PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

November 2011

ISSN 1615 - 0635 • 5,– €

12. Jahrgang • 51612

http://www.pos-mail.de

„Auch wenn ich fernsehe, will ich das Programm in eigener Regie machen."

Wim Wenders

Erleben auch Sie multimediale Unterhaltung nach Ihrem eigenen Geschmack. Mit den 3D Home Cinema Systemen von Loewe. Lassen Sie sich jetzt Ihr ganz persönliches Wunsch-System entwerfen. Bei Ihrem Loewe Fachhändler oder auf **www.loewe.de**

LOEWE.

Die Deutschen werden immer älter: So hat das Statistische Bundesamt (Destatis) am 20. September in einer Pressemitteilung bekanntgegeben, dass die Lebenserwartung für die zwischen 2008 und 2010 neugeborenen Jungen 77 Jahre und sechs Monate, für neugeborene Mädchen 82 Jahre und sieben Monate beträgt. Im Vergleich zum Zeitraum 2007 bis 2009 stieg die Lebenserwartung damit für neugeborene Jungen um zwei Monate, für Mädchen um einen Monat. Aber auch ältere Menschen können sich laut Statistischem Bundesamt auf ein längeres Leben einstellen. So stieg zum Beispiel bei den zwischen 2008 und 2010 65jährigen die Lebenserwartung im Vergleich zur Periode 2007 bis 2009 um jeweils einen Monat. Dafür, dass die Menschen immer länger leben, sieht Ursula Lehr vom Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung verschiedene Gründe. Allen voran sei dabei der medizinische Fortschritt zu nennen.

Er habe unter anderem die einst hohe Säuglings- und Müttersterblichkeit deutlich reduziert. Aber auch der Rückgang körperlich belastender Berufe und vor allem der gesundheitsbewusstere Lebensstil mit besserer Hygiene und Ernährung, mit Wissen um die Bedeutung von Sport, körperlicher und geistiger Aktivität, würden ihren Teil zu einem längeren Leben beitragen.

In Kombination mit den weiterhin rückläufigen Geburtenziffern wird damit ein seit Jahrzehnten zu beobachtender Trend fortgesetzt: Der Altersquotient 65 der Bevölkerung (das ist der Anteil der über 65jährigen je 100 Personen im Alter von 15 bis 64 Jahren) wird langfristig steigen. Lag er nach Angaben des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung im Jahr 2007 bei 26,8, so wird er auf 39,3 im Jahre 2025 und auf 55,8 im Jahre 2050 ansteigen.

Die Entwicklung hin zu einer immer älter werdenden Gesellschaft sagte auch das Destatis in einer Pressemitteilung vom November 2009 voraus. Dort hieß es: „Heute sind 20 Prozent der

mottoii

Toshiba Partnerprogramm

mottoii

Toshiba Partnerprogramm

EDITORIAL

Media Markt ohne Irrsinn?

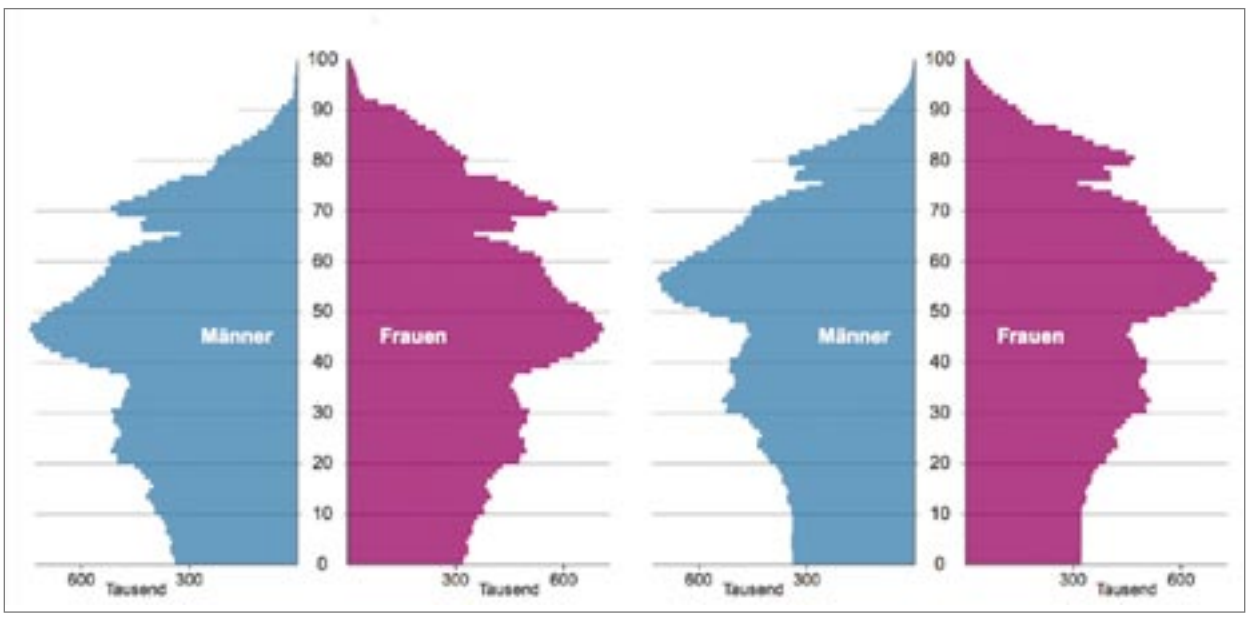
Seit dem 1. Oktober hat Media Markt eine neue Werbestrategie, die, so das Unternehmen in einer bemerkenswerten Pressemitteilung, „Das Ende des Preis-Irrsinns“ erklärt. Zu so viel Selbsterkenntnis kann man dem neuen MSH-Chef Horst Norberg nur gratulieren. Mal ehrlich: Wer hätte sich schon getraut, der größten deutschen Elektrofachmarktkette öffentlich „Irrsinn“ zu attestieren? Man hätte ja eine Beleidigungsklage fürchten müssen. Dass Media Markt in derselben Pressemitteilung auch die Überzeugung ausdrückt, dass die Kunden von Rabattaktionen „die Nase voll“ haben, wirft allerdings die Frage auf, warum diese Erkenntnis so spät kommt.

Anstelle des Irrsinns will Media Markt in Zukunft den „täglich klarsten Preis“ garantieren. Dafür sollen die Geschäftsführer vor Ort jeden Tag ihre Preise mit allen maßgeblichen Online- und Offline-Wettbewerbern vergleichen und sie gegebenenfalls sofort ändern, damit die Kunden „dauerhaft einen klaren, fairen und marktgerechten Preis“ erhalten – wie auch immer man den definieren mag.

Bei der begleitenden Werbekampagne verabschiedet sich Media Markt zunächst von den wöchentlichen Flyern im Tischdeckenformat. Lediglich zum Auftakt gab es ein solches Druckwerk – wer daraus erkannt hat, worum es geht, muss ein echter Experte sein. Zusätzlich investierte Media Markt in einen aufwendigen Film zum Thema Preis-Irrsinn, von dem man hoffen darf, dass ihn wenigstens die neue Agentur Ogilvy & Mather verstanden hat. Deren CEO Thomas Strerath will jedenfalls die von Horst Norberg angekündigte „Preis- und Kostenführerschaft“ durch „Kommunikationsführerschaft“ ergänzen.

Dazu muss man aber noch üben. Denn die Pressemitteilung zur neuen Strategie liest sich, als ob sie der Praktikant geschrieben hätte. So glänzte zum Beispiel Marketinggeschäftsführer Karsten Kühn mit der Aussage: „Der Kunde ist sich weltweit einig, dass er nicht nach Vertriebskanälen unterscheidet.“ Ich war mir sofort einig, dass das Unsinn ist und hoffe, dass derselbe Praktikant nicht auch die Werbestrategie entwickelt hat. Denn leider gilt: Wenn eine führende Fachmarktkette die Konsumenten verwirrt, schadet das der ganzen Branche. Darum sollte Media Markt sich lieber selbst beim Wort nehmen: Klare Ansage, bitte.

Thomas Blömer



In Deutschland verschiebt sich das Durchschnittsalter immer weiter nach oben. Allein von 2010 (links) bis 2020 (rechts) wird die Zahl der Senioren merklich steigen. (Quelle: Statistisches Bundesamt/12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung)

Bevölkerung 65 Jahre oder älter.“ Bereits in den kommenden beiden Jahrzehnten werde der Anteil älterer Menschen deutlich steigen. „Im Jahr 2060 wird dann jeder Dritte mindestens 65 Lebensjahre durchlebt haben – jeder Siebte wird sogar 80 Jahre oder älter sein“, so der Präsident des Statistischen Bundesamtes (Destatis), Roderich Egeler, im Rahmen einer Pressekonferenz zur 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung. Besonders stark wird die Zahl der 65jährigen und Älteren demnach nach 2020 ansteigen, weil dann die geburtenstarken Jahrgänge in dieses Alter kommen. Gleichzeitig wird die Gruppe der Menschen im Erwerbsalter von 20 bis 64 Jahren deutlich kleiner: Betrug diese im Jahr 2009 etwa 50 Millionen, so werden es nach Destatis-Schätzungen im Jahr 2060, je nach Ausmaß der angenommenen Zuwanderung, bis zu 34 Prozent weniger sein.

Selbständig bleiben

Die anfangs genannten Gründe sorgen jedoch nicht nur dafür, dass die Gesellschaft insgesamt älter wird, sondern auch dafür, dass die Menschen länger gesund bleiben. „75jährige sind heute nicht zwangsläufig pflegebedürftig“, meint Lehr. Das hat zur Folge, dass die meisten Menschen auch im Alter noch im eigenen Haushalt leben wollen. Die Mehrheit der Älteren ab 65 Jahren konnte dies nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 2009 auch tun. Nur wenige (drei Prozent) wollten oder konnten sich nicht mehr in den eigenen vier Wänden selbständig versorgen und lebten in Alten- oder Pflegeheimen oder anderen Gemeinschaftseinrichtungen.

Bei den alleinlebenden Senioren wächst das Bedürfnis nach Telekommunikation, denn weniger als jeder zehnte Senior (acht Prozent) lebte 2009 mit Familienmitgliedern anderer Generationen unter einem Dach. Vor zwanzig Jahren waren dies noch 13 Prozent. Bei den wenigen Mehrgenerationenhaushalten handelte es sich fast ausschließlich um Zweigenerationenhaushalte: 2009 lebten sieben Prozent der Senioren mit einer weiteren Generation zusammen in einem Haushalt (1991: zehn Prozent). Und nur ein Prozent (1919: drei Prozent) der Frauen und Männer ab 65 Jahren lebte 2009 in Haushalten mit drei und mehr Generationen, also zum Beispiel gemeinsam mit Kindern und Enkeln.

Besondere Bedürfnisse

Obwohl, wie bereits erwähnt, ältere Menschen heutzutage deutlich länger gesund sind und auf eigenen Füßen stehen können, lässt sich nicht bestreiten, dass sich aufgrund des Alters oder einer Behinderung gewisse Bewegungsabläufe und motorische Fähigkeiten verschlechtern, die zur Bedienung von handelsüblichen Mobiltelefonen benötigt werden. Hinzu kommt oftmals eine verringerte Sehschärfe mit eingeschränktem Gesichtsfeld oder Gesichtsfeldausfällen. Auch das Hörvermögen ist häufig eingeschränkt.

Daraus ergeben sich bestimmte altersspezifische Anforderungen, die Senioren an Mobiltelefone stellen.

- Eingeschränkte Sehkraft bzw.

Neue Handys speziell für Senioren: Das Panasonic KX-TU311 (links und Mitte) wird mit weißem oder schwarzem Gehäuse (die Ladeschale hat die passende Farbe) angeboten, das Panasonic KX-TU301/rechts) gibt es nur in der Farbe Schwarz.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

ein eingeschränktes Gesichtsfeld erfordern ein großes, kontrastreiches und helles Display, das aus allen Winkeln gut lesbar und nicht mit Icons und Funktionsanzeigen überladen ist.

• Eingeschränkte Motorik erfordert Mobiltelefone mit nur wenigen, großen Tasten mit deutlicher Rückmeldung. Der Tastenabstand muss ausreichend groß sein. Außerdem sollten die Geräte weitgehend robust und unempfindlich gegen Stöße, Staub und Spritzwasser sein.

• Eingeschränktes Hörvermögen erfordert unter anderem ein Angebot an (lauten) Klingeltönen mit nicht zu hohen Frequenzen und die Möglichkeit, Sprache lauter zu empfangen als bei Handys üblich. Idealerweise sollten auch Hörgeräteträger Seniorenhandys problemlos nutzen können.

Panasonics Lösung

Rund fünf Jahre, nachdem Panasonic sich außerhalb Japans aus dem Handymarkt zurückgezogen hatte, hat das Unternehmen mit den Modellen KX-TU301 und KX-TU311 zwei Mobilfunk-Neuheiten vorgestellt, die speziell auf die Bedürfnisse älterer Menschen zugeschnitten wurden. Bei beiden Modellen handelt es sich um GSM Dual-Band-Geräte. Sie zeichnen sich unter anderem durch ein ergonomisches Design mit abgerundeten Kanten sowie ihre einfache und intuitive Bedienbarkeit aus.

Zur einfachen Handhabung tragen vor allem die großen, hell beleuchteten und leicht ablesbaren TFT-Farbdisplays sowie die großen Tasten bei, die sich dank ihrer wellenförmigen Erhebung leicht drücken lassen. Mit diesen Eigenschaften sorgt Panasonic für beste Handhabung und lange, entspannte Unterhaltungen. Zusätzlich zu allen wichtigen Funktionen eines klassischen Mobiltelefons bieten die Geräte eine LED-Taschenlampe, eine Notruftaste, eine Ansage der gewählten Rufnummer und Hörgerätekom-

Für die Vermarktung der Geräte am Point of Sale stehen dem Handel unter anderem Flyer zur Verfügung, die optisch auf die Zielgruppe hinweisen.

