

POS-MAIL

November 2010

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

11. Jahrgang • 51612



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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Die Erfüllung einer Vision:
Home Entertainment ohne Grenzen.

Mit dem neuen Loewe Connect erleben Sie mehr als nur Fernsehen. Neben Filmen, Fotos und Musik aus Ihrem Heimnetzwerk, stehen Ihnen mit dem neuen MediaNet auch eine Vielzahl von Internet-TV-Anwendungen offen. Dank integriertem Browser öffnen Sie jetzt auch Internetseiten direkt auf dem TV-Gerät. Jetzt im Loewe Fachhandel oder auf www.loewe.de



Produktgestaltung: Loewe Design/Design 3

LOEWE.



Anfang Oktober 2010 findet eine Gruppe handverlesener Fachjournalisten in den Schulungsräumen der Bose Deutschland GmbH in Friedrichsdorf zu einer Presseveranstaltung zusammen. Erwartet wird – pünktlich zum beginnenden Weihnachtsgeschäft – eine Bose-Neuheit, die es, den hohen Qualitätsstandards des Unternehmens entsprechend, klangtechnisch in sich hat. Es zeichnet sich jedoch etwas Verwunderung in den Gesichtern ab, als dieses Mal ein Fernseher mit einer Bild-diagonale von 46“ an der Wand hängt. Nach schon fast bekannter Bose Manier, so spekuliert man, befinden sich dann rechts und links davon – verborgen unter dunklen Tüchern – die neuen Cube-Speaker, und ebenfalls unter einem Tuch verdeckt der bekannte High-Tech-Subwoofer. Der Film beginnt. Gezeigt wird ein

Zuschnitt an Klassikern mit großen Soundeffekten. Der Zug donnert und dröhnt von links nach rechts, ein Gewitter kracht, und die Blitze zischen mit authentischer Dynamik, die nur ein Soundsystem in High-End-Qualität wiedergeben kann. Dann ist der Film zu Ende, das Licht geht an. Erwartet wird nun, dass die hinter den Tüchern vermuteten Lautsprecher, Cubes und der Subwoofer ans Tageslicht kommen. Sie erscheinen auch, das heißt, sie fallen von der Wand, der vermeintliche Subwoofer entpuppt sich als Schirmständer, und auf dem Rahmen des LC-Displays erscheint das Bose Logo. Bose ist es damit gelungen, selbst der technikaffinen Fachpresse für einen Moment ein Stirnrunzeln zu entlocken. Wo kommt der fulminante Klang her? Verblüffte Gesichter. Hier die Aufklärung:

mottoii
Toshiba Partnerprogramm



mottoii
Toshiba Partnerprogramm



Grand mit Vieren?

Unmittelbar nach der IFA sorgt die Media-Saturn-Unternehmensgruppe mit der Ankündigung für Aufsehen, vier Eigenmarken ins Sortiment aufzunehmen. Bereits zum Weihnachtsgeschäft sollen in vier europäischen Ländern die neuen „Exklusivmarken“ ok. (für das Preiseinstiegssegment über alle Produktkategorien) und Koenic (als Marke für hochwertige Geräte im Bereich Weiße Ware und Klein-elektro) bei Media-Markt und Saturn in die Märkte kommen. Im ersten Halbjahr 2011 soll die Marke PEAQ für Unterhaltungselektronik folgen; im zweiten Halbjahr die Marke ISY für Elektronikzubehör.

Mit den neuen Eigenmarken will Media-Saturn nach eigenen Angaben alle Preissegmente bedienen und durch die Kooperation mit namhaften Herstellern bestehender Premium-Marken einen hohen Qualitätsstandard gewährleisten. Das sind anspruchsvolle Ziele.

Selbstverständlich geht es der Metro-Tochter dabei nur um das Wohlergehen der Kunden, denn die, so hieß es in einer Pressemitteilung, „wünschen sich qualitativ hochwertige Eigenmarken“.

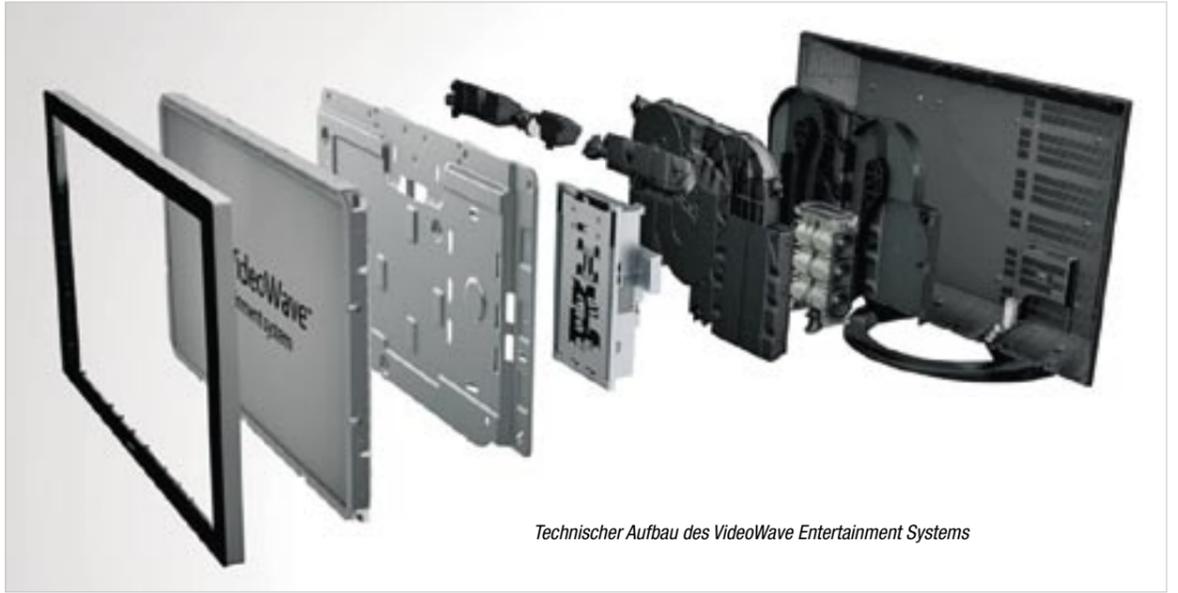
Was die neue Media-Saturn-Strategie für den High-Tech-Fachhandel bedeutet, kann erst die Zukunft zeigen. Wenn der Handelsriese sich bei seinen aggressiven Werbeaufträgen demnächst vorwiegend auf die neuen Eigenmarken konzentrieren sollte, wäre das ja nicht unbedingt ein Nachteil. Allerdings sind die Media-Saturn-Manager keine Dummköpfe, und schon gar keine Altruisten. Sie werden also nicht nur an die Kunden, sondern auch an die eigenen Vorteile gedacht haben. Deshalb ist es nicht nur möglich, sondern sogar wahrscheinlich, dass das Eigenmarkensortiment auch dazu genutzt wird, bessere Konditionen bei den etablierten Premium-Marken zu erreichen. Diese aber sollen auf der anderen Seite auch als Kooperationspartner für die Entwicklung und Produktion der Exklusivmarken gewonnen werden. Das ist eine höchst interessante Konstellation, an der geübte Schachspieler ihre Freude haben werden. Man wird sehen, welche Hersteller in dieser Hinsicht mit Media-Saturn kooperieren (müssen).

Die ersten Reaktionen des High-Tech-Fachhandels und der großen Kooperationen strahlen demonstrative Gelassenheit aus. Mit Recht! Denn zum einen hat der Fachhandel keinen Anlass, seine eigene Leistungsfähigkeit zu unterschätzen. Zum anderen geht es im digitalen Zeitalter immer weniger um einzelne Produkte, sondern um komplette Systeme und das perfekte Zusammenspiel derselben, von den Inhalten gar nicht zu reden. Diese komplexe Welt der digitalen Unterhaltungselektronik mit Eigenmarken abzubilden, ist ein, sagen wir mal, ehrgeiziges Projekt. Denn die „Connectivity“ der verschiedenen Komponenten macht nicht nur die fachkundige Beratung immer wichtiger, sondern stärkt auch die bekannten Marken: Komplett Systeme kaufen die Kunden nämlich am liebsten aus einer Hand – und zwar von einem Händler und einem Hersteller, zu dem sie Vertrauen haben. Dieses Vertrauen genießen der High-Tech-Fachhandel und die bekannten großen Marken bereits seit langem. Die Eigenmarken von Media-Saturn werden es sich dagegen erst erwerben müssen.

Herzlichst Ihr


Thomas Blömer
Verleger


Franz Wagner
Objektmanagement



Technischer Aufbau des VideoWave Entertainment Systems

Das ganze Klang-System ist auf der Rückseite des TV-Gerätes angebracht. Die Bose Ingenieure haben es geschafft, in eine unglaublich geringe Bautiefe einen Sound zu verpacken, den man sonst nur von großen Sound-Systemen kennt. Mit dem VideoWave Entertainment System bringt Bose ein revolutionäres neues Produkt auf den Markt, das ein Home Cinema-Soundsystem, ein 46-Zoll LC-Display (1.080p) und ein Musik-System in einem Gerät vereint. Erstmals werden eine hochauflösende Bildwiedergabe und die beeindruckenden Audio-Erlebnisse eines hochwertigen Home Cinema Systems aus einem Gehäuse geliefert. Separate Lautsprecher, ein Bassmodul oder Lautsprecherkabel fallen komplett weg. Alle angeschlossenen Geräte – zum Fernsehen, für Filme oder zum Musikhören – werden mit der click-pad Fernbedienung und einer Bedienerschnittstelle auf dem Bildschirm gesteuert. Bose hat mit dem VideoWave somit eine völlig neue Produktkategorie geschaffen.

Erstmals hat der Spezialist des guten Tons eine Möglichkeit entwickelt, Bild und Ton so zusammenzuführen, dass man keine Kompromisse eingehen muss. Das Bose VideoWave System ist das Ergebnis 10jähriger Forschungsarbeit und laut Aussagen des Herstellers das modernste Home Entertainment-Produkt, das Bose je entwickelt hat. Die Kombination eines derart leistungsfähigen Audio-Systems mit einem LC-Display war nur mit computer-

gestützten Modellierungswerkzeugen möglich, mit deren Hilfe Vibrationen und Wärmeentwicklung erkannt und beseitigt werden konnten. Das System enthält neben neuer Software und Elektronik mehrere Verstärkerkanäle und ein maßgeschneidertes Lautsprecherpaket – dabei ist alles unsichtbar. Zudem ist das Gerät so schlank und elegant, dass es an der Wand montiert oder auf einem Tisch aufgestellt werden kann.

Spitzenklang aus unsichtbaren Lautsprechern

Das VideoWave System liefert Spitzenklang in unverwechselbarer Kino-Qualität. Auch bei

sorgt ein Cluster aus sechs Hochleistungswoofern, das auf einen neuen und mächtigen akustischen Bose Waveguide abgestimmt wurde. Für den äußerst räumlichen Home Cinema-Klang, der den Zuhörer von allen Seiten zu umgeben scheint, wurde die neuentwickelte Bose PhaseGuide Sound Radiator Technologie mit einem 7teiligen Speaker Array und fortschrittlichem Bose Digital Signal Processing kombiniert.

Zusammen erzeugen diese Elemente ein Schallfeld, das weit über den Bildschirm hinausgeht. Der Klang wird auch dahin abgestrahlt und ist dort zu hören, wo sich keine Lautsprecher befinden. Das Bose VideoWave System



Ein komplettes System, das großen Klang mit großem Bild vereint und einfachste Bedienung nochmals neu definiert.

maximaler Lautstärke werden Musik und Programminhalte kristallklar und ohne hörbare Verzerrungen wiedergegeben. Für die beeindruckende Basswiedergabe

kann nahezu beliebig platziert werden. Die ADAPTiQ Audio Calibration Technologie von Bose gewährleistet für jeden Raum die optimale Klangwiedergabe, indem sie die Größe, den Grundriss und sogar die Möblierung des Raumes erfasst und den Klang automatisch auf die akustischen Verhältnisse abstimmt.

Intuitive Bedienführung

Als die Bedienerschnittstelle für das VideoWave System entwickelt wurde, begannen die Bose Forscher mit einem „weißen Blatt Papier“. Es musste eine völlig neue Art des Umgangs mit Home Entertainment gefunden werden



Unsichtbarer Raumklang. Das VideoWave System liefert Home Cinema Sound ohne separate Lautsprecher.

und nicht nur eine Verbesserung von etwas, das es schon gab. Die Bedürfnisse des Anwenders standen dabei im Mittelpunkt des Interesses.

Das VideoWave System bietet eine beispiellos unkomplizierte Bedienführung. Auf alle heute verfügbaren Audio- und Videoinhalte greift der Anwender mit nur einer einzigen Fernbedienung zu und bedient sie mit einer leichten Berührung, einer Gleitbewegung oder einem Klick. Die Bose Clickpad Fernbedienung ist mit einem integrierten Sensor ausgestattet und bietet Tasten für die am häufigsten genutzten Funktionen: Ein/Aus, Kanalwechsel, Lautstärke-Regelung und Geräteauswahl. Der Nutzer berührt einfach das Click-



Der Menü-Rahmen erscheint immer dann, wenn man das Clickpad der Fernbedienung berührt.

pad, und auf dem Bildschirm erscheinen nur die Bedienungsfunktionen für das, was zu sehen ist – ohne störende Auswirkungen auf das Bild. Wenn sich der Daumen auf dem Clickpad bewegt, scrollt

eine Markierung durch die Befehle. Zum Auswählen eines Befehls genügt ein einfacher Daumen-Druck – ein Klick, auf den das VideoWave Entertainment System sofort reagiert. Da die Clickpad Fernbedienung mit Radiofrequenz-Technologie arbeitet, braucht sie nicht in Richtung des Systems gehalten zu werden. Somit lassen sich alle mit ihr gesteuerten Zuspielderäte auch außerhalb des Blickfeldes platzieren.

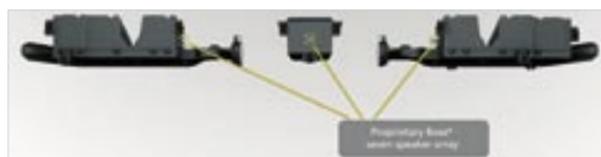
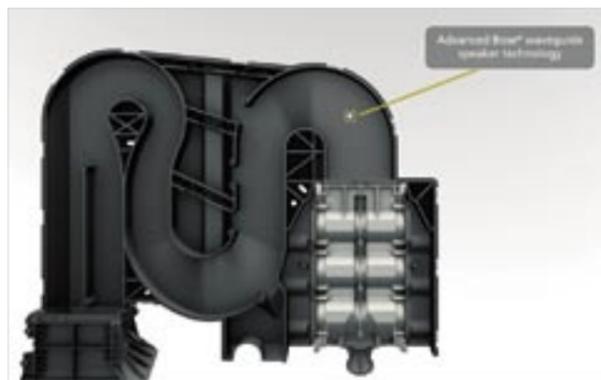
Kontaktfreudig

Zum VideoWave Entertainment System gehört eine Konsole, die nur ein Kabel mit dem Bildschirm verbindet. An diese kleine, elegante und dezente Konsole können bis zu fünf HD-Zuspielderäte angeschlossen werden. Eine Docking-Station für den iPod oder das iPhone ist bereits im Lieferumfang enthalten. Mit einer weiteren exklusiven Funktion – Video Mute – kann der Nutzer seine Musik



auch ohne Bild genießen. Das Bose VideoWave Entertainment System ist mit einem abnehmbaren Tischstativ ausgestattet und mit allen VESA-Wandhalterungen von Zubehörherstellern kompatibel (diese werden separat angeboten).

Die unverbindliche Preisempfehlung für das VideoWave Entertainment System beträgt 6.998 Euro inkl. MwSt. Im Preis inbegriffen sind die Anlieferung, das Setup des VideoWave Entertainment Systems, das Anschließen der Zuspielderäte und die Durchführung der ADAPTiQ Audio Kalibrierung zur optimalen Abstimmung der Klangwiedergabe auf die Räumlichkeiten des Nutzers. Das System ist über den speziell autorisierten Bose Partner 2000 Fachhandel und die Bose Experience Center lieferbar. www.bose.de



PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia
PluralMedia Berater – Jetzt werden (S)sie gefunden!
Seit Anfang Oktober können Verbraucher über das Internet zertifizierte PluralMedia Berater in ihrer Nähe finden.

Rechtzeitig zum bevorstehenden Weihnachtsgeschäft bietet InfoTip für alle zertifizierten PluralMedia Berater die Möglichkeit, als Person – mit dem zugehörigen Geschäft – im Internet Präsenz zu zeigen. Mit Name, vollständiger Adresse und Kontaktmöglichkeiten wie Telefon, Fax, aber auch E-Mail-Adresse, ist der PluralMedia Berater für den potentiellen Kunden jetzt zu finden.

Auf ihrer Webseite www.PluralMedia.de hat die InfoTip Academy hierfür einen eigenen Bereich „Verbraucher“ in der Top Navigation geschaffen. Dort gibt der Suchende seine Postleitzahl oder Adresse an und erhält per Mausclick verschiedene PluralMedia Berater in seiner Nähe. Nun kann der Konsument gleich seinen Händler finden oder bequem von zu Hause aus einen Beratungstermin vereinbaren.

„Es war von Anfang an unser Ziel, den qualifizierten und kompetenten Händler und Handwerksbetrieb zu unterstützen. Dazu gehört nicht nur die Qualifizierung selbst, sondern ebenfalls die Etablierung der Marke PluralMedia als Gütezeichen, damit der Fachhandel dieses für sich nutzen kann. Aber wir wollen auch dem Konsumenten helfen, den richtigen Ansprechpartner für seinen Bedarf zu finden – nur so gewinnen letztlich alle“, so Dr. Ralph K. Metternich, Pressesprecher PluralMedia.

Von den derzeit über 800 zertifizierten PluralMedia Beratern sind bereits etwa 300 über den „PluralMedia Finder“ zu sehen. Aufgrund der Auflagen der Datenschutzbestimmungen werden die Einträge erst vorgenommen, wenn der zertifizierte Händler sein Einverständnis gegeben hat. Dies sollte aber kein Hindernis darstellen, denn der PluralMedia Berater und der dahinterstehende Betrieb profitieren uneingeschränkt von diesem Eintrag.

Dr. Metternich: „Ein wunderbares Marketinginstrument, welches wir ganz gezielt zur Unterstützung des PluralMedia Beraters entwickelt haben. Wir werden in den nächsten Wochen den Bereich „Verbraucher“ auf unserer Webseite ausbauen, um dem Konsumenten weitere Informationen und Hilfestellungen rund um das Thema Heimvernetzung zu geben. Aber letztlich führt alles Wissen doch zu der Erkenntnis, dass die beste Lösung die professionelle Lösung durch den kompetenten PluralMedia Berater darstellt.“

Für Rückfragen steht zur Verfügung: Dr. Ralph K. Metternich • PluralMedia Kommunikation www.pluralmedia.de

PoS-MAIL INHALT		Navigon gewinnt weitere Marktanteile: Erfolg durch Innovation ... 18	
Aktuell	... 4, 14		Die photokina 2010 mit deutlichem Besucherzuwachs ... 20
UE-Neuheiten	... 6, 14		
Samsung: Geschärfter Blick für langfristigen Erfolg	... 7		Imaging Innovationen im Fokus internationaler Experten: photokina veranstaltet Business Forum Imaging Cologne ... 22
Satellitentechnik	... 8		TK-Nachrichten ... 24
Cinema 21:9 Platinum Serie von Philips	... 9	Samsung Galaxy 551 – Für mobile Netzwerker ... 25	
LG: Konzentration auf den Fachhandel	... 10	TK-Neuheiten ... 26	
Entertainment ohne Grenzen mit LG	... 11	Telekom und Microsoft starten Partnerschaft: Windows Phone 7 ist da ... 27	
PoS-MAIL Serie: Home Cinema – vom Heimkino-System für Einsteiger bis zum privaten Filmpalast ... 12		Neue Headsets und Kopfhörer von Sennheiser: Made for iPhone, iPad & Co ... 28	
Schnepel/Vogel's TwistDock: Das Must-Have für PlayStation3-Fans ... 13		Samsungs neue Cash Back-Aktion für Wireless-Drucker ... 29	
3D-fähig: Die neuen Blu-ray-Player von Pioneer ... 15		IT-Nachrichten/Neuheiten ... 30	
Entertainment-Terminal VideoWeb 600S löst Pantoffelkino ab ... 16		Mit der Panasonic Lumix GH2 zur „3D Motion Tour“ ... 31	
			Impressum ... 31



Sony Deutschland mit neuem Head of Marketing Communications

Christian Andersen hat zum 1. Oktober 2010 den Bereich Marketing Communications bei der Sony



Christian Andersen

Deutschland GmbH übernommen. In dieser Funktion verantwortet er die Marken-, Produkt- und Handelskommunikation sowie die PR für alle Consumer Produktbereiche des Unternehmens und berichtet direkt an Marketing Director Stefan Holländer. Andersen kommt von der Schwestergesellschaft Sony Ericsson Mobile Communications. Dort war er seit 2004 in verschiedenen Funktionen tätig, zuletzt als Head of Marcom für die Länder Schweiz, Österreich, Holland und Deutschland. Christian Andersen folgt auf Thilo Röhrig (36), der seit 1. Juli 2010 als Business Manager den Bereich Digital Imaging bei Sony Deutschland leitet. www.sony.de

Nils Seib verlässt LG

Nach mehr als drei Jahren PR-Arbeit für die LG Electronics Deutschland GmbH hat Nils Seib das Unternehmen



Nils Seib

Ende Oktober auf eigenen Wunsch verlassen. Die Aufgaben als PR Manager für LG Electronics in Deutschland hat mit sofortiger Wirkung Julia Heymann, Practice Leader bei der F&H Public Relations GmbH, auf Interimbasis übernommen. www.lg.com

Euronics XXL expandiert weiter

Mit den aktuellen Neueröffnungen in Westerstede (Niedersachsen) und Mühlhausen (Thüringen) wird das Markenkonzept Euronics XXL nun an 75 Standorten umgesetzt. Im Frühsommer 2011 wird der 100. Euronics XXL-Markt eröffnet. Finanziell unterstützt werden die Mitglieder dabei auch durch Zuschüsse der Zentrale.

Bis Ende 2010 werden noch an sieben neuen Standorten Euronics Fachmärkte eröffnet, fünf Verkaufsflächen erweitert und vier Standorte mit zeitgleicher Vergrößerung in besser geeignete Immobilien verlagert. Das Flächenwachstum im Fachmarktbereich bezieht sich damit auf ca. 17.000 m². Bis zum Ende des Jahres wird Euronics 132 Fachmärkte ausweisen können. www.euronics.de

Sharp ohne Bolten

Aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die strategische Ausrichtung von Sharp im Markt der Consumer Electronics hat Frank Bolten, Präsident von Sharp Electronics Germany/Austria und Geschäftsführer der Sharp Electronics (Europe) GmbH, seine Tätigkeit für das Unternehmen zum 19. Oktober 2010 beendet. Sharp erklärte in einer Pressemitteilung, Frank Bolten habe in seiner sechsjährigen Tätigkeit sehr viel für das gute Ansehen der Marke Sharp und deren Akzeptanz sowohl beim Fachhandel, der Presse als auch bei den Konsumenten bewirkt. Das Unternehmen



Frank Bolten

bedauere seine Entscheidung, spreche Frank Bolten seinen ausdrücklichen Dank für die erreichten Resultate aus und wünsche ihm für seine weitere berufliche Zukunft alles erdenklich Gute. www.sharp.de

Der Checker als neues Werbegesicht von Pioneer

Pioneer Electronics Deutschland hat Alexander Wesselsky seit Oktober 2010 als neue Werbefigur für den Car Entertainment-Bereich des Unternehmens unter Vertrag genommen. Gemeinsam mit dem Hauptdarsteller der DMAX TV-Sendung „Der Checker“

hat das Unternehmen ab Herbst 2010 eine Werbekampagne mit begleitenden Marketingaktionen gestartet, die durch die Agentur Schachzug aus Fürth kreiert und gesteuert werden. Dazu gehören unter anderem Auftritte des TV-Stars als Botschafter der Marke Pioneer bei zahlreichen Tuningveranstaltungen und großen Händlererevents. Alex Wesselsky ist nicht nur als Checkker kompetent in Sachen Auto, sondern auch bei Musik und Sound voll im Thema: Als Frontmann der Band Eisbrecher konnte er erst vor kurzem mit „Eiszeit“ seinen Einstieg in die Top Ten der deutschen Album Charts vermelden. www.pioneer.de

EP sieht Herbstmesse als vollen Erfolg

Die ElectronicPartner-Herbstmesse 2010 war an dem letzten September-Wochenende in Düsseldorf für die Verbundgruppe ein voller Erfolg und ein guter Auftakt für die kommende Saison, so das Fazit einer Pressemitteilung. „Unser Anspruch ist es stets, unsere Mitglieder auch an neue Themenfelder heranzuführen und neue Ertrag-Bringer vorzubereiten. So haben wir in diesem Herbst das Thema Photovoltaik in den Fokus genommen. Eine echte Innovation für den Fachhandel ist unser PoS-TV und das moderne digitale E-Plakat. Wir freuen uns sehr, dass wir unseren Mitgliedern mit diesen beiden Leistungen zwei echte Wertetreiber zur Verfügung stellen können, die deutlichen Mehrwert bei der Beratung der Endkunden in die Fachgeschäfte bringen. PoS-TV und E-Plakat stellen wir unseren Mitgliedern als hochsubventionierte Leistungen von ElectronicPartner zur Verfügung. Das Angebot kommt extrem gut an: Bereits jetzt sind wir nahezu ausgebucht“, zieht Dr. Jörg Ehmer, Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren von ElectronicPartner, zufrieden Bilanz. www.ep.de

Samsung startet die European Smart TV Challenge

Im Rahmen der Samsung European Smart TV Challenge können Entwickler mit dem bereitgestellten Software Developer Kit (SDK) ihre Kreativität entfalten: Die Teilnehmer des europäischen Wettbewerbs haben die Chance auf Gewinne im Gesamtwert von rund

500.000 Euro. Ziel der Challenge ist es, die Aufmerksamkeit von Entwicklern für TV-Applikationen zu stärken und sie bei der Realisierung ihrer Ideen zu unterstützen. Bereits seit 2007 bietet Samsung internetfähige TV-Geräte an und hatte so großen Einfluss auf die Entwicklung der neuen TV-Kategorie Smart TV. Um seine Position in diesem Bereich weiter auszubauen, arbeitet Samsung ab sofort eng mit Entwicklern zusammen. Anlässlich der Veröffentlichung des Software Developer Kits (SDK) zur Erstellung von Apps für die Internet@TV-Plattform veranstaltet Samsung den europaweiten Wettbewerb. Entwickler können mit dem SDK ihre Vision vom Smart TV in Form einer entsprechenden App verwirklichen und immer mehr Verbraucher über deren Samsung TV-Modelle, Blu-ray-Player und Blu-ray-Heimkinoanlagen erreichen. Konsumenten profitieren von einer größeren Apps-Vielfalt. Unter der Internetadresse www.samsungmartvchallenge.eu können sich App-, Content- und Web-Entwickler sowie Newcomer für die Samsung European Smart TV Challenge anmelden. Das für die Entwicklung benötigte SDK steht nach einer Registrierung auf der Internetseite des Samsung Entwicklerforums unter www.samsungforum.com/eu zum Download bereit. Bis zum 30. Dezember 2010 können Teilnehmer ihre Applikation und ein Demonstrationsvideo der Anwendung einreichen, die eine Jury hinsichtlich Idee, Funktion und Aussehen bewertet. Am 14. Februar 2011 werden die besten Apps im Rahmen einer Gala gekürt. Darüber hinaus haben alle Einsendungen die Chance auf einen der drei Public Choice Awards, die mit der TV-Königsklasse 3D LED TV C9090 prämiert werden. Alle Besucher des Internetauftritts der Samsung Smart TV Challenge können vom 15. Januar bis zum 4. Februar 2011 für ihren Favoriten abstimmen und küren so die Gewinner des Publikumspreises. Die kreativsten Entwickler können Preise im Gesamtwert von insgesamt rund einer halben Million Euro gewinnen. www.samsung.de

Wahl des Aufsichtsratsvorsitzenden der expert AG

Im Rahmen der Hauptversammlung der expert AG hat der Aufsichtsratsvorsitzende Karl-Friedrich Albrecht seinen Rücktritt bekanntgegeben. Seit 1999 hat er sowohl als Beirat der KG als auch als Aufsichtsrat die Geschicke der Kooperation begleitet. Im Rahmen der Aufsichtsratssitzung wurde Friedrich Wilhelm Ruf (Inhaber und Geschäftsführer der TeVi Markt Handels GmbH, Kirchseeon) zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden und Dr. Bruno Hall (Geschäftsführender Gesellschafter der Villringer GmbH, Lörrach) zu seinem neuen Stellvertreter gewählt. Albrecht wird als Aufsichtsratsmitglied weiterhin seine umfassende Erfahrung u. a. auch als Unternehmer der Herfag GmbH (expert Gesellschafter seit 1991) in das Gremium einbringen. Zudem gab die expert AG zum Abschluss des ersten Geschäftshalbjahres 2010 positive Umsatzzahlen bekannt. In den Monaten April bis September 2010 verzeichnete die Fachhandelskooperation ein

Umsatzwachstum von 20,1% im Vergleich zum Vorjahr. www.expert.de

E-Plakat und Fachhändlers-PoS-TV für Endkunden-Kommunikation von ElectronicPartner

Nach der erfolgreichen Einführung bei den Fachhändlern in Österreich und der Schweiz stellt das ElectronicPartner Team die E-Plakate sowie das individuell steuerbare PoS-TV nun für die EP:Markenhändler in Deutschland zur Verfügung. Ob klassisches Werbeplakat im digitalen Format, Animationsplakat oder bewegte Bilder – das E-Plakat präsentiert alle Inhalte hochwertig und top-aktuell auf einem 40-Zoll LCD-Bildschirm im Hochformat. Bei den animierten E-Plakaten werden auf einem Drittel der Plakatfläche Produktvideos, Hintergrundwissen zu Technologien oder aktuelle Werbespots wiedergegeben, um so die Aufmerksamkeit der Endkunden zu erhöhen. Den Inhalt stellt ElectronicPartner zentral und ohne Aufwand für den EP:Markenhändler professionell zusammen und aktualisiert diesen regelmäßig. Der Fachhändler kann daraus die für sein Unternehmen relevanten Warengruppen festlegen. Somit stellt er sicher, dass seine Kunden ausschließlich Informationen zu den Produktgruppen erhalten, die er tatsächlich verkauft und dass diese jederzeit aktuell sind. Darüber hinaus entscheidet der Fachhändler über die Laufzeiten der E-Plakate abhängig vom Aufstellort und von den jeweiligen Öffnungszeiten seines Fachgeschäftes. Zudem kann der EP:Markenhändler mit dem E-Plakat auch außerhalb der Öffnungszeiten hochwertige Produkte und Lösungen auf moderne Weise präsentieren und Marken mit Emotionen positiv aufladen. Speziell für Fachhändler der Unterhaltungselektronik führt ElectronicPartner eine weitere Innovation in Deutschland ein: das PoS-TV. Die Verbundgruppe bietet ihren Fachhandelspartnern hochwertige Inhalte in HD und 3D, die gezielt im Verkaufsgespräch eingesetzt werden können. Somit können den Endkunden die Unterschiede der Bildqualität verschiedener Markenprodukte vorgeführt werden. www.electronicpartner.de

Start für Sky 3D auf den Medientagen München

Am 13.10.10 um 13.45 Uhr gaben der Bayerische Finanzminister Georg Fahrenschon, BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Sky CEO Brian Sullivan, Sky Sportvorstand Carsten Schmidt, Sky Chefkommentator Marcel Reif und Sky Moderatorin Joey Grit Winkler den Startschuss für die regelmäßige Ausstrahlung von Sky 3D. Deutschlands erster 3D-Eventsender startete mit einem Konzert der „Fantastischen Vier“: Um 14.00 Uhr raptten Smudo & Co. erstmals on air auf Sky 3D. Zu sehen war der erste Live-Mitschnitt eines Konzerts in 3D, aufgezeichnet am 28.9.10 in Halle. Auf Deutschlands erstem 3D-Eventsender präsentiert Sky Konzerte, Dokumentationen, Blockbuster und natürlich exklusiven Live-Sport in HD-3D-Qualität. www.sky.de



**Sofort
lieferbar!**



Mehr Fernsehen
Sat-Receiver für alle SD, HD und privaten HD+ Programme

Mehr Service
Deutsches Serviceteam für Fachhändler und Endkunden

Mehr Programm
Direktzugriff auf Web-TV und Mediatheken der öffentlichen und privaten Sender

Mehr Kino
Topaktuelle HD-Blockbuster im 5-Sekunden-Direktabruf, ohne Abo

Mehr Information
HbbTV für interaktiven SuperVideoText, z. B. ProSieben HD-Text, RTL Digitaltext

Mehr Komfort
PVR ready: HD-Videorecorder und Pause TV über externe Festplatte

Mehr Anwendungen
VideoWeb TV-Portal mit Twitter, Picasa und ständig neuen Apps

 „Das innovativste Produkt der CeBIT 2010“

 „Ausgezeichnet für Innovation und Bedienkomfort“

Einfach konkurrenzlos. Konkurrenzlos einfach.

