nur 7,8 Millimeter dünn ist und dabei dennoch ein Full-LED-Panel besitzt. Dank eines extrem dünnen Films mit mikroskopisch kleinen Nano-Linsen, der vor dem Full-LED-Panel aufgebracht ist, wird das Licht gleichmäßiger und effektiver verteilt und erzeugt so klarere Bilder. Um die Darstellungsqualität noch weiter zu erhöhen, minimiert ein sogenanntes Anti-Reflection-Panel Spiegelungen, beispielsweise von hellen Lichtquellen im Raum oder Sonnenschein, und garantiert so ein stets kristallklares Bild. Die neue Technologie hat aber nicht nur Einfluss auf die Darstellungsqualität, sondern auch auf das Design der Fernseher. Mit einer Tiefe von nur 7,8 Millimetern ist der LEX8 laut LG der flachste Full-LED-TV der Welt. Der nur 11,6 Millimeter schmale Rahmen macht deutlich, wobei es beim neuen LEX8 wirklich geht: um das beste Bild für ein einmaliges TV-Erlebnis. Das elegante und zurückhaltende Infinia Design sorgt dabei gemeinsam mit dem erstklassigen Bild für optische Harmonie in jedem Umfeld. Der LEX8 verfügt über umfangreiche NetCast-Funktionen und bietet damit Zugriff auf Onlinedienste wie YouTube und maxdome. Via DLNA verbindet er sich mit allen ebenfalls zertifizierten Geräten wie NAS-Systemen oder Computern und kann so auf deren Multimedia-Bibliotheken zurückgreifen. Auch die Steuerung ist ganz einfach: Die neue „Magic Motion“ Fernbedienung kommt mit einem Minimum an Tasten aus. Der besondere Clou: Per Gestensteuerung lassen sich Aktionen direkt auf dem Bildschirm ausführen. Preise und Verfügbarkeiten werden bei Marktstart bekanntgegeben.

www.lg.com/de

Panasonic 3D-Fernseher für Einsteiger

„Aufbruch in die 3. Dimension“ – unter diesem Motto steht die aktuelle Panasonic 3D-Kampagne. Dass das Unternehmen die Einladung in die 3D-Welt ernst meint, bewies es auch auf der IFA. Hier präsentierte Panasonic auch sein 3D-Einstiegsmodell TXP42GT20. Der Preis von 1.599 Euro für das 42- Zoll-Modell (106 Zentimeter Bildschirmdiagonale) öffnet Panasonic den Massenmarkt für seine Plasma Full-HD 3D-Technologie und unterstreicht den Anspruch, bereits in zwei Jahren fünfzig Prozent seiner großformatigen Flachbildfernseher mit integrierter 3D-Funktionalität auszuliefern.

Mit dem TX-P42GT20 legt Panasonic nun einen weiteren Grundstein zur Erreichung dieser Ziele. Kontrastreiche Bilder mit natürlichen Farben, seine 3D-Fähigkeit, vielseitige Anschluss- und Empfangsmöglichkeiten, hohe Energieeffizienz und ein günstiger Preis machen den kurz 42GT20 genannten Fernseher zu einem erstklassigen Investment – und das zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis. www.panasonic.de

Carl Zeiss präsentiert Prototyp der Videobrille cinemizer OLED

Carl Zeiss präsentiert auf der photokina den Prototyp der neuen Videobrille cinemizer OLED. Die Neuerungen stecken im Design und im Innern: Die OLED-Displays eröffnen eine hohe Bildqualität, und erweiterte Schnittstellen machen die Anbindung des Geräts einfach.

Die neue Bildqualität zeigt sich gerade bei der Wiedergabe von 3D-Inhalten von PC oder Laptop. Die Anpassung des Bildinhaltes an die beiden OLED-Displays der Brille erfolgt auf Basis einer sehr hohen Datenrate. Mit der Kombination aus PC oder Laptop, 3D und cinemizer OLED will Carl Zeiss künftig neben Verbrauchern auch professionelle Anwender ansprechen. Im Fokus stehen dabei diverse B2B-Branchen.