Wichtige Verkaufsargumente für das Panasonic KX-TU301

PoS-MAIL INHALT

UE-Aktuell ... 6

Termine ... 6

Satellitentechnik ... 8

Samsung Smart TV im Weihnachtsgeschäft ... 9

Sky Deutschland und Microsoft starten Zusammenarbeit – Sky Go für die Xbox 360 ... 10

Metz Manufakturlinie macht Fernsehen individuell – TV nach Maß ... 11

Aktuelle Umsatz-Ideen für's Weihnachtsgeschäft ... 12, 13

expert Hauptversammlung 2011: Jubiläum wirft Schatten voraus ... 14

UE-Neuheiten ... 14

Neue Bose Soundsysteme für unterwegs und zu Hause – Ganz einfach guter Ton ... 15

Navigation ... 18

HTC Smartphones sprechen unterschiedliche Zielgruppen an: Sechs Geräte fürs Jahresendgeschäft ... 19

TK-Nachrichten ... 20

Herweck vor Ort in Lünen ... 20

Roadshow zeigt aktuelle Trends in der TK-Vermarktung: Brodos AG im Borussia Park ... 21

TK-Neuheiten ... 22

Wagners Welt ... 23

PoS-MAIL online: Ihr aktuelles Update ... 23

Impressum ... 23

„Wir werden die Fachwelt zum Staunen bringen“

Anlässlich der Vorstellung der beiden Seniorenhandys Panasonic KX-TU301 und KX-TU311 sprach PoS-MAIL mit Gernot Teufel, Director Telecommunication Group Panasonic Europe, über die Hintergründe der Markteinführung der Neuheiten.

PoS-MAIL: Herr Teufel, 1998 hat Panasonic mit dem G600 sein erstes Mobiltelefon vorgestellt. Bis zum Jahr 2006 folgten diesem Modell über 40 weitere Geräte. Dann ist Panasonic aus dem Handymarkt ausgestiegen. Warum kehrt das Unternehmen gerade jetzt wieder in den Mobilfunkmarkt zurück?

Gernot Teufel: In Japan ist Panasonic aus dem Mobiltelefongeschäft nie ausgestiegen, wir sind also mit unseren Modellen nach wie vor auf dem aktuellen Stand der Technik. Nun ist es an der Zeit, wieder global tätig zu werden. Wir werden künftig wieder in weitere Regionen investieren – auch in Deutschland.

PoS-MAIL: Wie ernst ist für Panasonic dieser Wiedereinstieg, und inwieweit nutzt Panasonic die im Konzern bestehende Kompetenz des Festnetz-Bereiches und anderer Geschäftsbereiche, um Mobiltelefone zu entwickeln, zu bauen und zu vermarkten?

Gernot Teufel: Die Geschäftsbereiche Panasonic Mobile Communication und Panasonic System Networks arbeiten künftig gemeinsam, auch bei Forschung und Entwicklung, um eigenständig zukunftsweisende Produkte zu entwickeln. Dass wir dabei auf unsere Expertise im DECT-Markt zurückgreifen können, kommt Modellen wie den beiden Seniorentelefonen zugute. Bei solchen Modellen wird es aber nicht bleiben.

PoS-MAIL: Die beiden Neuheiten richten sich vor allem an ältere Nutzer. Warum fokussieren Sie sich beim Wiedereinstieg gerade auf diese Zielgruppe, und warum eignen sich die beiden Geräte besonders für diese Zielgruppe?

Gernot Teufel: Panasonic hat in Europa als Marke bei schnurlosen Telefonen einen hohen Bekanntheitsgrad. Speziell die ältere Zielgruppe kauft laut unseren Statistiken gerne unsere DECT-Telefone. Die Entwicklung der beiden Seniorenhandys erlaubt es uns, Synergien zu den Festnetzmodellen zu nutzen. Gleichzeitig bietet die Ähnlichkeit der Menüstruktur und der Bedienung gerade dieser Zielgruppe einen Mehrwert: Ein einfaches, bereits vom Festnetz bekanntes Bedienkonzept erleichtert den Umgang mit dem Mobiltelefon. Und auch die Ausstattung ist speziell für ältere Menschen konzipiert. Wir haben nur Funktionen eingebaut, die eine Hilfe im Alltag darstellen. Alles, was die Bedienung verkomplizieren könnte, haben wir bewusst weggelassen. Das Ergebnis ähnelt daher einem zielgruppengerecht ausgestatteten DECT-Telefon.

PoS-MAIL: Panasonic benutzt die Produktbezeichnung KX-... auch für seine DECT-Telefone und professionellen Telefonanlagen. Besteht da nicht die Gefahr, dass es gerade in der gewünschten Zielgruppe zu Verwechslungen kommt?

Gernot Teufel,
Director Telecommunication Group Panasonic Europe

Gernot Teufel: Die Gefahr sehe ich nicht, weil die Handys den Zusatz „EasyUse Mobile Phone“ tragen. Das sollte mögliche Missverständnisse ausschließen.

PoS-MAIL: Wie sieht Ihre Vermarktungsstrategie für Deutschland aus? In welchen Kanälen wird das Gerät zu finden sein, über welche Händler wird es verkauft?

Gernot Teufel: Wir vermarkten die Handys in Deutschland über die Elektrofachmärkte sowie über kooperierte und freie Fachhändler. Die klassischen Telekommunikationsdistributoren und Kooperationszentralen übernehmen die Verteilung der Ware.

PoS-MAIL: Wie sieht die Unterstützung des Handels mit PoS-Materialien, Schulungen, Promotions etc. aus?

Gernot Teufel: Wir werden am PoS mit Flyern, Give Aways und Promotoren auf unsere Geräte aufmerksam machen. Konkreteres kann ich Ihnen dazu aber erst nach Abschluss der Planungsphase sagen.

PoS-MAIL: Sieht man sich Design und Ausstattung der beiden Neuheiten an, scheint – mit Verlaub – das Wort „altbacken“ angemessen zu sein. Andere Panasonic Geräte, etwa aus Consumer Electronics oder Imaging, sind hier deutlich dichter an aktuellen Trends oder setzen diese sogar. Wie sieht die Mobilfunkstrategie Panasonics hinsichtlich des Einsatzes von State-of-the-Art-Technologien aus?

Gernot Teufel: Das Design der beiden Neuheiten ist zielgruppengerecht und strikt bedarfsorientiert – hier richtet sich die Form nach der Funktion. Panasonic hat in anderen Produktbereichen bereits ein Bewusstsein dafür bewiesen, dass Design und Technik eines Gerätes wichtig sind. Es ist jetzt noch zu früh, um aus dem Nähkästchen zu plaudern, aber seien Sie versichert, dass wir uns der Wichtigkeit eines großartigen Designs vollkommen bewusst sind. Ab Februar/März 2012 werden wir die Fachwelt zum Staunen bringen – Sie werden sehen.

PoS-MAIL: Zu den Megatrends im CE- und ITK-Markt gehören derzeit Energiesparen und Ressourcenschonung. Wie wichtig sind diese Themen bei der Produktion und Vermarktung der beiden neuen Seniorenhandys?

Gernot Teufel: Panasonic hat es sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2018 das führende Unternehmen für grüne Innovationen weltweit zu werden. Dies ist nur möglich, wenn wir in allen Belangen und in allen Produktbereichen auf Energieeinsparung achten. Unsere unternehmensweite Eco Ideas-Strategie basiert auf der energiebewussten Herstellung ressourcenschonender Produkte. Auch die Mobiltelefon-Sparte ist davon nicht ausgenommen. Gerade in diesem Bereich sind die Folgen für den Kunden besonders augenfällig: Dank energiesparender Technik bieten unsere Telefone besonders lange Stand-by- und Gesprächszeiten.

PoS-MAIL: Herr Teufel, vielen Dank für das Gespräch.

patibilität. Das Premiummodell KX-TU311 ist darüber hinaus mit einem 4,9 cm Breitbild-Display mit sehr gut lesbaren Schriftgrößen und Bluetooth ausgestattet. Die Geräte sind stoßgeschützt und überstehen Stürze aus einer Höhe bis zu 1,5 m unbeschadet. Die kompakten Modelle lassen sich einfach in Hosen- oder Handtaschen verstauen. Dank ihrer abgerundeten Kanten passen sie sich zudem optimal an die Handflächen an und sorgen für einen sicheren Griff.

„Panasonic war schon immer daran gelegen, seinen Kunden moderne und nützliche Lösungen anzubieten“, sagt Gernot Teufel, Director Telecommunication Group Panasonic Europe. „Mit den neuen Mobiltelefonen KX-TU301 und KX-TU311 bedient Panasonic als Spezialist für Schnurlostelefone auch die wachsende Zahl älterer Kunden, die einen besonderen Bedarf an einfach zu bedienenden Geräten haben.“

Auf den scharfen TFT-Farbdisplays heben sich die Ziffern besonders gut ab und sind dank hohem Kontrast optimal lesbar. Daneben sorgt die Tastatur der beiden Panasonic Geräte für einfache Nutzbarkeit: Die großen Tasten sind beleuchtet. Ihre Form erleichtert das Tippen der Zahlen, denn die untere Kante der Tasten steht etwas hervor und kann somit leicht erkannt werden. Eine Vier-Wege-Navigationstaste ermöglicht zudem die komfortable und schnelle Steuerung. Funktionen wie Regelung der Lautstärke, Freisprecheinrichtung und die LED-Taschenlampe werden über separate Tasten direkt gewählt.

Dank der abgerundeten Kanten liegen die neuen Seniorenhandys gut in der Hand. Notrufe können über eine spezielle Taste an der Geräterückseite ausgelöst werden.

Beide Geräte bieten eine Freisprecheinrichtung, die es ermöglicht, in jeder Situation freihändig zu telefonieren. Dazu muss das Gerät in die mitgelieferte Ladeschale gesetzt werden. Eine weitere hilfreiche Funktion ist die Rufnummernansage, die die eingegebene Telefonnummer zur Überprüfung vor der Anwahl noch einmal wiederholt. Die Telefone bieten zudem die Möglichkeit eines Hilferufs: Im Notfall wählt das Telefon bei Druck auf eine leicht erreichbare rote Taste auf der Rückseite bis zu fünf zuvor gespeicherte Notfallrufnummern und schickt eine SMS. Dieser Vorgang dauert an, bis einer der Kontakte den Anruf beantwortet.

Beide Mobiltelefone lassen sich auch von Hörgeräteträgern benutzen. Möglich ist dies dank einer Funktion, die störende Interferenzen unterbindet. Dabei wird der Ton direkt in das Hörgerät übertragen, so dass die Unterhaltung klar und verständlich bleibt. Ein digitaler Frequenzequalizer hebt den Hochtonbereich zusätzlich an, da mit zunehmendem Alter höhere Töne häufig schlechter wahrgenommen werden. Außerdem kann die Lautstärke insgesamt höher eingestellt werden als bei üblichen Telefonen.

Getreu der Panasonic Philosophie und den Eco Ideas des Unternehmens sind beide Modelle frei von Blei und anderen umweltschädigenden Chemikalien.

Beide Geräte sind ab sofort zu haben. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten: 79,90 Euro (KX-TU301) bzw. 99,90 Euro. www.panasonic.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

DIESE ANZEIGE IST ZU FLACH FÜR PHILIPS 3D.

Erleben Sie das Gefühl von echter Tiefe!
Mit Europas bestem 3D-Fernseher 2011–2012.

Genießen Sie das beste Philips 3D-Erlebnis aller Zeiten! Philips 3D-Fernseher ermöglichen eine neue Dimension von 3D-Tiefe, welche die Grenze zur Wirklichkeit nahezu aufhebt. Ab sofort können Sie alle 2D-Inhalte in 3D wandeln. Das einzigartige 3D-Max bietet Ihnen unterschiedlich starke 3D-Effekte – entscheiden Sie selbst, welche 3D-Darstellung für Sie die beste ist. Und der neue Moth Eye Filter und 1200 Hz Perfect Motion Rate bieten optimale Bildqualität in 2D und 3D. Nicht umsonst wurde der Philips 46PFL9706 mit 3D-Max und Ambilight mit dem EISA Award als Europas bester 3D-Fernseher 2011–2012 ausgezeichnet.

EISA AWARD Best Product 2011-2012 3D TV Philips 46PFL9706

3D MAX

Mehr Informationen auf philips.de/tv

Sehen und erleben Sie mehr – mit Philips 3D.

PHILIPS
sense and simplicity

UE PoS Aktuell

Sicherheits-Check für einige Sony Bravia LCD-TVs

Sony meldet, dass das Unternehmen auf ein mögliches Problem bei einigen wenigen Bravia LCD-Fernsehgeräten, erhältlich in Europa seit Juni 2007, aufmerksam gemacht worden ist. Die Modellnummern sind die folgenden:
KDL-40D3400, KDL-40D3500, KDL-40D3550, KDL-40D3660, KDL-40V3000, KDL-40W3000, KDL-40X3000, KDL-40X3500.
„Wir sind auf das Problem durch Berichte in Japan aufmerksam geworden, in denen beschrieben wird, dass einige wenige Geräte über ein Bauteil mit möglichem Qualitätsmangel verfügen. Unter bestimmten Umständen kann es möglich sein, dass sich dieses Geräteteil überhitzt, innerhalb des Fernsehgerätes entzündet und gegebenenfalls die obere Abdeckung des Fernsehgerätes zum Schmelzen bringt“, heißt es seitens Sony. Bis zum jetzigen Zeitpunkt sind dem Unternehmen keine Berichte über Beschädigungen anderer Gegenstände oder über Verletzungen bekannt. Im Rahmen des Kundenservices und als Vorsichtsmaßnahme startet Sony jedoch auf freiwilliger Basis ein Programm, bei dem Endanwender kostenlos die oben genannten Produkte überprüfen und, wenn notwendig, reparieren lassen können. Besitzer eines der oben genannten Produkte können sich an das nächstgelegene Servicecenter wenden, um eine Überprüfung ihres Bravia-Fernsehgerätes zu veranlassen. Im Anschluss an die Meldung wird ein Servicemitarbeiter von Sony die Endkunden umgehend besuchen und das Fernsehgerät überprüfen. Sollte das Gerät über das betroffene Bauteil verfügen, wird so schnell wie möglich eine Reparatur veranlasst.