VideoWeb 600S – der erste hybride HD+ Satelliten-Receiver, der einfach alles kann:

Fernsehen in HD+ und HDTV-Qualität, Direktzugriff auf Sendungen der letzten sieben Tage, topaktuelle Blockbuster sofort und ohne Abo, die ganze Vielfalt des Web-TV und interaktive Apps wie Twitter, Picasa oder HbbTV, der neue Videotext-Standard: VideoWeb 600S bringt die Highlights aus TV, Internet und Kino durch einfache Icon-Auswahl mit der Fernbedienung direkt in den Fernseher. Und dank des einzigartigen VideoWeb TV-Portals kommen neue Inhalte und Apps ganz automatisch hinzu. Jetzt lieferbar – der erste hybride HD+ Satelliten-Receiver, der einfach alles kann.

Einfach bestellen: VideoWeb gibt es jetzt bei  und 



Mit VideoWeb können Sie Ihren Kunden erstmals alle neuen Trends der TV-Welt in einem Gerät vorführen und liefern. Nutzen Sie unser kostenloses Promo-Material, unsere Händler-Hotline und weitere exklusive Vorteile. Alle Infos unter <http://handel.videoweb.de/POS11>



Kontakt: Telefon +49(0)721-75405423 oder E-Mail an fachhandel@videoweb.de

Aus Fernsehen wird Mehrsehen

UE



Sony Deutschland verlängert 3D Angebot

Wer bei einem Sony Deutschland Handelspartner, der am selektiven Distributionskonzept teilnimmt, einen 3D Bravia LCD-Fernseher der HX8-Serie kauft, bekommt bis zum 15. November 2010 ein 3D All-Inclusive Paket geschenkt: Zum Fernseher gibt es zwei aktive Shutter-Brillen, den Infrarot-Transmitter sowie einen 3D Blu-ray Player von Sony oder alternativ die PlayStation 3. Aufgrund der großen Nachfrage wurde die 3D Promotion-Aktion bis Mitte November 2010 verlängert. Das bedeutet: Sony Deutschland bietet die 3D LCD-Fernseher der HX8-Serie weiterhin im Paket mit einer kostenlosen PlayStation 3 (120 GB) oder dem Blu-ray Player BDP-S570 an – und erweitert das Angebotspaket sogar um zwei aktive Shutter-Brillen sowie den zur Signalübertragung notwendigen externen Infrarot-Transmitter plus 3D Blu-ray Disc. 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. www.sony.de

Media Box SMP-N100 von Sony

Ganz gleich ob Internet, externe Festplatte oder PC: Die neue Media Box von Sony lässt sich kabellos ins Heimnetzwerk einbinden, versteht alle gängigen Videoformate und bietet Zugriff auf ausgewählte Online-Videos und Video on Demand von Sony. Online-Videos waren via Bravia Internet Video Plattform bislang nur über Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray Player oder Blu-ray Heimkino-Systeme von Sony zugänglich. Mit dem Netzwerk Multimedia Player SMP-N100 ändert sich das jetzt. Die schicke Box im Mono-

lith Design ermöglicht jedem TV-Gerät den Zugriff auf Online-Videos von mehr als einem Dutzend verschiedener Anbieter. Diejenigen, die mehr wollen, können den SMP-N100 dank W-LAN kabellos ins Heimnetzwerk einbinden und so alle Filme, Fotos und Songs vom PC abspielen. Alternativ verbindet sich die Media Box von Sony via USB-Kabel direkt mit jeder beliebigen Festplatte. Ihre Netzwerkqualitäten spielt die kleine Box sowohl via Ethernet-Anschluss oder W-LAN aus. Sobald die Verbindung zu Fernseher und Computer hergestellt wird, ist die Bahn frei für fast alle Video-, Musik- oder Fotodateien. Die DLNA zertifizierte Multimedia Box unterstützt alle gängigen Formate. Bei direkt angeschlossenen Festplatten spielt die Größe keine Rolle. Der flexible Datenverarbeiter

sche Welle, Eurosport, FIFA, DFB Highlights, YouTube, ProSieben, SAT.1, kabel eins, SIXX, sevenload und tape.tv. Kostenpflichtig ist schon heute das digitale Konzertticket der Berliner Philharmoniker. Ab Herbst 2010 startet zudem der neue „Video on Demand Service powered by Qriocity“ von Sony. Von Beginn an können hunderte Kinofilme mit einem Knopfdruck auf der Fernbedienung aufgerufen werden. Für alle, die auf den herkömmlichen Signalgeber verzichten möchten, bietet die SMP-N100 Box auch hier eine flexible Alternative: Applikationen für das iPhone, den iPod Touch oder zahlreiche Android Mobiltelefon-Modelle stehen kostenlos zum Download bereit und verwandeln die genannten Geräte in eine vollwertige Fernbedienung für die neue Multimedia Box

sen SpeechMike Air wurden die wichtigsten neuen Funktionen und Designelemente in die klassische kabelgebundene Version übernommen. Die Tasten für die eigentlichen Diktierfunktionen nehmen den größten Raum im Mittelbereich des Geräts ein, weniger häufig benötigte Funktionstasten sind übersichtlich am oberen und unteren Bedienfeld angeordnet. Die Abstände zwischen den einzelnen Tasten wurden für eine schnelle und komfortable Bedienung per Daumen verkleinert. Gleichzeitig wurden die Funktionstasten gegenüber den Vorgängermodellen vergrößert und noch ergonomischer geformt. Der neu positionierte Trackball arbeitet per Lasersensor, wodurch sich sehr präzise Cursorbewegungen realisieren lassen. Er enthält eine integrierte Bestätigungstaste zur einfachen

tige Dämpfer und Beschlagetechnik runden die Optik ab. Im Inneren finden der Subwoofer und der Centerspeaker ausreichend Platz. Durch die variable Inneneinteilung bietet die S9090 zudem Raum zur Unterbringung des kompletten Audio- und Video-Equipments. Das modulare System lässt sich individuell nach Kundenwunsch anpassen und wird in den Trendfarben Weiß und Schwarz geliefert. www.samsung.de

AirPlay Musik-Streaming von Denon

Denon hat bekanntgegeben, AirPlay Musik-Streaming für vier netzwerkfähige Produkte zu ermöglichen. Darunter sind drei A/V-Receiver, die, nach Angabe des Herstellers, weltweit zu den ersten Geräten ihrer Art zählen, die AirPlay unterstützen werden. Mit der Implementierung von AirPlay in Produkte von Denon via Firmware-Upgrade können iTunes-Nutzer nun eine völlig neue Freiheit erleben. Sie können komfortabel und mit nur einem Klick ihre in iTunes archivierten Musikstücke drahtlos oder kabelgebunden ins Heimnetzwerk auf ein kompatibles Denon-Produkt streamen, klangvoll wiedergeben und darüber hinaus auch die Interpret- und Titelinformationen sowie die Spielzeit sehen. Die AirPlay-Unterstützung in Denon-Produkten wird durch eine enge Kooperation sowie die Nutzung von fortschrittlichen Netzwerk-Technologien ermöglicht. Bislang war AirPlay nur in Produkten wie Apple AirPort Express erhältlich. www.denon.com

Eine kompakte GE für Jeden.

Digitalkameras der Weltmarke GE
www.general-imaging.de

digital cameras

kommt sowohl mit FAT32 als auch NTFS zurecht und verbessert alle Videos automatisch annähernd auf HD-Qualität (1.080p). Unterstützt werden auch alle aktuellen HD Audio Codecs wie zum Beispiel dts 2.0 und Dolby Digital Plus. Wer seinem Gerät Zugriff auf das Internet gewährt, kommt in den Genuss ausgewählter Online-Videos – dank IP Content Noise Reduction sogar in optimal auf das TV-Gerät abgestimmter Bildqualität. Die Mediatheken und Clips folgender Anbieter stehen sieben Tage die Woche, 24 Stunden täglich auf Knopfdruck kostenlos bereit: Tagesschau, Deut-

von Sony. Die SMP-N100 ist seit Oktober verfügbar, die UVP lautet 129 Euro. www.sony.de

Philips bringt dritte Generation seiner SpeechMike-Serie auf den Markt

Mit seinem antimikrobiellen Kunststoffgehäuse, das die Vermehrung von Mikroorganismen erschwert, liefert das neue Diktiermikrofon von Philips beim Einsatz im medizinischen Umfeld erstmals wichtige Hygienefortschritte, von denen auch Allergiker profitieren. Nach dem großen Erfolg des kabello-

Steuerung von PC-Funktionen und kann auch zur Steuerung der Wiedergabelautstärke verwendet werden. Die Tasten sind frei mit Funktionen belegbar und können an die individuellen Vorlieben der Anwender angepasst werden – wichtig unter anderem auch für Linkshänder. Immer mehr Anwender möchten, dass ihr Diktiermikrofon reibungslos mit Spracherkennungssystemen zusammenarbeitet. Auch deshalb wurde die Mikrofonqualität des neuen SpeechMikes gegenüber den Vorgängerversionen nochmals gesteigert und für automatisierte Spracherkennungsfunktionen optimiert. Das neue SpeechMike ist seit Ende September 2010 in verschiedenen Varianten ab einem empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro zzgl. Mehrwertsteuer im Handel erhältlich. www.philips.de

3D-Aktion für Samsungs 3D-LED-TVs

Gemeinsam mit dem Fachhandel startet Samsung ins Vorweihnachtsgeschäft: Mit der Handelsaktion „3D-Erlebnis im Paket“ können Endkunden beim Kauf eines Samsung 3D-LED-TVs der Serien C7700 und C8790 direkt die neue Dimension des Fernsehens genießen – je nach Bild diagonale erhalten sie einen 3D-Blu-ray Player, 3D-Shutter-Brillen und 3D-Filme gratis. Wer sich während des Aktionszeitraums vom 7. Oktober bis 8. November 2010 für einen 46- (117 Zentimeter) oder 55-Zoll (140 cm) großen Fernseher der 3D-LED-TV-Serien C7700 oder C8790 entscheidet, erhält von Samsung kostenlos ein exklusives 3D-Geschenk: Käufer können zwischen zwei 3D-Starter-Kits wählen, das drei spannende Dokumentationen beziehungsweise den Animations-Kinohit „Monster vs. Aliens“ sowie zwei 3D-Shutter-Brillen beinhaltet. Als passendes Wiedergabegerät gibt es oben drein den 3D-Blu-ray Player BD-C5900 im Wert von 229 Euro – ebenfalls kostenlos – dazu.

Spectral Möbelstück für Samsungs Luxus TV

Um seinen Kunden eine ebenso hochwertige wie exklusive Aufstellmöglichkeit des Premium TV-Gerätes C9090 und der passenden 3D Blu-ray Heimkinoanlage HT-C9959W zu bieten, ist Samsung eine Partnerschaft mit Spectral eingegangen. Spectral hat eigens für Samsung ein TV-Möbel entworfen. Die Raumlösung S9090 sorgt für die Integration von TV und Heimkinoanlage ins designorientierte Wohnzimmer. So sind der Fuß des Fernsehers und die Steuerungseinheit der Heimkinoanlage bündig in die Glasoberfläche eingelassen. Polierte Edelstahlfüße, versteckte Kabelführungen, hochwer-

Toshiba stellt die weltweit ersten 3D-Flachbild-TV-Geräte ohne Brille vor

Toshiba hat auf der CEATEC 2010, der größten Unterhaltungselektronikmesse Japans, seine ersten kommerziell erhältlichen 3D-TV-Geräte ohne Brille angekündigt. Mit den beiden 30,5 cm (12“) und 50,8 cm (20“) großen TV-Modellen können Nutzer 3D-Inhalte genießen, ohne dabei eine 3D-Brille tragen zu müssen. Die von Toshiba entwickelte Display-Technologie für 3D-TV ohne Brille basiert auf dem sogenannten Integral Imaging-System. Auf Basis einer leistungsfähigen Engine sowie eines besonderen Algorithmus erzeugt das Integral Imaging Display neun verschiedene Perspektiven (Parallaxen) aus einem 2D-Bild. Die räumliche Wahrnehmung (3D-Bild) entsteht dann im Gehirn des Betrachters. Toshiba konnte diese Technik dank der großen Kompetenz seiner Ingenieure im Bereich Display-Technologie sowie Software- und Halbleiter-Design entwickeln. Durch eine ausgeklügelte, vertikal ausgerichtete Linsenanordnung werden beim Betrachten die Einzel-Perspektiven erzeugt. Den Augen werden nur die für das stereoskopische Sehen erforderlichen Bilder übermittelt, die im Gehirn überlagert und zu einem 3D-Bild zusammengefügt werden. Der Vorteil dieser Technik im Vergleich zu anderen Lösungen ohne Brille ist, dass damit ein abrupter Wechsel zwischen den neun idealen Betrachtungspositionen entfällt. Zuschauer können daher 3D-Bilder in einem relativ großen Betrachtungsbereich genießen. Außerdem mindern bei der Toshiba-Technik Bewegungen der Augen und des Kopfes das 3D-Erlebnis nicht, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Die Geräte werden Ende Dezember 2010 in Japan auf den Markt kommen. Toshiba stellt auf der CEATEC in Tokyo außerdem den Prototyp eines Notebooks mit einem 30,5 cm (12“) großen Bildschirm vor, mit dem es ebenfalls möglich ist, 3D-Bilder ohne spezielle Brille anzuschauen. www.toshiba.de



Geschärfter Blick für langfristigen Erfolg

Mit cleveren Technologien steigert Samsung die Bildqualität seiner LED-TVs und macht Fernsehen in 2D und 3D für den Zuschauer zum Erlebnis. Im Interview mit PoS-MAIL verraten Hans Wienands, Vice President CE, und Gerd Weiner, Director Sales & Marketing, welche überzeugenden Verkaufsargumente Samsung dem Fachhandel mit an die Hand gibt und welche PoS-Aktionen den Absatz stärken.

PoS-MAIL: Mit Einführung der ersten LED-TV-Geräte hat Samsung vor wenigen Jahren die Messlatte für hervorragende Bildqualität besonders hoch gelegt. Wie kann diese noch gesteigert werden?

Hans Wienands: Das Sehverhalten der Verbraucher hat sich seit Einführung des ersten TV-Geräts mit LED-Hintergrundbeleuchtung von Samsung sehr verändert: Kunden achten beim Kauf eines neuen Fernsehers stärker als zuvor auf brillante, scharfe Bilder, selbst bei schnellen Bewegungen. Um diesen hohen Anforderungen immer wieder aufs neue gerecht zu werden, entwickeln wir kontinuierlich neue Technologien, die die Bildqualität Schritt für Schritt in allen vier relevanten Bereichen weiter verbessern: Kontrast, Bildschärfe, Farbtreue und Bewegungsschärfe.

PoS-MAIL: Wie profitiert der Fachhandel von der hohen Bildqualität der Samsung LED-TVs?

Gerd Weiner: Die hohe Bildqualität unserer TV-Geräte bestätigen immer wieder auch unabhängige Tests – wie zum Beispiel die der Stiftung Warentest, die unsere LED-TV-Serie C7700 in der Ausgabe 8/2010 zum Testsieger kürte. Diese guten Ergebnisse schaffen Ver-



Hans Wienands, Vice President CE

trauen bei Verbrauchern in die Marke Samsung und sind überzeugende Argumente im Verkaufsgespräch. Ende November starten wir deshalb auch eine großangelegte Kampagne, die in TV-, Print-, Online- und PoS-Maßnahmen die hervorragenden Testergebnisse in das Bewusstsein der Verbraucher rückt. Selbstverständlich können sich Kunden schon direkt am PoS von der Bildqualität überzeugen: Mit Hilfe des in die TV-Geräte integrierten Shop-Modus können Fachhändler den Kontrast, die Bildschärfe und Farbtreue und Bewegungsschärfe im Vergleich zu herkömmlichen Fernsehbildern eindrucksvoll veranschaulichen.

PoS-MAIL: Neu bei Samsung ist das sogenannte „Precision Dimming“. Was verbirgt sich dahinter?

Hans Wienands: Precision Dimming ist eine innovative LED-Dimming-Kontrollfunktion, mit der wir die Kontraste verbessern, ohne die beim klassischen LED-Dimming auftretenden Lichtränder (Halo-Effekt) zu erzeugen. Dazu werden die im Rahmen unseres LED-TVs C8790 platzierten LEDs je nach Bildinhalt in kleinen Gruppen angesteuert und gedimmt.



Gerd Weiner, Director Sales & Marketing



Kräftige und satte Farben: Die verbesserte Wide-Color-Enhancer-Plus-Technologie von Samsung ist am PoS ein überzeugendes Verkaufsargument.

PoS-MAIL: Eine neue Dimension in Sachen Bildqualität eröffnet seit Anfang dieses Jahres 3D-TV. Wie erleichtert Samsung Verbrauchern den Einstieg ins dreidimensionale Erlebnis?

Gerd Weiner: Wir bieten das größte 3D-Sortiment am Markt – und damit auch die größte Auswahl: Verbraucher können je nach Geschmack und Ausstattungswünschen aus insgesamt 26 3D-Geräten wählen.

Um die Reise in die dritte Dimension für den Kunden noch attraktiver zu machen, unterstützen wir den Fachhandel seit Oktober mit einer absatzfördernden PoS-Aktion: Beim Kauf eines LED-TVs der Serien C8790 oder C7700 in den Zollgrößen 46 (117 Zentimeter) und 55 (140 Zentimeter) erhält der Kunde den 3D Blu-ray-Player BD-C5900 kostenlos dazu. Und damit er auch direkt in das dreidimensionale Erlebnis eintauchen kann, bekommt er zusätzlich eines von zwei 3D-Starter-Kits inklusive zwei 3D-Shutter-Brillen und einem 3D-Film – wahlweise „Monsters vs. Aliens“ oder drei erstklassige Dokumentationen. Die beiden Starter-Kits stehen auch beim Kauf der kleineren Zoll-Größe 40 (102 Zentimeter) zur Auswahl.

PoS-MAIL: Welche Argumente für LED-TV können Fachhändler neben der Bildqualität und dem 3D-Erlebnis im Verkaufsgespräch noch anführen?

Hans Wienands: Auf den ersten Blick überzeugende Argumente sind das ultraschlanke Design und die hochwertige Ver-

arbeitung unserer aktuellen LED-TVs. Im Inneren verbergen die Samsung Fernseher nutzerfreundliche Technologien, die der geschulte Fachhandel dem Kunden direkt am PoS demonstrieren kann: Mit der auf dem DLNA-Standard basieren-

von ihrer Kamera auf dem TV-Gerät anschauen. Und mit Internet@TV greifen sie bequem per Knopfdruck auf beliebige globale und nationale Internetdienste zu. Mit innovativen Shop-Displays setzen wir diese Funktionen am PoS eindrucks-



LED-TV C7700

den Samsung AllShare-Funktion verbinden Nutzer im Handumdrehen ihre Geräte kabellos über den heimischen WLAN-Router und können beispielsweise Fotos

voll in Szene – für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch.

PoS-MAIL: Wir danken Ihnen für das interessante Gespräch.





TechnoTrend Görler stellt ersten „unsichtbaren“ HD+-Receiver vor

TechnoTrend Görler liefert den Mini-HD-Receiver TT-micro S815 HD+ aus. Der HD+-fähige Satellitenreceiver wurde speziell für die „unsichtbare“ und benutzerfreundliche Installation hinter dem Flachbildschirm entwickelt. Das schwarze Mini-HD-Gehäuse misst 15 x 14,6 x 4,6 cm und lässt sich mit der mitgelieferten universellen Halterung an allen Flachbildschirmen oder der Zimmerwand befestigen. Der Digitalreceiver bietet somit eine optimale Möglichkeit zur Aufrüstung von vorhandenen Full-HD- und HD-ready-Fernsehern und für mobile Anwendungen im Caravan. Der Satellitenreceiver TT-micro S815 HD+ zeichnet sich laut Hersteller durch gestochen scharfe Bilder, brillante Farben und große Bedienerfreundlichkeit aus. Die für zwölf Monate freigeschaltete HD+ Karte ist bereits im integrierten Kartenleser an der Gehäuserückseite eingeschoben und bietet den uneingeschränkten Empfang der HD-Programme von RTL, Sat.1, ProSieben, VOX und Kabel eins. Zusätzlich sind mit dem Digitalreceiver auch alle unverschlüsselten HD-Sender wie unter anderem Das Erste, ZDF, ARTE, Anixe und Servus TV empfangbar. Der Common-Interface-Schacht bietet flexible PayTV-Empfangsmöglichkeiten. Die integrierte Aufnahmefunktion über

USB (auch PVRready genannt) ermöglicht eine flexible Archivierung der jeweiligen Lieblingssendungen. Funktionen wie Time-Shift, 1-Klick-Aufnahme, Aufnahmesteuerung über EPG und JPG-Bildbetrachter runden die Bedienerfreundlichkeit des Mini-HD-Receivers TT-micro S815 HD+ ab. Er ist ab sofort für 219 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich und unterstützt das Einkabelsystem nach EN50494. www.ttgoerler.de

Drei deutsche Sender wurden für Hot Birds TV Awards 2010 nominiert

Die drei deutschen digitalen Sender KinoweltTV, yourfamily und volksmusik.tv stehen auf der Shortlist für die diesjährigen Hot Bird TV Awards. Eine internationale Jury aus Journalisten und Medienexperten hat die Sender aufgrund ihrer Produktionsqualität und innovativen Konzepte nominiert. Mit dem international begehrten TV-Preis werden jährlich die via Satellit ausgestrahlten besten thematischen digitalen Sender ausgezeichnet. In diesem Jahr verzeichnen die Hot Bird TV Awards mit 150 Sendern aus 21 Ländern Europas, des Mittleren Ostens und Afrikas eine Rekordbeteiligung. Die Gewinner werden in diesem Jahr im Rahmen einer Gala am 19. November in der Scuola Grande of San Giovanni Evangelista in Venedig bekanntgegeben

und geehrt. Die Hot Bird TV Awards werden vom führenden europäischen Satellitenbetreiber Eutelsat in Zusammenarbeit mit dem europäischen Filmfestival Eurovisioni und der internationalen Messe für fortschrittliche digitale und satellitengestützte Telekommunikation SAT Expo unterstützt. www.eutelsat.de

Triax Vollbandmodulatoren ermöglichen universelle Programmierung

Triax bietet jetzt für das modulare Kopfstellensystem CSE 3300, mit dem bis zu 16 bzw. 24 Transponder/Programme aufbereitet werden können, ein neues Basisgerät sowie sie-



ben neue Twin-Kassetten und eine neue AV-Kassette an. Da diese Kassetten im Gegensatz zu den Vorgängerversionen Vollbandmodulatoren haben, lassen sie sich universell programmieren. Zugleich konnten so die Kassettenvarianten verringert werden. Dadurch reduziert sich der Aufwand für Planung und Lagerhaltung

deutlich. Mit den Twin-Kassetten, von denen fünf eine CI-Schnittstelle bieten, können Signale sowohl von QPSK oder COFDM in PAL, QAM und COFDM transmoduliert werden als auch von DVB-S2 in QAM. Die AV-Kassette, die drei Modulatoren hat, ermöglicht die Aufbereitung von AV-Signalen in Stereo. Der integrierte Verstärker des neuen Basisgeräts sorgt für einen Ausgangspegel von maximal 100 dBµV. Dadurch kann das Kopfstellensystem auch in Netzen ohne zusätzliche Verstärker eingesetzt werden. Zudem lässt sich der Ausgangspegel um bis zu 31 dB absenken. Da das Kopfstellensystem nachbarkanaltauglich ist und die Kanäle frei wählbar sind, kann der gesamte Frequenzbereich von Kanal 02 bis Kanal 69 sowie S02 bis S41 genutzt werden. Für die Umsetzung weiterer Programme/Transponder lässt sich das System kaskadieren. www.triax-gmbh.de

Digitales Satelliten-Pegelmessgerät SPM 1000 neu bei Triax

Mit dem neuen digitalen Pegelmessgerät SPM 1000 von Triax können Satelliten-Empfangsanlagen schnell ausgerichtet und in Betrieb genommen werden. Auf einem hintergrundbeleuchteten 3,5"-LC-Display lassen sich sowohl das aktuelle TV-Bild als auch eine Spektrumanalyse sowie das Bitfehlerverhältnis

(BER) und der Signal-Rauschabstand (S/N) anzeigen. Zu den weiteren Funktionen gehören beispielsweise Auto-Suche, Blind- und NIT-Scan, Unterstützung von Unicable-Systemen sowie Software-Updates via RS232-Schnittstelle. Da die wichtigsten Satelliten und Transponder bereits vorinstalliert sind, ist das Pegelmessgerät sofort einsatzbereit.



Aufgrund der kompakten Form und des geringen Gewichts kann das Gerät auch mit einer Hand bedient werden. Eine Infrarot-Fernbedienung im Scheckkartenformat sorgt für zusätzliche Flexibilität. Das SPM 1000 ist mit einem robusten Aluminium-Gehäuse ausgestattet, das 180 x 102 x 34 mm misst (H x B x T). Auf der Geräteunterseite befinden sich ein Anschluss für die Stromversorgung, eine RS232-Schnittstelle sowie ein Ein- und ein Ausgang für Audio/Video. Die unverbindliche Preisempfehlung für das SPM 1000 lautet 549 Euro. www.triax-gmbh.de

TechniSat Digital GmbH in Dresden feiert ihr 20jähriges Bestehen

20 Jahre deutsche Einheit, 20 Jahre TechniSat Digital GmbH Dresden: Seit 1990 dient der Standort Dresden als Forschungs- und Entwicklungszentrum von TechniSat. Hier werden seitdem hochwertige Produkte der Unterhaltungselektronik für den deutschen und europäischen Markt entwickelt.