Ganz exklusiv ist der Prototyp mit integriertem Bewegungssensor: Für Gamer eröffnen sich damit völlig neue 3D-Welten. Zum Preis und der Verfügbarkeit gibt es noch keine Informationen. www.zeiss.de

Sharp mit 3D-fähigem Blu-ray-Player im Slim-Design

Sharp präsentiert pünktlich zur Markteinführung seiner Aquos LCD-TVs mit Quattron 3D-Technologie auch seinen neuen 3D-fähigen Blu-ray-Player. Der BD-HP90S garantiert sowohl bei 3D als auch bei 2D das beste Bild auf einem Sharp LCD-TV. Mit seinem extrem schlanken Aquos Design fügt sich das elegante High-End-Gerät auch optisch vollkommen in die dreidimensionale Sharp Home-Cinema-Ausstattung ein. Ob liegend oder stehend, längs oder quer – der neue 3D-Blu-ray-Player BD-HP90S von Sharp im Slim Design macht in jeder Position eine gute Figur. Der Zuschauer kann das Gerät nach Belieben an der Wand oder im Regal positionieren. Ein zusätzliches Plus des BD-HP90S ist die integrierte Wireless LAN-Funktion. Damit kann drahtlos mittels DLNA eine Verbindung zu anderen Geräten im Heimnetzwerk aufgenommen werden, um Musik, Fotos oder Videos vom PC auf den Fernseher zu übertragen. Ebenfalls praktisch ist das direkte Abspielen von YouTube Videos. Der neue Aquos 3D-Blu-ray-Player der Serie BD-HP90S ist seit September für 449 Euro im Handel erhältlich. www.sharp.de

PoS-MAIL

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

PluralMedia® Home Network Service

PluralMedia – das Qualifizierungskonzept für Heimvernetzung – sucht weitere Dozenten m/w

Unter der Marke PluralMedia® bieten wir professionelle Qualifizierungen für Handel und Handwerk in den Bereichen Consumer Electronics, Telekommunikation, Informationstechnologie und Elektroinstallation an.

Der technische Verkäufer erhält nach bestandener Prüfung das Zertifikat zum PluralMedia® Berater, Servicetechniker können sich zum zertifizierten PluralMedia® Spezialisten qualifizieren.
Aufgrund der rasanten Nachfrageentwicklung verstärken wir das Team unserer Dozenten m/w in der InfoTip Academy.

Die InfoTip Academy als zertifizierter Weiterbildungsträger wird von den relevanten Industrie- und Handelsverbänden der CE/IT/TK-Branche mit der Durchführung hersteller- und branchenübergreifender Qualifizierungsmaßnahmen und -projekte für die Mitarbeiter des stationären Fachhandels betraut.

Die InfoTip Service Gesellschaft ist ein herstellerübergreifendes, gemeinsames Dienstleistungsunternehmen der Consumer Electronics Industrie. Wir entwickeln und betreiben im Auftrag unserer Gesellschafter (Bosch, Daewoo, LG, Loewe, Metz, Panasonic, Philips, Sharp, Sony, Thomson) und weiterer Hersteller Servicekommunikationsplattformen und Web-Portale für den Datenaustausch zwischen Industrie und Handel bzw. Endverbrauchern.
Für unser Projekt PluralMedia® (www.pluralmedia.de) suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt Dozenten / Dozentinnen für bundesweite Tagesschulungen auf freiberuflicher Basis.

Ihre Aufgaben als Dozent m/w und Trainer m/w

- Sie vermitteln die theoretischen Hintergründe der Heimvernetzung nach dem aktuellen Stand der technologischen Entwicklung.
- Sie erläutern praxisnah den Einsatz der Geräte und Vernetzungsmöglichkeiten.
- Sie trainieren in der Praxis mit den Teilnehmern die operative Umsetzung an realen Netzwerken (Lerninseln).
- Sie leiten Online-Tutorien.

Ihr Profil

- Sie haben ein technisches Studium und/oder eine vergleichbare Ausbildung absolviert.
- Sie besitzen das Wissen über die heutigen Netzwerklösungen und haben diese bereits in Ihrem beruflichen Umfeld eingesetzt.
- Sie verfügen über ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten und können im Idealfall bereits Erfolge als Dozent oder Ausbilder nachweisen.
- Sie sind mobil und bereit, an verschiedenen Standorten in Deutschland die vorgegebenen Lehrinhalte zu vermitteln.

Wir bieten vorbildliche Arbeitsbedingungen in einem professionellen und engagierten Team und die einmalige Chance, an einem branchenprägenden Projekt mit hoher Leuchtkraft und den entsprechenden Entwicklungsmöglichkeiten mitarbeiten zu dürfen.