www.sony.de

D-Link schickt Boxee Box on Tour

D-Link, Netzwerkexperte für das digitale Zuhause, treibt sein Engagement für die zunehmende Verschmelzung von Internet und TV in privaten Haushalten weiter voran. So beteiligt sich das Unternehmen an einer von Intel und der Euronics Deutschland eG ins Leben gerufenen Smart TV Kampagne, die am 17. Oktober deutschlandweit startete. Unter dem Motto „Seeing is believing“ werden ausgewählte Euronics Fachhändler im Rahmen der Kampagne einen Tag lang zum Thema Smart TV geschult. Im Anschluss finden in den lokalen Ladengeschäften individuelle Endkunden-Promotionen statt. Mit von der Partie ist die D-Link Boxee Box, die – basierend auf einem Intel Atom CE4100 Prozessor – das Potential der richtungsweisenden Smart TV Technologie aufzeigt. Der schicke Würfel veranschaulicht, wie sich eine Smart TV Lösung mit einer externen Box zum Nachrüsten realisieren lässt. Die fünfwöchige deutschlandweite Roadshow in insgesamt über 70 Euronics Geschäften läuft vom 17. Oktober bis zum 11. November 2011. Nähere Informationen sowie die Tourdaten finden Interessierte unter www.dlink.de/boxeebox

www.dlink.de

Sharp auf Reisen mit rollendem Fanlabor

Wie emotional sind Fußball-Fans, wenn es um die wichtigste Nebensache der Welt geht? Im Rahmen seines Sponsoring-Engagements zur UEFA Euro 2012 startet Sharp ein Fan-Forschungsprojekt und schickt ein rollendes Fanlabor auf Reisen, um mehr über die europäische Fankultur zu erfahren.
„Wir wollen die Fans besser verstehen, ihre Begeisterung und Leidenschaft ergründen. Deshalb haben wir die Sharp FanLabs entwickelt. Sie sind unser Beitrag zur europäischen Fußballkultur und vereinen Sharp und Fußball auf perfekte Weise: Hier kommen Sport und Technologie zusammen, hier treffen sich Wissenschaft und Leidenschaft. Die Sharp FanLabs liefern uns bislang nicht dagewesene Einblicke und Erkenntnisse über Fußball-Fans in ganz Europa. Über Rivalitäten, Hoffnungen, Einschätzungen, Neckereien und Emotionen“, sagt Paul Molyneux, CEO von Sharp Electronics Europe. Im Mittelpunkt des Projekts steht mit dem FanLab Truck ein mobiles Labor, das die Möglichkeit bietet, die Emotionen der Fans zu messen. Insgesamt stehen dort 16 Plätze für die biometrische Analyse zur Verfügung, um einen tieferen Einblick in die Gefühlswelt der Fans während des Spiels zu erlangen. Bis Juni 2012 ist der FanLab Truck in Europa auf Tour, bevor er zur Endrunde in den Fan Zone Parks in der Ukraine und Polen eintrifft. „Durch den Einsatz von neurowissenschaftlichen Techniken und Biometrie sowie mit spielerischen Befragungen ermitteln wir mit dem FanLab Projekt die Leidenschaft der Fans, den sogenannten Fan Passion Score. Er setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen und ermöglicht völlig neue Einblicke und Informationen über das Engagement der Fans und die unterschiedlichen Mentalitäten in Europa“, erklärt Molyneux weiter. Die FanLabs Plattform www.sharpfanlabs.com bietet allen interessierten Fußballbegeisterten die Möglichkeit, sich aktiv an dem Fanprojekt zu beteiligen und ein eigenes Fanprofil einzurichten. Fans können anhand weniger Fragen ihren persönlichen Passion Score ermitteln, ihn mit ihren Freunden teilen und durch Umfragen auf der Website und mobile Applikationen für Smartphones weiterentwikkeln. Gemeinsam mit den über die Plattform gewonnenen Erkenntnissen aus den biometrischen Analysen bietet sich so die einzigartige Möglichkeit eines europäischen Fanvergleiches.

www.sharp.de

Marantz bietet bis Jahresende kostenloses AirPlay-Update

Musik frei im Raum verfügbar machen, hoher Bedienkomfort vom iPhone oder iPad, das ist es, was der Nutzer von Netzwerk-Audiogeräten zu schätzen weiß. AirPlay ist der Schlüssel zu diesem Musikvergnügen. Marantz setzt die Musik von Ihrem iPod nun frei und verschenkt für einen limitierten Zeitraum (bis 31.12.2011) an alle aktuellen und zukünftigen Kunden das notwendige AirPlay-Update. AirPlay ermöglicht das Streaming von Musik aus iTunes-Bibliotheken von einem Computer – aber auch direkt von einem iPad, iPhone oder iPod touch – zu den netzwerkfähigen Komponenten von Marantz. Diese umfassen den NA7004 Network Audio-Player, die AV-Vorstufe AV7005, das M-CR603 System sowie den SR7005 AV-Receiver. Die Anwender können nach dem optionalen Update ihre iTunes-Sammlung auf ganz neue Art erfahren. Genießen Sie nicht nur die Möglichkeit, kabellos frei im Raum zu agieren und zum Beispiel Apple Lossless-Formate bis zu einer Auflösung von 16 Bit/44,1 kHz in CD-Qualität zu übertragen, egal ob von einem PC oder Mac im ganzen Haus. Darüber hinaus steht auch der Zugang zu Hintergrundinformationen zum Interpreten oder Album zur Verfügung sowie die Anzeige von Titel-Laufzeit und Cover-Art. Selbst die Nutzeroberfläche von Napster kann mittels iPhone oder iPad über AirPlay die Playlisten an die Marantz-Geräte übertragen. Die kürzlich eingeführten Marantz Netzwerk-AV-Receiver verfügen bereits ab Werk über AirPlay und brauchen nicht mit einem Update versehen zu werden.

www.marantz.de

Loewe mit neuem Technikvorstand

Dr. Detlef Teichner (57) wird im Vorstand der Loewe AG zum 1. Dezember 2011 die Verantwortung für das Ressort Technik mit den Bereichen Entwicklung, Produktion/Supply Chain Management sowie Einkauf und Logistik übernehmen. Er wurde als Nachfolger für Gerhard Schaas (60) in den Vorstand berufen, der zum Jahresende in den Ruhestand wechseln wird. Dr. Detlef Teichner kommt von der Continental Automotive GmbH, Wetzlar, zu Loewe. Er war hier verantwortlich für die weltweite Entwicklungsleitung in der Business Unit Infotainment & Connectivity in der Interior Division. Dort führte er über 1.600 Entwicklungsingenieure. Vorher war er u. a. Chief Technology Officer (CTO) bei der Harman Becker Automotive Systems, Karlsbad, und der Harman Consumer Electronics, JBL Inc., Nothridge CA, USA. Gerhard Schaas steht dem Unternehmen als Vertreter in einzelnen Gremien und Verbänden weiterhin zur Verfügung.

Dr. Detlef Teichner

www.loewe.de

Euronics feiert Eröffnung des 100. XXL Marktes

Euronics lässt die Korken knallen: Zur Eröffnung des 100. XXL Marktes bringen sich die Fachmarktbetreiber von Deutschlands größter Verbundgruppe für Consumer Electronics derzeit bundesweit in Stellung. „100 Mal Euronics XXL in Deutschland – das darf gefeiert werden“, so Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG. Um die Erfolgsgeschichte des Fachmarkt-Konzepts gebührend zu feiern, unterstützt die Euronics Zentrale in Ditzingen ihre „XXLer“ mit einer Beilage im XXL-Panorama-Format, Eventvorschlägen und vielen humorvollen „Guerilla“-Marketing-Ideen. „Mit Euronics XXL haben wir ein überzeugendes Konzept entwickelt, das den speziellen Bedürfnissen unserer Fachhändler nachkommt. In den vergangenen Jahren sind bei uns viele Fachmärkte hinzugekommen – zum einen durch Neugründungen oder die Eröffnung weiterer Filialen, zum anderen durch den Beitritt neuer Fachmarktbetreiber, die aufgrund der Attraktivität der Marke Euronics und unserer bewährten Konzepte künftig mit uns Standorte entwickeln wollen“, so Kober.

www.euronics.de

Francis Ford Coppola stattet Hotel Palazzo Margherita mit Loewe Fernsehgeräten aus

Der gefeierte Filmregisseur Francis Ford Coppola (Der Pate I-III, Apocalypse Now, Bram Stokers Dracula) ließ kürzlich im historischen Stadtkern von Bernalda, der Heimatstadt seines Großvaters Agostino in der italienischen Region Basilicata, den Palazzo Margherita renovieren und als 5-Sterne Boutique-Hotel einrichten. Um den Gästen größtmöglichen Komfort und beste Unterhaltung bieten zu können, entschied sich Coppola für die Installation von Loewe TV-Geräten in den neun Suiten. Das exklusive Design des Individual Compose ermöglicht eine Fülle maßgeschneiderter, individueller Lösungen – von der Farbauswahl über die Materialität bis hin zu diversen Aufstelllösungen. Das Gerät bietet perfekte Bilder auf dem 400 Hz Full-HD LED-Bildschirm mit realistischer 3D-Darstellung, die den Zuschauer mitten ins Ge-schehen versetzt, sowie einen integrierten DVB-T- und DVB-S-Tuner, um alle verfügbaren Fernsehprogramme komplett in HD empfangen zu können.
Das TV-Gerät umfasst außerdem eine 500-GB-Festplatte zum Aufnehmen von Videoinhalten. Das exklusive multimediale Loewe MediaPortal mit Loewe MediaNet ermöglicht das Surfen im Web und stellt über 500 Apps bereit. Und nicht zu vergessen: die einzigartige Tonqualität mit 80 Watt Musikleistung.

www.loewe.de

Toshiba stattet Airport-Lounge des Münchner Flughafens mit Designer-TVs aus

Ab sofort bietet der Münchner Flughafen Reisenden exklusiven Komfort für gehobene Bedürfnisse bei Ankunft und Abflug. Für die hohe Funktionalität sowie modernste technische Ausstattung der VIP-Lounge haben die Betreiber unter anderem High-End-Fernseher der LED-TV-Serien WL768 und VL748 von Toshiba integriert. Die TVs sind in Kooperation mit dem Design-Studio Jacob Jensen Design entstanden. Als technische Voraussetzung für die Auswahl der Geräte galt ein DVB-S-Anschluss, der ein auf internationale Besucher abgestimmtes, vielfältiges Programmangebot ermöglicht. Sowohl die VL748- als auch die WL768-Serie verfügen serienmäßig über diesen Tuner. Eine zusätzliche Bedingung für Installationen im öffentlichen Bereich ist es, Unbefugten den Zugriff auf alle TV-Einstellungen und Senderlisten zu verwehren: Von Vorteil ist hier der integrierte Hotel Mode der Toshiba TV-Modelle, der keine widerrechtliche Bedienung zulässt.

www.toshiba.de

Branchen-Termine November bis Dezember 2011

1.11.	**Wertgarantie RegioTreff,** Berlin Über 181 RegioTreffs mit mehr als 2.600 Teilnehmern führen die Wertegarantie Regionalleiter und Regionalbetreuer jedes Jahr bundesweit durch. www.wertgarantie.de
2.11	**Wertgarantie RegioTreff,** Kelsterbach
2.11	**Grundig Herbstroadshow,** Hamburg
4.11	**Wertgarantie RegioTreff,** Eppelborn
5.– 6.11	**Grundig Herbstroadshow,** Berlin
10.11	**ZVEI-Seminar „Analoge und digitale Videotechnik“,** Frankfurt/Main
19. – 20.11.	**High End on Tour**, Neuss Die High End ist zu Gast im Commundo-Kongress in Neuss / Düsseldorf. In dieser Lokalität werden die interessierten Besucher des Rheinlandes die Möglichkeit haben, interessante Marken rund um das Thema High-End Audio zu erleben. www.highendsociety.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Hier geht selbst den hellsten Köpfen ein Licht auf.

Der jährliche Treffpunkt für Innovationen und Innovatoren.
Und Vegas strahlt vier Tage lang noch heller als sonst.

2012 International CES®
THE GLOBAL STAGE FOR INNOVATION

PRODUCED BY CEA®

Dienstag, 10. Januar bis Freitag, 13. Januar 2012
Las Vegas, Nevada, USA. CEWweb.org

JETZT ANMELDEN

SAT

Ende September startete der Eutelsat Satellit Atlantic Bird 7 in internationalen Gewässern mit einer Zenit-3SL Rakete von einer im Pazifischen Ozean positionierten Odyssey Startplattform.

Eutelsat bringt innerhalb weniger Wochen zwei neue Satelliten erfolgreich in den Orbit

Eutelsat hat innerhalb weniger Wochen zwei erfolgreiche Raketenstarts gemeldet: Ende September wurde der Satellit Atlantic Bird 7 in internationalen Gewässern mit einer Zenit-3SL Rakete von der Sea Launch AG von einer im Pazifischen Ozean positionierten Odyssey Startplattform aus in den Orbit befördert. Mitte Oktober folgte mit der Trägerrakete des Typs Long March 3B vom Xichang Satellite Launch Centre in China ein weiterer Eutelsat Satellit.

Nach einer Flugzeit von einer Stunde und sieben Minuten trennte sich der Satellit Atlantic Bird 7 im geosynchronen Transferorbit von der Zenit-3SL Trägerrakete. Eutelsat nahm dann innerhalb von drei Stunden über den eigenen Teleport in Rambouillet die Solarsegel in den partiellen Betrieb.

Atlantic Bird 7 durchlief anschließend eine Reihe von Tests im Orbit und wurde dann in der zweiten Oktoberhälfte auf die Position 7° West gestellt. Dort soll der Satellit die vom an dieser Stelle positionierten Eutelsat-Satelliten Atlantic Bird 4A übertragenen 370 TV-Programme in SD- und HD-Qualität übernehmen. Mit bis zu 50 Transpondern, elf mehr als Atlantic Bird 4A, eröffnen sich neue Geschäftsgelegenheiten in Märkten mit hohem Wachstum.

Auch der neue Satellit W3C wurde problemlos ins All befördert. Seine Sonnensegel gingen drei Stunden, nachdem sich der Satellit von der Trägerrakete trennte, in den partiellen Betrieb. Es folgte über einen Zeitraum von zehn Tagen eine Reihe von Flugmanövern. Dabei wurden der Satellit im Orbit zirkularisiert und die Antennen in Betrieb genommen.

Der von Thales Alenia Space für Eutelsat gebaute Satellit W3C soll die Satelliten Eurobird 16, W2M und SESAT 1 auf 16° Ost ersetzen. Mit seiner besonderen Anordnung von 56 Transpondern (53 Ku- und drei im Ka-Band) adressiert dieser mit vier verschiedenen Ausleuchtzonen Märkte für TV-Übertragungen sowie Telekommunikations- und Datendienste: Eine optimierte Hochleistungsausleuchtzone für den TV-Direktempfang in Mitteleuropa festigt die Orbitalposition 16° Ost als Referenz für Satellitenfernsehen in dieser Region mit über elf Millionen empfangenden Haushalten.

Eine starke Ausleuchtzone über den Inseln im Indischen Ozean unterstützt dort den Ausbau von Pay-TV und den Übergang zum digitalen Fernsehen auf den Inseln Mauritius und Reunion.

Eine breite Ausleuchtzone für Europa, Nordafrika und den Mittleren Osten bedient Märkte für Datennetze und Newsgathering.