Aus den ehemals 21 Entwicklern, die überwiegend aus dem Zentrum für Wissenschaft und Technik in Dresden gewonnen werden konnten, ist heute ein Entwicklungsteam von 330 Ingenieuren geworden. Geleitet wird das TechniSat Forschungs- und Entwicklungszentrum von den drei Geschäftsführern Jürgen Beuthner (seit Januar 1996 Geschäftsführer für den technischen Bereich), Hans-Joachim Baer (seit Januar 2008 Geschäftsführer, ebenfalls für den technischen Bereich) und Udo Scalla (seit Februar 2009 Geschäftsführer für den kaufmännischen Bereich).

Das 1994 gebaute High-Tech-Forschungs- und Entwicklungszentrum wurde bereits mehrfach erweitert, so zum Beispiel in den Jahren 2001 und 2005, in denen jeweils ein neues 1.000 m² großes Gebäude fertiggestellt wurde.

Ende 2008 baute TechniSat seinen Hauptentwicklungsstandort Dresden massiv aus und investierte



Beträge, um die Entwicklungskapazität für neue digitale Produkte der Unterhaltungselektronik, wie etwa Digitalfernseher, und für den Bereich Car Entertainment, wie beispielsweise Autoradios und Navigationssysteme, zu steigern. Ein weiteres Gebäude mit 4.200 m² Bruttofläche beherbergt heute unter anderem zahlreiche Entwicklungsplätze, ein Testlabor für elektromagnetische Messungen und neue Büroräume.

Das Know-how des Entwicklungszentrums ist umfassend und beinhaltet sowohl die Hard- und Software-Entwicklung als auch Layout und mechanische Konstruktion der Geräte. Die Entwicklung im eigenen Haus bietet zahlreiche Vorteile. So kann TechniSat flexibel auf Kundenwünsche reagieren. Zusätzlich dienen umfangreiche Laboreinrichtungen der Prüfung der elektromagnetischen

Verträglichkeit, der Zuverlässigkeit, der Klimabeständigkeit sowie der mechanischen Festigkeit und Optik. Die regelmäßigen erstklassigen Testergebnisse von unabhängigen Organisationen sind auf die hervorragende Leistung der TechniSat Entwickler im TechniSat Forschungs- und Entwicklungszentrum in Dresden zurückzuführen.

Seit Gründung der Niederlassung in Dresden setzt TechniSat internationale Maßstäbe sowohl auf den Gebieten der Satellitenempfangs-, Verteil- und Digital-Technik als auch im Bereich Automotive, einschließlich Navigationssysteme und Autoradios, sowie Digitalfernseher. TechniSats erster digitaler Empfänger für das Satellitenradio DSR war zur Zeit des Markteintritts 1991 ein Vorreiter der digitalen Radiotechnik. Als Astra im Jahr 1995 sein digitales Hörfunk-

Übertragungssystem ADR einführte, war TechniSat auch hier mit der Entwicklung der ersten ADR-fähigen Satellitenempfänger dabei. Auch heute zeigen TechniSat-Produkte die Qualität, mit der sich das Unternehmen schon früh einen Namen gemacht hat. Im Bereich des digitalen Antennenfernsehens DVB-T gehörte TechniSat zu den ersten Anbietern in Deutschland und hat den Weg für diese heute sehr erfolgreiche Produktgruppe positiv mitbestimmt. Bis heute gehört zum Beispiel der TechniSat DigiPal 2 zu den erfolgreichsten DVB-T Receivern in Deutschland.

Seit 1998 ist TechniSat im Segment TV-Geräte aktiv und gehört seit Jahren zur Spitzengruppe der Fernsehgerätehersteller mit eigener Entwicklung und Produktion in Deutschland. Als das Unternehmen mit der Herstellung von LCD-Flachbildschirm-Fernsehern am Produktionsstandort Staßfurt begann, stellte das Dresdner Entwicklungsteam erneut sein Know-how und seine Innovationsfähigkeit unter Beweis: 2005 war der HD-Vision der erste LCD-Digitalfernseher auf dem Markt, der über einen integrierten Multi-Empfangstuner verfügte. Diese Weltneuheit ermöglichte es erstmals, alle Empfangsarten (DigitalSAT, DigitalKabel, analog Kabel, DVB-T, analog Terrestrik sowie UKW) miteinander zu kombinieren. Zur IFA 2010 in Berlin präsentierte

TechniSat seine neueste Entwicklung. Zusätzlich zum erfolgreichen Multituner-Konzept wird die neue Modellreihe „MultyVision ISIO“ noch um einen zusätzlichen Übertragungsweg erweitert: Ausgestattet mit umfangreichen IP-Funktionalitäten wird der Zugriff auf interaktive Dienste, Mediatheken, freies Browsen im Internet und das Abrufen von Video-on-Demand Angeboten ermöglicht.

Im Bereich Digitalreceiver führten die hervorragenden Entwicklungen des Forschungs- und Entwicklungszentrums dazu, dass TechniSat führender Hersteller in Deutschland ist. In Dresden werden anspruchsvolle Receiver aus den Bereichen DigitalSAT (DVB-S), digitales Kabelfernsehen (DVB-C), digitales Antennenfernsehen (DVB-T) sowie Hybridreceiver mit Internetfunktionalität entwickelt, die national wie auch international überzeugen.

Das Receiver-Portfolio reicht von Free-to-Air-Receivern bis zu Pay-TV geeigneten Geräten mit integriertem Kartenleser und Common Interface, mit denen fast alle zur Zeit auf dem Markt befindlichen Systeme entschlüsselt werden können. Ergänzt wird das Sortiment durch Festplattenreceiver für HDTV sowie CI-Module.

www.technisat.de

Cinema 21:9 Platinum Series von Philips

3D-Filme in original KinofORMAT



3D-TV in Originalformat: Bei seinem großen 58 Zoll (147 cm) Bildschirm im Seitenverhältnis von 21:9 füllen Filme im KinofORMAT den gesamten Bildschirm des Philips Cinema 21:9 Platinum Series aus.

Bereits im letzten Jahr hat Philips den weltweit ersten Fernseher im echten KinofORMAT auf den Markt gebracht. Jetzt geht das Unternehmen einen Schritt weiter und präsentiert mit dem Cinema 21:9 Platinum Series den ersten 3D-Fernseher im KinofORMAT. Der Cinema 21:9 Platinum Series bringt das ultimative Kinoerlebnis nach Hause und zeigt die neuen 3D-Filme so, wie vom Regisseur beabsichtigt.

Der Cinema 21:9 Platinum Series ist, laut Philips, der weltweit erste Fernseher, der ein 3D-Filmerlebnis im heimischen Wohnzimmer bietet, wie es sonst nur im Kino genossen werden kann. Bei seinem großen 58 Zoll (147 cm) Bildschirm im Seitenverhältnis von 21:9 füllen Filme im KinofORMAT den gesamten Bildschirm aus. Herkömmliche TVs erreichen dies, indem sie entweder das Bild so verzerren, dass es den gesamten Bildschirm ausfüllt – wobei allerdings ein Teil des Originalbildes verlorengeht – oder indem sie das Bild im Letterbox-Format mit schwarzen Balken am oberen und unteren Bildrand darstellen. Dabei sind die Bilder, die der Cinema 21:9 Platinum Series bei der Wiedergabe im normalen 2D-Modus

und von Material im gängigen 16:9-Format bei Fernsehsendungen, Spielen und DVDs zeigt, ebenfalls beeindruckend. Die hochentwickelte Auto-Formatting-Technologie füllt, wenn gewünscht, den ganzen Bildschirm, und zwar ohne auffallende Verzerrungen. Die neue Version des Cinema 21:9 erfährt, im Vergleich zum Vorgängermodell, eine beeindruckende Weiterentwicklung insbesondere im Bereich der 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. Mit seinem auf 58 Zoll vergrößerten Display und dem

dreiseitigen Ambilight Spectra lässt der Cinema 21:9 damit den Zuschauer noch tiefer in den Film eintauchen und erschafft ein unvergleichliches Kinoerlebnis zu Hause. Laut Philips ist der neue Cinema 21:9 Platinum Series derzeit der weltweit schnellste LED-TV mit einer Reaktionszeit von nur 0,5 ms (1 ms im Jahr 2009).

Hohe Lichtleistung

Mit Bright Pro wird im Cinema 21:9 Platinum Series eine neue Technologie eingesetzt, die auf LED Pro basiert und eine hohe Lichtleistung in einzelnen Bereichen des Bildes ermöglicht, während dunkle Bereiche tiefschwarz erscheinen. Das Ergebnis sind brillante Bilder mit optimalem Kontrast. In Kombination mit der Active 3D-Technologie und aktiven 3D-Brillen bietet Bright Pro ein unvergleichliches 3D-Filmerlebnis,

das den Zuschauer die Action spüren lässt.

Ambilight Spectra

Mit dem dreiseitigen Ambilight Spectra verleiht der Cinema 21:9 Platinum Series dem Filmerlebnis eine neue Dimension. Ambilight erkennt die auf dem Bildschirm vorherrschenden Farben und beleuchtet mittels des passenden Umgebungslichts die Wand hinter dem Bildschirm. Der hierbei entstehende Effekt lässt den Zuschauer noch tiefer ins Geschehen eintauchen. Im Jahr 2010 sorgt eine höhere Zahl von Spectra-Segmenten für eine noch genauere Wiedergabe der Farben, eine präzisere Farbanpassung und eine nahezu übergangslose Fortführung der Bewegung auf dem Bildschirm. Das neue wall-adaptive Ambilight, das sich der Wandfarbe anpasst, ist ein gutes Beispiel für Simplicity – Einfachheit. Es berücksichtigt die Farbe der Wand und erzeugt ein Licht in einem Farbton, der die Wandfarbe kompensiert und so für den gewünschten Farbeffekt sorgt.

Multi-View

Der Cinema 21:9 Platinum Series erlaubt dem Zuschauer mittels Multi-View, gleichzeitig fernzusehen und sich über Net TV auf dem laufenden zu halten. Er kann die neuesten Nachrichten oder aktuelle Wetterinformationen oder auch die Entwicklung einer Sportveranstaltung verfolgen. Oder der Nutzer sieht sich einen YouTube-Film an, während er auf den Beginn der Lieblingssendung wartet.

Net TV ermöglicht über den Fernseher direkten Zugriff auf eine große Auswahl von Online-Diensten. Filme, Bilder, Infotainment und beliebte Websites wie YouTube in hoher Bildqualität kommen so auf den TV-Bildschirm. Mit den neuen Online-Video-on-Demand-Services von Net TV von Videoload und Diva (Deutschland), Diva (Österreich), Diva (Schweiz), Videoland (Niederlande, Belgien), Video Futur (Frankreich, Belgien) und Film2Home (Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland) kommen aktuelle Premium-Filme direkt auf den Fernseher.

Design

Der Cinema 21:9 hat einen Rahmen aus schwarzem, gebürstetem Metall und ein Touch Control-Bedienfeld am unteren Bildschirmrand, das eine schnelle Kontrolle über die wichtigsten Funktionen des TVs erlaubt. Auch die Fernbedienung wurde neu gestaltet. Sie basiert auf einem einfachen Bedienungskonzept, das mit wenigen Tasten auf der Fernbedienung im Aluminium-Design auskommt. Der Cinema 21:9 ist ebenfalls mit dem neuen Philips 2-in-1-Standfuß ausgestattet. Dieser kann entweder als normaler Tischfuß oder als Wandhalterung verwendet werden.

Verfügbarkeit

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

www.philips.de





Florian Rosenberg, Sales Director Home Entertainment, LG Electronics Deutschland GmbH

PoS-MAIL: Herr Rosenberg, wie sehen die aktuellen Entwicklungen im Bereich Home Entertainment bei LG aus?

Florian Rosenberg: Unsere aktuellen Marktzahlen zeigen, dass die Richtung stimmt. Wir haben eine gesunde Umsatzverteilung erreicht und stehen damit nun wieder in Balance zum Markt. Die IFA war, noch stärker als in den vergangenen Jahren, ein voller Erfolg für LG und schlägt sich auch in den Umsatzzahlen nieder. Für das Weihnachtsgeschäft erwarten wir einen zusätzlichen Aufwärtstrend. Wir können mit der momentanen Entwicklung wirklich zufrieden sein. Der Fachhandel ist hier natürlich der stärkste Motor und damit wichtigster Absatzmittler. Deshalb gilt ihm auch unsere besondere Aufmerksamkeit – gerade der Fachhandel kann unsere beratungsintensiven und qualitativ hochwertigen Produkte entsprechend vermarkten.

PoS-MAIL: Und was unternimmt LG, um dem Fachhandel unter die Arme zu greifen?

Florian Rosenberg: Wir haben in den vergangenen Monaten unsere Fachhandelsstrategie intensiv überdacht und optimiert. Dazu zählen die Einführung einer neuen Fachhandelspreisliste und die Überarbeitung unserer Produktkalkulation als Basis, um mit dem LG Produktsortiment profitabler arbeiten zu können. Zudem haben wir auch in die Marke LG sehr stark investiert. Weiterhin werden wir unser Line-up kanalspezifischer vermarkten. Wir bauen mit unseren Part-

nern die Sortimente in den Handelsprogrammen weiter aus – insbesondere bei LED und 3D-TV sowie Blu-ray-Heimkinosystemen – und werden auch dem Wunsch nach Sondermodellen nachkommen. Wichtigster Meilenstein ist für uns jedoch die Einführung der neuen Vertriebsrahmenvereinbarung, mit der wir die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel für beide Seiten strategischer und gewinnbringender gestalten werden.

PoS-MAIL: Was bedeutet dies im Detail?

Florian Rosenberg: Unser Ziel war das Schaffen einer verständlichen und einfachen Grundlage für unsere Arbeit mit dem Fachhandel. Dafür haben wir viele intensive Gespräche mit den Einkaufszentralen und Verbänden geführt. So definiert die Vereinbarung die Partner, mit denen wir eine langfristige und strategische Partnerschaft anstreben und die bereit sind, in die Marke LG als Top-Marke zu investieren. Alle monetären und nichtmonetären Leistungen, die wir zu vergeben haben, stellen wir zukünftig nur noch diesen Partnern zur Verfügung. Mit der Vereinbarung wollen wir nicht zuletzt auch garantieren, dass der Endverbraucher jederzeit höchste Qualität in Beratung und Service bekommt. Dazu gehört auch eine hochwertige Präsentation der LG-Produkte. Mit der Vereinbarung bieten wir jetzt unseren Partnern eine auf das Ladenlokal zugeschnittene exklusive Unterstützung mit unseren neu gestalteten PoS-Displays an, von der Standardpräsentations-

Interview mit Florian Rosenberg, Sales Director Home Entertainment, LG Electronics Deutschland GmbH

Konzentration auf den Fachhandel

lösung bis hin zu sehr anspruchsvollen neuen 3D-Präsentationen. Zum anderen gehört dazu auch ein 12monatiger Schulungsplan, um gut ausgebildetes Personal zu garantieren sowie ein persönlich erreichbarer Service. Bei entsprechender Qualifikation gewähren wir eine Serviceautorisierung, wenn dies nicht durch bereits vorhandene Standorte in unmittelbarer Nähe abgedeckt werden kann.

PoS-MAIL: Das Weihnachtsgeschäft steht vor der Tür: Welche weiteren Maßnahmen plant LG sonst noch für die nächsten Monate?

Florian Rosenberg: Wir stellen die LG Premiumkategorie in den Fokus und werden die „INFINIA“-Serie mit unserem Flagship-Produkt LEX8 mit der Nano Full-LED-Technologie weiter ausbauen. Dafür werden wir ausgewählte Partner autorisieren, die eine spezielle INFINIA Experience Zone gestalten. Hier können die Endkunden Sound und Bild direkt selbst erleben und sich vom Entertainment-Erlebnis eingehend überzeugen.

PoS-MAIL: Was bedeutet Nano Full-LED, Herr Rosenberg?

Florian Rosenberg: Bei dieser innovativen Technologie handelt es sich um eine Full-LED-Technologie, bei der zwischen die LED-Backlights und das Panel ein ultra-

dünner Nano Screen Film eingesetzt wird. Dank diesem wird das Licht der LEDs gleichmäßig verteilt. Außerdem wird der Raum zwischen Panel und LED-Backlights auf diese Weise enorm reduziert.

Mit dieser innovativen, einzigartigen und neuen Nano Full-LED-Technologie hat LG im Markt ein absolutes Alleinstellungsmerkmal und damit ein starkes Verkaufsargument für den Handel geschaffen.

PoS-MAIL: Und was hat der Nutzer davon?

Florian Rosenberg: TVs mit Nano Full-LED bestechen mit ultra-präziser Bildqualität: Der eingefügte Nano Screen Film ermöglicht durch die gleichmäßige Verteilung des Lichts kontrastreichere Bilder und eine höhere Bildqualität. Damit

erreichen wir das nächste Level des ultimativen Fernsehgenusses – die Bilder sind noch schärfer, noch realer und lebensechter. Local Dimming mit Micro Pixel Control steuert zudem die LED-Beleuchtungsblöcke individuell an und stellt so tiefstes Schwarz und lebendige Farben mit idealem Kontrast von 10.000.000:1 dar.

PoS-MAIL: Wie wirkt sich das auf das Design aus?

Florian Rosenberg: Dank des drastisch reduzierten Raumes zwischen Panel und LED-Backlights bringt LG mit dem Nano Full-LED-Modell den schlanksten Full-LED-TV mit einer Tiefe von 7,8 Millimetern und einem 11,6 Millimeter schmalen Rahmen auf den Markt.

PoS-MAIL: Herr Rosenberg, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Über LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc., (Koreanische Börse: 06657.KS) gehört zu den weltweit führenden Unternehmen und technologischen Impulsgebern für Elektronik-, Informations- und Kommunikationsprodukte. Der Weltkonzern beschäftigt zur Zeit mehr als 80.000 Mitarbeiter in 115 Niederlassungen rund um den Globus. Der Gesamtumsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2009 43,4 Milliarden US-Dollar. LG ist weltweit der größte Hersteller von Mobiltelefonen, Flachbildfernsehern, Klimageräten, Waschmaschinen, optischen Laufwerken, DVD-Playern sowie Heimkinoanlagen. LG Electronics hat eine langfristige Vereinbarung mit der Formel1 unterzeichnet und ist dadurch „Globaler Partner der Formel1“ und „Technologie-Partner der Formel1“. Bestandteil dieser Verbindung sind die exklusiven Nennungen und Marketingrechte für LG als der offizielle Unterhaltungselektronik-, Mobiltelefon- und Datenverarbeitungspartner des globalen Sportereignisses. Weitere Informationen zu LG Electronics Inc. finden Sie unter www.lg.com.

Über LG Electronics Deutschland GmbH

Bereits seit 1976 engagiert sich LG auf dem deutschen Markt. Heute beschäftigt die LG Electronics Deutschland GmbH über 280 Mitarbeiter in den Bereichen Home Entertainment, Mobile Communications, Business Solutions, Air Conditioning und Home Appliance. Die deutsche Tochtergesellschaft des Global Players erzielte im Jahr 2009 einen Umsatz von 895,28 Millionen Euro. Im Jahr 2006 erhielt das LG Corporate Design Center die höchste Auszeichnung des red dot design awards: „Designteam des Jahres 2006“. Weitere Informationen finden Sie unter www.lg.de/presse.

Über LG Electronics Home Entertainment

LG Electronics Home Entertainment ist einer der führenden Hersteller von Flachbildschirmen und AV-Produkten für den Endanwender- und Geschäftsbereich. Das Produktspektrum umfasst unter anderem 3D, LED/LCD- und Plasma-Fernseher, Heimkinosysteme, Blu-ray-Player sowie Audio- und Video-Player. Die Entwicklung von innovativen Geräten und Anwendungen in Verbindung mit exklusivem Design steht bei LG an erster Stelle.



Florian Rosenberg: „Der Fachhandel ist hier natürlich der stärkste Motor und damit wichtigster Absatzmittler.“

Entertainment ohne Grenzen

mit LG

Mit der neuen INFINIA TV-Linie und neuen Heimkino-Sound-Systemen erweitert LG sein Sortiment an 3D-fähigen Produkten. Die neuen Geräte sorgen für Entertainment im Wohnzimmer, zeichnen sich durch formschönes Design aus und bieten beste Bild- und Tonqualität.



LGs INFINIA-Modell LEX8 arbeitet mit Nanotechnologie. Dank dieser ist das Gerät nur 7,8 mm dünn.

Wie kann ein LED-TV nur 7,8 Millimeter dünn sein und trotzdem über ein Full-LED-Panel verfügen? Die Antwort von LG lautet Nanotechnologie. 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 und brillantere Bilder. Nanotechnologie wird auch bei LGs neuestem INFINIA TV-Modell LEX8 eingesetzt. Local Dimming ist ein weiteres Ausstattungsmerkmal, mit dem der neue LEX8 aufwartet – sowohl im 2D- als auch im 3D-Modus. Pixel Control kontrolliert dabei einzelne LED-Blöcke und erreicht daher ein größeres Farbspektrum und lebendigere Farben – bis hin zu den tiefsten Schwarzwerten. Mit der TruMotion 400-Hz-Technologie von LG werden Bilder so schnell verarbeitet, dass jegliche Unschärfen ausgeschlossen sind. Das Resultat: Scharfe Bilder, die so realistisch sind, als würde sich das Programm direkt im Wohnzimmer der Nutzer abspielen. Die gleichmäßige Verteilung des Lichts der LED Backlight Panels erreicht darüber hinaus durch die effektivere Beleuchtung des Bildschirms gerade im 3D-Modus hellere und klarere Bilder.

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, worum 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.



Neben dem Modell LG PK950 hat LG auf der IFA den ersten Plasma-3D-Fernseher LG PX950 aus der INFINIA Reihe vorgestellt.

Ausgezeichnete Plasma-Technologie

Dass Plasma-TV für LG ein großes Thema ist, hat das Unternehmen auch auf der diesjährigen IFA unter Beweis gestellt. Neben dem Modell LG PK950 wurde dort der erste Plasma-3D-Fernseher LG PX950 aus der INFINIA Reihe vorgestellt. Dieses Gerät hat erst kürzlich als erstes TV-Gerät überhaupt eine 3D-THX-Zertifizierung erhalten. Der LG PK950 war außerdem Gewinner in der Kategorie „Best Photo Display“ bei den 2010 Technical Image Press Association (TIPA) Awards. Der LG PX950 ist als 50PX950 mit einer Bildschirmdiagonale von 127 Zentimetern (50 Zoll) und mit einer Bildschirmdiagonale von 152,4 Zentimetern (60 Zoll) seit Oktober 2010 im deutschen Fachhandel erhältlich.

3D-Heimkinosystem schön und dezent

Ein guter 2.1-Surround-Sound muss nicht mit massiven Lautsprechern und endlosen Kabeln im Wohnzimmer unangenehm auffallen. Mit dem LG HX995DF kommt eine neue Design-Philosophie ins Home-Entertainment: schlanke Lautsprecher mit filigranen Silhouetten und der aktive Wireless Sub-Woofer. Eine Vielzahl an Multimediainhalten kann über USB-Sticks, aber auch externe Festplatten, ganz problemlos wiedergegeben werden. Das 2.1 3D Blu-ray Heimkinosystem richtet sich an den anspruchsvollen Anwender, für



Mit dem LG HX995DF bringt LG eine neue Design-Philosophie ins Home-Entertainment: schlanke Lautsprecher mit filigranen Silhouetten und der aktive Wireless Sub-Woofer.

den innovative Technologie und elegantes Design untrennbar miteinander verbunden sind. Abgerundet wird das Paket durch BD-Live und Gracenote, zwei Funktionen, die den Nutzern der beiden 3D Blu-ray Heimkinosysteme den Online-Zugriff auf Musik, Features und Zusatzinformationen zu Filmen bieten, die gerade angesehen werden. LGs 3D Heimkinosysteme können zusätzlich durch drahtlose Verbindungen auf DLNA (Digital Living Network Alliance) und CIFS-zertifizierte (Common Internet File System) Geräte zugreifen und gespeicherte Filme, Musikkonzerte und Bilder abrufen. Ein weiteres Plus: Über die integrierte iPod- und iPhone Dockingstation

serien bei LG. Die extrem flachen Lautsprecher können an der Wand montiert werden, während der drahtlose aktive Subwoofer problemlos im Wohnzimmer plaziert wird. Trotz der Kompaktheit zeigt sich die 3D Sound Bar von LG als wahrer Entertainer: Beeindruckende räumliche Tiefenwirkung durch das 4.1-Surround-Sound Lautsprechersystem und eine Ausgangsleistung von 430 Watt machen die HLX55W zum kraftvollen Klangwunder. Auch bei der 3D Sound Bar kann der Anwender den Sound mit sechs verschiedenen Moduseinstellungen der LG Sound Gallery exakt seinen Wünschen anpassen. Das Gerät überzeugt zudem mit weiteren Features: Dank eingebautem



Die 3D Sound Bar HLX55W in edlem Pianolack ist mit integriertem 3D Blu-ray-Player ausgestattet.

können auch jederzeit die eigenen Liebessongs abgespielt werden.

Der Sound-Spezialist

Die 3D Sound Bar HLX55W von LG besticht ebenfalls durch stilvolles Design: Herzstück der Anlage ist die Basisstation in edlem Pianolack mit integriertem 3D Blu-ray-Player. Die flache und elegante HLX55W eignet sich perfekt für die aktuellen TV-Modell-

WLAN können die Benutzer ihre Musik-, Film- und Foto-Bibliotheken problemlos über DLNA oder CIFS von anderen Geräten abrufen und auf dem Fernsehgerät wiedergeben. Die HLX55W bietet wie ihre großen Schwestern über die NetCast Funktion Zugang zur Onlinewelt. Außerdem können mit dem Dockinganschluss für iPods und iPhones gespeicherte Musik-Clips abgespielt werden.

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

Perfektes Heimkino ist mehr als nur ein großes Bild. Denn erst, wenn es aus allen Richtungen donnert und kracht, ist der Zuschauer mitten im Geschehen. Dabei sorgen unterschiedliche Komponenten für den guten Ton. Für Hifi- und Home-Cinema-Geräte gaben europäische Konsumenten, laut GfK, im ersten Halbjahr dieses Jahres rund 4 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum aus. Basis für das Wachstum sind unter anderem voll ausgestattete Audio-Systeme mit MP3/MP4-Docking-Station sowie Internetradios und Surround-Sound-Projektoren. Im Bereich der sogenannten Soundbars beflügeln insbesondere designorientierte Geräte den Absatz. Sie tragen mit einem Anstieg von 27 Prozent zum positiven Gesamtergebnis bei. Eine zunehmende Wertorientierung zeigt sich auch bei Lautsprechern, bei denen ein Umsatzplus von 9 Prozent einer um 6 Prozent erhöhten Absatznachfrage gegenübersteht.



Wer gut sehen will, muss hören

Ein Sound-System besteht meist aus einem AV-Verstärker oder -Receiver als Steuerzentrale der Anlage, einem Centerspeaker, der sich unter oder über dem TV-Gerät befindet, zwei Frontspeakern, rechts und links vom TV-Gerät, zwei Rearspeakern, rechts und links hinter dem Sofa oder Sessel, von dem aus auf den Bildschirm geschaut wird, einem aktiven Subwoofer für die Bässe, der meistens neben dem TV-Gerät aufgestellt wird, und bei der 7.1-Variante aus zwei weiteren Boxen, die meist rechts und links neben dem Zuhörer platziert werden. Vom Einsteiger-Segment ab ca. 600 Euro UVP bis hin zu Anlagen im fünfstelligen

Bereich gibt es für jeden Anspruch die passende Variante. Jedoch hat der Surround Sound immer noch mit zwei gravierenden Vorurteilen zu kämpfen. Oftmals heißt es, Surround-Sound sei gleichbedeutend mit höchsten Lautstärken, und weil beim Filmgenuss ständig Explosionen die Wände beben lassen, kann jeder, der Nachbarn hat, das Thema Raumklang sowieso vergessen. Dabei tritt eher das Gegenteil ein, denn bei normaler Zimmerlautstärke wirkt der Ton zum Film mit Raumklang-Technik viel besser als aus den beiden sonst üblichen TV-Lautsprechern. Zudem haben viele Raumklang-Verstärker spezielle Nachtschal-

tungen, bei denen die Frequenzbereiche so angepasst werden, dass sowohl Sprecherstimmen als auch Sound-Effekte bei niedrigeren Lautstärken ebenfalls gut zur Wirkung kommen.

Einstieg oder Umstieg

Den Einstieg in die Heimkino Surround Welt bieten Komplettsysteme aus DVD-Receiver, Subwoofer und fünf Lautsprecher-Boxen. Solche Pakete gibt es schon von vielen Herstellern zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis. Da der Subwoofer in der Regel für kräftige Bässe sorgt, fallen die Satelliten-Boxen in diesen Paketen oft sehr kompakt aus.