Wir freuen uns auf Ihre elektronische Bewerbung (e-Mail) unter Bezugnahme auf die ausgeschriebene Position mit aussagekräftigen, vollständigen Bewerbungsunterlagen sowie unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Honorarvorstellungen an:

bewerbung@infotip.de
InfoTip Service GmbH - Satkom Tower
Am Walzwerk 21 • 45527 Hattingen

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics...

... Unterhaltungselektronik
... Informationstechnologie
... Telekommunikation
... Infotainment
... Fotobranche

Besuchen Sie PoS-MAIL im Internet www.pos-mail.de

Interessiert am monatlichen, kostenlosen PoS-MAIL E-Mail-Newsletter?
Senden Sie uns eine E-Mail an: pos@cat-verlag.de

IMPRESSUM

PoS-MAIL
Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: http://www.pos-mail.de
Bankverbindung: Postbank Essen,
Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 36010043016456543 8,
BIC: PBNK DE FF

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Franz Wagner; Dr. Herbert Päge; Dipl. rer. pol. Karla Schulze; Lidija Zimmek M. A.

Anzeigen: Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 11 v. 1. Januar 2010

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräßel

Satz und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,– € jährlich (Ausland: 80,– €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

Die neue V4.0 Software von Kodak*

Erhöhen Sie Ihren Umsatz

1 ERWEITERTES SERVICE-MODUL UND SYSTEM-UPGRADE-MANAGEMENT

2 NEUE ANWENDERFREUNDLICHE BENUTZEROBERFLÄCHE

- Durchdachte Gestaltung
- Einfachere Erstellung von Bildern und Vergrößerungen
- Premiumprodukte auf Knopfdruck
- Fortwährende Kalender[1]
- Bildschirme mit maßgeschneiderter Werbung
- Neue attraktive Demo-Videos

3 OPTIMIERTER, EINFACHER WORKFLOW

- Verbessertes Gestaltungserlebnis bei der Erstellung von Fotobüchern und Vergrößerungen
- Optimierte Möglichkeiten bei der Erstellung einer KODAK Picture CD
- Chronologische Reihenfolge von Bildern, die aus unterschiedlichen Quellen stammen

4 INNOVATIVE MODULARE FUNKTIONEN

Konnektivitätsfunktion für Soziale Netzwerke

- Verbinden sie sich und drucken Sie Bilder und Premiumprodukte mit[2]

FACEBOOK · PICASA WEBALBEN Programm · KODAK Gallery

Video-Schnappschüsse

- Digitale Videos[3] durchsehen, Videobilder einfrieren und ausdrucken

Tieraugenretusche

- Die Blitzaugen bei Tierbildern entfernen oder reduzieren

Gesichtsretusche

- Hautunreinheiten, Akne und Falten entfernen oder reduzieren

Dank optimierter Benutzeroberfläche, verbessertem Workflow und neuen optionalen Funktionen war es niemals einfacher, den neuen KODAK Picture Kiosk zu nutzen. Jetzt können Sie Ihren Kunden noch mehr Möglichkeiten bieten, um Erinnerungen in fantastische Bilder zu verwandeln.

Vereinbaren Sie einen Vorführtermin mit Ihrem Kodak Vertreter vor Ort oder besuchen Sie www.kodak.de, um mehr zu erfahren.

Kodak

Zeit für Sie UND Kodak

© Eastman Kodak Company, 2010. KODAK und das Broschürensymbol sind Marken. Nachgestellte Bildschirmbilder – Bilder dienen nur Illustrationszwecken – da die Hardware- und Software-Versionen der einzelnen Kioske variieren, sind nicht alle Produkte an allen Kiosken erhältlich. **1.** Unter der Voraussetzung, dass Schriftarten für WINDOWS zur Verfügung stehen. **2.** FACEBOOK, PICASA WEBALBEN Programm, KODAK Gallery. **3.** Die Funktion unterstützt Videoformate führender Hersteller von digitalen Foto- und Videokameras. Unterstützte Dateiformate: .mov, .avi & .mpg; unterstützte Codecs: MJPG, PJPG, MPEG4, H.264 und MPEG1(vx). Unterstützt die meisten Kodak, Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Fuji, Sony, Casio, Flip, Samsung, HP Kameras. Hinweis: um eine Videodatei nutzen zu können, müssen Dateityp und Codec unterstützt werden.

* Nur verwendar für G4 (undneuere) kiosks.

** Verglichen mit herkömmlichen Fotolaborarbeiten.

Umweltfreundlichere Bilder

Keine Chemikalien. Kein Wasser. Spart Energie. Weniger Abfall.**