Eine neue Ausleuchtzone auf 16° Ost im Ku-Band erstreckt sich vom Senegal bis nach Madagaskar und ermöglicht im Ka-Band Anbindungen nach Europa für Applikationen mit hohen Wachstumsraten wie etwa GSM Backhaul und Internetzugänge für Unternehmen und öffentliche Verwaltungen.

W3C basiert auf der Spacebus 4000 Plattform von Thales Alenia Space Spacebus 4000. Die geplante Lebensdauer beläuft sich auf über 15 Jahre. Eutelsat setzt sein Ausbauprogramm im Zeitraum von 2012 bis 2014 mit dem Start von sechs weiteren Satelliten fort. www.eutelsat.de

Drei deutsche Sender auf der Shortlist für Hot Bird TV Awards 2011

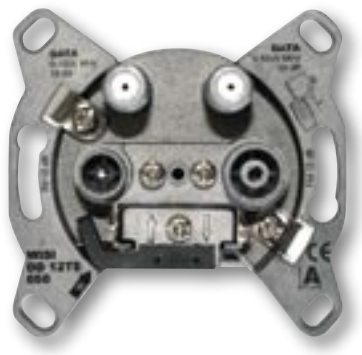
Die drei deutschen digitalen Sender yourfamily, DMAX und DW-TV stehen auf der Shortlist für die renommierten diesjährigen Hot Bird TV Awards. Eine internationale Jury aus Journalisten und Medienexperten hat die Sender aufgrund ihrer Produktionsqualität und innovativen Konzepte nominiert. Mit dem international begehrten TV-Preis werden jährlich die via Satellit ausgestrahlten besten thematischen digitalen Sender ausgezeichnet. Der Wettbewerb verzeichnete in diesem Jahr mit 160 eingereichten Vorschlägen einen neuen Rekord. Eine internationale Expertenjury hat jetzt nach einem zweitägigen Treffen in Paris eine Vorauswahl getroffen und Sender aus 13 Ländern auf die Shortlist in den einzelnen Kategorien gesetzt. Die Sieger werden am 25. November während einer großen Gala in der Scuola Grande San Giovanni Evangelista in Venedig geehrt. www.hotbirdtvawards.com

Neue Twin Breitband-Modemdosen von Wisi

Wisi weitet sein Profi-Vollsortiment an elektrischem Zubehör aus. Die neuen Twin Breitband-Modemdosen DD 12 TE 650, DD 12 TD 650 und DD 15 TD 650 eignen sich für den Einsatz in modernen, interaktiven Breitbandkabelnetzen. Neben zwei IEC-Stekkern für TV out und Radio out bieten die Komponenten zwei Modemanschlüsse (F-Stecker) für Multimedia-Applikationen. Damit sind die neuen, rückwegtauglichen Twin Breitband-Modemdosen kompatibel mit Triple Play-Diensten im CATV-Bereich.

Sowohl IEC- als auch F-Stecker bieten die gleiche Anschlussdämpfung in Höhe von <12 dB (DD 12 TE und DD 12 TD) bzw. <15 dB (DD 15 TD). Störungsfreien Signalfluss garantieren zudem die Entkopplungswerte von >60 dB im Frequenzbereich 5 bis 65 MHz (TV out, Radio out) und 5 bis 1.006 MHz (Data). Beste Kontaktfedern ermöglichen den Anschluss von Kabeln mit Innenleitern der Durchmesser 0,4 bis 1,15 mm. Dabei erfolgt eine kapazitive Trennung des Innenleiters an allen Anschlüssen.

Die neuen Breitband-Modemdosen von WISI erfüllen die Vorgaben von Unitymedia und sind somit auch für den Einsatz in diesen Netzen freigegeben. Das Schirmungsmaß der Klasse A (>85 dB) stellt den störungsfreien Betrieb sicher. Die kleine Bauform der Breitband-Modemdosen ermöglicht auch die Montage speziell in Altbauten mit geringen Kabellängen. Flexible Spreizkrallen unterstützen die variable Installation in allen Wänden. Als Zubehör bietet Wisi passende Abdeckplatten (DW 45 T



und DW 49 T) sowie Aufputzrahmen für die saubere Endmontage (DD 99, Zubehör nicht im Lieferumfang enthalten). www.wisi.de

smart electronic und digitalbloom kooperieren

Das Schwarzwälder Digitalunternehmen smart electronic und digitalbloom, eine internationale Plattform für den Kauf von Kunst zur ausschließlichen Nutzung auf Bildschirmen, haben eine langfristige Partnerschaft abgeschlossen. Mit der Aufschaltung des Dienstangebotes von digitalbloom im smartPortal können kunstinteressierte Zuschauer ihr Wohnzimmer schnell in eine digitale Kunstgalerie verwandeln. Das Angebot von digitalbloom umfasst zum Start zwölf Kollektionen mit jeweils 15 Bildern, die nach persönlichem Geschmack ausgewählt und in HD-Auflösung auf den Flachbildschirm gebracht werden können. Auch für Veranstalter und Einrichtungen wie Hotels kann das neue Angebot von Interesse sein. Mit dem über die Hybridgeräte VX10, CX10 und Zappix HD+ verfügbaren smartPortal und digitalbloom lassen sich unterschiedlichste Designs und Bilder direkt auf dem Fernsehgerät darstellen. Der Nutzer kann dabei zwischen Farbspielen und bekannten Kunstwerken wählen und sein ganz persönliches Kunstempfinden demonstrieren.

www.smart-electronic.de

Kathrein als Aussteller auf dem Caravan Salon

Einen erfolgreichen Auftritt auf dem Caravan Salon in Düsseldorf hat Kathrein gemeldet. Zum 50jährigen Bestehen der Messe kamen insgesamt 179.000 Besucher und über 550 Aussteller in die NRW-Landeshauptstadt. Am Stand von Kathrein legte man ein besonderes Augenmerk vor allem auf automatische Drehanlagen. Darüber hinaus war die Abschaltung des analogen TV-Empfangs über Satellit zum 30. April 2012 ein zentrales Thema. Hier bietet Kathrein mehrere Varianten von digitalen Sat-Receivern auch für den Caravan an. www.kathrein.de

smart electronic erweitert die Empfangsmöglichkeiten des neuen Receivers CX20

smart electronic hat die Empfangsmöglichkeiten seines jüngsten Satellitenreceivers smart CX20 erweitert: Mittels Einschub eines Sky CI Plus-Moduls und passender Smartcard können Zuschauer ab sofort das vielfältige Programmangebot von Sky in klassischer oder hochauflösender Bildqualität empfangen. Eine integrierte CI+ Schnittstelle erlaubt die Wiedergabe abwechslungsreicher Fernsehinhalte. So können Nutzer mit

einem Sky CI Plus-Modul und Smartcard zahlreiche Blockbuster, Serien und Sport-Highlights über das Programmangebot des gleichnamigen Pay-TV-Anbieters empfangen. Mit dem HD-Angebot von Sky stehen dem Zuschauer bis zu 30 Programme, inklusive HD+ mit den frei empfangbaren Privatsendern, in HD-Qualität zur Verfügung.

Auch frei empfangbare Radioprogramme werden problemlos empfangen. Über die CI+ Schnittstelle können darüber hinaus die privaten Programme für Österreich und des ORF mittels Modul-Einschub mit entsprechender Smartcard wiedergegeben werden. Der smart CX20 bietet einen HDMI- und Digital Audio Ausgang für volldigitale Signalübertragung und Digitalsound, eine USB-2.0-Schnittstelle für die Aufzeichnung auf externen Speichermedien, einen Mediaplayer für die Wiedergabe von Multimedia-Dateien, einen den ohnehin niedrigen Stromverbrauch unterstützenden Netzschalter sowie eine elektronische Programmzeitschrift (EPG) und einen Scart-Ausgang zum Anschluss weiterer Komponenten.

www.smart-electronic.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Samsung Smart TV im Weihnachtsgeschäft

Erfolgversprechende Aussichten mit Samsung Smart TV

Im Frühjahr mit großem Erfolg durchgestartet, verspricht Samsung Smart TV in der Weihnachtssaison zum glanzvollen Wintermärchen für den Handel zu werden. Verkaufsanalysen und Marktprognosen sagen den smarten Multitalenten von Samsung hervorragende Absatzzahlen voraus. Kein Wunder: Samsung Smart TV liefert die Universallösung für jeden Kundenwunsch.

Von Anfang an hat es Samsung Smart TV dem Handel leicht gemacht. Denn mit der neuen TV-Kategorie werden Fachhändler allen entscheidenden Kundenansprüchen gerecht. Die Zuschauer erleben mit den brillanten Design-Geräten Unterhaltung in mitreißenden 3D-Bildern, genießen höchsten Bedienkomfort und greifen auf eine Vielzahl von Apps und Video-Services zu. Die smarten Universaltalente lassen damit keinen Kundenwunsch offen – und geben dem Handel zugleich ein überzeugendes Konzept zur Hand, um unterschiedlichste Bedürfnisse auf Kundenseite zu erfüllen.

So wundert es nicht, dass Samsung Smart TV bereits zum Marktstart im Frühjahr Kunden, Handel und Fachpresse auf seiner Seite hatte. Die smarten TV-Talente können ausgezeichnete Absatzzahlen aufweisen. Jeder dritte, von Januar bis Juni 2011 in Deutschland verkaufte Fernseher stammte aus dem Hause Samsung.

Samsung Smart TV überzeugt Experten

Nicht nur die Verbraucher, auch die Fachleute sind sich sicher: Samsung Smart TV bietet ausgezeichnete Qualität und eröffnet vielseitige Möglichkeiten. Schon kurz nach ihrem Marktstart erzielten die Modelle der neuen TV-Generation zahlreiche erfolgreiche Testergebnisse in renommierten Fachzeitschriften. Allein die Samsung Smart TVs LED D7090 und D8090 wurden gleich neunmal in diesem Jahr zu den Spitzenreitern ihrer Klasse erklärt, das Modell D8090 gar zum „Referenzgerät". Schließlich kürte die Stiftung Warentest in der Ausgabe 8/2011 den Samsung UE40D7090 zum Testsieger in der Kategorie der 40-Zoll-Fernseher. Soviel unabhängiges Experten-Lob kann nicht irren. Dem Fachhandel liefert das Expertenurteil im Verkaufsgespräch überzeugende Argumente mit hoher Relevanz für den Kunden.

Smarte Multitalente auf dem Wunschzettel

Verkaufsanalysen und Marktprognosen sagen einen starken Wachstumstrend für LED-TV voraus. GfK-Untersuchung und aktuelle Marktschätzungen von Samsung sehen im Vergleich zum Vorjahr ein stark gestiegenes Interesse an 3D- sowie an internetfähigen Fernsehern. „Fast die Hälfte der Verbraucher plant die Anschaffung eines internetfähigen TVs, und der Absatz von 3D-LED-TV-Geräten steigt überproportional", so Kai Hillebrandt, Business Director CE Samsung Electronics GmbH. „Samsung ist schon heute Marktführer in diesen umsatzstarken Bereichen. Das sind beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches zweites Halbjahr 2011."

„Fast die Hälfte der Verbraucher plant die Anschaffung eines internetfähigen TVs, und der Absatz von 3D-LED-TV-Geräten steigt überproportional", so Kai Hillebrandt, Business Director CE Samsung Electronics GmbH. „Samsung ist schon heute Marktführer in diesen umsatzstarken Bereichen. Das sind beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches zweites Halbjahr 2011."

Auf allen Kanälen: Samsung Smart TV in der Weihnachtssaison

Was für den Handel auf der einen Seite eine ertragreiche Weihnachtssaison verspricht, wird von Samsung auf der anderen Seite mit zusätzlichen Anstrengungen unterstützt. Pünktlich zum Fest sorgt Samsung für eine umfassende Präsenz seiner smarten TV-Generation in reichweitenstarken Medien. Neue TV-Spots auf allen Kanälen bringen die Produkte mit ihren Vorzügen ab Ende November ins Kunden-Wohnzimmer. Bereits ab Oktober wird die umfassende Online-Kampagne für Samsung Smart TV zum Weihnachtsgeschäft gestartet. Flankiert wird der aufmerksamkeitsstarke Medienauftritt durch informative PoS-Materialien sowie mit Schulungen und Trainingsaktivitäten. Die gebündelten Aktivitäten und Werbemaßnahmen versprechen neben einer hohen Wettbewerbsfähigkeit hervorragende Renditeergebnisse. Und so stehen mit Samsung Smart TV im Weihnachtsgeschäft für den Handel alle Weichen auf Erfolg.

Im Verkaufsgespräch: Samsung Smart TV

Leitfaden für die erfolgreiche Kunden-Beratung

Von brillanten 3D-Bildern über das schlanke Design bis hin zu komfortablen Vernetzungsmöglichkeiten: Mit Samsung Smart TV erfüllen Händler die unterschiedlichsten Wünsche. Im Beratungsgespräch gilt es, die jeweiligen Bedürfnisse zu erkennen und das optimale Gerät zu empfehlen. Diese Herausforderung meistern Fachhändler mit der neuen Samsung Smart TV-Kategorie jetzt besonders leicht.

Starke Argumente für Samsung Smart TV

- Brillante 3D-Bild- und Tonqualität: Samsung Smart TV setzt auf die hochwertige Active-Shutter-Technologie – für 3D-Bilder in Full-HD.
- Niedriger Energieverbrauch: Samsung Smart TVs sind verbrauchsarm und energieeffizient. Geringe Stromkosten bieten ein entscheidendes Verkaufsargument, nicht nur für umweltbewusste Verbraucher.
- TV-Upgrade für Kunden und Händler: Samsung Smart TV-Funktionen sind auch in Samsung Blu-ray-Playern, HD-Recordern und Heimkinoanlagen integriert. Ein interessantes Verkaufsargument für Kunden, die keinen neuen Fernseher benötigen, aber die smarten Fernseh-Vorteile genießen möchten.
- Smarte Inhalte: Über den kinderleicht zu bedienenden Smart Hub bietet Samsung Smart TV Zugriff auf vielfältige Internet-Inhalte: zum Beispiel auf Deutschlands größte Online-Videothek maxdome oder die attraktive Explore 3D App, die zahlreiche 3D-Filme gratis für Ihre Kunden bereithält. Faszinierend ist auch die neue App der **Berliner Philharmoniker**, mit der Nutzer direkt über den Samsung Smart TV auf das Online-Archiv des weltberühmten Ensembles zugreifen und sogar rund 35 Live-Konzerte pro Jahr erleben können.