Wenn der Endanwender bereits eine Stereo-Anlage im Wohnzimmer stehen hat, kann auch diese zum Raumklang-System aufgerüstet werden. Dabei gilt es, den vorhandenen Stereo-Verstärker oder -Receiver durch einen Raumklangtauglichen Receiver zu ersetzen. Er sollte alle notwendigen Verstärkerzüge – in der Regel fünf Stück – und Decoder für die Standards Dolby Surround, Dolby Digital und DTS enthalten. Die Stereo-Boxen lassen sich in diesem Fall weiterverwenden – vorausgesetzt, der Fernseher ist ungefähr in der Mitte zwischen den beiden Lautsprechern platziert. Empfehlenswert ist auf jeden Fall eine vom Hersteller der vorhandenen Boxen in der Klangcharakteristik angepasste Center-Box. Wenn diese liegend auf oder unter dem TV-Gerät betrieben werden soll, sollte sie allerdings nicht nur klanglich zu den vorhandenen Lautsprechern passen, sondern auch magnetisch abgeschirmt sein. Zwar sind Flachfernseher mit LCD- oder Plasma-Technik erheblich unempfindlicher gegen magnetische Einstrahlungen als ältere Bildröhren-Modelle, aber Störungen in der Elektronik können die starken Magneten in den Boxen dennoch verursachen. Als „Surround-Boxen“ – Zusatzlautsprecher für den eigentlichen räumlichen Klanganteil – genügen in der Regel kleinere Zusatzboxen. Sie werden neben oder hinter dem

Sitzbereich der Zuschauer aufgestellt. Raumklang-Fans schwören auf „Dipol-Boxen“, die ein besonders diffuses Klangbild produzieren. Und genau das ist beim Heimkino-Raumklang ausdrücklich gewünscht, weil die Klangeffekte aus den rückwärtigen Kanälen nicht klar geortet werden, sondern eher einen Klangteppich bilden sollen. Häufig genügen aber auch einfachere Mini-Lautsprecher – selbst sie bringen allemal mehr Klangerlebnis als ein Heimkino ganz ohne Surround-Boxen. Wichtig ist allerdings, dass die Lautsprecher nicht von der Verstärkerleistung des Receivers überfordert werden – sonst könnten sie bei lauterem Klangeffekten schnell ihr Leben aushauchen. Andererseits darf die „Impedanz“ der Lautsprecher nicht die Verstärker-Schaltungen überfordern – sonst könnten diese Schaden nehmen oder zumindest immer wieder mal eine eingebaute Schutzschaltung auslösen.

Individueller Sound

Bei vielen Herstellern wird guter Sound aber auch zu einer Design-Philosophie. So macht beispielsweise Loewe mit dem Individual Sound Projector und den Individual Stand Speakern SL das Wohnzimmer zum gestylten Kinosaal. Mit dem neuen Individual Sound Projector müssen bei der Wohnraumgestaltung keinerlei Zugeständnisse mehr gemacht



Lifestyle Entertainment von Bose

Bose präsentiert mit dem neuen Lifestyle 235 Home Entertainment System ein innovatives 2.1-System. Eine Vielzahl exklusiver Technologien wurde kombiniert, um Filme, Fernsehsendungen, Sportübertragungen, Videospiele und Musik in einer ganz neuen Lebendigkeit zu erleben – mit einer beeindruckend kraftvollen und räumlichen Klangwiedergabe, die den Zuhörer von allen Seiten zu umgeben scheint und doch aus nur zwei sichtbaren Lautsprechern kommt. Die integrierte Bose Unify Intelligent Integration Technologie ermöglicht eine bahnbrechend einfache Installation und Bedienung.

Ein besonderes Highlight des Lifestyle 235 Systems sind die neuen Gemstone ES Speaker Arrays. Von den drei Treibern, die jedes Array enthält, sind zwei nach vorn ausgerichtet, während der dritte Treiber seitlich positioniert ist. Im Zusammenspiel mit der digitalen Bose TrueSpace Signalverarbeitung erzeugen diese neuen Arrays ein breiteres und präziseres Klangbild – für eine beeindruckend realistische Wiedergabe unabhängig vom Zuspieldgerät. Die kraftvollen Bässe liefert das praktisch unsichtbar platzierbare Acoustimass Modul, das auch bei den Bose Lifestyle 5.1 Home Cinema Systems eingesetzt wird. Damit jeder Nutzer die Klangwiedergabe optimal auf seine individuellen Bedürfnisse abstimmen kann, ist das Lifestyle 235 System mit der ADAPTIQ Audio Calibration Technologie ausgestattet. Diese nur von Bose erhältliche Technologie analysiert die Akustik des Raumes und passt die Klangwiedergabe perfekt auf seine Größe, den Zuschnitt und sogar auf die Möblierung an. Die ADAPTIQ Technologie ermöglicht außerdem, daß eine deutlich flexiblere Positionierung der Lautsprecher in Wohnräumen ermöglicht wird – und das ganz ohne Abstriche bei der Wiedergabe der Klangqualität.

werden. Denn er erzeugt mit 40 kleinen Beamlautsprechern und zwei neuen Tieftönern mit verbessertem Frequenzbereich in nur einem Gehäuse echten 5.1-Surround-Sound, indem er mittels Schallbündelung die Wände des Wohnraums als Reflexionsfläche nutzt. Liegt eine entsprechende Quelle, wie zum Beispiel von der Blu-ray-Disc, vor, ist echter 7.1-Sound möglich. Selbst wenn „nur“ eine 5.1-Quelle vorliegt, errechnet der Individual Sound Projector virtuellen 7.1-Klang beispielsweise aus dem TV-Signal. Bevorzugt man die skulpturale und ästhetische Wirkung aufsehenerregender Design-Standlautsprecher, bietet Loewe auch in diesem Bereich adäquate Lösungen auf Premium-Level. Die Individual Stand Speaker SL beeindrucken mit modernstem Design in minimalistischer Formensprache, das darüber hinaus ebenfalls mit auswechselbaren Intarsien vielfältig individualisierbar ist. Das akustische Prinzip wurde bereits beim preisgekrönten Loewe Reference System vorgestellt. Es bietet die unvergleichliche Synthese von ultraflacher Konstruktion und überwältigendem



3D-Receiver STR-DA3600ES von Sony

Klang. Ermöglicht wird dies durch die Elektrostat-Technologie: Eine hauchdünne Membran schwingt zwischen zwei Elektrodengittern und erzeugt einen Sound, der mit maximaler Genauigkeit Maßstäbe setzt. Mit dieser Technologie sind die Lautsprecher in der Lage, hohe und mittlere Frequenzen ausgesprochen exakt wiederzugeben. Sie eignen sich damit besonders für die natürliche Reproduktion von Musik und Stimmen mit hohem Obertonanteil und bringen so authentische Opernatmosphäre ins Wohnzimmer. Durch den aus der großen Abstrahlfläche resultierenden extrem kurzen Hub der Membran reduziert sich der Klirrfaktor um das bis zu 100fache. Eine weitere Stärke der Elektrostaten ist ihre Dipoleigenschaft: Der

Schall wird nicht nur sehr stark in Vorwärtsrichtung, sondern auch nach hinten abgestrahlt, wobei die Raumwände als zusätzliche Reflexionsflächen mit eingebunden werden. Dies entspricht der natürlichen Schallausbreitung von Originalgeräuschen und Instrumenten, was ein verblüffend realistisches Abbild bewirkt. Auch in großen Räumen behält der Ton sein überzeugendes Volumen. Komplettiert mit einem Loewe Individual Subwoofer Highline, sind die Individual Stand Speaker SL ein Audioerlebnis besonderer Art und gleichzeitig ein optischer Genuss.

Neue High-End-Receiver

Unter den Bravia LCD-Fernsehern von Sony gibt es bereits elf 3D-fähige Modelle, alle Blu-ray-Player und Blu-ray Heimkino-Systeme von Sony können 3D Blu-ray-Discs abspielen. Einzig bei den 3D-Receiver war Sony mit dem STR-DN610 und STR-DH510 bislang lediglich im Einsteiger-Bereich

vertreten. Zur IFA 2010 legte Sony nun 3D-fähige High-End-Receiver nach: Der STR-DA3600ES und STR-DA5600ES verbinden erstklassige Soundqualität, flexible Vernetzungsfunktionen, Internetradio und 3D-Heimkino-Technologie. Als Bindeglied zwischen den günstigen Einsteigern und den Hochleistungs-Receiver stellt Sony zudem den STR-DN2010 vor. Alle drei neuen Geräte verfügen über die gleichen Basisfunktionen: Dank HDMI 1.4 leitet der Receiver 3D-Signale sogar ausgeschaltet an den Fernseher weiter. Zumindest ein zusätzliches Kabel können sich Heimkino-Fans in Zukunft sparen, denn durch die neueste HDMI-Version ist zudem die Kommunikation zwischen Receiver und TV-Gerät keine Einbahnstraße mehr. Der Receiver kann ab sofort die Tonsignale des Fernsehers direkt verarbeiten. Der Umweg über ein zweites Kabel entfällt wegen des „Audio Return Channels“. Die optimale Einrichtung plus Soundcheck übernehmen alle Receiver selbstständig per „Digital Cinema Auto Calibration“. Einmal in Betrieb, sind alle DLNA-zertifizierten Heimkino-Geräte bereit für den Emp-

fang von Audio- und Film-Dateien via Heimnetzwerk – inklusive Qualitätsverbesserung von Videos auf High Definition mit 1.080p Upscaling. Abgesehen von seinen unbestrittenen Sound- und 3D-Video Qualitäten macht der Receiver auch als DLNA Client zur Wiedergabe von Musik, Bildern, Videos oder Internetradio über das Heimnetzwerk eine hervorragende Figur. Videos gleich welcher Qualität verbessert er auf HD-Qualität (1.080p). Sogar analoge Signale vom guten alten Schallplattenspieler wandelt der Alleskönner in digitale Informationen um und gibt sie weiter – wenn gewünscht, übrigens auch in andere Räume. Die Second Room Funktion macht es möglich. Für die nötige Flexibilität in Sachen Vernetzung sorgt der vierfache Ethernet Hub. Damit der Sound auch wirklich an die Architektur des Heimkinos angepasst ist, übernimmt die DCAC Auto-Kalibrierung die schnelle und korrekte Einrichtung des Systems. Wer mag, kann die Rücklautsprecher kabellos mit dem Receiver verbinden. Nötig ist hier allerdings das optional erhältliche S-AIR Zusatz-Paket.

Schnepel/Vogel's TwistDock: Das Must-Have für PlayStation3-Fans

Es ist weit mehr als eine übliche Docking-Station. Es erweitert, lädt und verbindet sich mit der PlayStation3 von Sony, verbannt dabei alle Kabel aus dem Blickfeld und passt sowohl zur Original- als auch zur Slim-Version der PS3-Spielkonsole. Kurz gesagt: Das innovative Produkt TwistDock von Schnepel/Vogel's ist ein Must-Have für alle PlayStation3-Fans.

Gibt es etwas Frustrierenderes, als mitten im Spiel stoppen zu müssen, weil der Akku des Controllers leer ist? Dieses Problem gehört mit dem TwistDock der Vergangenheit an. Die Controller sind jederzeit einsatzbereit, weil sie sogar bei ausgeschalteter

Spielkonsole geladen werden. Mit dem Spezial-Adapter lassen sich an der Rückseite des drehbaren TwistDock mühelos zwei Controller anschließen.

In vielen Haushalten ist die PlayStation-Spielkonsole zu einem festen Bestandteil der Einrichtung



Spielspaß ohne Kabelsalat und stets aufgeladene Controller – das sind nur zwei der zahlreichen Vorzüge von Vogel's TwistDock für PlayStation3.



geworden – insbesondere seitdem sie viel mehr als nur ein Spielecomputer ist. Sie ist ein vollständiges Media-Center mit Internet, On-Demand-Fernsehen und Blu-ray-/3D-Player, das in vielen Fällen einen festen Platz neben dem Fernsehgerät hat. Schnepel/Vogel's TwistDock gibt der PlayStation den Ehrenplatz, den sie zu Hause verdient.

Kabel verschwinden

Aber wie bei so vielen Geräten, werden zum Anschließen der PS3 viele Kabel benötigt. Sie stören die Optik und sind nur schwierig in Ordnung zu halten. Das TwistDock lässt diese Kabel in seinem

stabilen Sockel verschwinden und verbannt sie aus dem Blickfeld.

Nützliches Zubehör

Die Funktionalität des TwistDock kann mit dem als Zubehör lieferbaren TwistDock CableSet und dem TwistDock USB-Hub erweitert werden. Das CableSet ergänzt das TwistDock durch einen Ersatz hochwertiger Kabel (inkl. HDMI-Kabel), die nahtlos zum schlanken Look der PS3 passen. Die angewinkelten Stecker unterstreichen dabei die aufgeräumte Optik. Mit dem integrierten USB-Hub können dem TwistDock vier zusätzliche USB-Anschlüsse hinzugefügt werden. Er lässt sich

zum Laden und ebenfalls zur Datenübertragung verwenden. Der Hub ist nützlich für das Anschließen einer zusätzlichen Festplatte oder weiterer Zubehörgeräte der Spielkonsole.

„Best Accessory“

Bei der RetailVision 2010 in London im Mai wurde das TwistDock offiziell den Vertriebskanälen vorgestellt. Es war sofort ein großer Erfolg. Bei dieser Fachmesse erhielt das TwistDock im ersten Anlauf den prestigeträchtigen RetailVision Europe 2010 Award. Das TwistDock wurde in der Kategorie „Best Accessory“ ausgezeichnet. www.schnepel.com



Das moderne Design des TwistDock harmonisiert hervorragend mit Sonys PlayStation3.

UE



TechnoTrend Görler Digitalreceiver jetzt mit externer Aufnahme-funktion

TechnoTrend Görler stellt ein Software-Update für die Digitalreceiver TT-micro S835 HD+, TT-select S845 HD+ und TT-micro C834 HDTV bereit. Die neue Softwareversion für den Receiver TT-select S845 HD+ ist ab sofort über Satellit zum bequemen Update verfügbar und ermöglicht u. a. die externe Aufnahmefunktion über den USB-Anschluss (PVR-ready). Neben der Aufnahmefunktion bieten die Digitalreceiver nach dem Software-Update zusätzlich die Funktionen Time-Shift (zeitversetztes Fernsehen) und 1-Klick-Aufnahmesteuerung sowie einen Bildbetrachter für JPG-Dateien an. Die Nutzung der Aufnahmefunktionen mit den Digitalreceivern TT-micro S835 HD+ und TT-micro C834 HDTV ist sowohl mit der bisher beiliegenden Fernbedienung als auch mit einer neuen und erweiterten PVR-ready-Fernbedienung zur komfortableren Aufnahmesteuerung möglich. Der Digitalreceiver TT-select S845 HD+ verfügt seit Markteinführung bereits über eine erweiterte Fernbedienung. Möchte der Kunde eine PVR-ready-Fernbedienung erwerben, so kann er dies ab sofort über den neuen Online-Ersatzteilshop realisieren. Der direkte Zugang zum Onlineshop für Ersatzteile, Zubehörartikel und Restpostenartikel erfolgt über den Weblink <http://shop.ttgoerler.de>. Der Preis für die PVR-ready-Fernbedienung mit erweiterter Bedienungsanleitung liegt bei 14,90 Euro inklusive MwSt. und Versand innerhalb Deutschlands.

www.ttgoerler.de

Buffalo Technology mit drei neuen Wireless-N WLAN-Produkten

Buffalo Technology startet in Sachen WLAN am Jahresende durch und bringt drei neue Wireless-N Netzwerk-Produkte auf den Markt. Ob USB-Dongle, High-Speed-Router oder Access Point – der Hersteller hat für alle Bedürfnisse eine Lösung parat. Der AirStation N-Technologie USB 2.0-Client WLI-UC-GNM wird einfach per USB an einen Rechner angeschlossen, und schon arbeitet der Anwender mit bis zu 150 Mbit/s im Netzwerk. So lassen sich etwa HD-Videos problemlos streamen. Auch die Reichweite wurde im Vergleich zu den 802.11b/g-Vorgängermodellen deutlich erhöht. Dadurch ist der Dongle vor allem für Netbook-Nutzer mit einer langsamen oder eingeschränkten drahtlosen Verbindung die perfekte Lösung. Das Gerät ist enorm kompakt, so dass es im Einsatz mit mobilen Computern nahezu unsichtbar ist. Und selbst unterwegs muss der Mini-Stick nicht aus seinem Steckplatz entfernt werden. Der WLI-UC-GNM ist ab sofort für 18,99 Euro (UVP) bzw. 21,99 CHF (UVP) im Fachhandel verfügbar. Der AirStation N-Technologie Router WCR-GN fühlt

sich vor allem in heimischen Privatnetzwerken wohl. Mit einer maximalen Datenübertragung von 150 Mbit/s eignet er sich für die ganze Familie – egal, ob es um die Wiedergabe von Musik, Videos oder sonstigen Übertragungen im WLAN geht. Praktisch: Dank der AirStation One-Touch Secure System-Funktion (AOSS) stellt das Netzwerkgerät per Knopfdruck eine sichere WLAN-Verbindung im Netzwerk her. Sollten andere Geräte AOSS nicht unterstützen, läßt sich ganz einfach mit WPS (Wi-Fi protected Setup) Verbindung herstellen. Der Router bietet selbstverständlich eine integrierte Firewall und unterstützt die neuesten Verschlüsselungsverfahren WPA2, WPA-PSK (TKIP, AES) und 128/64-Bit-WEP. Der WCR-GN ist ab sofort zu einem Preis von 31,99 Euro (UVP) bzw. 37,99 CHF (UVP) im Fachhandel verfügbar. Der neue Converter AirStation Nfiniti WLAE-AG300N ermöglicht es, zwei kabelgebundene Geräte, zum Beispiel einen Drucker, eine Spielekonsole oder einen DVRs, mit einem vorhandenen Funknetzwerk zu verbinden. Neben der Funktionalität als Ethernet-Konverter kann der WLAE-AG300N auch als Access-Point oder als Bridge verwendet werden. Durch die aktuelle Wireless 802.11n-Technologie überträgt das Gerät Daten drahtlos mit einer Geschwindigkeit von bis zu 300 Mbit/s und eignet sich daher optimal für Multimedia-Streaming und für den störungsfreien Ablauf von Online-Spielen. Wie alle neuen Wireless-Produkte von Buffalo Technology stellt der WLAE-AG300N per AirStation One-Touch Secure System-Funktion schnell und einfach eine sichere WLAN-Verbindung im Netzwerk her. Bei Bedarf funktioniert dies auch via WPS (Wi-Fi protected Setup). Der WLAE-AG300N ist ab sofort zu einem Preis von 51,99 Euro (UVP) bzw. 61,99 CHF (UVP) im Fachhandel verfügbar. www.buffalo-technology.com



Gutes Preis-/Leistungsverhältnis für HDTV

SetOne, Hersteller, Distributor und OEM Partner im Bereich digitaler Fernsehempfangstechnologie und Unterhaltungselektronik, bringt mit dem TX-8300 HD einen HDTV-Satellitenreceiver zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis in den Handel. Mit dem Gerät können HD- sowie SD-Inhalte empfangen und auf externen Speichermedien aufgezeichnet werden. Der TX-8300 HD liefert hochauflösende TV-Programme in bester Bildqualität direkt auf den Flachbildschirm. Eine Speicherkapazität für bis zu 6.000 Programmspeicherplätze bietet dem Zuschauer genügend Freiraum bei der Gestaltung des persönlichen Unterhaltungsprogrammes aus TV und Radio. In Verbindung mit externen USB-Speichermedien kann der TX-8300 HD als digitaler Videorecorder genutzt werden. Per-

POs Aktuell

Vineet Nayar ist Vice-Chairman von HCL Technologies



Vineet Nayar

HCL Technologies hat bekanntgegeben, dass Vineet Nayar, CEO und Whole Time Director von HCL Technologies, mit Wirkung zum 1. November 2010 zusätzlich zum Vice-Chairman des Unternehmens ernannt wurde. Diese Beförderung stellt eine zusätzliche Verpflichtung zu Vineet Nayars aktuellen Aufgaben als CEO und „Whole Time“-Vorstandsmitglied dar. Nayar kam 1985 als Management Trainee zu HCL und gründete 1993 das Startup-Unternehmen Comnet. Im Jahre 2005 wurde er President und in 2007 wurde er zum CEO von HCL Technologies ernannt. In den darauffolgenden fünf Jahren leitete er eine Trendwende ein und wurde dafür 2008 zum Whole Time Director ernannt. Im Jahr 2010 schrieb Nayar den Bestseller „Employees First, Customers Second: Turning Conventional Management Upside Down“ (Harvard Business Press, Juni 2010), der weltweit auf Anerkennung stieß und hochgelobt wurde. Nayar ist ein aktives Mitglied der G100-Gruppe. Er ist auch eines der Gründungsmitglieder der Asia Gender Parity Group und Mitglied der Global Gender Parity Group beim Weltwirtschaftsforum (WEF). Nayar ist darüber hinaus Governor für die ICT-Industrie beim WEF und Mitglied des Steering Board der WEF-Initiative zur globalen Bildung, der WEF-Initiative zu ICT und Nachhaltigkeit und der Young Global Leaders. www.hcltech.com

Magix ist Preisträger bei „Software des Jahres 2010“

Bei der Verleihung des Publikumspreises „Software des Jahres 2010“ in Wiesbaden ging Magix in zwei Kategorien als Sieger hervor. Magix konnte sich in diesem Jahr alle drei Plätze der Kategorie „Musik“ sichern und erneut die Spitze des Podiums in der Rubrik „Video“ einnehmen. Eine weitere Platzierung erreichte das Unternehmen in der Kategorie „Web Design“. Vom 1. bis zum 30. September 2010 hatten über 800.000 Nutzer von Software-

sönliche TV- und Serienfavoriten können einfach und bequem auf einer externen Festplatte aufgezeichnet sowie archiviert werden. Ein integrierter Multimedia-Player erlaubt den Austausch und die Wiedergabe von Musik- sowie Fotodateien mittels USB-Anschluss. Empfangene Bildsignale werden über eine hochwer-

load, dem Software-Download-Portal der Deutschen Telekom, über ihre Lieblingsprodukte aus 18 Kategorien abgestimmt. www.magix.com

HD+-Sender ab sofort auch mit Humax iCord HD empfangbar

Humax stellt ab sofort ein Software-Update für den iCord HD, den Vorgänger des bereits HD+-geeigneten Humax iCord HD+, zur Verfügung. Die neue Software ermöglicht im Zusammenspiel mit dem CI-Modul für HD+ den Empfang der HD+-Sender RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, kabel eins HD und Sport1 HD (ab November). Das CI-Modul für HD+ inkl. einer für 12 Monate freigeschalteten HD+-Karte ist ab sofort für 99 Euro im HD+-Web-Shop unter www.hd-plus.de erhältlich. www.humax-digital.de

„RTL Samstag Nacht“ Kompletbox

Das Münsteraner DVD-Label Turbine veröffentlicht am 19.11.2010 die DVD-Kompletbox von „RTL Samstag Nacht“. Von 1993 bis 1998 definierte das „RTL Samstag Nacht“-Dreamteam um Wigald Boning, Olli Dittrich, Esther Schweins, Mirco Nontschew, Stefan Jürgens, Tanja Schumann, Tommy Krappweis und Marc Weigel die deutsche Comedy völlig neu. Hier feierten Komiker wie Rüdiger Hoffmann oder Helge Schneider ihre ganz großen Auftritte. Deutsche und internationale Musik-Top-Acts gaben sich die Klinke in die Hand. www.turbine.de

BenQ Enjoy Innovation Tour

Im Oktober startete BenQ die europaweite „BenQ Enjoy Innovation Tour“. Der Showtruck machte unter anderem Halt in Deutschland, Österreich und der Schweiz. BenQ hatte bei den Stops in Wien und Salzburg, in Zürich sowie in München, Frankfurt, Köln und Berlin viel Neues für seine Fachhandels- und Distributionspartner im Gepäck. Das BenQ DACH-Team präsentierte zahlreiche Highlights aus den Bereichen Displays und Projektoren und stand für Experten-Gespräche zur Verfügung. Bei den jeweiligen Stops konnten die Partner die innovativen Technologien live erleben und sich von den Vorteilen der weltweit ersten 24 Zoll (60,96 cm) VA-LED-Displays mit 178 Grad Blickwinkel und LED-Backlight überzeugen. Die Display-Modelle reichen vom Multimedia-Monitor EW2420 mit elf Multimedia-Anschlüssen über den Business Line Monitor BL2400PT mit einem Höchstmaß an ergonomischem

Komfort bis zum neuen Gaming Monitor XL2410T für leidenschaftliche Profi-Gamer. Im Produktsegment Projektoren demonstrierte BenQ anhand der neuen Modelle der MX- und MP-Serien die neue Dimension bei Business-Projektoren. Die Geräte der MX-Serie sind mit zahlreichen neuen Features ausgestattet und bieten dem Anwender z. B. durch LAN Display ein hohes Maß an Bedienkomfort. Den interaktiven Projektor MP780ST mit der von BenQ patentierten PointDraw-Technologie konnten die BenQ Partner ebenfalls unter die Lupe nehmen und sehen, welche neue Ära des interaktiven Lernens in Klassenzimmern heute schon möglich ist. Getreu dem Motto „Enjoy Innovation“ war für ein entsprechendes Rahmenprogramm gesorgt. Bei den anschließenden Musik- oder Sport-Events ging es zum unterhaltsamen Teil der Roadshow über, bei dem BenQ die Partner auf ein positives Jahresendgeschäft einstimmte. www.benq.de

Juroren für Sony World Photography Awards 2011 stehen fest

Knapp drei Monate vor dem Einsendeschluss für die Sony World Photography Awards 2011 am 5. Januar 2011 gibt die World Photography Organisation (WPO) die diesjährigen Juroren bekannt. Für jeden der drei Wettbewerbe der Sony World Photography Awards wurde eine Jury ausgewählt. Ein Komitee wird die Arbeiten in den Profi-Kategorien beurteilen, ein zweites widmet sich den Amateur-Kategorien und ein drittes den Beiträgen zum „Student Focus“ Wettbewerb. Die Ehrenjury für die Profi-Awards ist mit insgesamt zwölf einflussreichen professionellen Fotografen aus allen Teilen der Welt besetzt. Neben dem Vorsitzenden Francis Hodgson von der „Financial Times“ gehören ihr weitere hochkarätige Experten an – von den Bildredakteuren der „Vogue“ in Großbritannien und der Zeitschrift „The New Yorker“ bis hin zu Kuratoren und akademischen Mitarbeitern weltweit führender Institutionen aus dem Fotografiebereich. Alle Juroren sind Mitglieder der World Photographic Academy, die Teil der WPO ist. Die Juroren werden die Beiträge für die 15 Kategorien des Profi-Wettbewerbs entsprechend ihres jeweiligen Fachgebietes beurteilen. Nachdem eine Entscheidung in den einzelnen Kategorien getroffen ist, werden die Jury-Mitglieder aus den 15 Gewinnern den Gesamtsieger auswählen. Dieser wird dann mit der Auszeichnung Sony World Photography Awards Professional Photographer of the Year geehrt und erhält den L'Iris d'Or. www.worldphoto.org

der eine leicht zugängliche USB-Schnittstelle für den Anschluss externer Speicher sowie ein im edlen Blauton hinterleuchtetes vierstelliges LED-Display und einen umweltfreundlichen Netzschalter. Der SetOne TX-8300 HD ist ab sofort zu einem Preis von 119,99 Euro (UVP) erhältlich. www.setone.eu

3D-fähig Die neuen Blu-ray-Player von Pioneer



Pioneer bringt zwei neue 3D-Blu-ray-Player auf den Markt, die 3D mit erweiterten Netzwerkfunktionen und bester Klangqualität kombinieren. Die Modelle BDP-LX54 und BDP-430 unterstützen die Wiedergabe der neuen 3D-Blu-ray-Discs, die das Filmerlebnis um eine aufregende Dimension erweitern, wenn der Player über HDMI mit einem 3D-fähigen Display verbunden ist.

Die beiden neuen Pioneer Blu-ray Disc-Player lassen sich problemlos mit einem lokalen Netzwerk und dem Internet verbinden, so dass zusätzliche Inhalte abgerufen und erweiterte Netzwerkfunktionen genutzt werden können. Die Modelle BDP-LX54 und BDP-430 bieten einen Ethernet-Anschluss für kabelgebundene Netzwerkverbindungen und können über einen optionalen Pioneer WLAN-Adapter komfortabel mit

einem drahtlosen Heimnetzwerk verbunden werden. Beide Geräte unterstützen BD-Live (für BD-Live muss ein USB-Speichergerät angeschlossen werden), so dass zusätzliche Inhalte zum jeweiligen Film aus dem Internet heruntergeladen werden können. Darüber hinaus können Anwender über die vertraute Benutzeroberfläche des Players YouTube-Videos anzeigen und Audio-, Video- und Fotoinhalte wiedergeben, die auf einem

UPnP-kompatiblen Netzwerk-PC oder Medienserver gespeichert sind. Als besonderes Highlight bietet Pioneer die kostenlose App iControlAV an, mit der Anwender ein mobiles Gerät als Fernbedienung für die Blu-ray Disc-Player BDP-LX54 und BDP-430 verwenden können. Wenn die Blu-ray Disc-Player mit einem Wireless-Router verbunden werden (über Ethernet oder Wireless LAN), ermöglicht diese Anwendung die drahtlose Steuerung von Wiedergabe- und Navigationsfunktionen. Darüber hinaus kann die App iControlAV zur erweiterten Bedienung der Pioneer AV-Receiver ab VSX-920 eingesetzt werden. Durch die Unterstützung der MKV-, DivX HD-, WMV- und MP3-Wiedergabe und dank eines JPEG

Viewers für digitale Diashows bieten die Modelle BDP-LX54 und BDP-430 eine besonders große Vielfalt hinsichtlich der abspielbaren Formate, und zwar unabhängig von der Quelle – sei es CD, DVD, USB oder LAN.

Klang- und Bildqualität

Pioneers Modelle BDP-LX54 und BDP-430 geben eine Vielzahl von Audio- und Videoformaten wieder und bieten ein exzellentes Mehrkanal-Hörerlebnis. Die neuesten High-Definition-Audioformate wie Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio werden unterstützt. Bei beiden Modellen erfolgt die Audioausgabe entweder als nativer Bitstream oder nach der internen Decodierung als unkomprimiertes Multichannel-LPCM über HDMI,

so dass Filme auf Blu-ray-Disc mit erstklassiger Klangqualität wiedergegeben werden. Die neuen Pioneer Blu-ray Disc-Player geben Filme mit besonders großem Detailreichtum wieder, denn sie spielen Blu-ray-Discs mit 1.080p Full High-Definition und einer kinogetreuen Bildwiederholrate von 24 Frames pro Sekunde (fps) ab und konvertieren Standard-DVDs nahezu auf HD-Niveau. Mittels der HDMI-Schnittstelle erzeugen sie reine, natürliche Bilder und vermitteln den vollen emotionalen Eindruck des Blu-ray Disc-Films, genauso wie es der Regisseur wollte. Der 3D-Blu-ray-Disc-Player Pioneer BDP-430 ist seit November 2010 im Fachhandel verfügbar, der BDP-LX54 ab Dezember.

GEPRÜFTE QUALITÄT. ÜBER JAHRE.

Stiftung Warentest hat der LG Waschmaschine F1447TD besonders hohe Langlebigkeit bescheinigt* – und wir geben sogar volle 10 Jahre Garantie auf den Direct Drive Motor. Dabei treibt die innovative Magnettechnik des energiesparenden Direct Drive Motors die Trommel ganz ohne Keilriemen an. Viele weitere Vorteile, wie das große Fassungsvermögen, die erstaunlich einfache Bedienung und der sehr gute Schutz vor Wasserschäden, machen diese Waschmaschine zu einer ganz besonders sauberen Sache. Stiftung Warentest findet: „Eine sehr zuverlässige 8-Kilo-Waschmaschine“*. Life's Good.



F1447TD5**
www.lg.de/f1447td



Inverter
DirectDrive

* Quelle: Stiftung Warentest 10/2010
** Baugleich mit F1447TD

VideoWeb 600S verbindet als erster Hybrid Entertainment-Terminal löst Pantoffelkino ab

Opas Pantoffelkino mit bloßem Ein- und Aus-Knopf ist tot. Der Fernseher wird zur multimedialen Entertainment- und Multimedia-Konsole. Der Zuschauer bestimmt selbst, wann er welche Inhalte konsumiert und ob er sie aus dem linearen Programm auswählt oder aus den wachsenden Angeboten digital per Internet auf den TV-Bildschirm „streamt“. Lineares Fernsehen wird eine von vielen Kernanwendungen auf dem TV-Gerät. Den konsequentesten Weg dorthin geht VideoWeb mit seinem Hybridreceiver und VideoWeb TV-Portal.



Matthias Greve, CEO VideoWeb GmbH: „Mit den neuen Techniken und Technologien werden sich die Sehgewohnheiten ändern. Der TV wird zum Entertainment-Gerät mit jederzeit abrufbaren Inhalten.“



Der Hybridreceiver von VideoWeb vereint alle zukünftig relevanten Features und Funktionen.

Das Nutzerverhalten im Wohnzimmer wird durch die neuen hybriden Endgeräte nachhaltig verändert. Der Flachbildschirm wird vom Fernseher zum multimedialen Terminal. Das heutige lineare TV wird eine von vielleicht zehn Kernanwendungen. Der Zuschauer wird in Zukunft immer mehr Inhalte und Services auf Abruf konsumieren, sei es über PauseTV, Aufnahmen, Mediatheken, VoD oder WebTV-Angebote. Mit seinem VideoWeb TV-Portal nimmt VideoWeb diesen Schritt voraus und positioniert sich langfristig als Serviceanbieter dieser neuen TV-Welt.

Der Karlsruher Hybridreceiver- und TV-Portal-Spezialist Video-

Web schickt sich an, TV neu zu definieren und die Zuschauer mit in eine Content-reiche Fernseh-zukunft fernab von althergebrachter Linearität zu nehmen. Er macht per Hybridreceiver den HDTV zum zentralen Entertainment-Terminal im Wohnzimmer und verknüpft HD-Fernsehgenuss inklusive Red Button mit einem eigenen TV-Portal, das den Flachbildschirm per Internet erreicht. Die Settop-Box bringt auf diesem Weg aktuelle Blockbuster on Demand, Klassik-konzerte, Fitness-TV, Web-TV-Sender, Mediatheken der Fernsehsender und viele weitere interaktive Services per Knopfdruck und bis hin zu HD-Qualität auf den Fernseher.

Kein Zufall, dass dies jetzt und unumkehrbar passiert. Alle erforderlichen Techniken sind reif: für lineares Fernsehen (HDTV), interaktives Fernsehen (Zusatzinformationen – Red Button), TV on

- Hybrider HDTV-Satellitenreceiver mit HD+
- Digitaler HD-Video recorder über USB-Festplatte mit PauseTV
- HbbTV- und Red Button-Unterstützung
- TV on Demand (Mediatheken)
- VideoWeb TV-Portal mit HD-Videothek und Internet-TV
- HD-Kino auf Abruf mit den neuesten Blockbustern
- Video on Demand inklusive 3D-Unterstützung
- Anwendereigene Inhalte (Fotos, Videos, Musik)
- Digitale Anwendungen und Services aus dem Netz
- Web-TV-Sender als Livestream auf dem Fernseher
- Zukunftssicher: ständig kostenlose Updates und Erweiterungen

Demand (Mediatheken), digitale Inhalte aus dem Netz, eigene Inhalte (Fotos, Videos, Musik) sowie vielfältige Anwendungen und Services aus dem Netz.

Standards besitzt und völlig neue Kombinationen an Funktionen, Inhalten und Quellen bietet, wie etwa Sat-TV, HbbTV-Dienste, Mediatheken, senderübergreifendes EPG, HD+, Web-TV, HD-Kino und Video on Demand sowie Web-Anwendungen wie Twitter und Picasa – mit riesigen Content-Welten im Schlepptau: VideoWeb 600S-Nutzer haben exklusiven Zutritt zum „VideoWeb TV-Portal“, das ständig erweitert wird und Web-Anwendungen erstmals auf dem Fernseher verfügbar macht.

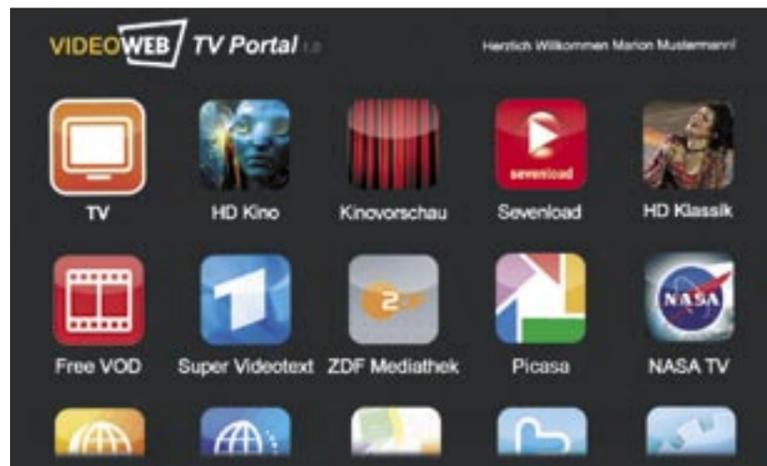
Der entscheidende Mehrwert steckt nämlich in den Content-starken Buttons auf der Startoberfläche, den man sich per Knopfdruck ins Wohnzimmer holt und der durch neue Partnerschaften ständig wächst. Vom Start weg stehen mehrere hundert Video-beiträge und Filme zum Abrufen

VideoWeb als Vorreiter kreativer Unterhaltungselektronik

VideoWeb kombiniert neue Funktionalitäten zu einem Vorreiter kreativer Unterhaltungselektronik. Die Settop-Box ist HD+-fähig, hat einen digitalen Videorecorder mit PauseTV per Time Shift (via USB-Festplatte) und empfängt alle unverschlüsselten Standard-Definition- und HD-Fernsehprogramme inklusive der neuen HD+-Sender wie RTL HD, Vox HD, Pro7 HD, Sat1 HD und Kabel1 HD. Der VideoWeb 600S ist der derzeit einzige moderne Hybridreceiver, der bereits alle zukünftigen

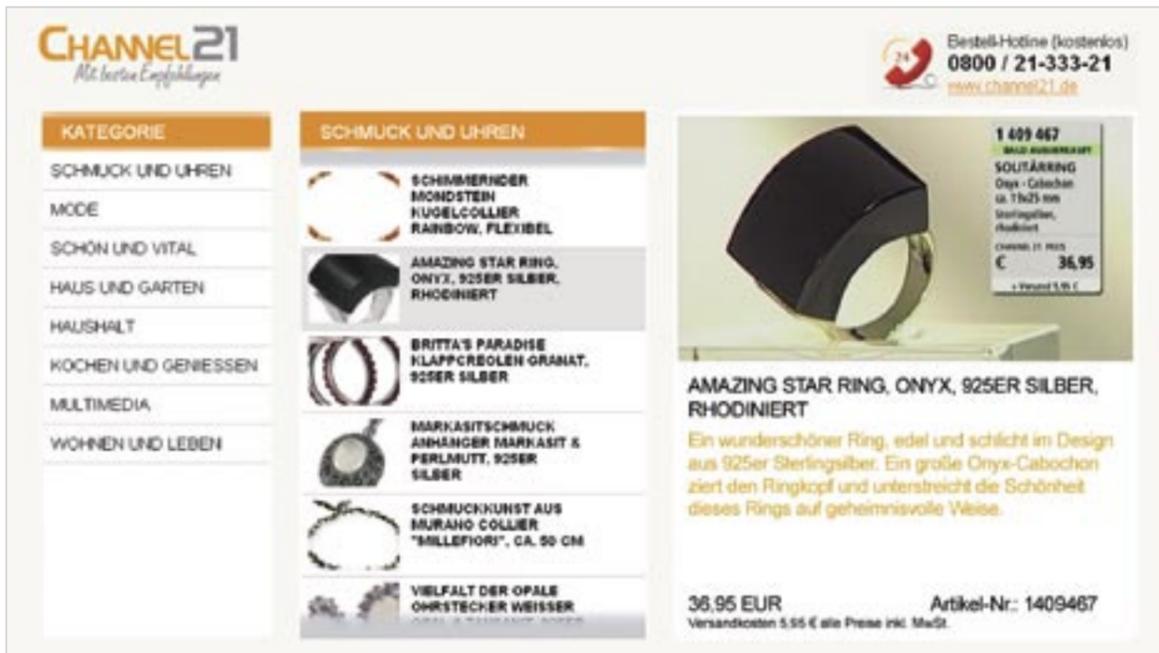


HbbTV-Technik verleiht dem Fernseher neue Seiten. Hier ein Ausschnitt aus dem ARD-Angebot.



VideoWeb gibt dem Hybridreceiver ein Gesicht: das VideoWeb TV-Portal mit seinen zahlreichen, wachsenden Inhalten

receiver konsequent HDTV, Internet und VoD



Der Teleshopping-Sender Channel21 und VideoWeb haben die erste interaktive Shopping-Anwendung für das Fernsehen entwickelt, mit der man unabhängig vom laufenden Programm jederzeit aus einer Fülle von Videopräsentationen wählen kann.

und Genießen bereit. VideoWeb ist bei den meisten Angeboten kostenfrei. Der Kunde muss keine Abonnements für die Basis-Dienste abschließen. Er entscheidet selbst und ad hoc im Einzelfall, ob und in welchem Umfang er kostenpflichtige Premium-Angebote nutzen möchte, die er dann per Kreditkarte oder Bankeinzug zahlt.

„VideoWeb steht für kreative Unterhaltungselektronik, wie sie der Markt und die Verbraucher bisher nicht kannten“, ist Matthias Greve, CEO VideoWeb, überzeugt. „Wir verwandeln den Flachbildfernseher in ein multimediales

Terminal, das neben dem klassischen Fernsehen eine Vielzahl von neuen Anwendungen ermöglicht. Da in der neuen TV-Welt hybrid Internet-Anbindung bedeutet, die das Update-Prinzip in die CE-Produkte einführt, wächst der VideoWeb 600S beim Kunden zudem auch noch ständig um neue Inhalte und Funktionen. Unser zukunftssicheres Produkt wird für den Kunden dauerhaft unterhaltsam und spannend bleiben. Der VideoWeb 600S präsentiert heute rund 10% dessen, was er etwa in den nächsten 12 Monaten alles bieten wird“, betont Matthias Greve.

VideoWeb HD Kino bringt Premium-Content und Blockbuster per VoD auf den Fernseher

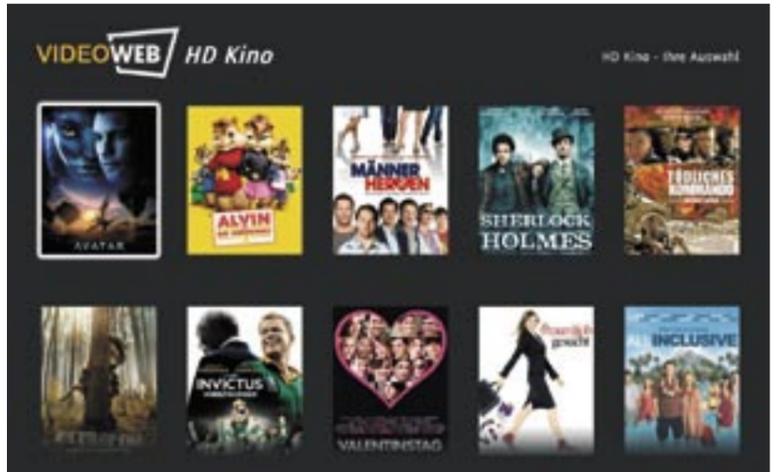
Der VideoWeb-Nutzer hat exklusiv per VideoWeb TV-Portal und „HD Kino“-Button Zugriff auf abrufbereite Blockbuster in HD und SD von Paramount Pictures, NBC Universal, 20th Century Fox, MGM, Tele München und Warner Bros. Erstmals ist es möglich, per Internet über den Satellitenreceiver aktuelle Kinofilme in Topqualität ins Wohnzimmer zu holen.

Durch Verwendung modernster Kompressionsverfahren ist beispielsweise „HD Kino“ schon mit geringer Bandbreite verfügbar. Filme in DVD-Qualität benötigen weniger als 2 Mbit/s und HD-Filme 4 Mbit/s verfügbare Bandbreite. Mit der besonderen Sofort-Start-Technik des VideoWeb 600S entfällt zudem das zeitaufwendige Herunterladen von Daten. Der Stream von HD-Filmen, auch in 3D, startet sekundenschnell nach der Titelauswahl.

Vor allem mit VideoWeb HD Kino hat der Anbieter einen großen Schritt in Sachen Komfort und Premium-Content nach vorne für den Cineasten im Wohnzimmer gemacht. Komfortable und innovative Technologien, wie sie VideoWeb in den VideoWeb 600S integriert, ermöglichen ab sofort den ungetrübten Kino-Genuss auf dem HD-Fernseher vom Sofa aus. Der Endverbraucher bestellt auf Knopfdruck aktuelle Blockbuster oder Library-Filme, wann immer er es möchte. Video on Demand wird aus dem Wohnzimmer bald nicht mehr wegzudenken und die kommende Alternative zur CD und Videothek sein.



Nur VideoWeb stellt seinen Kunden bereits alle aktuellen Mediatheken zur Verfügung.



Mit VideoWeb HD Kino genießt der Zuschauer die neuesten Blockbuster in bester Auflösung bis hin zu HD vom Sofa aus.



So schön sind die neuen EPGs. Hier ein Beispiel aus dem ARD EPG.



VideoWeb-Anwender genießen jetzt die umfangreichen WebTV-, Video- sowie Social-Media-Angebote von sevenload einfach per Klick auf den sevenload-Button auf ihrem HD-Fernseher.



Ein weiteres Highlight für VideoWeb sind die HDTV-Inhalte für Klassik- und Opern-Fans, die von der VideoWeb-Partnerschaft mit Classica profitieren.

Der Flachbildfernseher wird in den nächsten Jahren ein multimediales Terminal, das neben dem klassischen Fernsehen eine Vielzahl von neuen Anwendungen ermöglicht.

- Märkte wachsen zusammen
- Techniken konvergieren
- Fernseher/Flachbildschirm wird digitale und multimediale Plattform
- Auf dem Fernseher wird eine Vielzahl neuer Anwendungen ermöglicht
- die Techniken sind reif dafür
- die Standards reifen

Fernsehen wird eine Anwendung von vielen (> 10) auf dem Bildschirm.

- lineares Fernsehen -> HDTV
- interaktives Fernsehen (Zusatzinformationen – Red Button)
- TV on Demand (Mediatheken)
- Filme auf Abruf in HDTV-Qualität (HDTV-VoD)
- Digitale Inhalte aus dem Netz
- Eigene Inhalte (Fotos, Videos, Musik)
- Anwendungen und Services aus dem Netz

In fünf Jahren werden > 50% aller deutschen Fernsehgeräte hybride Receiver haben.

Endgeräte bekommen eine Service-Komponente (wie Internet). Endgeräte werden aktualisiert (ähnlich wie PC/Browser).

Es geht nicht um den PC im Wohnzimmer, sondern um neue TV-freundliche Oberflächen und Anwendungen (Lean Back auf dem Sofa mit Fernsteuerung).

Das klassische Fernsehen wird durch ein Unterhaltungsprogramm ergänzt, das der Zuschauer nach seinen Wünschen zusammenstellt.

POS Aktuell

Base baut das Angebot weiter aus: Internet Flat Inklusive

Mit einer neuen Marketing-offensive will Base das mobile Internet in Deutschland weiter forcieren. Das Ziel des Unternehmens heißt: Mobiles Internet für alle! Um das Ziel zu erreichen, baut Base nicht auf das Angebot separater Endgeräte- und Tarifwahl, sondern bietet stattdessen mit dem neuen Produkt Internet Flat Inklusive Smartphones und mobile Webnutzung als nutzerorientierte Komplettlösung an. Zum Start gibt es bei Base zunächst sechs Smartphones inklusive Datenflatrate zu Preisen ab elf Euro monatlich. Damit wird unbegrenztes mobiles Surfen, Mailen, Nutzen von Apps und der Austausch in sozialen Netzwerken möglich – ohne Angst vor zusätzlichen Kosten. Zeitnah wird das Angebot von Smartphones mit integrierter Datenflat weiter ausgebaut. Diese bieten nicht nur mobile Internetnutzung mit optimaler Kostensicherheit, sondern sind auch deutlich preiswerter als das übliche Angebot von Endgeräten mit gesonderter Datenflatrate.

O2 on Business bietet Festnetznummer für das Handy

Wer bis zum 30. November bei O2 die Festnetzoption O2 Genion zum Tarif O2 on Business bucht, erhält während der gesamten Vertragslaufzeit die Weiterleitung gratis dazu. Mit diesem Angebot sind Geschäftskunden in ganz Deutschland unter einer Festnetznummer auf ihrem Handy erreichbar. Mit O2 Genion bekommen Geschäftskunden zusätzlich zur Mobilfunknummer eine eigene Festnetznummer, mit der sie in der Homezone günstig telefonieren und angerufen werden können. So sind Gespräche aus der Homezone in die meisten europäischen Länder, die USA und Kanada kostenlos. Befindet man sich außerhalb der Homezone, werden Anrufe auf der Festnetznummer deutschlandweit kostenfrei auf das Handy weitergeleitet. Diese Weiterleitung kostet normalerweise 7,50 Euro netto pro Monat. Mit O2 on Business können Geschäftskunden für 29 Euro netto monatlich unbegrenzt in alle deutschen Netze telefonieren und auf dem Smartphone mobil surfen. Für fünf Euro netto im Monat zusätzlich gibt es O2 on Business Upgrade mit unbegrenzter mobiler Internetnutzung für den Laptop. Bislang waren die beiden Optionen O2 Genion und O2 Genion Weiterleitung für zusammen 15 Euro netto erhältlich.

Navigon gewinnt weitere Marktanteile Erfolg durch Innovation

Navigon baut seine Rolle als einer der führenden Navigationsgerätehersteller weiter aus. Im Vergleich zum Vorjahr konnte das Unternehmen Marktanteile gewinnen: In Deutschland belegt Navigon einen starken zweiten Platz – in den beiden vergangenen von GfK berichteten Monaten Juli und August hat der Hersteller im Vergleich zum Vorjahr etwa fünf Prozentpunkte dazugewonnen.

„Wir sind mit der derzeitigen Geschäftsentwicklung sehr zufrieden“, sagt Navigon CEO Egon Minar. „Zumal es Anzeichen dafür gibt, dass der PND-Markt in Deutschland die Talsohle der vergangenen Monate erfolgreich durchschritten hat.“ Nach Angaben der GfK konnte Navigon in Deutschland in den vergangenen sechs Wochen im Vergleich zum Vorjahr mehr Geräte verkaufen. Demnach erreicht das Unterneh-

mens den jüngsten GfK-Berichtswochen durchschnittlich 25 Prozent Marktanteil in Deutschland. „Daher möchten wir noch einmal an unsere Handelspartner appellieren, vom derzeitigen Erfolg von Navigon und der PND-Branche allgemein zu profitieren und ihre Weihnachtsskontingente jetzt zu ordern“, meint Minar. „Zu den neuen Navigon 70er- und 40er-Serien haben wir bereits äußerst positive Rückmeldungen erhalten.“

Egon Minar, CEO Navigon, ist mit dem Erfolg der vergangenen Wochen und der aktuellen Position des Unternehmens im Markt sehr zufrieden.



men in den jüngsten GfK-Berichtswochen durchschnittlich 25 Prozent Marktanteil in Deutschland. „Daher möchten wir noch einmal an unsere Handelspartner appellieren, vom derzeitigen Erfolg von Navigon und der PND-Branche allgemein zu profitieren und ihre Weihnachtsskontingente jetzt zu ordern“, meint Minar. „Zu den neuen Navigon 70er- und 40er-Serien haben wir bereits äußerst positive Rückmeldungen erhalten.“

Navigon Qualität als Verkaufsargument

Navigon steht seit knapp 20 Jahren für Qualität und Verlässlichkeit. Damit dies weiter so bleibt, investiert der Navi-Experte auch in Zukunft stark in Forschung und Entwicklung. Daraus gingen bereits in der Vergangenheit viele Neuerungen hervor, die heute zur Standardausstattung vieler Navigationsgeräte auf dem Markt gehören, zum Beispiel der Fahrspurassistent, den Navigon 2008 erfunden hat. „Von diesem Inno-

ventionsdenken profitieren insbesondere unsere Handelspartner, denen wir mit den Neuentwicklungen überzeugende Verkaufsargumente an die Hand geben“, betont Minar. Ein gutes Beispiel hierfür seien die kürzlich vorgestellten neuen „Live Service“-Funktionen „Tanken Live“ und „Events Live“ (siehe Kasten). Damit können Nutzer zusätzlich zu den bewährten Live Services wie „Traffic Live“ jetzt auch Echtzeitinformationen

Partnerportal zur Händler-Unterstützung

gestellt: Auf dem Partnerportal (www.navigon-partner-portal.com) finden Händler Informationen für die Beratung am Point of Sale. Zusätzlich hat Navigon die Sprechzeiten seines Kundenservices verlängert: Von Montag bis Freitag stehen die Mitarbeiter von 8-20 Uhr unter der Rufnummer 01805-019090 für Fragen rund um das Thema Navigon und Navigationsgeräte zur Verfügung.



Zu den Innovationen aus dem Hause Navigon gehört auch der Annäherungssensor.

Gut gerüstet in die Zukunft

Navigon wird auch im kommenden Jahr Neuheiten im PND-Segment anbieten. „Wir werden auch 2011 neue Funktionen veröffentlichen, die die Bedienung unserer

Navigationsgeräte weiter vereinfachen. Das sorgt für mehr Sicherheit während der Fahrt“, kündigt Minar an. Neben Neuentwicklungen hat Navigon stets das Ziel, bewährte Features zu verbessern und sie möglichst vielen Nutzergruppen zugänglich zu machen. Das gilt etwa für den aktiven Fahrspurassistenten.

Auch in Zukunft wird Navigon auf dem europäischen Navigationsmarkt ein starker Partner für den Handel sein. Dafür ist das Unternehmen als erfahrener Anbieter von Innovationen, mit gut strukturiertem Sortiment und Features, die sich am Konsumenten orientieren, bestens aufgestellt.

www.navigon.com

Navigon weitet das Live Services-Angebot aus

Navigon hat seine Live Services erweitert. Tanken Live und Events Live ergänzen jetzt die bewährten Echtzeitdienste Traffic Live, Google Local Search, Wetter Live, Clever Parking Live und Mobile Radarfallen Live zum Paket Live Services Pro. Dieses macht das Navi einmal mehr zum effizienten Routenmanager. Tanken Live bietet auf Knopfdruck eine Übersicht aller Tankstellen rund um den aktuellen Standort und auf der Strecke. Neben der Preisangabe pro Liter kennzeichnet ein grünes „Daumen hoch“-Symbol Tankstellen, die im Schnitt besonders günstig sind. Mit Events Live lässt sich nach Veranstaltungen in einer Stadt oder im



Umkreis suchen. Nach Wahl verschiedener Kategorien (zum Beispiel „Rock“ oder „Klassik“) präsentiert das Navi eine Liste mit Veranstaltungen in den nächsten Tagen. Dazu findet der Nutzer Detailinformationen über Ort, Zeit und Ticketpreise. Die Dienste lassen sich einfach über das Live Services

Menü vor oder während der Fahrt bedienen. Tankstellen werden zudem als POI in der Karte angezeigt. Neben den neuen Diensten können die Kunden auch die bewährten Services wie Traffic Live nutzen. Die Live Services Pro gehören zur exklusiven Grundausstattung des neuen Navigon 70 Premium Live. Als besonderes Highlight wurde das Live Modul für den Empfang der Echtzeitdienste erstmals in das Gerät integriert. Allen Käufern des Navigon 70 Premium Live stehen die Live Services Pro 15 Monate lang kostenlos zur Verfügung.

052.0

TESTED IN ANIMALS

← Freeride Legend and 9 time Big Mountain rider of the year.

jeremy jones.

THE **STRETCH**
TOUGH AND FLEXIBLE

PHILIPS

O'NEILL



Die photokina 2010 mit deutlichem Besucherzuwachs

Die Imaging-Weltmesse

1.251 Anbieter aus 45 Ländern präsentierten auf der photokina 2010, die vom 21. bis 26. September in Köln stattfand, eine noch nie dagewesene Vielfalt von Produkten, Systemen und Bilddienstleistungen. Mit 180.000 Besuchern kamen sieben Prozent mehr Fachleute und interessierte Konsumenten auf die Imaging-Weltmesse als 2008. Der Auslandsanteil betrug 68 Prozent; die Zahl von 167 registrierten Nationen unterstrich den Status der photokina als weltweite Leitmesse. Von den über 83.000 Fachbesuchern kamen 35 Prozent aus dem Ausland.

„Das war eine photokina, die das Prädikat ‚weltmeisterlich‘ wahrhaft verdient hat.“ So fasste Christoph Thomas, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, die Ergebnisse der weltweiten Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche zusammen. Obwohl die Zahl der Aussteller und die Ausstellungsfläche gegenüber 2008 etwas abgenommen hatten, war der Innovationsschub, den die globale Imaging Industrie in Köln präsentierte, in diesem Jahr besonders beeindruckend. Der Fotomarkt ist größer als je zuvor; noch nie wurde so viel fotografiert wie heute, und noch nie konnten die Konsumenten so viel mit ihren Fotos und Videos tun. Nach Schätzungen von GfK Retail and Technology werden in diesem Jahr weltweit 141 Millionen Digitalkameras verkauft, 11 Millionen mehr als im Krisenjahr 2009 und 1 Million mehr als im Jahr 2008. Zum Vergleich: In „analogen“ Zeiten hatte der Kamera-Weltmarkt ein Volumen von rund 70 Millionen Stück.

Eine neue Kamera-Klasse

Die photokina 2010 markierte den endgültigen Durchbruch der „spiegellosen“ Systemkameras als eigenständige Kamera-Klasse. Zu den wichtigsten Neuheiten gehörten die Lumix GH2, mit der Panasonic nicht nur auf Aufsteiger aus dem Kompaktsegment zielt, sondern auch eine Alternative zu hochwertigen DSLR-Modellen bieten will – besonders für Kunden, die nicht nur mit hohem Anspruch fotografieren,

sondern auch erstklassige Full-HD-Videos aufnehmen wollen. Die Samsung NX100 dagegen setzt mit dem neuen i-Function-Bedienkonzept vor allem auf unkomplizierte Handhabung – und verspricht mit dem großen APS-C Sensor gleichzeitig kompromisslos gute Bildqualität.

Nach Einschätzung von San Jin Park, Präsident der Digital Ima-



Die neue Samsung NX100 fand auch beim weiblichen Publikum viel Aufmerksamkeit.

ging Division von Samsung Electronics sollen weltweit knapp 1,5 Millionen spiegellose Systemkameras verkauft werden.

Bereits im Jahr 2012 soll diese Zahl auf über 6,6 Millionen Stück steigen. Damit wäre die neue Kamera-Kategorie größer als das Segment der klassischen Spiegelreflex-Modelle. Bis zum Jahr 2015, so Park, sei sogar ein Marktvolumen von mehr als 15 Millionen Stück zu erwarten. Bis dahin, darf der Chronist hinzufügen, dürften dann die Spiegelreflex-Marktführer Nikon und Canon längst in das neue Segment eingestiegen sein. Die Nummer drei im Spiegelreflex-Markt, Sony, fährt bekanntlich bereits „zweigleisig“ und hat mit den neuen Alpha Systemkameras SLT- α 33 und SLT- α 55V noch eine weitere



Variante ins Spiel gebracht – mit teildurchlässigem Spiegel.

Zukunft in 3D?

Auf der IFA gehörte das dreidimensionale Fernsehen zu den Hits



Auf den ersten Blick edel: Die neue Fujifilm Finepix X100.