Sky Deutschland und Microsoft starten Zusammenarbeit

Sky Go für die Xbox 360

Microsoft und Sky Deutschland haben eine Kooperation gestartet und wollen gemeinsam noch mehr Unterhaltung in die deutschen Haushalte bringen. Wie dieses Vorhaben umgesetzt werden soll, erläuterten Brian Sullivan, CEO Sky Deutschland AG, und Oliver Kaltner, General Manager Consumer Channels Group (CCG) Microsoft Deutschland, Mitte Oktober im Rahmen der „Sky Future“ Veranstaltung am Sky Firmensitz in Unterföhring.

Den Mittelpunkt der Zusammenarbeit bildet das Angebot, dass ab diesem Winter Nutzer einer Xbox 360 Konsole von Microsoft auch die umfangreichen Inhalte von Sky Go nutzen können – sofern sie Xbox Live Goldmitglieder sind und ein Sky Go Abonnement haben. Ist dies der Fall, steht ihnen eine große Auswahl der Pakete Sky Fußball Bundesliga, Sky Sport und Sky Film auch auf der Konsole zur Verfügung. Eine Besonderheit ist dabei, dass Sky Go auf der Xbox 360 nicht nur auf klassischem Wege per Tastatur oder Fernbedienung genutzt werden kann, sondern durch die innovative Bewegungssteuerung Kinect auf eine vollkommen neue Art.

Controllerlose Steuerung

Kinect ist eine controllerlose Steuerung, die die intuitive Bedienung der Konsole mit dem eigenen Körper ermöglicht. Mit Kinect können sowohl geübte als auch mit interaktiver Unterhaltung wenig erfahrene Spieler schon jetzt in die Kinect Spielewelt eintauchen sowie Musik hören und Filme sehen. Zukünftig können sie dann auch per Gesten oder Sprachbefehl die Angebote von Sky Go nutzen und beispielsweise durch Zuruf die Sender wechseln oder per Handbewegung in den

Die Xbox 360 bietet mit Kinect eine vollkommen neue Möglichkeit der Bedienung.

Programmseiten blättern. Der Kinect Sensor erkennt Bewegungen und Stimme und funktioniert mit jeder Xbox 360 Konsole.

„Durch die Kooperation von Xbox und Sky treffen zwei der innovativsten Entertainmentanbieter Deutschlands zusammen. So bieten wir Konsumenten ein einzigartiges und umfassendes Unterhaltungsangebot, das jeden Geschmack bedient“, meinte Kaltner. Und Sullivan ergänzte: „Mit dem Launch von Sky Go haben wir eine neue faszinierende Fernseh-Dimension eröffnet. Die Partnerschaft mit Microsoft, die Sky Go auf der Xbox verfügbar macht, ist eine fantastische Entwicklung, die zwei der faszinierendsten Home-Entertainment-Marken in einem einzigen Angebot erlebbar macht.“ Ziel von Sky sei es, fortwährend Innovationen zu entwikkeln und damit sicherzustellen, dass Sky Kunden die hochqualitativen Programme – viele davon sind exklusiv bei Sky – wann und wo immer sie möchten und über so viele Endgeräte wie möglich nutzen können. „Die Kooperation mit Microsoft ist der nächste Schritt in die Zukunft des Fernsehens“, so Sullivan.

Brian Sullivan, CEO Sky Deutschland AG, und Oliver Kaltner, General Manager Consumer Channels Group Microsoft Deutschland, gaben im Rahmen der Veranstaltung „Sky Future“ einen Einblick in die Zukunft der (mobilen) Unterhaltung und erläuterten ihre Zusammenarbeit in Sachen Sky Go und Xbox 360.

Gratis-Service Sky Go

Sky Go ist ein innovativer Service von Sky, der die Nutzung des Sky Programms noch flexibler macht. Seit dem 18. Oktober erhalten Sky Premium HD- und Zweitkarten-Kunden Sky Go gratis dazu. Damit sind sie in der Lage, Programme ihrer gebuchten Pakete im Internet, via PC/Mac, auf dem iPad, auf dem iPhone/iPod Touch und demnächst auch auf der Xbox 360 zu sehen. Dank dieser Neuerung werden am Ende des Jahres fast eine Million Sky Kunden die Möglichkeit haben, Sky Go zu nutzen und damit selbst zu entscheiden, wann und wo sie ihr Lieblingsprogramm anschauen möchten – zusätzliche Kosten fallen nicht an.

Zudem können Filmfans ab sofort ihren Lieblingsfilm auch unterwegs ansehen: Sky Deutschland hat den Service Sky Go um eine exklusive Auswahl an Blockbustern auf dem iPad erweitert. „Damit bietet Sky Go für das iPad über WiFi nicht nur exklusiven Sky Live-Sport wie die Fußball Bundesliga, UEFA Champions League, DFB Pokal, DEL Eishokkey, Golf und Tennis, sondern auch eine herausragende Auswahl an Blockbustern des Sky Filmangebots“, stellte Sullivan fest. Durch das erweiterte Angebot werden Sky Go Kunden noch flexibler.

Mit ihrem neuen Design präsentiert die App zudem eine Vielzahl an Features und Funktionen wie eine Social Media Anbindung, eine Favoritenliste und eine Erinnerungsfunktion.

Sky Go lässt sich im World Wide Web und auf verschiedenen mobilen Endgeräten nutzen. Für Sky Premium HD und Zweitkarten-Kunden entstehen dabei keine zusätzlichen Kosten.

Entertainment der Zukunft

„Mit Sky Go setzt Sky Deutschland abermals Maßstäbe. Von dieser Innovationskraft profitieren unsere Kunden tagtäglich – sei es zu Hause mit Angeboten wie Sky+ und Sky Anytime oder unterwegs, indem sie Sport oder Filme auf dem iPad schauen können“, sagte Sullivan. „Das ist das Entertainment der Zukunft, und Sky ist einer der Wegbereiter. Mit über 700.000 Sky HD Kunden, die nun Sky Go gratis nutzen können, ist Sky Go eine einzigartige Innovationsgeschichte. Das bestätigt unsere Strategie und bestärkt uns in unserem Ziel, unseren Kunden das beste Entertainment-Erlebnis zum besten Preis zur Verfügung zu stellen.“

Zu den Film-Highlights, die über Sky Go auf dem iPad zu sehen sein werden, gehören unter anderen Inception (2010), Social Network (2010), The Expendables (2010), Iron Man 2 (2010) und Sex and the City 2 (2010). Insgesamt können Sky Go Kunden aus einem Sortiment von über 100 Titeln auswählen, die alle wichtigen Filmgenres abdecken.

www.sky.de
www.microsoft.de

Sky Deutschland startet Sky Sport News HD

In wenigen Wochen startet Sky Deutschland mit Sky Sport News HD den ersten Sender in Deutschland und Österreich, der 24 Stunden pro Tag und an sieben Tagen in der Woche Nachrichten aus der Welt des Sports präsentiert. Der Schwerpunkt des neuen Angebots liegt auf der Live-Berichterstattung mit einem Fokus auf Sportnachrichten aus Deutschland und Österreich, aber auch Sportereignisse aus der ganzen Welt sollen in der Berichterstattung berücksichtigt werden. Als Teil der Multi-Plattformstrategie von Sky Deutschland wird Sky Sport News HD über TV, Internet, Smartphones, Tablet PCs sowie in Sportbars und Hotels angeboten werden. Der HD Sender wird zusätzlich im Simulcast Verfahren in SD ausgestrahlt und steht allen Sky Abonnenten als Teil des Sky Welt Pakets zur Verfügung. Für Sky Sport News HD wurden über 100 neue Mitarbeiter eingestellt. Die Redaktion, das Hauptstudio und der Großteil der Produktion werden sich im neuen Sky Gebäude in Unterföhring befinden. Sie werden von mobilen Teams in Deutschland und Österreich, die vor Ort von allen aktuellen Geschehnissen berichten, unterstützt. Seit kurzem haben alle Interessierten die Möglichkeit, den Aufbau des Senders bis zu seinem Launch online mitzuverfolgen. Anhand von Videos, Fotos und Texten informiert Sky über aktuelle Ereignisse, den Fortschritt des Studiobaus und die Nachrichtenmoderatoren. Ein besonderes Highlight ist die wöchentliche Kolumne von Head Anchor Kate Abdo, die einen interessanten Einblick in ihren Arbeitsalltag als Chef-Nachrichtenmoderatorin bietet. www.skysportnewshdblog.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Metz Manufakturlinie macht Fernsehen individuell

TV nach Maß

Die Metz Manufakturlinie bietet eine Auswahl aus 12 unterschiedlichen Farbkombinationen.

Individuelle Vielfalt bietet die neue Manufakturlinie, die Metz auf der IFA ankündigte und die jetzt lieferbar ist. Damit ist es dem Fachhandel möglich, den Kunden genau das Metz TV zu verkaufen, das am besten zu den jeweiligen Anforderungen passt und gleichzeitig mit der Einrichtung harmoniert. Insgesamt stehen 48 verschiedene Varianten zur Verfügung.

Die Chorus S Modelle der Metz Manufakturlinie basieren auf dem Design der neuen Chorus Familie – der geradlinige Displayrahmen wird durch ein leistungsstarkes Lautsprechermodul ergänzt, das mit seiner leichten Rundung einen eleganten Form-Akzent setzt. Um den individuellen Geschmack und Einrichtungsstil des jeweiligen Kunden zu treffen, bietet Metz zwölf unterschiedliche Farbkombinationen an. Für Liebhaber dunkler Designtöne stehen die Varianten „Platin Schwarz“, „Titan Schwarz“ und „Champagner Schwarz“ zur Auswahl. Für helle Wohnräume sind die Farben „Weiß“, „Platin Silber“ und „Titan Silber“ besonders geeignet. Den Holzton der Einrichtung kann man mit den Versionen „Teak Schwarz“, „Mahagoni Schwarz“, „Nussbaum Schwarz“, „Kirsche Schwarz“, „Eiche hell Schwarz“ und „Wenge Schwarz“ treffen.

Technik nach Wahl

Die Chorus S Modelle der Metz Manufakturlinie stehen in den Bildschirmgrößen 32“ (80 cm) und 37“ (94 cm) zur Verfügung. Auch bei der technischen Ausstattung ist Individualität angesagt, denn zwei Ausstattungsvarianten stehen zur Wahl: Bereits das Basismodell Chorus S LED 100 Z bietet moderne LED Backlight Technologie mit 100 Hertz, einen integrierten HDTV-fähigen Dreifach-Tuner für Antennen-, Kabel- und Satellitenempfang, USB-Recording, elektronische Programmzeitung (EPG) und das aufwendig konstruierte mecaSound+ Tonsystem für satten Klang und klare Sprachwiedergabe.

Die Topvariante Chorus S LED 200 Media twin R bietet nicht nur ein noch besseres Bild dank 200-Hertz-DMC-Technologie, sondern ermöglicht mit Hilfe der neuen Vernetzungslösung Metz Media System auch den digitalen Austausch von Film-, Foto- und Musikdateien zwischen dem Fernsehgerät und beliebig vielen Komponenten im Heimnetzwerk. Zusätzlich hat der Kunde Zugriff auf die HbbTV-Plattformen der TV-Sender, die neben Mediatheken und Zusatzinformationen auch einen verbesserten Videotext und erweiterte EPG-Funktionen bieten. Ein weiteres wichtiges Verkaufsargument für die Topausstattung ist der integrierte 500-GB-Digital-Recorder für Aufnahmen von bis zu 100 Stunden in HDTV-Qualität und 500 Stunden in herkömmlicher SD-TV-Qualität. Der zweite integrierte Dreifach-Tuner macht es möglich, gleichzeitig eine Sendung zu sehen und weitere aufzuzeichnen.

Schließlich sind auch die Chorus S Modelle der Metz Manufakturlinie besonders komfortabel zu bedienen. Dazu trägt vor allem das um zwei Stufen reduzierbare Metz TriStar Menü bei. Es überlässt dem Benutzer die Entscheidung, ob er in technische Details einsteigt oder sich nur auf die Basisfunktionen konzentrieren möchte.

Mit der Metz Manufakturlinie folgt das deutsche Traditionsunternehmen dem aktuellen Trend zur Individualisierung – und zwar „nach Art des Hauses“ mit ausgereiften, zukunftssicheren Produkten, deren Technik sich auf das Wesentliche konzentriert. Dadurch bietet Metz den Fachhandelspartnern eine ausgezeichnete Möglichkeit, mit den Kunden ins Gespräch zu kommen und ihre Bedürfnisse zu ermitteln, um ihnen dann die genau passende Lösung anzubieten. Zur Unterstützung des Fachhandels bietet Metz dazu PoS-Materialien und Schulungen für das Verkaufspersonal an. www.metz.de

Wenge/Schwarz

Mahagoni/Schwarz

Kirsche/Schwarz

Nussbaum/Schwarz

Eiche hell/Schwarz

Teak/Schwarz

Champagner/Schwarz

Titan/Schwarz

Weiß/Weiß

Titan/Silber

Platin/Silber

Platin/Schwarz

Aktuelle **Umsatz-Ideen**

Als umsatzstärkste Zeit des Jahres entscheidet das Weihnachtsgeschäft über den Erfolg des High-Tech-Fachhandels. Viele Kunden suchen geradezu nach attraktiven Produkten, die sie ihren Lieben oder auch sich selbst schenken können. Gefragt sind dabei originelle Ideen, die über die „selbstlaufenden“ Brot-

Navigationsgerät

UVP: 229,- €

Becker Active 50 – Großartige Navigation in jeder Hinsicht

Das Navigationsgerät Becker Active 50 punktet mit individuellen Extras und einem 5-Zoll-Display. Das Highlight der Serie ist die Funktion Becker SituationScan. Hierbei wird der Fahrer in Echtzeit, abhängig von Routenfortschritt und tatsächlicher Fahrsituation, mit hilfreichen Tips versorgt. Das Kartenmaterial umfasst 44 Länder.

BECKER

Docking-Lautsprecher mit AirPlay

Philips Fidelio SoundSphere – Klangerlebnis wie beim Live-Konzert

Mit den neuen Docking-Lautsprechern lassen sich Musiktitel direkt von einem iPod, iPhone, iPad sowie von iTunes kabellos übertragen. Dabei sorgt die 2 x 50 W RMS Gesamtausgangsleistung für einen kristallklaren Klang und ein natürliches umfassendes Sounderlebnis. Die Lautsprechergehäuse aus Holz sind handgefertigt, haben eine mit Lack polierte Oberfläche und punkten mit einem futuristischen Design.