– auf der photokina waren 3D-Kameras weiterhin selten, wurden aber stark beachtet. Panasonic trat, wie berichtet, mit einem 3D-Camcorder in der Konsumentenklasse und einem 3D-Objektiv für

die GH2 an; Fujifilm präsentierte die zweite Generation seiner speziellen 3D-Kamera. Aiptek will 3D mit dem neuen „Camcorder“ i2, der eher in die Kategorie der kompakten Multimedia-Kameras gehört und weniger als 200 Euro kosten soll, das Thema von der Gadget-Seite aus angehen. Dazu passt ein dreidimensionaler Digi-Frame vom selben Anbieter.

Minox zeigte mit der Produktstudie PX3D ein vierlinsiges Modell, das einen anderen Weg geht als bisherige Konzepte: Um den dreidimensionalen Effekt zu betrachten, braucht man keinen 3D-fähigen Fernseher oder ein spezielles Display, sondern das soll auf jedem Bildschirm funktionieren. Erreicht wird das durch eine Animation der aus vier Einzelfotos zusammengesetzten Bilddatei, die andererseits nur als zweidimensionales Foto druckfähig ist. Vor dem Verkaufsstart der Minox PX3D will der Hersteller erst ein-



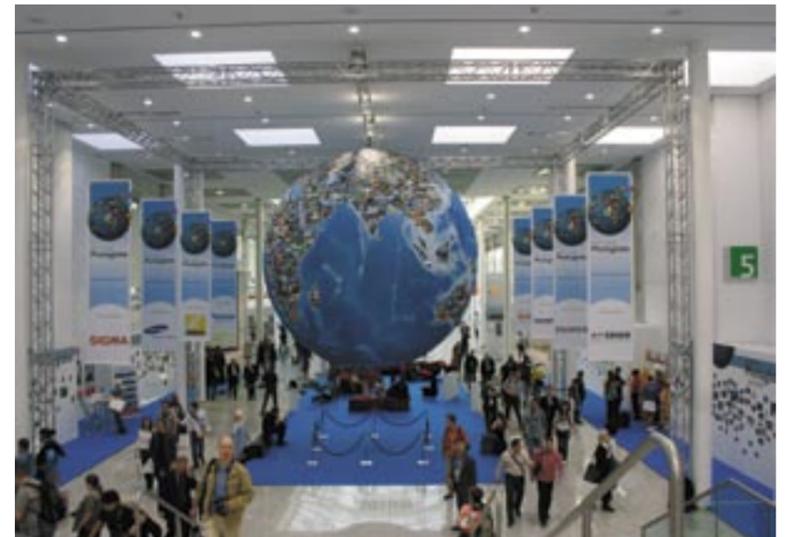
3D-Varianten von Fujifilm.



Minox und Panasonic.



Mit der Lumix GH2 zielt Samsung bei den Systemkameras auf das obere Marktsegment.



Ein Blickfang: Der größte Fotoglobus der Welt.



Geheimnisumwittert: Die neue Edelkompakte von Olympus mit Zuiko Digital Zoom-objektiv, die im nächsten Frühjahr auf den Markt kommen soll.

mal die Reaktionen von Fotohandel und Konsumenten abwarten und hat dafür unter www.minoxx.com eine eigene Internetseite eingerichtet. Abhängig von der Nachfrage kann sich Geschäftsführer Torsten Kortemeier einen Verkaufsstart im Sommer des kommenden Jahres vorstellen.

Kompaktkamera-Vielfalt

Aus dem fast unüberschaubaren Angebot von Kompaktkameras besondere Highlights herauszugreifen, ist angesichts der Vielfalt fast aussichtslos. Der wichtigste Trend in diesem Segment ist, dass es keinen gibt, sondern eine immer größer werdende Zahl von Varianten für ganz unterschiedliche Kundenbedürfnisse. „Edelmodelle“, die nicht unbedingt Leica heißen müssen, gehörten bei mehreren Herstellern zu den Neuheiten. Sie beeindrucken nicht durch digitale Spielereien oder extrem lange Zoom-Brennweiten, sondern mit aufwendigen Objektiven, die besonders große Blen-



Alter Bekannter mit neuem Produkt: Martin Hubert will den sensationell schnellen Thermosublimationsdrucker von Altech in Europa einführen. Das kompakte Gerät druckt bis zu 1.440 Bilder im Format 10 x 15 cm pro Stunde; das maximale Bildformat ist 152 x 914 mm. „Das ist das Minilab der Zukunft“, erklärte Hubert selbstbewusst.

denöffnungen bieten. Hier gesellen sich zur bekannten Ricoh GR III zum Beispiel die neue Finepix X100 von Fujifilm mit einem CMOS-Sensor im Format APS-C und einem hochklassigen Fujinon Objektiv mit Lichtstärke f2,0. Ein einzigartiges Merkmal dieses Modells ist der neuentwickelte hybrid-optische Sucher – er besteht aus reinen Glaskomponenten mit extrem geringer Aberration; anstelle eines konventionellen Leuchtrahmens liegt ein LCD-Element über dem Bild, das Informationen wie Belichtungszeit, Blende, Weißabgleich oder Lichtempfindlichkeit anzeigt. Im „Elek-

tronischer Sucher“-Modus kann der Fotograf die Belichtung, Tiefenschärfe und den Weißabgleich kontrollieren. Zusätzlich gibt es ein großes LC-Display mit 1,44 Millionen Pixeln. Liefertermin: Anfang 2011.

Eine Blendenöffnung von f1,8 und ein 24 mm Ultraweitwinkel-Objektiv von Schneider Kreuznach bietet die Samsung EX1. Mit der ver-



Kreative Funktionen wie HDR Art bei der neuen Exilim ZR10 können auch den Verkauf großformatiger Bildprodukte beleben.

hältnismäßig geringen Auflösung von 10 Megapixeln auf dem 1/1,7“ großen CCD-Sensor soll sie auch bei wenig Licht praktisch rauschfreie Aufnahmen bieten.

Kreative Funktionen

Die Vielfalt im Kamera-Angebot zeigt sich auch bei der Software: Immer mehr Modelle bieten nicht nur eingebaute Intelligenz, mit der Aufnahme-Situationen erkannt



Besonders bei den großen Kameraherstellern drängten sich die Besucher.



und die entsprechenden Kamera-Einstellungen vorgenommen werden, sondern auch kreative Effekte zur Erzeugung ganz neuartiger Bilder. Ein Beispiel ist der HDR Art Filter der Exilim ZR10 von Casio, mit dem aus den Fotos gemäldeähnliche Bilder werden, die wie geschaffen dafür sind, auf Fotoleinwänden oder Alu-Dibond-Platten in dekorativen Wandschmuck verwandelt zu werden. Ähnliches gilt für Kameras mit eingebautem GPS-Modul (Panasonic, Samsung, Casio), die eine Kombination von Fotos und Landkarten zu dekorativen Postern nahelegen. Immer mehr Modelle ermöglichen



Große Bilder als dekorativer Wandschmuck, hier bei PosterXXL, werden immer beliebter.

zudem das Sortieren und Bearbeiten der Fotos direkt in der Kamera.

Die Bilderflut

Im Bildergeschäft sind Fotobücher die Stars: Es gibt sie vom handlichen Booklet bis zum ledergebundenen Bildband, dessen Format sich ebenfalls eher nach Quadratmetern statt nach Zentimetern berechnen lässt. Neu auf der photokina waren handliche Mini-Fototaschenbücher oder Booklets. Im Grunde verbirgt sich dahinter nichts weiter als ein Satz Standardbilder, der nicht in einen Umschlag gesteckt, sondern ohne jeden Gestaltungsaufwand zu



„Meet the Communities“ bot den Mitgliedern von Fotocommunities und sozialen Netzwerken attraktive Anlaufpunkte.

einem handlichen Buch gebunden wird. Bei allcop gibt es das „Ruckzuck-Fotobuch“ auf echtem Fotopapier, bei Cewe Color das „Smart Album“ im Digitaldruck mit hochglänzender Oberfläche.

Für die Herstellung von Bildprodukten kommen die unterschiedlichsten Verfahren, vom Digitaldruck über das klassische

seinen APEX-Systemen weiterhin auf den Thermosublimationsdruck. Hier wird es in Kürze auch eine zweiseitig druckende Variante geben. Auch DNP stellte ein zweiseitig druckendes Thermosublimationssystem vor.

Erwartungen übertroffen

Die photokina 2010 hat die Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen. Das drückt sich nicht nur durch die beachtlich gestiegene Zahl der Besucher aus. Die Vielfalt des Angebotes der



Fotobücher in allen Formaten waren ein großes Thema auf der photokina.

Fotopapier bis zu Inkjet und Thermosublimation, zum Einsatz. Der Bereich Bilddienstleistungen ist nicht mehr auf „Stehbilder“ beschränkt. Man kann (bei Kodak sogar am Kiosk) einzelne Bilder aus Videofilmen herausschneiden und für Fotoprodukte verwenden, und die Videofähigkeit von Digitalkameras legt zusätzlich ein Angebot von Multimedia-Präsentationen zum Beispiel auf DVD oder Blu-ray-Disc nahe, die Fotos, Videos und andere Inhalte mit Musik und Ton verbinden.

Fotobücher, Fotogeschenke und Kalender können inzwischen auch direkt im Fachgeschäft hergestellt werden. So gibt es doppelseitig druckende Inkjet-Minilabs von Fujifilm, HP und Noritsu. Fotobücher aus jedem Minilab werden mit dem neuen Kis Photobook Builder möglich, der die ausbleichten Seiten automatisch zu Softcover-Fotobüchern bindet. Zahlreiche Hersteller bieten zudem mehr oder weniger einfach zu bedienende Systeme zum Binden von Fotobüchern und Kalendern im Geschäft an, die oftmals auch von den Drucker- bzw. Minilab-Herstellern bezogen werden können. Anders als die drei genannten Unternehmen setzt Kodak mit



internationalen Foto- und Imaging-Industrie, die wir an dieser Stelle nur auszugsweise darstellen konnten, lässt eine dynamische und vor allem spannende Zukunft erwarten. Und für diese Zukunft ist die photokina wichtiger denn je: Denn als einzige Messe ist sie in der Lage, diese Vielfalt umfassend darzustellen. „Es gibt weltweit keine zweite Veranstaltung, die so wichtige innovative und wirtschaftliche Impulse für diese Industrie setzt“, resümierte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt. „An dieser Messe kommt in der Branche niemand vorbei.“ Dem ist nichts hinzuzufügen.

Die nächste photokina World of Imaging findet vom 18. bis 23. September 2012 statt.



Auf Wiedersehen auf der photokina 2012!

Imaging Innovationen im Fokus internationaler Experten

photokina veranstaltet Business Forum Imaging Cologne

Nach dem erfolgreichen Verlauf des Internationalen Business Forums „Memories are more...“ im Oktober 2009 geht die Konferenz im kommenden Jahr mit einem neuen Namen auf einer noch breiteren Basis an den Start. Das für den 1. und 2. März 2011 im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse

Organisiert wird die Konferenz wie bisher von INTERNATIONAL CONTACT, der englischsprachigen Schwesterzeitschrift von PoS-MAIL für den globalen Imaging-Markt, und dem in den USA beheimateten weltweiten Informationsdienst Photo Imaging News.

Das Business Forum Imaging Cologne betont mit dem Motto „Memories are more... CONNECTED“ die neuesten Imaging-Trends: Die wachsenden Möglichkeiten des Internets, mobile Kommunikation und die Konvergenz von Digital Imaging und Unterhaltungselektronik haben den Begriff Memories (Erinnerungen), der seit jeher mit der Fotografie verbunden ist, neu definiert: Die Netzwerkfähigkeit (Connectivity) vieler Aufnahme- und Wiedergabegeräte führt zu einer erweiterten Imaging-Infrastruktur.

Immer mehr Kameras schaffen bereits die Voraussetzungen für den Zugang zu Bilddienstleistungen.

In der Unterhaltungselektronik entwickelt sich der klassische Fernseher zur zentralen Kommunikationsplattform: Viele Geräte bieten den direkten Zugang zum Internet und ermöglichen es so den Konsumenten, auf ihre Fotos und Videos in sozialen Netzwerken und Internet-

Alben zuzugreifen, diese mit anderen Menschen zu teilen und ein immer größeres Portfolio von Bilddienstleistungen direkt mit der Fernbedienung zu bestellen.

Die Netzwerkfähigkeit ist längst mobil: SmartPhones und Tablet Computer wie das iPad und seine Verwandten ermöglichen jederzeit und praktisch an jedem Ort den Zugriff auf Bildinformationen und -dienstleistungen und sind häufig mit eingebauten Kameras ausgestattet.

Das Business Forum Imaging Cologne wird der ganzen Branche eine wichtige Plattform bieten, auf der internationale Persönlichkeiten aus der Industrie, der Dienstleistung und dem Fotohandel Innovationen und neue Geschäftsmodelle präsentieren und diskutieren werden. Im internationalen Teil der Veranstaltung ist die Konferenzsprache Englisch; eine Simultanübersetzung wird angeboten.

terminierte Business Forum Imaging Cologne wird unter dem Motto „Memories are more...CONNECTED“ von der photokina veranstaltet. Als weitere Partner unterstützen der Photoindustrie-Verband, die Prophoto GmbH und das Marktforschungsunternehmen GfK die Veranstaltung.

Deutsches Programm

Am 2. März wird parallel zu den internationalen Vorträgen ein spezielles Programm für den deutschen Fachhandel angeboten. Dieser Teil der Veranstaltung wird besonders praxisorientierte Vorträge beinhalten und soll den Teilnehmern neue Ideen vermitteln, die unmittelbar im Geschäft umgesetzt werden können. Ergänzt wird dieses Programm durch Informationen über die neuesten Produkte für die Frühjahrssaison.

Die Eintrittskarten für das deutschsprachige Programm werden deutlich günstiger angeboten als

die für die gesamte internationale Konferenz. Auf Wunsch besteht dabei die Möglichkeit, auch an der Abendveranstaltung am 1. März teilzunehmen, zu der die photokina im Rahmen des Business Forums Imaging Cologne einlädt.

Die Einzelheiten des Programms werden von den Organisatoren zur Zeit abgestimmt. Weitere Informationen veröffentlichen wir in der kommenden Ausgabe von PoS-MAIL und auf der Internetseite www.bfi-photokina.de.

Das bietet das Business Forum Imaging Cologne:

Das photokina Event für Hersteller, Bilddienstleister und Fotohändler findet am 1. und 2. März 2011 im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse statt.

Internationale Konferenz: Hier werden internationale Spitzenmanager und unabhängige Experten Innovationen und neue Geschäftsmodelle präsentieren und diskutieren. Konferenzsprache ist Englisch; eine Simultanübersetzung wird angeboten.

Extra für den deutschen Fotohandel: Praxisorientiertes Vortragsprogramm am 2. März 2011 in deutscher Sprache mit Präsentation wichtiger Neuheiten für die Frühjahrssaison.

Sponsoren-Präsentation: Die Lobby des Kongresszentrums Nord wird zu einer Netzwerk-Zone, in der die Sponsoren der Veranstaltung ihre Innovationen und Dienstleistungen präsentieren.

Networking: Am Abend des 1. März lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der die Gelegenheit zum informellen Austausch zwischen den Besuchern und Referenten besteht.

1. – 2. März, 2011, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more ... CONNECTED“

TK



Dr. Ralf Schlottmann verantwortet Distribution der E-Plus Shop GmbH

Dr. Ralf Schlottmann verantwortet in der E-Plus Shop GmbH ab sofort den Bereich nationale Distribution. Im Zuge der Neuausrichtung des Retail-Bereichs der E-Plus Gruppe übernimmt er diese Aufgabe zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als Leiter Independent Service Providing. Schlottmann studierte in Reading/England und ist seit 2001 als Führungskraft in verschiedenen Bereichen des Vertriebs und der Geschäftsentwicklung für E-Plus tätig. Vor seiner Karriere bei E-Plus war er als Berater für internationale Marketing- und Vertriebsprojekte verantwortlich.
www.eplus.de

Herweck lädt Partner im November wieder zu Schulungen ein

Die Herweck AG bietet im November wieder eine Reihe von Schulungen an. Alle hier aufgeführten Seminare finden, wenn nicht anders angegeben, im Schulungszentrum der Herweck AG in Kirkel statt. Interessenten finden zu jeder Schulung eine detaillierte Agenda online.

Termine und Themen:

- 2.11.: TeleCash Vertriebs- und Produktschulung, Preis: 29 Euro (in Bad Vilbel)
- 9.11.: Argus: ADSL / ISDN Messtechnik mit Argus, Preis: 159 Euro.
- 9.11.: Samsung Workshop OS7030 (Technik), Preis: 150 Euro (in Frankfurt/M.)
- 10.11.: Argus: ADSL-Praxistraining, Preis: 259 Euro.
- 10.11.: QSC Ipfonie Centraflex –

Die „unsichtbare Telefonanlage“, Preis: 49 Euro.

- 11.11.: Argus: ISDN Auffrischung, Preis: 195 Euro.
- 16.11.: TeleCash Vertriebs- und Produktschulung, Preis: 29 Euro (in Nürnberg)
- 16.11.: Estos: Professionelle CTI-Schulung/ 3rd Party, Preis: 159 Euro.
- 16./17.11.: Auerswald: Aufbau-seminar Q2 – Auerswald-Produkte, Preis: 190 Euro.
- 23.11.: Agfeo: Level 3 (Gold), Preis: 239 Euro.
- 23.11.: VoiP und QOS, Preis: 279 Euro.
- 24.11.: TeleCash Vertriebs- und Produktschulung, Preis: 29 Euro.
- 24.11.: VPN / Firewall, Preis: 279 Euro.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und beinhalten die Verpflegung im Herweck Casino (Frühstück, Mittagessen und Kaffeepausen). Anmeldung und weitere Auskünfte zu den Inhalten der Seminare erhalten Fachhändler bei Lisa Hirschmann, Telefon 06849/9009-357.
www.herweck.de/Schulungen

Studie sieht LG Mobile auf Platz 1 beim Thema Kundenzufriedenheit

„And the winner is ... LG“ heisst es auch in diesem Jahr wieder beim Ranking zur Kundenzufriedenheit des unabhängigen Marktforschungsunternehmens J. D. Power and Associates. Bedienerfreundlichkeit, Design und Features – bei diesen drei Testkriterien erreichte LG jeweils die bestmögliche Bewertung. Auch in punkto Akkulaufzeit, der vierten Testkategorie, behauptete sich LG Mobile und wurde von J. D. Power and Associates

besser als die meisten Konkurrenten bewertet. Damit erreichte das Unternehmen zum wiederholten Mal den ersten Platz in der Gesamtwertung. „Wir nehmen die Bedürfnisse und Ansprüche unserer Kunden ernst und lassen das Feedback kontinuierlich in die Entwicklung neuer Produkte einfließen. Die Auszeichnung als kundenfreundlichster Anbieter im Bereich Mobile zum vierten Mal in Folge bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, so Gunter Thiel, Head of Marketing Mobile Communication bei der LG Electronics Deutschland GmbH. Das renommierte Ranking wird von dem Marktforschungsunternehmen J. D. Power and Associates zweimal jährlich auf Basis einer unabhängigen Verbraucherbefragung erstellt.
www.lg.com

Mehrheit der Verbände unterstützt De-Mail Initiative des Bundes

Die drei größten De-Mail Provider GMX, Web.de und Deutsche Telekom begrüßen das in weiten Teilen positive Feedback der im Gesetzgebungsverfahren gehörten Verbände. Noch im Laufe dieses Jahres soll das De-Mail Gesetz verabschiedet werden, mit dem das rechtsverbindliche und vertrauliche Versenden von Dokumenten und Nachrichten über das Internet ermöglicht wird.

Die Anhörung zahlreicher Verbände verlief aus Sicht der De-Mail Provider weitestgehend positiv. „Was uns derzeit an Feedback vorliegt und bekannt ist, zeigt, dass sich eine deutliche Mehrheit für das De-Mail Verfahren ausspricht. Auch wenn im Gesetzestext naturgemäß von Verbandsseite an der einen oder anderen Stelle noch Anpassungen gewünscht werden,

E-Plus Gruppe sieht gute Chancen für die Kommunikation von Maschine zu Maschine

Die Kommunikation von Maschine zu Maschine (M2M) entwickelt sich nach Meinung der E-Plus Gruppe in den nächsten Jahren zum wesentlichen Wachstumstreiber in der Telekommunikationsindustrie. Das Düsseldorf Unternehmen erwartet, dass sich die Zahl der M2M-SIM-Karten im deutschen Markt von derzeit 2,3 Millionen bis 2013 auf über fünf Millionen erhöhen wird. Dies geht aus der von der E-Plus Gruppe erstellten Studie „Die M2M-Industry-Map Deutschland“ hervor.

Erstmals werden in der Studie nicht nur detaillierte Prognosen zur Entwicklung des deutschen M2M-Marktes abgegeben, sondern auch konkrete Anwendungsfälle analysiert. So ist es beispielsweise offensichtlich, dass durch Fernwartung Geräte und Anlagen überwacht werden können. Nicht so deutlich ist jedoch, in welchen Industrien diese Technik zum Einsatz kommt. Genau hier setzt die Studie an und identifiziert neben dem Anwendungsfall auch die Nutzer einer Anwendung.

Die Map definiert die gängigsten Anwendungen der M2M-Segmente Automotive, Tracking & Tracing, Remote Maintenance & Control, Metering, POS/Payment, Consumer Electronics, Healthcare und Security. Dargestellt werden jeweils Anwendungsmöglichkeiten und Prognosen für die Verwendung in den nächsten drei Jahren. Größter Wachstumstreiber ist das Segment Tracking & Tracing mit einer erwarteten durchschnittlichen Wachstumsrate von 30 Prozent. Anwendungen finden sich beispielsweise im Bereich der Mautsysteme oder der Ortung beweglicher Maschinen und Anlagen.

Consumer Electronics bildet das einzige M2M-Segment, das sich durch Anwendungen wie Navigationssysteme oder digitale Bilderrahmen direkt an private Endverbraucher richtet. Mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 47 Prozent ist dies die am schnellsten wachsende M2M-Sparte in Deutschland.
www.m2m-plus.de

der einheitliche Tenor pro De-Mail ist unverkennbar“, freute sich Jan Oetjen, Geschäftsführer für GMX und web.de. Gert Metternich, Projektleiter De-Mail bei der Telekom-Tochter T-Systems sagte: „Die Verbände sprechen sich klar für eine einheitliche Kennung der De-Mail-Adressen aus. Dies unterstreicht unsere Forderung. Wir wollen, dass unsere Kunden zweifelsfrei erkennen können, welche Mail rechtsverbindlich ist.“

Zu den zahlreichen Befürwortern zählt auch der eco Verband der deut-

schen Internetwirtschaft. In einer Stellungnahme heißt es: „Die qualifizierte elektronische Signatur hat ihren Durchbruch leider bislang noch nicht erlebt, sie kommt nur in Insellösungen zum Einsatz. Der eco-Verband begrüßt daher grundsätzlich den Ansatz, einen neuen Rahmen für die Einbindung des Mediums E-Mail in die rechtsverbindliche und -sichere Kommunikation zu schaffen.“ Viele weitere Verbände und Organisationen unterstützen ausdrücklich das Vorhaben De-Mail.

Bei der Telekom gibt es eine neue Mobilfunk-Tarifwelt

Die Deutsche Telekom hat für Anfang November eine komplett neue Mobilfunk-Tarifwelt angekündigt. Die neuen Tariflinien heißen Call, Call & Surf Mobil und Complete Mobil. Jede Linie wurde für bestimmte Endgeräte und verschiedene Kundenbedürfnisse konzipiert – vom Basishandy bis zum Smartphone-Spitzenmodell. Für die Sprachkommunikation beinhalten die neuen Tarife sowohl Flatrates als auch Minutenpakete für alle Netze, die auch für Gespräche aus dem EU-Ausland angerechnet werden können.

In einigen Optionen bietet das neue Angebot spürbare Preis-senkungen und/oder Leistungsverbesserungen. So kostet der neue Call & Surf Mobil S mit 120 Inklusivminuten und Datenflatrate (monatlich 29,95 Euro) 25 Prozent weniger als das vergleichbare Angebot Relax 120 plus Option web'n'walk HandyFlat (zusammen 39,90 Euro/Monat). Eine deutliche Leistungsaufwertung enthält beispielsweise der Complete Mobil M: Anders als

beim bisherigen Complete 120 ist hier zum Monatspreis von 49,95 Euro eine Telefonflatrate – wahlweise für das deutsche Festnetz oder Telekom Mobilfunknetz – bereits enthalten.

Während die Call Tarife auf das mobile Telefonieren zugeschnitten sind, bieten Call & Surf Mobil und Complete Mobil zusätzliche Leistungen fürs mobile Internet. Die Call & Surf Mobil Tarife wurden auf die Anforderungen von Nutzern angepasst, die über ihr Handy oder Smartphone auch E-Mails

empfangen und versenden und auf Internetseiten zugreifen möchten. Das Plus jedes dieser Double-Play-Angebote ist die Datenflat für UMTS-Bandbreiten. Regelrechte Rundum-Sorglos-Pakete für Nutzer hochwertiger Smartphones sind die Complete Mobil Tarife: Sie ermöglichen unbegrenzt Surfen mit HSPA- und WLAN-Geschwindigkeit und enthalten neben SMS-Paketen auch Telefon-Flatrates und Minutenbudgets. Neue Zubuchoptionen für Sprache und Daten sowie besonders günstige Friends Angebote für junge Leute und CombiCards vervollständigen das neue Tarifangebot.

„Mit dem neuen, logisch aufgebauten Portfolio geben wir dem Vernetzten Leben unterwegs einen kräftigen Impuls“, betonte Christian Illek, Geschäftsführer Marketing Telekom Deutschland, auf



Christian Illek, Geschäftsführer Marketing Telekom Deutschland

einer Pressekonferenz in Hamburg. „Wir stellen allen Kundengruppen unsere Mobilfunkleistungen zu klaren und überzeugenden Preisen zur Verfügung – unabhängig davon, ob sie lediglich telefonieren oder ob sie das ganze Spektrum unserer Dienste nutzen

möchten. In jedem Fall bieten wir Topperservice, Spitzengeräte und herausragende Netzqualität zu einem sehr attraktiven Preis-/Leistungs-Verhältnis.“

Die neuen Tariflinien ersetzen das bisherige Angebot; die Telekom startet das neue Portfolio für Privatkunden am 3. November. Entsprechende Angebote für Geschäftskunden sind in Vorbereitung. Verträge in den neuen Tarifen haben eine Mindestlaufzeit von 24 Monaten, der einmalige Bereitstellungspreis beträgt 24,95 Euro. In den Inklusiv-Flatrates und Minutenpaketen sind Verbindungen zu Service- und Sonder-nummern nicht enthalten. Die Nutzung von Inklusivleistungen wie MyPhonebook setzt ein entsprechend ausgestattetes Handy voraus.

www.telekom.com/tarife

Neues Smartphone und neues Handy von Samsung Für Netz- und Handwerker

Mit dem Galaxy 551 hat Samsung sein Portfolio um ein neues Android-Smartphone für gehobene Ansprüche erweitert. Spezielle Anwendungen für Aktivitäten in sozialen Netzwerken – dazu gehört auch die vollständige Qwertz-Tastatur des Gerätes – sollen insbesondere die mobilen Nutzer ansprechen, die auch unterwegs nicht auf die Kommunikation mit Familienmitgliedern, Kollegen, Freunden und Bekannten verzichten wollen.

„Das neue Samsung Galaxy 551 ist mehr als nur ein Smartphone“, verspricht das Unternehmen. „Es treibt die sozialen Interaktionen des Nutzers an und bringt diese auf ein vollkommen neues Niveau.“ Dazu bietet das Gerät schon auf dem Startbild-

dank Samsungs TouchWiz 3.0 die Möglichkeit, bis zu sieben Bildschirmansichten nach eigenen Vorstellungen mit interaktiven Widgets zu gestalten.

Auch wer das neue Smartphone beruflich nutzt, kann sich darauf verlassen, dass die üppige Aus-



Für das neue Galaxy 551 von Samsung gibt es wie gewohnt reichlich Informationsmaterial.

schirm den direkten Zugang zu den unterschiedlichsten sozialen Netzwerken, eröffnet die Möglichkeit, schnell und einfach auf Instant-Messaging-Angebote zuzugreifen und das vollständige Portfolio von Google-Services zu nutzen. Wem das nicht reicht, der kann die Ausstattung mit Hilfe von Applikationen aus dem Android-Market oder Samsung Apps ergänzen, um das Galaxy 551 auf seine ganz individuellen Wünsche und Bedürfnisse maßzuschneidern.

Damit die Kommunikation möglichst schnell vonstatten gehen kann, wurde das neue Smartphone als Hybrid-Gerät konzipiert. So können die Nutzer über den 3,2 Zoll großen Touchscreen schnell auf die verschiedenen Anwendungen zugreifen und durch das Menü browsen, während sich die ausfahrbare Qwertz-Tastatur besonders gut zum Verfassen langer Texte eignet. Um die Arbeit und das Vergnügen mit dem Gerät möglichst effizient zu gestalten, bietet das Galaxy 551

statung ihn nicht im Stich lässt. So wurde beispielsweise der Datenaustausch mit dem PC per ActiveSync verbessert, und Mobile Office unterstützt nicht nur Anwendungen wie Kalender, Kontakte und E-Mail, sondern schützt die geschäftlichen Daten auch zuverlässig.

An Reisende wendet sich das Smartphone mit Layar. Dabei handelt es sich um ein Programm, mit dem aktuelle Informationen zum gegenwärtigen Standort des Nutzers in Texten und Bildern zusammengetragen werden können. Die Navigation ist per Sprachansage GPS-gesteuert über Google Maps möglich, und die Easy POI Suche hilft dabei, Sehenswürdigkeiten und andere interessante Orte in der Umgebung zu finden.

Mit einer Drei-Megapixel-Kamera, dem MP3-Player und dem UKW-Radio zeigt das Galaxy 551 auch multimediale Stärken. Für Netzwerkefähigkeit außerhalb der Mobilfunkwelt sorgt AllShare. Dieses Programm bietet dem Nut-

zer die Möglichkeit, Multimedia-Dateien (zum Beispiel Fotos oder Musikstücke) kabellos zwischen Computer, TV-Gerät und dem Smartphone auszutauschen. Dabei fungiert das Galaxy 551 als Fernbedienung.

Samsung B2710 für den Outdoor-Bereich

Wendet sich Samsung mit dem Galaxy 551 vor allem an Netzwerker, so soll das neue, robuste Samsung B2710 X-treme edition die Zielgruppe der Handwerker und Outdoor-Aktivisten erreichen. Mit IP67-Zertifizierung trotzt das Gerät widrigsten Bedingungen: Weder Wasser (bis zu einer Tiefe von einem Meter und über einen Zeitraum von 30 Minuten), noch Staub oder Stöße können es außer Gefecht setzen. Den richtigen Weg im freien Gelände weisen die integrierte GPS-Funktion, der digitale Kompass und Google Maps. Dazu passen das kratzresistente Dis-

play sowie die gummierte Oberfläche für einen rutschfesten Griff.

In lauter Umgebung spielt das Samsung B2710 X-treme edition weitere Stärken aus: Für eine stets



gute Verständigung während Telefonaten reduziert das Gerät Hintergrundgeräusche und bietet zusätzlich extralauten Lautsprecher. Im Dunkeln kann der Nutzer mit einem Knopf an der Gehäuse-seite die integrierte Taschenlampe aktivieren. Unterwegs zeichnet ein Schrittzähler die zurückgelegte Wegstrecke auf.

Darüber hinaus ist das Gerät mit einer Zwei-Megapixel-Kamera für Foto- und Videoaufnahmen ausgestattet. Per UMTS, Bluetooth 2.1 oder USB 2.0 lassen sich Daten schnell auf kompatible Geräte übertragen. Der interne Speicher kann über den MicroSD-Steckplatz auf bis zu 16 GB erweitert werden. Der 1.300 mAh-Akku sichert eine ausreichend lange Laufzeit, um die ganze Bandbreite der Funktionen nutzen zu können. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Samsung B2710 X-treme edition lautet 199 Euro. www.samsungmobil.de

Samsung Galaxy Tab für die Fußballprofis des FC Bayern München

Das Samsung Galaxy Tab ist das erste Smart Media Device von Samsung. Sein geringes Gewicht, die handlichen Abmessungen, ein großzügiges TFT-Display, das Betriebssystem Android v2.2 sowie zahlreiche Anwendungen für das Geschäfts- und das Privatleben kennzeichnen das neue Gerät, das seit einigen Wochen in Deutschland zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 Euro zu haben ist. Parallel zur Auslieferung an den Handel stattete Samsung Telecom, in dieser Saison Premium-Partner des FC Bayern München, die Spieler der Münchner Profimannschaft ebenfalls mit einem Galaxy Tab aus. Der große Bildschirm des Galaxy Tab hat eine Diagonale von 17,8 Zentimetern und sorgt damit für eine komfortable Betrachtung von Webseiten, Videos oder eBooks. Mit Headset oder über die Freisprechfunktion kann der Anwender mit dem Gerät auch telefonieren. Videotelefonate werden durch die 1,3-Megapixel-Kamera an der Gehäuse-Front ermöglicht. Adobe Flash Player 10.1 sorgt für ein gewohntes Bild beim Surfen im Internet. Alle Web-Inhalte werden in demselben Umfang dargestellt, wie der Nutzer es vom heimischen PC gewohnt ist. Dank HSDPA mit bis zu 7,2 MBit/s und HSUPA mit bis zu 5,76 MBit/s muss der Nutzer dabei keine Wartezeiten in Kauf nehmen. Der Prozessor des Samsung Galaxy Tab liefert ein Gigahertz Leistung und stellt einen flüssigen Betrieb des Gerätes sicher, selbst wenn mehrere Anwendungen parallel laufen. Für einen langen Betrieb sorgt der 4.000 mAh starke Akku. Damit hat der Nutzer bis zu 1.500 Stunden Standby oder bis zu 16,7 Stunden Gesprächszeit. WiFi im schnellsten n-Standard und Bluetooth 3.0 komplettieren den Funktionsumfang.



TK



Doro DECT-Headset bietet eine Reichweite von bis zu 150 Metern



Doro Prosound hs 1910 heißt ein neues DECT-Headset, das lediglich 27,5 Gramm wiegt und eine Reichweite von bis zu 150 Metern bietet. Es lässt sich mit den meisten DECT-GAP Basisstationen verbinden und ermöglicht die bequeme Annahme von eingehenden Gesprächen direkt am Headset. Das Noise Cancelling-Mikrofon sorgt für hervorragende Klangqualität und unterdrückt automatisch Umgebungsgeräusche. Verschiedene Tragevarianten machen



es zu einem komfortablen Begleiter für bis zu sieben Stunden Gesprächszeit und bis zu 100 Stunden Standby. Für den Einsatz mit schnurgebundenen Telefonen ist das DECT-Headset auch mit einem Lifter erhältlich. Dieser wird zwischen Hörer und Telefon befestigt. Bei Annahme des Gesprächs über das Headset hebt der Lifter automatisch den Hörer an. Das Headset kann auch als Stand-Alone-Gerät

direkt am Telefonanschluss genutzt werden. Die Ladestation stellt hierzu gleichzeitig die Basisstation dar. Das neue Doro Headset ist ab sofort verfügbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 139,99 Euro bzw. mit Lifter 169,99 Euro.

www.ivsgmbh.de

Neuer bintec WLAN Controller verwaltet bis zu 24 Access Points



Funkwerk Enterprise Communications (FEC) hat einen neuen bintec WLAN Controller im Programm. Er zeichnet sich den Angaben des Herstellers zufolge durch eine schnelle und einfache Konfiguration aus und richtet sich vor allem an Anwender ohne spezielles Fachwissen. Er dient der Konfiguration und Überwachung von WLAN-Netzen mit bis zu 24 Access Points und ist für Anwendungen in kleinen und mittelständischen Unternehmen ausgelegt. Die neue Software Controller Lösung ist in den Routern und Access Points der bintec R-Serie, W- und WI-Serie ab Release 7.9.6 enthalten und wird über eine Lizenz freigeschaltet. Alle bintec 802.11n Access Points werden mit voller Performance unterstützt. Durch die Wizard-geführte Schnellinstallation in fünf Schritten, die eine Konfiguration des WLAN-Netzes in weniger als 30 Minuten ermöglicht, ist der bintec WLAN Controller, ein besonders einfach zu bedienender Controller seiner Klasse: Neue Access Points werden vom bintec WLAN Controller automatisch erkannt und

per Plug&Play in das WLAN Netz integriert. Das automatische RF (Radio Frequency) Management System übernimmt die zeitraubende Suche nach freien WLAN Kanälen und wählt die günstigsten Kanäle für das Gesamtsystem aus. Für erhöhte Ausfallsicherheit sorgt das übersichtliche Monitoring, das eine lückenlose Überwachung des Systems ermöglicht.

Beim Einsatz von bintec 802.11n Access Points wird außerdem die Einhaltung der höchsten Sicherheitsstandards garantiert, da diese die Zertifizierung der Wi-Fi Alliance erfolgreich durchlaufen haben. Neben den Funktionen für die Datenübertragung ist die neue Controller Lösung für ein lückenloses Roaming für die Voice over WLAN (VoWLAN) Telefonie geeignet.

In der kleinsten Ausbaustufe bis sechs Access Points wird keine zusätzliche Hardware benötigt, da die Controller Software als Lizenz auf einem Master-Access Point betrieben wird. Bei der Verwaltung von mehr als sechs Access Points wird ein Router der bintec R-Serie als Hardware benötigt. Die Lizenz gilt jeweils für sechs Access Points. In Verbindung mit einem Router der R-Serie lassen sich bis zu vier Lizenzen installieren – somit können bis zu 24 Access Points gemanagt werden. Für die zu managenden Access Points ist keine Lizenz erforderlich. Zum kostenlosen Test ist der bintec WLAN Controller für einen Access Point auch ohne Lizenz freigeschaltet. Der Einkaufspreis lautet 399 Euro netto.

www.funkwerk-ec.com

DECT-Telefon in außergewöhnlichem Design



Inspiziert vom Möbeldesign im Lounge-Charakter hat Swissvoice ein schnurloses DECT-Telefon mit einer außergewöhnlichen Form entwickelt: Das ePure bietet darüber hinaus laut Hersteller eine beeindruckende Klangqualität und fulleco Technologie in Sachen Strahlungsreduktion und Energieeffizienz. Das Volumen des Mobilteils wird genutzt, um den klanglichen Eigenschaften der Vollduplex-Lautsprecher vor allem im Bassbereich Kraft zu verleihen. Zur Ausstattung des ePure gehören zehn polyphone Klingeltöne, ein Telefonbuch für bis zu 100 Einträge und ein hintergrundbeleuchtetes Punktmatrix-LC-Display. Der Akku liefert ausreichend Energie für bis zu zehn Stunden Gesprächszeit oder 100 Stunden Standby-Betrieb. Die automatische Rufannahme sorgt dafür, dass ein eingehender Anruf automatisch angenommen wird, sobald man das Mobilteil aus der Basisstation nimmt. Diese Funktion lässt sich optional abschalten, wenn man die CLIP-Funktion zur Identifizierung des Anrufers nutzen möchte. Das Swissvoice ePure ist mit fulleco-Mode ausgerüstet und schaltet somit die Strahlungsemissionen im Standby-Betrieb vollständig ab. Auch während des Betriebs ist durch eine permanente Anpassung der Sendeleistung an die Entfernung zur Basisstation sichergestellt, dass nur so viel Strahlung erzeugt wird, wie für eine hochwertige Gesprächsübertragung nötig ist. Das Swissvoice ePure ist ab sofort in Weiß zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 69,99 Euro erhältlich.



www.ivsgmbh.de

Anrufbeantworter AB 900 von amplicom lässt sich extra laut einstellen



Der neue, volldigitale Anrufbeantworter AB 900 von amplicom ist für die ganze Familie geeignet – einschließlich der Familienmitglieder mit Hör- und Sehproblemen. Er bietet eine extra laute Wiedergabefunktion und große Tasten. Mit Hilfe der Boost-Taste lässt sich die Abspiellautstärke der jeweiligen Nachricht auf eine Wiedergabe von 40 Dezibel einstellen, so dass das Abhören des Anrufbeantworters für Hörgeschädigte kein Problem mehr darstellt. Beim erneuten Abspielen ertönen die Nachrichten für andere Familienmitglieder wieder in „normaler“ Lautstärke. Für Nutzer mit einem Hörgerät gibt es außerdem einen Headset-Anschluss für die Induktionsschleife. Mit dem AB 900 sind zukünftig auch Nach-

gehende Nachrichten können direkt mitgehört werden. Mit einem Sicherheitscode ist der Anrufbeantworter auch von anderen Standorten aus zu bedienen. Der Anrufbeantworter AB 900 ist ab November erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 69,95 Euro.

www.amplicom.eu

Plantronics präsentiert BackBeat Stereo-Headsets für Smartphones



Plantronics präsentiert drei neue Stereo-Headsets aus der BackBeat-Reihe. Die Geräte sind für die Nutzung mit Smartphones und den entsprechenden Multimedia-Anwendungen optimiert. Die neuen Modelle BackBeat 903+, BackBeat 216 und BackBeat 116 wurden speziell für iPhone- und Android-Nutzer entwickelt. Sie liefern laut Hersteller beste Audioqualität und ermöglichen schnelles und einfaches Wechseln zwischen Musikwiedergabe und Telefonie. Damit kombinieren sie die Vorteile leistungsstarker Stereo-Kopfhörer mit denen professioneller Headsets. „Viele Menschen nutzen heutzutage das Smartphone nicht mehr nur zum Telefonieren, sondern zum Musik hören oder für Spiele. Moderne Audiolösungen müssen diese verschiedenen Anwendungsbereiche unterstützen“, sagt Oliver Jungklaus, Marketing Business Manager bei Plantronics DACH. „Die neuen Geräte unterstützen die vielseitigen Anwendungen eines modernen Smartphones und schaffen den Spagat zwischen herausragender Audioqualität und günstigen Preisen.“ Alle drei Neuheiten sind ab November verfügbar. Die unverbindlichen Verkaufspreise lauten: BackBeat 903+: 79,99 Euro, BackBeat 216: 49,99 Euro, BackBeat 116: 29,99 Euro.

www.plantronics.de



richten von schnell oder undeutlich sprechenden Anrufern leicht zu verstehen: Die Abspielgeschwindigkeit der Nachrichten kann der Abhörende seinen Bedürfnissen entsprechend mittels eines Drehreglers einstellen. Über ein zweistelliges, gut lesbares Display werden neue Nachrichten angezeigt. Insgesamt bietet der Anrufbeantworter über 25 Minuten Aufzeichnungskapazität, die Nachrichten haben eine maximale Länge von 60 Sekunden und werden jeweils mit Datum und Uhrzeit angesagt. Ein-

Bei AVM gibt es jetzt auch eine Fritz!Box mit Kabelanschluss



Mit der Fritz!Box 6360 Cable hat AVM die erste Fritz!Box mit integriertem Kabelmodem vorgestellt. Sie bietet Anwendern einen komfortablen Zugang zu Telefon und Internet über Kabel. Aufgrund der Unterstützung des neuen Euro-Docsis-3-Standards kann die Fritz!Box 6360 an jedem Kabel-Internet-Anschluss eingesetzt werden und ermöglicht Downloadgeschwindigkeiten von über 100 Mbit/s. Die Ausstattung der Fritz!Box 6360 umfasst dabei die komplette Funktionsvielfalt der aktuellen AVM-Topmodelle inklusive weiterer Vorzüge wie die komfortable und intuitive Einrichtung und Bedienbarkeit. Ob über ISDN, DECT, WLAN oder SIP – für die digitale Telefonie bietet die Fritz!Box 6360 Cable eine Vielzahl an Komfortfunktionen. Neben einer VoIP-Telefonanlage (SIP, RFC 3261) umfasst die Ausstattung auch Anschlussmöglichkeiten für zwei analoge Telefone und ein ISDN-Telefon (oder eine ISDN-Telefonanlage). An die integrierte DECT-Basisstation können bis zu sechs Mobilteile angeschlossen werden. Bekannte ISDN-Komfortmerkmale wie Makeln, Anklopfen, Rufumleitung oder Dreierkonferenz lassen sich bequem und wie vom Festnetzanschluss gewohnt einsetzen. Die Fritz!Box 6360 unterstützt zudem HD-Telefonie über den G.722-Standard sowie den DECT-Eco-Modus. Das integrierte Bandbreitenmanagement (Quality of Service) der Fritz!Box ermöglicht ferner



gleichzeitige Anwendungen wie Internettelefonie und HD-Video-Streaming. Die neue Fritz!Box bietet vier Gigabit-Ethernet-Anschlüsse und ermöglicht zudem bis zu 300 Mbit/s schnelle WLAN N-Verbindungen – wahlweise im 2,4-GHz- oder im 5-GHz-Band. Dabei genügt das Gerät dank ab Werk aktivierter WPA/WPA2-Verschlüsselung höchsten Sicherheitsansprüchen. Fritz!Box unterstützt WPS (Wi-Fi Protected Setup), um WLAN-Geräte spielend einfach und sicher per Knopfdruck mit der Fritz!Box zu verbinden. Auch die Energiespar-Funktionen aktueller AVM-Topmodelle wurden integriert: So lässt sich der WLAN-Funk bequem per Nachtschaltung oder manuell mit einem Taster ein- und ausschalten. Der Green-AP-Modus optimiert die Funkleistung auch während des Einsatzes. Fotos, Musik, Videos und andere Dateien stellt die Fritz!Box 6360 Cable dank der integrierten NAS-Funktionalität (Network Attached Storage) im gesamten Netzwerk zur Verfügung. Über USB 2.0 angeschlossene Geräte wie Speichermedien oder Drucker werden per Druck- und Mediaserver ebenfalls im Heimnetz angeboten – auch bei ausgeschaltetem Computer. Auch Onlinespeicher können dank der Unterstützung von WebDAV nahtlos eingebunden werden. Der Netzwerkspeicher und weitere Funktionen sind einfach und bequem über die Fritz!Box-Benutzeroberfläche zu bedienen und leicht zu verwalten.

www.avm.de

Telekom und Microsoft starten Partnerschaft Windows Phone 7 ist da

Schon vor Monaten angekündigt (siehe unter anderem PoS-MAIL 9/2010, S. 49) und seitdem von vielen Menschen mit Spannung erwartet, sind die ersten Smartphones mit Windows Phone 7 seit einigen Tagen in Deutschland lieferbar. Bei diesen Geräten handelt es sich um drei Modelle von HTC (7 Mozart, HD 7, 7 Trophy) sowie jeweils ein Gerät von LG (Optimus 7) und Samsung (Omnia 7). Ab November werden sukzessive weitere Windows Phone 7-Geräte auf den deutschen Markt kommen.

Den offiziellen Startschuss für die Markteinführung gab Microsoft am 11. Oktober im Rahmen verschiedener parallel ablaufender Pressekonferenzen, unter anderem in New York, London und Hamburg. In Hamburg, wo die Deutsche Telekom und Microsoft gemeinsamer Veranstalter der Pressekonferenz waren, hatten die Journalisten zunächst die Gelegenheit, bei einer Videoübertragung aus New York Microsoft Chef Steve Ballmer live auf der dortigen Pressekonferenz zu sehen und zu hören.

Anschließend gaben beide Unternehmen ihre strategische Partnerschaft zur gemeinsamen Vermarktung von Windows Phone 7 in Deutschland bekannt. In einem ersten Schritt wird die Deutsche Telekom Kunden die beiden Windows Phone 7-Geräte HTC 7 Mozart und Samsung Omnia 7 anbieten. Die beiden Partner werden darüber hinaus umfangreiche, bundesweit gemeinsame Werbe- und Promotion-Aktivitäten für die

neuen Smartphones durchführen. „Mit Microsoft haben wir einen starken Partner gefunden, der seit Jahrzehnten einer der führenden Innovationstreiber seiner Branche ist. Mit Windows Phone 7 stoßen wir nun zusammen das Fenster in eine neue, anwenderfreundliche Welt der Smartphone-Betriebssysteme auf“, erklärte Niek Jan



Niek Jan van Damme, Vorstandsmitglied Deutschland, Deutsche Telekom

Achim Berg, Mobile Communications Business and Marketing Group, Microsoft Corporation

Dr. Dorothee Ritz, General Manager Consumer & Online, Microsoft Deutschland

van Damme, Vorstandsmitglied Deutschland, Deutsche Telekom. Und Achim Berg, ehemaliger Telekom Manager und heute Corporate Vice President, Mobile

schers Partner für den deutschen Markt. Wir sind davon überzeugt, dass die neuen Windows Phone 7 Geräte in Kombination mit den umfangreichen Qualitätsservices



Die Optik von Windows Phone 7 unterscheidet sich gänzlich von anderen Betriebssystemen.

Communications Business and Marketing Group bei der Microsoft Corporation in den USA, ergänzte: „Die Deutsche Telekom ist für Windows Phone 7 ein strategi-

der Deutschen Telekom die Kunden sehr schnell überzeugen werden.“

Dr. Dorothee Ritz, General Manager Consumer & Online, Microsoft Deutschland, kündigte für die kommenden Wochen umfangreiche bundesweite Werbe- und Promotion-Aktivitäten an. „Gerade im verkaufstarken Vorweihnachtsgeschäft werden wir eine verstärkte Marktkommunikation rund um die neuen Windows Phone 7-Geräte betreiben“, so Ritz. „Gemeinsam mit der Deutschen Telekom können wir unsere Zielgruppen optimal erreichen und sie für die neuen Windows Phone 7-Smartphones begeistern.“

Durchdachtes Design und nützliche Innovationen

Windows Phone 7 überzeugt laut Microsoft durch seinen hohen Bedienkomfort, große Stabilität und Sicherheit und ist besonders innovativ und anwenderfreundlich. Die Benutzerführung basiert auf einem neuen Design und reflektiert, wie Anwender arbeiten, handeln und kommunizieren: Sogenannte Hubs (zum Beispiel Kontakte, Bilder, Spiele) bündeln Anwendungen, Inhalte und das Web in Themenbereiche und helfen Nutzern dabei, ihr berufliches und privates Leben effizient und logisch zu organisieren. So ist der Nutzer mit der dynamischen Startseite immer auf dem neuesten Stand und hat durch die Hubs stets alles im Blick. „Das optimale Zusammenspiel mit PC, Internet und mobilen Services, die nahtlose Integration sozialer Netzwerke wie Facebook sowie die Anbindung an weitere Web 2.0-Dienste machen Windows Phone

7-Smartphones zum perfekten Allrounder“, hieß es in einer Pressemitteilung aus dem Hause Microsoft.

Neue Geräte von LG und HTC mit Windows Phone 7

Zum Start von Windows Phone 7 in Deutschland gibt es passende Geräte von Samsung (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe), HTC und LG. So hat HTC neben dem HTC 7 Mozart (siehe Kasten unten links) auch noch das HTC HD7 vorgestellt (gibt es bei O2), das mit einem ausklappbaren Ständer, einem 10,9 cm WVGA Display und Surround-Sound vor allem für Gaming, Multimedia und Filmpräsentation konzipiert wurde. Dritte HTC Neuheit ist das exklusiv bei Vodafone erhältliche HTC 7 Trophy, das mit seinem 9,4 cm großen Display, HiFi, Surround-Sound und Xbox Live unter anderem mobilen Spielespaß unterwegs garantiert. Das LG Optimus 7 ist das Ergebnis der engen Zusammenarbeit von LG und Microsoft. Es kombiniert das intuitive Bedienkonzept von Windows Phone 7 mit besonderen Applikationen, die nur auf dem Smartphone von LG zu finden sind. Dazu gehören das DLNA-basierte Play To zum Sharing von Multimedia-Dateien sowie ScanSearch, ein Augmented Reality (AR)-Feature, das Nutzern Zugriff auf wichtige Informationen über ihre Umgebung bietet. Anwender können damit zum Bei-



Die Bedienoberfläche des LG Optimus 7 lässt sich nach eigenen Vorstellungen gestalten.

spiel Echtzeitinformationen zu Shoppingmöglichkeiten, Restaurants, Wetterlage, Unterhaltungsangeboten und Banking abrufen – eine Verknüpfung der Online- und Offline-Welt, die das Leben angenehmer macht. Darüber hinaus können mittels Voice to Text Spracheingaben direkt in Text umgewandelt werden.

Bei der Deutschen Telekom gibt es das HTC 7 Mozart exklusiv

Die Deutsche Telekom bietet das Smartphone HTC 7 Mozart mit dem neuen Betriebssystem Windows Phone 7 exklusiv in Deutschland an. Das Smartphone ist unter anderem mit einem 9,3 cm großen Touchscreen-Display ausgestattet. Über die dort angezeigten Felder rufen Nutzer ihre bevorzugten Anwendungen wie Telefonieren, Verfassen von SMS und E-Mails oder Navigieren schnell und einfach auf. Auf der dynamischen Startseite werden Anrufe, neue Nachrichten und Updates aus sozialen Netzwerken wie Facebook automatisch angezeigt. Weitere Ausstattungsmerkmale sind die mobile Breitbandanbindung per HSDPA mit bis zu 7,2 Mbit/s und für Fotos und Videos die eingebaute Acht-Megapixel-Kamera mit Autofokus, Xenon-Blitzlicht und Digitalzoom. Wie bei einer Digitalkamera kann der Nutzer damit innerhalb von drei Sekunden ein Foto machen, ohne das Smartphone zu entsperren oder das Menü aufzurufen. Das HTC 7 Mozart ist in den neuen Com-



plete Mobil Tarifen der Telekom (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) bereits ab einem Euro erhältlich. Telekom Kunden stehen exklusive Services wie MobileTV, Navigon select Telekom Edition, das Mediacenter und TopApps direkt auf dem Smartphone zur Verfügung. Für Geschäftskunden dürfte zudem interessant sein, dass mit dem HTC 7 Mozart die gesamte Palette der Microsoft Office Mobile-Programme nutzbar ist. Dank Xbox Live können sich Nutzer zudem über das HTC 7 Mozart mit ihrer Xbox Community für Online-Spiele verbinden. Das Smartphone bietet außerdem einen direkten Zugang zum Zune Store und zum Windows Marketplace for Mobile – und damit den Zugriff auf ein breites Angebot an Apps, Musik und Spielen. Alle Anwendungen bringt der 1-GHz-Prozessor auf Touren; auf dem integrierten 16 GB Flash-Speicher ist genügend Platz für Spiele, Musikstücke, Fotos, Videos und E-Mails.

www.telekom.de/www.htc.com

Neue Headsets und Kopfhörer von Sennheiser Made for iPhone, iPad & Co

Ob zu Hause, unterwegs oder im Urlaub – Musik, Games, Videofilme und andere Arten multimedialer Unterhaltung haben ihre Grenzen überwunden. Einen großen Anteil im Markt für mobiles Entertainment haben Geräte aus dem Hause Apple erlangt, ob sie nun iPod, iPhone oder iPad heißen. Doch Multimedia wird erst dann wirklich zum Genuss, wenn nicht nur das entsprechende Device auf dem neuesten Stand der Technik ist, sondern auch perfektes Zubehör bereitsteht. In Sachen Audio trägt Sennheiser dazu bei, dass die Apple Besitzer das Beste aus ihrem Gerät herausholen können.

Bei den speziell für Apple Geräte entwickelten Kopfhörern und Headsets hat der deutsche Hersteller Sennheiser inzwischen ein breitgefächertes Portfolio an drahtlosen und kabelgebundenen Produkten zu bieten. Neu im Sortiment ist das Fünf-Sterne-Flaggschiff der preisgekrönten kabellosen Mobile Music-Serie – das MM 550 Travel. Darüber hinaus wurde jüngst eine Reihe von Produkten „Made for iPhone“ ins Sortiment aufgenommen (siehe

PoS-MAIL 10/2010, S. 16), und auch der neue Kopfhörer PXC 360 BT eignet sich ideal zum Einsatz mit Apples iPad.

Wichtig für die Beratung am PoS ist die Tatsache, dass Kopfhörer und Headsets zwei verschiedene Produktkategorien darstellen: Während Kopfhörer „nur“ zum Hören von Musik, Filmtönen etc. dienen, ermöglichen Headsets auch die aktive Kommunikation, also Hören und Sprechen, mit anderen. Dies ist bei den entspre-

chenden Produkten aber nicht immer auf Anhieb zu erkennen, da das Mikrofon in der Regel sehr diskret in das Produkt integriert wird. Einen Hinweis darauf, um welche Produktart es sich handelt, liefert aber die Produktbezeichnung: Headsets für iPhone & Co sind an dem Zusatz ‚i‘ in der Produktbezeichnung erkennbar, also zum Beispiel Sennheiser HD 238i oder Sennheiser IE 8i.

Sennheiser nennt die Funktion, die den schnellen Wechsel zwischen Musikgenuss und eingehenden Telefonaten ermöglicht, „smart remote with mic“: Per Knopfdruck steuern die Anwender einfach die Lautstärke und die



Zwei Beispiele aus dem aktuellen Sennheiser Sortiment für Apple: das Headset HD 238i, mit dem man auch telefonieren kann (oben), und der Bluetooth-Kopfhörer PXC 360 BT



Wiedergabeoptionen, nehmen Gespräche an und beenden diese oder aktivieren die Voice-Control-Funktion. All dies ermöglicht der schlicht-elegante eingebaute Regler mit Mikrofon.

Musikgenuss unterwegs

Highlights im aktuellen Sennheiser Programm sind der Kopfhörer PXC 360 BT und das Headset MM 550 Travel. „Sie sind mit NoiseGard-2.0 ausgestattet und reduzieren auf Knopfdruck Umgebungsgläusche im tieffrequenten Bereich auf ein Minimum“, erläutert Christian Ern, Produktmana-



Gut kombiniert: Sennheiser PXC 360 BT und das iPad

Der Kopfhörer PXC 360 BT und das iPad sind „State of the Art“, was kabellosen Musik- und Videogenuss betrifft. „Das iPad lässt sich generell mit allen neuen kabelgebundenen Headsets steuern, die wir speziell für die Geräte von Apple auf den Markt gebracht haben“, sagt Sennheiser Geschäftsführer Hans Joachim Weymer. „Allen iPad-Besitzern, die kabellos Videos und Musik genießen wollen, empfehlen wir unseren neuen Bluetooth-Kopfhörer PXC 360 BT. Dieser lässt sich ganz schnell und einfach per Knopfdruck mit dem iPad verbinden. Für alle, die zusätzlich telefonieren möchten, empfehlen wir das kabellose Headset MM 550. Beide Bluetooth-Modelle sind faltbar, besitzen die aktive Lärmkompensation NoiseGard 2.0 und SRS-Surround-Sound.“

ger bei Sennheiser. „So werden beispielsweise Außengeräusche wie Turbinenlärm im Flugzeug oder das Rattern der Gleise im Zug wirkungsvoll gedämpft. Damit sind die beiden Modelle die perfekte Wahl für Vielreisende, die unterwegs High-End-Soundqualität genießen wollen.“

Beim Headset MM 550 Travel kann die Noise-Guard 2.0 Funktion auch für die Telefonie genutzt werden. Eingehende Anrufe kann man komfortabel über eine in

die Ohrmuschel integrierte Bedieneinheit annehmen. Ein Knopfdruck genügt und schon wird die Verbindung aufgebaut.