PHILIPS
sense and simplicity

Stabmixer

Kenwood Stabmixer HB 724

Pürieren, mixen, schaumig schlagen. Alles kein Problem für diesen 700 Watt starken Stabmixer mit seinem speziellen 3-Klingen-System. Der komfortable Handgriff und der Edelstahl-Pürierstab machen die Arbeit zum Vergnügen. Die spezielle Konstruktion reduziert das lästige Spritzen. Alle Zubehörteile sind spülmaschinenfest.

KENWOOD
CREATE MORE

Kaffeevollautomat

De Longhi PrimaDonna S de Luxe

Ob Kaffee schwarz, Cappuccino, Latte Macchiato oder eine andere Spezialität, diese Maschine produziert sie auf Knopfdruck. Das Edelstahlgehäuse, die Sensorbedientasten und das schräg gestellte Display ermöglichen größten Komfort und erfüllen höchste ästhetische Ansprüche.
Wasserfilter, 13 Mahlstufen und variable Milchschaumkonsistenz sorgen für perfekten Genuss.

DeLonghi
Better Everyday

Kameratasche

S+M Rehberg digiETUI – Kameratasche mit doppeltem Nutzen

Das digiETUI wurde speziell für digitale Lifestylekameras konzipiert. Das aufwendig verarbeitete Lederetui sticht wohltuend aus der Masse der auf dem Markt befindlichen Taschen hervor. Ein besonderes Merkmal ist das integrierte LCD-Pad, mit dem sich die empfindlichen Displays optimal und schonend reinigen lassen. digiETUI bieten eine hohe Rendite und sind für nahezu alle Kompakt- und Bridgekameras verfügbar. Das LCD-Pad ist auch einzeln erhältlich.

S+M REHBERG
DIGITAL+PHOTO+MORE

Internet-TV-Box

Die TV-Box von Hama bringt zahlreiche Android-Funktionen auf den TV-Bildschirm

Ab sofort ist Surfen im Internet, Chatten, Dokumente bearbeiten, Musik, Bilder und Videos wiedergeben oder Android-Spiele spielen auf dem großen Bildschirm möglich.
Einfach die TV-Box per HDMI mit dem Fernseher und per WLAN oder LAN mit dem Router verbinden, und los geht's. Wer Daten vom Handy übertragen möchte, aktiviert einfach Bluetooth, und schon läuft der Transfer. Einige der beliebtesten Widgets und Apps sind ebenso wie Office-Suite bereits vorinstalliert.

hama
THE SMART SOLUTION

Täglich frische News: www.pos-mail.de

für's Weihnachtsgeschäft

und Butter-Produkte hinausgehen. Pfiffige Funktionen sind genauso gefragt wie lifestyle-orientiertes Design. Auf diesen Seiten finden Sie eine Zusammenstellung besonders interessanter Produkte, bei denen es sich mit Sicherheit lohnt, die Kunden darauf hinzuweisen.

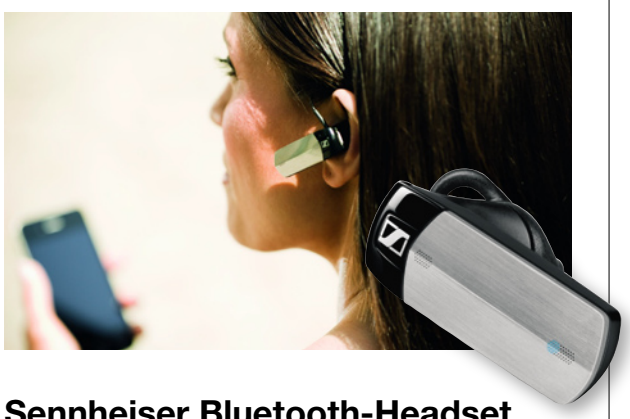
Outdoor-Kamera

Nikon Coolpix AW100 – Robuste Outdoor-Kamera

Die Nikon Coolpix AW100 ist bis zu einer Tiefe von 10 m wasserdicht, übersteht Stürze aus Höhen von bis zu 1,50 m ohne Schaden und gibt auch bei Außentemperaturen von bis zu -10 Grad nicht den Geist auf. Mit ihrer integrierten GPS-Funktion und elektronischem Kompass ist sie der richtige Begleiter für Abenteuer im Gelände – und macht mit dem rückwärtig belichteten 16 Megapixel CMOS-Sensor tolle Fotos.
Erhältlich in Schwarz, Orange und Camouflage zum Preis von 349,- € (UVP)

Nikon

Bluetooth-Headset



Sennheiser Bluetooth-Headset VMX 200 – So natürlich wie das menschliche Gehör

Das neue Bluetooth 3.0-Headset verfügt über zwei integrierte Mikrofone, die ermitteln, aus welcher Richtung ein Geräusch kommt. Eine spezielle Software erkennt Umgebungsgeräusche und filtert sie nahezu vollständig heraus, so dass nur die tatsächliche Sprache per Telefon übertragen wird. Gleichzeitig sorgt ein neu entwickelter Lautsprecher dafür, dass kein Ton überhört wird. Das VMX 200 kann an zwei Geräte gleichzeitig angeschlossen werden.

SENNHEISER

Küchenmaschine

Kenwood Cooking Chef KM 070

Die Küchenmaschine, die dank ihres Induktionskochfelds auch kochen kann. Optimal kontrollierbare Hitze (20°–140°), automatische Rührfunktion, die 6,7 Liter große Rührschüssel und acht Geschwindigkeitsstufen plus drei Rührintervallstufen erleichtern die Zubereitung vieler Speisen.

KENWOOD
CREATE MORE

High-End-Kopfhörer

Sennheiser Kopfhörer HD 598 – Ästhetik und Klanggenuss für gehobene Ansprüche

Der High-End-Kopfhörer vereint einzigartiges, luxuriöses Design und erstklassiges Stereo-Klangerlebnis, wobei die edle Silhouette das Erscheinungsbild optisch abrundet. Der HD 598 ist mit einer leicht schräg gestellten Schallwand ausgestattet, die dafür sorgt, dass der Schall parallel auf das Ohr trifft und der exzellente Klang optimal kanalisiert wird. Zudem optimiert ein Sound-Reflektor den Raumklang.

SENNHEISER

3D High-Tech-Bilderrahmen

Jobo Piano 3D 8“ – 3D ohne Brille / glasses free

Mit seinem 8“/20,32-cm-Display, der ultrahohen Auflösung von 1.280 x 768 Pixeln, den integrierten Lautsprechern, einer Diashow-Funktion und Multimedia-Wiedergabe, Zoomen und Drehen der Fotos bietet dieser digitale High-Tech-Bilderrahmen 3D-Genuss auf hohem Niveau. Und natürlich können auch 2D-Aufnahmen präsentiert werden.

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE

Kompaktkamera

Samsung WB 210 – Hier geht nichts verloren.

Kein Naturpanorama ist diesem Modell zu weit, kein Bauwerk zu groß: Mit 21 mm-Weitwinkel (in der Super-Wide-Shot-Funktion) und 12fach-Zoom ist die Kamera jeder Fotosituation gewachsen. 14 Megapixel reichen für Posterdrucke. Smart Touch 3.0 macht die Handhabung extrem einfach.

SAMSUNG
TURN ON TOMORROW
www.samsung.de

expert Hauptversammlung 2011

Jubiläum wirft Schatten voraus

Die Verbundgruppe expert wird im nächsten Jahr ihr 50jähriges Bestehen feiern. Somit waren die für das Jubiläumsjahr geplanten Aktivitäten auf der diesjährigen Hauptversammlung (24. – 25. September 2011) in Köln auch die beherrschenden Themen. Darüber hinaus stellte der Vorstand die neue Online-Strategie vor, mit der expert in Zukunft den Weg zum Multi-Channel-Unternehmen gehen wird.

Rund 1.000 Gäste folgten der Einladung zur 12. Hauptversammlung in die Kölnmesse und nutzten die Gelegenheit, sich über die aktuelle Entwicklung der Verbundgruppe zu informieren. Der expert Vorstand, Volker Müller und Dr. Stefan Müller, zog Bilanz des ersten Halbjahres: „Gemäß des Branchentrends stimmt auch uns die Umsatzentwicklung des ersten Halbjahres nicht euphorisch. Die hohen Abverkäufe des WM-Jahres 2010 im TV-Bereich konnten durch die Frauenfußball-WM 2011 bei weitem nicht erzielt werden. Dennoch blicken wir optimistisch in die Zukunft“, so Volker Müller. Die IFA habe auf ein neues wichtige Impulse gegeben, die neuen Produkte kommen punktgenau zum Jahresendgeschäft in die Läden und werden den Absatz beflügeln. „Wir rechnen mit einem positiven Umsatzzuwachs von 3 Prozent bis zum Ende des Geschäftsjahres 2011/2012.“

Neuheiten am PoS

Nach den Vorträgen konnten die expert Gesellschafter wie gewohnt die gewonnenen Eindrücke im Rahmen der Waren- und Dienstleistungsmesse, die parallel zur Hauptversammlung stattfand, vertiefen. Am expert Stand wurde zu diversen Dienstleistungen der Verbundgruppe, der expert Akademie und zu den Marketingmaßnahmen im Jubiläumsjahr sowie natürlich zur neuen Online-Strategie beraten. Zudem wurde den „experten“ erstmalig das neue Ladenbaumodul zum Thema „intelligente Verbindungen“ vorgestellt. Komplexe Themen der Heimvernetzung sollen so dem Endverbraucher nähergebracht und am PoS erlebbar gemacht werden. Darüber hinaus präsentierten mehr als 100 Industriepartner ihre aktuellen Produkt-Highlights und standen für intensive Gespräche mit den expert Händlern zur Verfügung. „Der hohe Zuspruch nicht nur durch unsere Gesellschafter, sondern auch von unseren Industriepartnern, zeigt uns, wie wichtig diese Form des Informationsaustausches ist“, betont Volker Müller. Mit Spannung erwartet wurde die Vorstellung des aktuellen Status' der Online-Strategie, die die expert AG in den kommenden Monaten stufenweise umsetzen wird.

In den Meinungsbildungs- und Realisierungsprozess waren die expert Gesellschafter von Anfang an eingebunden. Erster konkreter Schritt wird der Relaunch der Website sein, der für den Spätherbst 2011 geplant ist. „Uns ist es gelungen, in enger Abstimmung mit den Gesellschaftern ein Konzept zu entwickeln, das den heutigen Anforderungen entspricht und auf die individuellen Bedürfnisse der Händler eingeht“, berichtet Dr. Stefan Müller. Neben diversen Content-Modulen wurde auch die Basis für die zukünftige Integration eines Online-Shops geschaffen. „In Abhängigkeit von der Marktsituation und im engen Austausch mit unseren Gesellschaftern behalten wir uns vor, wann wir den Internet-Shop an den Start bringen werden“, so Dr. Stefan Müller.

Wahl des neuen Aufsichtsrates

Ein fester Tagesordnungspunkt der expert-Hauptversammlung ist die Wahl des Aufsichtsrates. Im Rahmen der diesjährigen Aufsichtsratssitzung wurde Gunter Schaaf (geschäftsführender Gesellschafter der HEM Vertriebs GmbH, Schwäbisch-Hall) zum neuen Aufsichtsratsmitglied gewählt. Er löst damit Karl-Friedrich Albrecht ab, der seit 1999 als Beirat der KG und als Aufsichtsrat der AG erfolgreich die Geschicke der Kooperation begleitete. In der Zeit von 2005 bis 2010 hatte er die Position als Aufsichtsratsvorsitzender inne. In der nachfolgenden Aufsichtsratssitzung wurde Friedrich Wilhelm Ruf erneut zum Aufsichtsratsvorsitzenden und Dr. Bruno Hall zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Aktuell setzt sich der expert Aufsichtsrat wie folgt zusammen: Gunter Schaaf, Friedrich Wilhelm Ruf (Aufsichtsratsvorsitzender), Robert Feuchtgruber, Dr. Uwe Ganzer, Manfred Schlumm und Dr. Bruno Hall (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender).

UE

Sharp bringt erschwinglichen 60 Zoll LCD-TV

Mit dem neuen LC-60LE635E holt Sharp das große Kinoerlebnis für kleines Geld direkt ins heimische Wohnzimmer. Mit überzeugenden Maßen von 60 Zoll Bilddiagonale und zahlreichen attraktiven Features soll der LCD-TV 1.799 Euro kosten. Der LC-60LE635E bietet dem TV-Zuschauer zudem eine umfangreiche Ausstattung. Für ein zeitgemäßes Multimedia-Erlebnis sorgt z. B. das Internet-TV, das durch die Plattform AQUOS NET+ gewährleistet ist. Mit AQUOS NET+ hat der Zuschauer Zugriff auf über 50 verschiedene Apps, wie zum Beispiel die Video-on-Demand Plattform Viewster sowie freien Zugang zum Internet. Zudem verfügt der LC-60LE635E über einen integrierten digitalen HD-Tuner (DVB-T/C/S2) und einen Media Player. Mit dem Media Player können Fotos, Videos und Musik vom USB-Stick oder mit DLNA (Digital Living Network Alliance) vom Heimnetzwerk ganz einfach über den Fernseher abgespielt werden. Auch die elektronische Programmzeitschrift EPG (Electronic Program Guide) ist im Leistungsumfang des LC-60LE635E enthalten. Hiermit erhält der Nutzer einen Überblick über das jeweils aktuelle Fernsehprogramm der nächsten sieben Tage. Und trotz der vielen Funktionen und des sehr günstigen Preises erreicht der Fernseher die ausgezeichnete Energieeffizienzklasse A+ und schont somit die Umwelt und den eigenen Geldbeutel gleichermaßen. Die 635er-Serie ist Teil einer großen Produkt-Offensive, die das Unternehmen Sharp bis zur Fußball-Europameisterschaft 2012 umsetzt. www.sharp.de

Schneller Multimedia-Router von D-Link

D-Link bekommt Zuwachs in der Netzwerkfamilie: Der neue HD Media Router DIR-657 ist das erste Gerät einer neuen Familie, die für hochauflösendes Entertainment-Streaming und unkomplizierte Netzwerkfreigaben ausgelegt ist. Der schnelle 300 Mbit/s-Router arbeitet im Wireless N Betrieb,

den rasanten Kabelanschluss gewährleisten vier Gigabit-LAN-Ports. Insbesondere Filmfans, Spiele-Helden und IP-Vieltelefonierer kommen auf ihre Kosten, denn der HD Media Router überträgt Musik, Videos und High-Definition-Medien zeitgleich an mehrere Geräte. Der integrierte SD-Kartensteckplatz bringt zusätzlich Fotos und Musik in das Heimnetzwerk. Der DIR-657 präsentiert sich darüber hinaus als USB-Speicher und Printserver in einem Gerät. Via SharePort Plus Funktion haben Anwender gemeinsamen Zugriff auf alle USB-Geräte und Daten im Netzwerk. Mit dem schicken Design – die Antennen des Routers sind im Gehäuse verborgen – spricht D-Link Technik-Enthusiasten im digitalen Zuhause sowie im Home Office an, die Wert auf ein leistungsfähiges Netzwerk legen. Der HD Media Router DIR-657 ist ab sofort zu einem Preis von 129 Euro (inkl. MwSt). lieferbar. www.dlink.de

My Pocket Studio macht Produktaufnahmen ganz leicht

Mit dem neuen My Pocket Studio lassen sich Produktaufnahmen, zum Beispiel für den Verkauf bei Online-Auktionen oder für Broschüren, ganz einfach und preiswert realisieren. Vertrieben wird My Pocket Studio von der S+M Rehberg GmbH.