Dank Bluetooth-Protokoll AVRCP kann beim MM 550 und beim PXC 360 BT nicht nur die Lautstärke reguliert, sondern können auch einzelne Lieder angewählt werden. Die Bluetooth-, Surround-Sound- und NoiseGard-Funktionen können ebenfalls direkt am Hörer aktiviert werden.

www.sennheiser.com

Kurzinterview mit Hans Joachim Weymer, Geschäftsführer Sennheiser Vertrieb und Service

PoS-MAIL: iPod, iPhone, iPad, die Produkte aus dem Hause Apple finden immer mehr Anhänger. Hat sich diese Entwicklung auch auf das Sortiment bei Sennheiser ausgewirkt?

Hans Joachim Weymer: Wir haben inzwischen ein großes Portfolio spezieller Sennheiser-Headsets für Apple. Sie vereinen das



Know-how der Sennheiser-Kopfhörer und die Tatsache, dass iPhone & Co-Nutzer großen Wert auf exzellenten Klang und Top-Funktionalität legen.

PoS-MAIL: Wie schnell kann ein Verbraucher die Einstellungen an seinem Sennheiser Headset mit nur einer Taste „begreifen“?

Hans Joachim Weymer: Die Bedienung der Tasten an der ins Kabel integrierten Mikrofoneinheit ist kinderleicht und intuitiv. Ein langes Umgewöhnen ist nicht nötig, denn

die Headset-Funktionen sind bei Apple-Nutzern bekannt von den Zubehörprodukten, die beim Kauf eines Apple-Gerätes beiliegen. So kann man auch bei den Sennheiser Headsets auf Knopfdruck zwischen Musik und Telefonat wechseln.

PoS-MAIL: Und wie sieht sich Sennheiser überhaupt im Markt der Headsets aufgestellt?

Hans Joachim Weymer: Als Premium-Anbieter sind wir von Sennheiser mit unserem Produkt-Portfolio im Headset-Bereich mit einem Vollsortiment aufgestellt. Somit können wir für jeden Headset-Nutzer eine individuelle Lösung anbieten und gehören dadurch zu den Top 3 in der Branche. Es gibt Produkte für den gehobenen Musikgenuss in verschiedenen Tragearten, schweiß- und wasserresistente Headsets für den Sport oder besondere Headsets mit NoiseGard-Technologie zur Abschirmung von Außengeräuschen für Vielreisende. Da ist für jeden etwas dabei.

Apple Kompatibilitäts-Übersicht

Apple device	Remote & Mic funktion ¹	Remote funktion	Voice Over funktion	Voice Control funktion
Apple iPhone 4	✓	✓	–	✓
Apple iPhone 3GS	✓	✓	–	✓
Apple iPhone 3G (only Audio)	–	–	–	–
iPod nano (4th Generation)	✓	✓	✓	–
iPod nano (5th Generation)	✓	✓	✓	–
iPod touch (2nd Generation)	✓	✓	–	–
iPod classic (120/160 GB) (2009 Version)	✓	✓	–	–
iPod shuffle (3rd Generation)	–	✓	✓	–
Apple iPad	✓	✓	✓	✓
MacBook (2009 version)	✓	✓	–	–
MacBook Pro (2009 version)	✓	✓	–	–
MacPro (2009 version)	✓	✓	–	–

1) Remote function: turn volume up/down | press play/pause | answer/end/reject a call | skip to next/previous track | activate Voice Control

2) Requires the latest iPod software

iPhone, iPod, iPod classic, iPod nano, iPod shuffle and iPod touch sind in den USA und anderen Ländern registrierte Marken von Apple Inc. iPod ist eine Marke von Apple Inc.

Samsungs neue Cash Back-Aktion für Wireless-Drucker

40 Euro gibt es zurück

Nachdem Samsung bereits im Spätsommer des vergangenen Jahres eine Cash Back-Aktion für kabellose Netzwerkdrucker gestartet hatte, stehen die Wireless-Geräte bei der aktuellen Geld-Zurück-Aktion erneut im Mittelpunkt. Die Aktion startet am 1. November und endet am 31. Dezember. 40 Euro des Kaufpreises bekommen Endkunden von Samsung erstattet, die im Aktionszeitraum einen Monolaserdrucker ML-1865W oder ML-2525W bzw. ein Monolaser-Multifunktionsgerät SCX-3205W oder SCX-4623FW erwerben und die Cash Back-Summe beantragen.

Voraussetzung für die Überweisung der 40 Euro ist, dass das Gerät bei einem von Samsung autorisierten und teilnehmenden Partner erworben worden ist. Eine Liste der von Samsung autorisierten und teilnehmenden Partner finden Endkunden



Um diese vier Modelle dreht sich die Cash Back-Aktion: ML-1865W (Mitte rechts) und ML-2525W (Mitte links) sowie die Monolaser-Multifunktionsgeräte SCX-3205W (unten) und SCX-4623FW (oben).

online unter www.samsung.de/cashback/partner. Jeder Endkunde kann nur für insgesamt maximal fünf Aktionsgeräte Cash Back anfordern. Die Cash Back-Aktion gilt nur für neu gekaufte Aktionsgeräte. Gebrauchte und im

Rahmen von Gewinnspielen erhaltene Produkte sind von der Aktion ausgeschlossen.

Um an den Betrag zu kommen, hat der Kunde verschiedene Möglichkeiten: Er kann den vollständig ausgefüllten Cash Back-Antrag postalisch an die Dialogfeld Sales Promotion GmbH in Nürnberg schicken, er kann alternativ dazu den ausgefüllten Antrag und die Kopie des Kaufbelegs per Fax verschicken oder er kann ein entsprechendes Onlineformular ausfüllen und zusammen mit dem eingescannten Kaufbeleg als E-Mail verschicken. Berücksichtigt werden alle Cash Back-Anträge, die bis zum 15. Januar 2011 bei der Dia-

logfeld Sales Promotion GmbH eingegangen sind. Dort werden die Daten geprüft. Sind diese in Ordnung, werden die 40 Euro Cash Back nach spätestens vier Wochen an den Kunden überwiesen. Genaue Informationen zum Ablauf der Aktion sind im Internet unter der Adresse www.samsung.de/cashback zu finden.

Kabellos im Netzwerk drucken

Samsungs ML-1865W ist der kleinste WLAN-fähige Mono-Laserdrucker der Welt. Er ist besonders energieeffizient und arbeitet mit einem Betriebsgeräusch von weniger als 50 dB(A) flüsterleise. Kabelloses

Drucken ermöglicht die Wireless-Anbindung: Ein Druck auf die WPS-Taste (WiFi Protected Setup) 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. Und noch weitere „One-Touch“-Funktionen vereinfachen das Drucken, beispielsweise lässt sich das Gerät mit der auffällig platzierten Soft Power Taste per Knopfdruck in den Energiesparmodus versetzen. Der Schwarzweiß-Laserdrucker Samsung ML-2525W verbindet hervorragende Druckleistungen und schickes Design. Er wurde für höhere Druckvolumina konzipiert und bietet hohe Performance bei geringen Anschaffungs- und Druckkosten. Dank der integrierten WLAN- und Ethernet-Schnittstellen lässt er sich bequem in Netzwerke einbinden. Neben hoher Druckqualität punktet der ML-2525W auch durch anwenderfreundliche Zusatzfunktionen. Mit Hilfe der Software „Anyweb Print“ können Kunden mit dem Internet Explorer gezielt einzelne Bilder, Textblöcke oder Frames einer Webseite ausdrucken.

Hochwertiges Drucken, Scannen und Kopieren gewährleisten die Multifunktionsgeräte der SCX-3200-Serie von Samsung. Alle Modelle dieser Serie fallen durch ihr kompaktes Design und das moderne, schwarz glänzende Gehäuse auf. Unter den derzeit vier SCX-Geräten gibt es mit dem Samsung SCX-3205W auch in dieser Serie ein Modell, das sich problemlos in WLAN-Umgebungen einbinden lässt. Das ebenfalls WLAN-fähige 4-in-1-Gerät Samsung SCX-4623FW zielt schließlich auf Nutzer mit einem höheren Druckvolumen bis zu rund 12.000 Seiten pro Monat.



Als komfortabel erweist sich bei den Modellen ML-1865W und SCX-3205W die WPS-Taste. Sie sorgt dafür, dass sich die Geräte selbstständig in ein bestehendes WLAN integrieren.

Neben der Druckfunktion stellt das Gerät auch umfassende Fax- und Kopierfunktionen bereit. Und wer scannen will, kann das mit dem SCX-4623FW mit einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi tun. www.samsung.de

Samsung stellt erstes Farb-Multifunktionssystem für das A3-Format vor

Samsung Digital Printing hat mit dem MultiXpress C9250ND und dem C9350ND erstmals zwei Farb-Multifunktionssysteme vorgestellt, die auch das A3-Format verarbeiten. Beide Modelle sollen im Bereich leistungsfähiger Multifunktionssysteme für den Büroeinsatz neue Maßstäbe setzen. Von der Postkarte bis zum A3-Plus-Format übernehmen die Geräte sämtliche Druck-, Scan-, Kopier- und Faxeaufgaben sowie auf Wunsch leistungsfähige Weiterverarbeitungsfunktionen mit hoher Ablage- und Sortierkapazität sowie Booklet-Erstellung, Lochen und Heften. Mit den beiden MultiXpress-Geräten bietet Samsung Digital Printing jetzt das komplette Sortiment für alle Belange des Druckens, Kopierens, Faxens und Scannens im Büro. Mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 25 A4-Seiten (C9250ND) beziehungsweise 35 A4-Seiten pro Minute beim Modell C9350ND, einer hohen Papierkapazität von bis zu 3.140 Blatt, Duplexdruck und -Kopie sowie einem empfohlenen monatlichen Druckvolumen von bis zu 20.000 Seiten können Arbeitsgruppen und Abteilungen ein deutliches Plus an Produktivität verzeichnen. Die neuen MultiXpress-Modelle beweisen, dass die Bedienung von Multifunktionsgeräten trotz ihres großen Funktionsumfangs sehr einfach sein kann. Das berührungsempfindliche Farb-LCD-Bedienfeld ist mit fast 23 Zentimetern Durchmesser das größte seiner Klasse. Für eine optimale Bedienbarkeit ist es verschieb- und kippbar.



Samsung 9250ND

Leicht verständliche, große Icons führen komfortabel durch das Menü. LEDs zeigen den Status des Systems auf einen Blick an. Die 250-Gigabyte-Festplatte bietet standardmäßig umfangreiche Dokumenten-Managementfunktionen. Dazu sind die MultiXpress-Geräte mit dem Samsung Security Framework zum Schutz vor unautorisiertem Zugriff ausgestattet. Neben Funktionen wie einem sicheren Benutzerzugang per PIN über das Bedienpanel und umfassender Netzwerksicherheit hat das System ein standardmäßiges Datensicherheitspaket an Bord. Dieses umfasst Funktionen wie automatische Datenverschlüsselung und sicheres Überschreiben der Festplatte, damit vertrauliche Informationen nicht in falsche Hände gelangen.



Für die aktuelle Cash Back-Aktion hält Samsung Werbe- und Verkaufsförderungsmaterial bereit, mit dem der Händler seine Kunden auf die 40-Euro-Zurück-Aktion aufmerksam machen kann.

IT



SD-Karten übertragen künftig 300 MByte/Sek.

Die SD Association hat eine Format-erweiterung des SDHC- und SDXC-Standards angekündigt. Die neuen Karten sollen demnach eine Übertragungsgeschwindigkeit von bis zu 300 MByte pro Sekunde erreichen und wären damit deutlich schneller als die bisherigen UHS-I-Modelle. Der neue Standard sieht eine zusätzliche Kontaktreihe auf den Karten vor, die nach wie vor abwärtskompatibel sein sollen. Geräte, die den neuen, noch nicht mit einem Namen versehenen Standard nicht unterstützen, können die Karten verwenden, jedoch ihren Geschwindigkeitsvorteil nicht ausnutzen. Später soll es auch MicroSD-Karten geben, die den neuen Standard unterstützen. Mit dem Geschwindigkeitszuwachs soll die SD-Karte auch in Bereiche vordringen, die bislang den deutlich größeren Compactflash-Karten vorbehalten waren. Die kleinen SD- und MicroSD-Karten erlauben die Konstruktion kompakterer Geräte. Laut SD Association wird die neue SD-4.0-Spezifikation, in der der neue Standard enthalten sein wird, Anfang 2011 vorgestellt. www.sdcard.org

Full-HD-Recorder kommt ohne Festplatte aus

Einen einfachen und günstigen Einstieg in die Multimedia-Welt ermöglicht Emtec mit dem neuen Movie Cube N150H. Dabei handelt es sich um einen kompletten Multimedia-Recorder mit Full-HD (bis 1.080p). Via DVB-T-Tuner lassen sich alle in einer Region verfügbaren Sender anschauen und aufnehmen. Der N150H hat keine eigene Festplatte,

sondern speichert die aufzuzeichnenden Sendungen auf einem USB-Stick oder einer externen Festplatte. Die Aufnahmefunktion kann per Timer aktiviert werden. Mit der Time-Shift-Funktion lassen sich laufende Sendungen unterbrechen und später an derselben Stelle fortsetzen. Über die USB-Schnittstelle lassen sich externe



Geräte mit dem Movie Cube verbinden und dort gespeicherte Inhalte abspielen. Der HDMI-Ausgang des Movie Cube N150H sorgt für die bestmögliche digitale Bildqualität. Besitzer eines Röhrenfernsehers können das Multimedia-Gerät auch per Scart mit dem Fernseher oder Videorecorder verbinden. 5.1 Surround-Sound rundet das Multimedia-Erlebnis ab. Der Movie Cube N150H unterstützt (fast) alle gängigen Video- (u. a. MKV, AVI, MPG, MPEG, MPV, DAT), Audio- (MP3, WMA) und Fotoformate (JPG, PNG, BMP). Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 79 Euro. www.emtec-international.com

Strax baut Produktlinie für das iPad aus

Strax, Spezialist für Zubehör rund um die mobile Kommunikation, baut seine Produktlinie für das iPad aus. Zu den Neuheiten gehört zum Beispiel das Padfolio: Dieses Etui ermöglicht einen sicheren und stoßfesten

Transport des Gerätes, dient aber auch als Ständer zum Tippen, Lesen und Schauen. Ein weiteres Highlight des Portfolios ist die Slim Case, eine Ledertasche im Business-Look. Wird das Padfolio aufgeklappt, wandelt es sich von einer Schutzhülle zum Halter für das iPad. Das Gerät kann mittels unterschiedlicher flexibler Winkereinstellungen auf das Padfolio gestellt werden und erleichtert dem Nutzer somit das Tippen, Lesen und Anschauen von Videos. Das Padfolio aus strapazierfähigem Kunstleder bietet einen magnetischen Schnellverschluss und diverse Fächer für Visitenkarten. Eine Display-Folie zum Schutz gegen Kratzer, Dellen und Schmutz ist inklusive. Erhältlich ist das Accessoire in den modischen Farbkombinationen Weiß/Orange und Braun/Orange sowie im zeitlosen Schwarz. Die ultraschlanke Slim Case



im Business-Look ist aus echtem Leder und umhüllt das iPad auf jeder Reise sicher und lässt es auch „angezogen“ gut aussehen. Ein nützlicher Klettverschluss ermöglicht ein schnelles Öffnen und Schließen. Neben Taschen, Hüllen und Covers hat die iPad line aber noch mehr zu bieten, zum Beispiel Kfz-Ladegeräte und -halterungen, Synchronisationskabel, Reiselader sowie Dockingstationen. Eine offizielle Apple-Zertifizierung der einzelnen Produkte garantiert die Kompatibilität mit den Endgeräten. www.strax.com

SDHC- und SDXC-Karten der Marke AgfaPhoto

Lupus Imaging & Media hat die neue überarbeitete AgfaPhoto Professional High Speed Serie in den Kapazitäten 4, 8 und 16 GB vorgestellt. Diese



Speicherkartenserie wurde speziell für professionelle und semi-professionelle Anwendungen konzipiert. Die Karten zeichnen sich durch extrem lange Haltbarkeit und Zuverlässigkeit aus und sind auf bis zu 100.000 Schreib-Lesezyklen ausgerichtet. Hervorzuheben ist die Datentransferrate von ca. 20 MB pro Sekunde Schreib- und Lesegeschwindigkeit. Alle AgfaPhoto SDHC Professional High Speed Speicherkarten sind mit

Exklusives iPad Zubehör von ednet

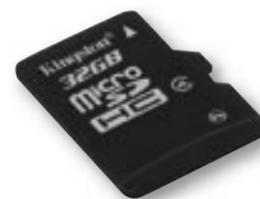
Die Elecom-Tochter ednet GmbH hat jetzt ihr umfassendes Zubehörsortiment für das iPad vorgestellt, mit dem die wichtigen Bereiche Schutz, Pflege, Laden/Synchronisieren und Ergonomie abgedeckt werden. Zu den Neuheiten zählt der Elecom Organizer & Stand für das iPad. Das Produkt im exklusiven Design vereint gleich mehrere Funktionen in einem und kann daher auch als hilfreiche Standhilfe genutzt werden. Die Mappe aus pflegeleichtem, hochwertigem Kunstleder mit integriertem Air-Cushion-System dient zum permanenten Schutz des iPads und der Displayoberfläche. Beim Arbeiten oder Videoanschauen kann der iPad-Organizer auch als Standhilfe eingesetzt werden. Dabei kann der Sichtwinkel auf das iPad-Display individuell eingestellt werden. Die Aussparungen gewährleisten eine problemlose Bedienung, ohne das iPad herausnehmen zu müssen. Das Air-Cushion-Protection-System schützt die Displayoberfläche effektiv vor Stößen, und ein spezielles Innenfutter bewahrt das iPad beim Einschoben und Herausziehen vor Kratzern. Der Elecom Organizer & Stand für das iPad ist für eine Displaygröße von 25 cm (9,7") konzipiert, besteht aus „Koskin“-Material und wiegt 260 Gramm. Die Maße betragen ca. 245 x 195 mm. Der iPad-Organizer ist ab sofort für einen empfohlenen Endkundenpreis von 29,99 Euro erhältlich. www.ednet-gmbh.com



einer Garantie von fünf Jahren ausgestattet. Ebenfalls neu bei Lupus Imaging & Media ist die AgfaPhoto SDXC 64 GB mit dem Ultra High Speed Standard 1 (UHS 1). Sie gehört zur neuesten Generation von SD-Karten und erfüllt die Spezifikationen der Version 3.00 (UHS 104). Die maximale Schreibgeschwindigkeit der AgfaPhoto SDXC 64 GB beträgt bis zu 35 MB pro Sekunde, die Lesegeschwindigkeit bis zu 60 MB pro Sekunde. Auch für diese Karte beträgt die Garanzzeit fünf Jahre. Für die steigende Zahl der Kamerahandys wurde schließlich die neue AgfaPhoto Micro SDHC 16 GB konzipiert. Sie ermöglicht den Datentransfer mit bis zu 10 MB Lesegeschwindigkeit pro Sekunde und 5 MB Schreibgeschwindigkeit pro Sekunde. www.lupus-imaging-media.com

Kingston microSDHC Karten jetzt mit 32 GB

Kingston ergänzt die Familie der microSDHC Class 4 Karten um eine 32-GB-Karte. Sie kann, je nach Format der Dateien, bis zu 29.000 Fotos, über 6.000 Songs und mehr als 2.000 Minuten Videomaterial speichern. Alle microSDHC Karten von Kingston werden wahlweise auch mit Adaptern ausgeliefert, um die Kompatibilität mit SD und miniSD-Slots zu gewährleisten. Jede Adapter-Packung ermöglicht es Anwendern, trotz unter-



schiedlicher Plattformen, alle Daten auf einer Karte zu speichern. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis liegt bei 110 Euro. www.kingston.de

S+M Rehberg liefert die digiCover jetzt auch passgenau für das iPad

Die S+M Rehberg GmbH hat ihr Sortiment der beliebten digiCover Displayschutzfolien um eine passgenaue Variante für das Apple iPad ausgebaut. Die Folie lässt sich mit wenigen Handgriffen auf dem Display positionieren und mit dem beiliegenden Rakel blasenfrei befestigen. Bei Bedarf kann sie jederzeit rückstandsfrei entfernt werden. Die digiCover Folie ist so beschaffen, dass die



Touchscreen-Bedienung des iPad ohne Beeinträchtigung erhalten bleibt. Die Folie zeichnet sich durch hohe optische Eigenschaften aus, ohne dass Farb- oder Kontrastverfälschungen auftreten, und mindert Blendungen und Spiegelungen bei hellem Licht. Die extrem klaren Schutzfolien haben eine „selbstheilende“ Oberfläche und sind hieb-, stoß- sowie kratzfest. Sie sind außerdem resistent gegen Säuren und Laugen. Die Qualität der Displayschutzfolien wird durch eine fünfjährige Garantie unterstrichen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das digiCover beträgt 29,90 Euro. www.smrehberg.de

Zwei neue Trainings-Computer von Garmin

Garmin präsentiert mit dem Forerunner 210 und dem Forerunner 410 gleich zwei neue GPS-Laufcomputer. Der Forerunner 210 ist die derzeit kleinste und leichteste GPS-Sportuhr mit „allen“ Funktionen. Der Forerunner 410 ist ein Facelift des bekannten 405 mit einem verbesserten Touchring. Beide Modelle kommen in elegantem Design auf den Markt und richten sich vorrangig an sportliche Freizeitläufer. Der Forerunner 210 basiert auf dem erfolgreichen Einsteigermodell Forerunner 110. Er steckt im gleichen Gehäuse – allerdings in elegantem Mattschwarz. Innen zeichnet er sich durch modernste GPS-Technik und zusätzliche, sehr umfangreiche Trainingsfunktionen aus. Neben der Anzeige von Distanz, Geschwindigkeit sowie Herzfrequenz bietet der Forerunner 210 fünf frei programmierbare Herzfrequenzbereiche und ein akustisches Signal beim Verlassen des eingestellten Trainingsbereichs. Für eine effektive Trainingssteuerung sorgen außerdem individuell konfigurierbare Trainingsintervalle. In edlem Grau-Schwarz präsentiert sich der Forerunner 410, ein Forerunner 405CX mit optischem und technischem „Facelift“. Neben dem neuen Design gefällt er mit einer Verbesserung des berührungsempfindlichen Touchrings, dem Herzstück des Bedienkonzeptes, das jetzt deutlich präziser reagiert. Zwei seitlich angeordnete Tasten für die elementaren Funktionen Start/Stopp und Rundenzeiten/Reset ergänzen das Bedienkonzept. So können diese Funktionen auch ohne einen Blick auf die Uhr benutzt werden. Beide Neuheiten ermöglichen eine genaue Berechnung der verbrauchten Kalorien auf Basis der Herzfrequenzvariabilität. Den Forerunner 410 gibt es in zwei verschiedenen Ausführungen – mit (HR-Variante) oder ohne den neuen Textil-Herzfrequenzgurt. Die neuen Forerunner-Modelle sind ab sofort zu unverbindlichen Verkaufspreisen von 249 Euro (Forerunner 210), 349 Euro (Forerunner 410) und 399 Euro (Forerunner 410 HR) zu haben. www.garmin.de



Mit der Panasonic Lumix GH2 zur „3D Motion Tour“ Videoworkshop mit Kaiserpaar

Auf der photokina gehörte die Panasonic Lumix GH2 zu den am meisten beachteten Kameraneuheiten. Auf großes Interesse bei den Besuchern stießen vor allem die Videofunktionen. Die Lumix GH2 liefert nämlich dank ihres neuen Bildsensors und des schnellen Bildprozessors Venus Engine VI FHD nicht nur Videofilme in professioneller Full-HD-Qualität mit bis zu 50 Bildern pro Sekunde, sondern sie ist auch mit zusätzlichen Videomodi für kreative Filmaufnahmen ausgestattet.

Dass die Kamera die Leistungen bringt, die die technischen Daten erwarten lassen, bestätigte der Hamburger Werbefilmer Jan Brockmann. Er hatte bereits vor der Messe ausreichend Gelegenheit, das neue Lumix Modell im Praxiseinsatz zu testen. Aber weil PR-Sprüche das eine sind, ein Do-it-yourself unter Praxisbedingungen aber das andere, lud Panasonic unmittel-



bar nach der photokina eine Gruppe von Video- und Fotofachjournalisten zur „3D Motion Tour“ nach Wien ein. Unter der Leitung von Jan Brockmann hatte die Gruppe dort die Gelegenheit, die Möglichkeiten der Lumix GH2 unter unterschiedlichsten Bedingungen zu testen.

Als Locations hatten die Organisatoren unter anderem das Hundertwasserhaus im Zentrum von Wien, die Parkanlage des Schlosses Schönbrunn – dort traf man sogar das Kaiserpaar Sissi und Franz-Joseph –, das Marionetten-

theater Schloss Schönbrunn und die traditionsreiche Zuckerbäckerei Gerstner gewählt. Bei allen Locations galt es, die drei speziellen Videomodi (neben dem Automatikmodus) der Lumix GH2 ausführlich auszuprobieren.

Dazu gehört der manuelle Modus, der dem Filmer die Einstellung von Zeit und Blende komplett selbst überlässt. Er eignet sich zum Beispiel für schwierige Lichtsituationen, etwa die Pralinenproduktion beim Zuckerbäcker in einer Gegenlichtsituation vor einem großen, hellen Fenster. Ebenfalls integriert ist der „Cinema“-Modus. Er liefert Aufnahmen im beliebten klassischen „Kino-Look“ (1.080/24p) und lässt zum Beispiel die Aufführung der Marionettenspieler wie einen Trickfilm wirken. Die optimale Bit-Rate von 23 Mbps bildet dabei die Grundlage für die ausgezeichnete Bildqualität. Ebenfalls neu sind die variablen Bildfrequenzen bei



Zwei Motive des Workshops in Wien, die sich an dieser Stelle naturgemäß nur als Foto zeigen lassen: Vorder-, Mittel- und Hintergrund, so wie hier an einem Springbrunnen im Park des Schlosses Schönbrunn, sind ideal für den Einsatz des neuen 3D-Objektivs geeignet. Wien ohne das Kaiserpaar Sissi und Franz-Joseph ist undenkbar. So hatten auch die Workshopteilnehmer die Gelegenheit, das walzertanzende Kaiserpaar kennenzulernen und zu fotografieren. Bei diesem Motiv ging es vor allem um das Ausprobieren der Einstellungen Zeitlupe und Zeitraffer. Bei Fotos aus der Froschperspektive erwies sich der ausklappbare Monitor der Panasonic Lumix GH2 als äußerst praktisch.

der Aufnahme, die Zeitlupen- oder -raffer-Aufnahmen mit 80, 160, 200 oder 300 Prozent der Normalgeschwindigkeit ermöglichen. Sie zeigen (als Zeitlupe) beispielsweise die Eleganz des tanzenden Kaiserpaares oder (als Zeitraffer)

das neue Fisheye Lumix G 3,5/8 mm (16 mm bei Kleinbild), das neue Telezoomobjektiv Lumix G Vario 4-5,6/100-300 mm OIS (200-600 mm bei Kleinbild), externe Mikrofone und der Zoomhebel DLW ZL1, der das Zoomen während des Films deutlich erleichtert.

Dass der Händler beim Verkauf der Lumix GH2 nicht versäumen sollte, auf diesen Zoomhebel hinzuweisen, merkte man beim Filmen aus freier Hand. Aufgrund des kurzen Zoomwegs und des schwergängigen Zoomrings (im Vergleich zu Profi-Viedoobjektiven) der Lumix G Objektive sowie der kompakten und leichten Bauweise der Lumix GH2 ist es sehr schwierig, ruckel- und verwacklungsfreie Aufnahmen zu machen. Aber bekanntlich sollte beim Filmen ohnehin idealerweise ein Videostativ oder gar ein Rack benutzt werden.

Zum Zubehör für die Lumix GH2 gehören das neue 3D-Objektiv und der Zoomhebel DMW-ZL1, der weicherer Zoomen ermöglicht.



das Kommen und Gehen der Touristen am Hundertwasserhaus oder im Park des Schlosses Schönbrunn.

Dank des üppigen Zubehörs, das den Workshop-Teilnehmern zur Verfügung stand, konnten nahezu alle Filmideen umgesetzt werden. Gute Dienste leisteten vor allem

www.panasonic.de



Die verschiedenen Videomodi der Panasonic Lumix GH2 lassen sich ganz schnell über das übersichtliche Menü ansteuern.

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 360100430164565438,
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 Gräbel

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 Geschäftsbedin-
gungen 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

Bose präsentiert die **neue** LIFESTYLE® Generation: Die Home Entertainment Zukunft ist da!



Was Ihre Kunden für die Zukunft wünschen.

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

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

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



Unify™

Wie Bose schon heute diese Wünsche erfüllt.

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

Nur von Bose: Die neue Unify™ Technology integriert automatisch bis zu 6 HD Audio-/Video-Quellen. Bose Kunden kontrollieren alle Quellen und Funktionen über einfache Navigationsmenüs „on-screen“ und eine einzige, logische Fernbedienung. Schon nach wenigen Minuten

steuert jeder Nutzer zu Hause sicher durch die neuen Home Entertainment Welten.

NEU!



BOSE®
Better sound through research®

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