Es wird als komplettes Set mit einer Aufnahmebox, zwei Stativen, zwei Tageslichtlampen und austauschbaren Hinter- bzw. Untergründen in unterschiedlichen Farben geliefert. Der Aufbau ist einfach: Die Aufnahmebox wird aufgeklappt, die Stative mit den Lampen werden aufgestellt und ausgerichtet, und schon kann das Shooting beginnen. Die Aufnahmebox besteht aus transparentem Material. So kann die Beleuchtung des Objekts sowohl seitlich als auch von oben erfolgen. Dadurch wird das Motiv gleichmäßig schattenfrei und weich ausgeleuchtet. Aber auch eine frontale, einseitige oder Gegenlicht-Beleuchtung ist möglich. Mit farbigen Lampen oder Farbfolien lassen sich bei Bedarf besonders effektvolle Ergebnisse erzielen. My Pocket Studio ist leicht zu transportieren und wird bei Nichtgebrauch platzsparend in einem Transportkarton verstaut. Die Aufnahmeeinheit ist in fünf Größen von 40 cm x 40 cm x 40 cm bis 210 cm x 210 cm x 210 cm lieferbar. In der größten Ausführung lassen sich sogar perfekt ausgeleuchtete Personenaufnahmen realisieren.

Fotografen, die bereits über Lichtequipment verfügen, können die Aufnahmeboxen auch ohne Beleuchtungssystem bestellen. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen für die mobilen Fotostudios liegen zwischen 99,90 Euro und 999,90 Euro.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neue Bose Soundsysteme für unterwegs und zu Hause

Der neue Bose SoundLink Wireless Mobile Speaker ist nicht größer als ein Buch und kann praktisch überall dabei sein.

Ganz einfach guter Ton

Bei den Neuheiten des Weihnachtsgeschäfts setzt Bose auf wachsende Marktsegmente: Der SoundLink Wireless Mobile Speaker sorgt per Bluetooth für guten Ton von mobilen Geräten ohne Kabelverbindung. Die ersten Bose Soundbars fürs Heimkino bieten räumliche Sounderlebnisse in unaufdringlichem Design.

Im Jahr 2010 wurden weltweit über 400 Mio. Multimedia-Geräte wie Smartphones, MP3-Player oder Tablet PCs verkauft – Tendenz weiterhin steigend. Die Qualität der eingebauten Lautsprecher lässt allerdings zu wünschen übrig, und von mehr oder weniger guten Kopf-/Ohrhörern hat bestenfalls der Besitzer etwas. Dagegen sorgt der neue SoundLink Wireless Mobile Speaker praktisch überall für guten Ton in Bose Qualität. Der tragbare Lautsprecher im Format eines Buches ist nur 5 cm dick, 1,3 kg schwer und kann überall dabei sein. Für die Musikwiedergabe werden weder Kabel noch eine Dockingstation benötigt – der Bose SoundLink Wireless Mobile Speaker empfängt Signale von jedem Gerät, das mit Bluetooth ausgestattet ist.

Eine integrierte Antenne sorgt für zuverlässige kabellose Audioverbindungen nach dem Advanced Audio Distribution Profil (A2DP). Die Anmeldung dauert nur wenige Augenblicke: Für die kabellose Verbindung muss lediglich eine Taste auf dem Bedienfeld des Lautsprechers gedrückt werden. Die sechs zuletzt verwendeten Geräte bleiben gespeichert, so dass ohne erneute Anmeldung zwischen verschiedenen Zuspielern gewechselt werden kann. Das ist praktisch, wenn zum Beispiel auf einer Party drinnen oder draußen mehrere Personen

Der tragbare Lautsprecher ist auch in Premium-Ausführung mit dunkelbrauner Lederabdeckung zu haben.

abwechselnd die Funktion des „Diskjockeys“ übernehmen und Musik von ihren eigenen mobilen Geräten abspielen wollen.

Trotz seiner kompakten Abmessungen bietet der SoundLink Speaker eine überraschend gute Klangqualität. Der tragbare Lautsprecher kombiniert vier flache Neodymium-Schallwandler für die klare Wiedergabe hoher und mittlerer Frequenzen mit zwei neuartigen Passivstrahlern: Sie liegen einander gegenüber und wurden in eine patentierte waffelförmige Ummantelung integriert. Dadurch entstehen zum einen satte, warme Bässe. Zum anderen werden durch die gegenüberliegende Anordnung Vibrationen verhindert, so dass die Energie sich nicht im „Wandern“ des Lautsprechers entlädt, sondern in Schall-Leistung.

Die Bose Digital Signal Processing Technologie sorgt dabei dafür, dass die Tonsignale ohne Verlust oder Verzerrung beim Lautsprecher ankommen.

Mobil und langlebig

Bose hat den SoundLink Mobile Speaker konsequent auf den mobilen Einsatz getrimmt. Mit nur 5 cm Dicke passt das Gerät ohne weiteres in Handtaschen, Rucksäcke oder Aktenkoffer. Sobald die integrierte Abdeckung, die umgeklappt als Standfuß dient, geöffnet wird, ist das System betriebsbereit. Wird sie geschlossen, schaltet es sich ab. Ein wiederaufladbarer Lithium-Ionen Akku versorgt das System bei normaler Lautstärke mehr als acht Stunden lang mit Strom; bei hoher Lautstärke kann die Umgebung immer noch mehr als drei Stunden lang mit Musik beglückt werden.

Der SoundLink Wireless Mobile Speaker wurde als Begleiter für Strand, Park, Party, zu Hause und das Büro konzipiert und ist hart im Nehmen. So wurde das Gerät im Bose Labor auf seine Widerstandsfähigkeit gegen die Einwirkung von Salz, Nebel, Wind und Feuchtigkeit getestet und ist badezimmer-geeignet. Dank der robusten Seitenkappen aus besonders widerstandsfähigem Automotive-Grade Chrome nimmt es der Lautsprecher nicht übel, wenn er einmal (oder auch mehrmals) herunterfällt.

Der SoundLink Wireless Mobile Speaker ist in Standard-Ausführung mit dunkelgrauer Cordura Nylon Abdeckung zum UVP von 299 Euro oder in der Premium-Ausführung mit dunkelbrauner Lederabdeckung für 349 Euro (UVP) erhältlich. Als Zubehör sind rote oder violette Nylon-Abdeckungen oder Leder-Cover in Burgunderrot oder Hellbraun verfügbar.

Die ersten Bose Soundbars

Mit dem Lifestyle 135 Home Entertainment System und dem CineMate 1 SR Digital Home Cinema Home Speaker System stellt Bose seine ersten Soundbar-Systeme für guten TV-Ton mit markanter räumlicher Wirkung vor. Nur mit einem einzigen eleganten Speaker Array und dem neuen kabellosen Acoustimass Modul wird unverwechselbarer Home Cinema Sound erzeugt.

Das Lifestyle 135 System besteht aus einer Media-Konsole für bis zu sechs HD-Zuspielgeräte, einem UKW/MW-Tuner mit RDS und einer Docking-Station für iPod oder iPhone. Der Anschluss der Zuspielgeräte ist mit Hilfe des Bose Unify Intelligent Integration Systems besonders einfach: Auf dem Fernsehbildschirm wird mit leicht verständlichen Anweisungen genau gezeigt, wie der Benutzer vorgehen muss. Die Bedienung erfolgt dann mit der mitgelieferten Fernbedienung. Das lautsprechertechnisch identische CineMate 1 SR Speaker System wird mit einem einzigen Kabel direkt an das Fernsehgerät angeschlossen.

Mit den neuen Bose Soundbars werden sich vor allem Kunden anfreunden, denen bisher die Installation eines 5.1 Systems zu aufwendig war. Der Soundbar ist gerade einmal 6,1 cm hoch, 93,5 cm breit und 12,4 cm tief und unterstützt mit seinem eleganten Design das Erscheinungsbild moderner Flat-TVs, ohne in das Design des Raums einzugreifen. Das neue Acoustimass Modul ist das kleinste, das Bose jemals gebaut hat; da es kabellos mit dem System verbunden wird, kann es unauffällig genau dort platziert werden, wo es am wenigsten stört.

Für beeindruckend räumlichen Klang sorgt die von Bose entwickelte PhaseGuide Sound Radiator Technology, die bislang als Teil des Bose Video Wave Entertainment Systems erhältlich war und nun erstmals in einem Lautsprecher zur Verfügung steht. In Kombination mit dem exklusiv von Bose entwickelten TrueSpace Digital Processing erzeugt PhaseGuide ein beeindruckendes Klangerlebnis, bei dem der Hörer selbst an Positionen im Raum, an denen sich gar keine Lautsprecher befinden, klar definierte Töne hört.

Im Unterschied zu konventionellen Soundbars können die Lautsprecher des Lifestyle 135 Systems bzw. des CineMate 1 SR Speaker Systems flexibel platziert werden, nämlich wahlweise horizontal (Front nach oben) vor dem Fernseher oder vertikal (Front nach vorne) an der Wand. Mit Hilfe des Bose FlexMount Automatic Placement Compensation Systems erkennt der Lautsprecher automatisch seine Position und passt die Klangwiedergabe entsprechend an.

Das Bose Lifestyle 135 System umfasst neben dem Soundbar und dem Acoustimass Modul eine Media-Konsole für bis zu sechs HD-Zuspielgeräte, einen UKM/MW-Tuner mit RDS und eine Docking-Station für iPod und iPhone.

Damit die beeindruckende Raumwirkung des schlanken Soundsystems überall funktioniert, hat Bose die ADAPTiQ Audio Calibration Technologie entwickelt. Sie erkennt den Standort des Systems und kompensiert Faktoren, die das Klangbild beeinflussen können. Dabei werden nicht nur die Größe und der Zuschnitt des Raums, sondern sogar die Einrichtung berücksichtigt; das System erkennt auch die Möblierung und nimmt die entsprechenden Einstellungen vor.

Das Bose Lifestyle 135 Home Entertainment System ist ab sofort für 2.699 Euro (UVP) und das CineMate 1 SR Digital Home Cinema Speaker System für 1.499 Euro (UVP) erhältlich. Für die Wandmontage bietet Bose das WB-135 Wall-Mount Kit als Zubehör an. www.bose.de

Mit ihrem eleganten Design fügen sich die neuen Bose Soundbars unaufdringlich in die Wohnumgebung ein.

PLUS X AWARD:
FACHHANDELS

Der Plus X Award – weltgrößter Innovationspreis für Technologie, Sport und Lifstyle – honoriert besonderes Engagement der Hersteller zur Stärkung des Fachhandels mit der Auszeichnung zur Fachhandelsmarke des Jahres.

Ab sofort sind Sie als Fachhändler dazu aufgerufen Ihre Fachhandelsmarken für das Jahr 2012 zu wählen. Welche Marke ist beispielswese die partnerschaftlichste? Welche Marke unterstützt den Händler aktiv und verantwortungsvoll beim Abverkauf seiner Produkte oder welche Marke gilt als Vorbild für Händlerservice und Betreuung?

Helfen Sie mit Ihrer Stimme und Erfahrung das partnerschaftliche Verhältnis zwischen Handel und Hersteller zu stärken und weiter auszubauen – wählen Sie mit Ihrer Stimme die Fachhandelsmarke des Jahres 2012.

Jeder Fachhändler hat noch bis zum 18. Januar 2012 die Möglichkeit in den Plus X Award Fachhandels-Partnermedien PoS-Mail, imaging+photo-contact und CE&TRADE abzustimmen. Die offizielle Bekanntgabe der Fachhandelsmarken des Jahres 2012 findet im Frühjahr 2012 statt.

die offiziellen Partner des Plus X Award

PLUS X AWARD®

MARKE DES JAHRES 2012

Der Handel wählt

die Fachhandelsmarke des Jahres 2012

PLUS X AWARD

Füllen Sie hierzu die für Sie in Frage kommenden Felder aus und senden Sie diesen Fragebogen per Fax bis zum 18. Januar 2012 an: (0) 2181 / 285 95 199 oder postalisch an:
Plus X Award, Stichwort: „Fachhandelsmarke“, Montanusstraße 62, 41515 Grevenbroich

Persönliche Angaben:

Firma: ..... Kooperation: .....

Name: ..... * Vorname: .....

Position: .....

Straße: ..... * Hausnr.: .....

PLZ: ..... * Ort: .....

E-Mail Adresse: .....

Welche Fachhandelsmarke halten Sie in der entsprechenden Produktgruppe für besonders auszeichnungswürdig?

Unterhaltungselektronik Video Hersteller: .....
Begründung: .....

Unterhaltungselektronik Audio Hersteller: .....
Begründung: .....

Fototechnologie Hersteller: .....
Begründung: .....

Computer & Gaming Hersteller: .....
Begründung: .....

Telekommunikation Hersteller: .....
Begründung: .....

Mobilfunk-Provider/-Anbieter Hersteller: .....
Begründung: .....

Car-Media & Navigation Hersteller: .....
Begründung: .....

Elektrogroßgeräte Hersteller: .....
Begründung: .....

Elektrokleingeräte Hersteller: .....
Begründung: .....

Health Care Hersteller: .....
Begründung: .....

Mit Ihrer Unterschrift willigen Sie ein, Ihre personenbezogenen Daten zum Zwecke dieser Umfrage zur Verfügung zu stellen, dies dient lediglich zur Authentifizierung. Die Erhebung und Verwendung Ihrer Daten findet ausschließlich im Rahmen des Bundesdatenschutzgesetzes statt. Ihre personenbezogenen Daten sowie Ihre Antworten werden streng vertraulich und ausschließlich unternehmensintern behandelt und nach Auswertung der Umfrage unwiderruflich gelöscht.

☐ Ich möchte zukünftig über den Plus X Award informiert werden.

*sind Pflichtfelder und müssen ausgefüllt werden

.....
Datum, Unterschrift und Händlerstempel

NAVI

Falk Navi Pur 550 verspricht hohen Bedienkomfort

Mit dem Falk Pur 550 kommt ein neues Navigationsgerät auf den Markt, das vor allem unter dem Aspekt der einfachen Bedienung konzipiert wurde: Es bietet einen 5”/12,7-cm-Touchscreen, besonders kontrastreiche Kartenfarben, extra große Bedienelemente, XXL-Schrift sowie laute und gut verständliche Ansagen. Die intuitive Bedienung wird durch die auf die wichtigsten Funktionen reduzierte Menüführung gewährleistet. Mit dem Falk Servicepaket startet das Unternehmen zudem noch besondere Service-Aktivitäten. Das Falk Pur 550 bietet alle Komfortfunktionen, die für eine mühelose Navigation zum Ziel wichtig sind, wie laute und gut verständliche Ansagen von Straßennamen zur besseren Orientierung. Oder auch die Echt-Sicht-Darstellung, bei der mit plakativen und realitätsnahen Grafiken komplizierte Verkehrssituationen wie Autobahnwechsel, Kreisverkehre oder Abzweigungen in Tunnels vereinfacht und damit für den Nutzer schnell erfassbar dargestellt werden. Zudem sorgen Funktionen wie der Routenticker (dynamische Übersicht der aktuellen Verkehrssituation), die Vogelperspektive sowie der TMC Verkehrsfunkempfänger für Komfort. Eine Ausweichroute wird für den Nutzer auf Wunsch errechnet und beide Strecken anschaulich gegenübergestellt.

Das mitgelieferte Kartenmaterial für 44 Länder Europas sowie eine Vielzahl von Sonderzielen sind bereits auf dem Navi installiert. Zudem bietet das Gerät einen Reiseführer, der Inhalte von zahllosen Marco-Polo-Reiseführern für ganz Europa in digitalisierter Form enthält. Das hochwertige Design wird bestimmt durch eine Kombination von lackierten Elementen in Schwarz und hochwertigem Chromlook.

Zusätzlich zum ausführlichen Handbuch beinhaltet das Produkt den Falk Karten-Service. Für 49,95 Euro (anstatt 79,95 Euro) erhält der Falk Pur-Kunde seine neuen Karten sowie, bei Bedarf, die Software kostenlos im Service-Zentrum aktualisiert. Dabei steht für den Kunden ein kostenloser Versand-Service bereit, der sein Gerät auf Wunsch bei ihm zu Hause abholt und auch wieder zurückbringt. Das Komfort-Navi Falk Pur 550 ist zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 199,95 Euro erhältlich. www.falk.de

Navigon bringt die erste Onboard-Navigation für das Betriebssystem Windows Phone 7.5

Navigon lotst ab sofort auch Besitzer von Smartphones mit dem Betriebssystem Windows Phone 7. Die Onboard-Navigationslösung ist über den Windows Phone Marketplace erhältlich und läuft auf allen Geräten, die mit Windows Phone 7 ab Version 7.5 (Mango) arbeiten. Die neue Navi-App bietet zahlreiche Funktionen, mit denen Navigon bereits auf anderen Smartphone-Plattformen vertreten ist. Dazu gehören beispielsweise der Fahrspurassistent Pro, Navigon MyRoutes und Traffic Live. Zudem kann der Nutzer sich direkt zu Zielen aus seinem Adressbuch lotsen lassen oder den Reality Scanner verwenden. Dabei werden in das Live-Bild der Smartphone-Kamera die Sonderziele eingeblendet, die sich in der Umgebung befinden. Mit Navigon Shortcut kann der Nutzer Favoriten wie beispielsweise die Heimatadresse als Shortcut direkt auf seiner Windows Phone 7 Startseite ablegen. Durch die integrierte Fußgängernavigation lässt sich das Smartphone auch abseits des Autos nutzen.

Die App lässt sich zudem sehr leicht bedienen: Die Intelligente Adresseingabe erkennt bei der Zieleingabe Straßennamen automatisch. Zudem können Ziele auch als Geokoordinaten eingegeben werden.

Hinsichtlich des Kartenmaterials können Anwender unter zwei Varianten wählen: Navigon Europe mit 44 Ländern und Navigon USA. Navigon Europe wird bis zum 15. November zum Einführungspreis von 59,49 Euro anstatt 84,99 Euro erhältlich sein, die US-Version für 25,99 Euro anstatt 42,49 Euro. Neben der Vollversion gibt es die App in Deutschland auch als Grundversion Navigon select kostenfrei für alle Vertragskunden der Deutschen Telekom. Hier wird in Kürze ein kostenloses Update für die unterstützten Smartphones der Hersteller HTC, Samsung und LG zur Verfügung stehen.

Auch die kostenlose Navigon App traffic4all ist jetzt für Windows Phone 7 erhältlich. traffic4all zeigt in Echtzeit die Verkehrslage in der direkten Umgebung. Darüber hinaus kann die Staugefahr für andere Orte und konkrete Adressen in Europa, USA und Kanada abgerufen werden.

www.navigon.de

Neun von zehn Nutzern loben die ViewRanger Karten und Outdoor-App

Die Karten- und Outdoor GPS-App ViewRanger steht bei den Nutzern hoch im Kurs. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage zur Kundenzufriedenheit, die das Unternehmen unter mehreren tausend ViewRanger Nutzern durchführte. Fast 90 Prozent der online Befragten bewerteten die App mit „sehr gut“ oder „gut“. Bei den meisten ist ViewRanger regelmäßig im Einsatz. Vor allem Wanderer, Mountainbiker und Radfahrer nutzen sie mindestens einmal im Monat. Aber auch beim Skifahren, Geocaching oder Reiten hat sich ViewRanger zum Begleiter für Routenplanung, Trackaufzeichnung oder den Austausch von Standorten entwickelt. Besonders beliebt sind der Umfrage zufolge die vielseitigen Funktionen der ViewRanger-App.

So ist es für fast alle Nutzer wichtig, ihre Position auf dem Display in Echtzeit anzuschauen. Weit oben in der Bewertung der Kunden rangieren zudem Trackaufzeichnung sowie das Planen einer eigenen Route. Das gaben fast Dreiviertel der Befragten an. Als weitere nützliche Funktionen werden die Leistungsstatistiken zu Wegstrecke, Höhenunterschieden und Höhenmetern genannt. Damit kann man feststellen, welche Strecke man zurückgelegt hat, wie lange man unterwegs war oder welche Höhenunterschiede bewältigt wurden.

Hilfreich ist laut Studie auch das Teilen von Positionen über die Buddy Beacon-Funktion. Diese ermöglicht den Austausch von Standorten in Echtzeit über mobile Geräte oder zum Internet. So lässt sich über die ViewRanger-App verfolgen, wo andere Nutzer sich gerade befinden. Problemlos navigiert die Outdoor-App auf Wunsch dorthin.

www.viewranger.de

Garmin stellt GPS-fähige Golfuhr Approach S1W in weißer Version vor

Garmin bringt mit der Approach S1W eine weiße Version der GPS-fähigen Golfuhr auf den Markt. Präzise zeigt diese Armbanduhr die Entfernung zu Anfang, Mitte und Ende des Grüns und hilft dem Spieler so, seine Spielweise zu optimieren oder sein Handicap zu verbessern. Fast 7.000 europäische Golfplätze sind auf der

Approach S1W digitalisiert; weitere Kosten für Abonnements oder zukünftige Updates fallen nicht an. Die Uhr ist wasserfest, robust und wiegt 51 Gramm. Das hintergrundbeleuchtete Display ist gut ablesbar. Der Lithium-Ionen Akku erlaubt die Nutzung im GPS-Modus bis zu acht Stunden und im Uhrzeitmodus bis zu drei Wochen ohne Aufladen. Selbst Profis wie beispielsweise die erfolgreiche Golferin Martina Eberl-Ellis setzen für ein optimales Course Management auf die Garmin Approach-Serie. www.garmin.de

Lexmark stellt Navigations-App zum Drucken vor

Mit der neuen MapQuest SmartSolution von Lexmark können Wegbeschreibungen mit nur wenigen Klicks erstellt und gedruckt werden – ohne PC. Die neue Navigationsanwendung für die All-In-One (AIO) Tintenstrahldrucker-Serie von Lexmark mit Touchscreen steht auf der Lexmark Webseite zum kostenlosen Download bereit. Um MapQuest zu nutzen, muss der Anwender über den Farb-Touchscreen des AIO-Druckers Start- und Zieladresse eingeben, anschließend kann er Wegbeschreibung und Karte direkt drucken. Zusätzlich stellt Lexmark die SmartSolution MapQuest Concierge bereit, die Restaurants und Sehenswürdigkeiten in der Nähe anzeigt. Pensionen und kleinere Hotels können den AIO-Drucker im Eingangsbereich aufstellen, um damit ihren Gästen den Service zu bieten, im näheren Umfeld Restaurants auszuwählen und die Wegbeschreibung gleich zu drucken. Die Applikationen stehen zum Download bereit unter https://smartsolutions.lexmark.com. www.lexmark.de

TomTom bietet Käufern eines Navis drei Jahre kostenlose Karten-Updates

Beim Kauf eines TomTom Navigationsgeräts aus der GO Live 1000, GO Live 800 und Via Serie erhalten alle Kunden die Möglichkeit, die Zentral Europa- und Europa-Karten ihres Geräts drei Jahre lang kostenlos zu aktualisieren. Diese Aktion läuft seit dem 1. Oktober und endet am 14. Januar.

Beim Kauf eines TomTom Geräts erhält jeder TomTom Kunde eine Garantie für die neueste Kartenversion, die ab Kauf bis zu 90 Tage kostenlos zum Download bereitsteht. Danach kann für 39,80 Euro der Kartenaktualisierungsservice für vier Karten pro Jahr gebucht werden.

TomTom Kunden, die eines der oben genannten Produkte im Aktionszeitraum erwerben, haben die Gelegenheit, die Karten ihres neuen Geräts drei Jahre lang kostenfrei auf dem neuesten Stand zu halten. Voraussetzung hierfür ist, dass der Kaufbeleg des Geräts nach Registrierung unter www.tomtom.com/kartenpromo bei TomTom eingereicht wird. Nach erfolgreicher Prüfung erhält der Kunde einen Promotioncode, den er in der Verwaltungssoftware MyTom-Tom eingeben kann, um den Kartenaktualisierungsservice zu aktivieren.

Die Update-Aktion gilt für alle Käufe eines TomTom GO Live 1015 World, TomTom GO Live 1015 Europe, TomTom GO Live 1005, TomTom GO Live 1000, TomTom GO Live 825 Europe, TomTom GO Live 820 Europe, TomTom Via 125 Europe & TomTom Via 120 Europe zwischen dem 1. Oktober und dem 14. Januar in Deutschland und nur für Zentral Europa- und Europa-Karten. Neben den Kosten für das Navigationsgerät fallen keinerlei zusätzliche Kosten an.

Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die Promotion lautet:

- TomTom GO Live 1015 World + drei Jahre Karten-Update: 349 Euro
- TomTom GO Live 1015 Europe + drei Jahre Karten-Update: 299 Euro
- TomTom GO Live 1005 + drei Jahre Karten-Update: 349 Euro
- TomTom GO Live 1000 + drei Jahre Karten-Update: 299 Euro
- TomTom GO Live 825 Europe + drei Jahre Karten-Update: 249 Euro
- TomTom GO Live 820 Europe + drei Jahre Karten-Update: 229 Euro
- TomTom Via 125 Europe Traffic + drei Jahre Karten-Update: 199 Euro
- TomTom Via 120 Europe Traffic + drei Jahre Karten-Update: 179 Euro. www.tomtom.com

Täglich frische News: www.pos-mail.de

HTC Smartphones sprechen unterschiedliche Zielgruppen an

Sechs Geräte fürs Jahresendgeschäft

HTC ist für das Weihnachts- und Jahresendgeschäft gut aufgestellt: Mit sechs neuen Geräten, darunter zwei mit dem aktuellen Betriebssystem Windows Mango, hält das Unternehmen Smartphones für die unterschiedlichsten Zielgruppen bereit. Großen Zuspruch erhofft sich HTC dabei vor allem von den beiden Neuheiten Sensation XL und Sensation XE, die das Audiotuning von Beats Electronics (Beats by Dr. Dre) integrieren und insbesondere Musikliebhaber ansprechen sollen.

Im Rahmen einer Presseveranstaltung in München stellte HTC Product Manager DACH, Jakob Feyissa, die einzelnen Produkte detailliert vor. Feyissa hob dabei die zahlreichen Verbesserungen und Weiterentwicklungen gegenüber den Geräten der Vorgängergeneration hervor. Vor allem bei den Kameras, bei der Konnektivität und der Nutzung cloudbasierter Dienste wurden demnach große Fortschritte erzielt. Einiges getan hat sich auch beim Design. Hier kümmert sich laut Feyissa eine eigens gegründete Designgruppe darum, Produkte zu entwickeln, die aktuelle Trends berücksichtigen; so wie es zum Beispiel das HTC Rhyme macht.

HTC Titan und HTC Radar

HTC hat die neuen Smartphones Titan und Radar mit dem neuen Betriebssystem Windows Phone ausgestattet. Das HTC Titan zeichnet sich vor allem durch sein großes 4,7“/11,9 cm Display aus. Dieses ist in ein 9,9 mm schlankes Alugehäuse eingebettet. Beide Modelle haben einen dezidierten Kameraauslöser und erstmals ein 28-mm-Weitwinkelobjektiv mit der hohen Lichtstärke F1: 2.2 sowie einen hintergrundbeleuchteten Sensor für Aufnahmen bei schwierigen Lichtverhältnissen.

Beide Geräte können Videos in HD-Qualität (720p) aufzeichnen. Mit dem HTC Photo Enhancer kann der Fotograf Bilder bearbeiten und Freunde über die automatische Gesichtserkennung markieren, um die Bilder auf Facebook hochzuladen. Das HTC Titan ist multitaskfähig und bietet zudem zahlreiche Office-Funktionen. Das HTC Radar im eleganten Aluminium-Unibody zeigt auf seinem scharfen 3,8“/9,6 cm Display dank des neuen Kontakte Hubs die wichtigsten Dinge aus Beruf und Freizeit direkt auf dem Startscreen an. Hier sind alle Neuigkeiten der Freunde und deren aktuelle Einträge aus Sozialen Netzwerken und die gesamte Historie der Kommunikation enthalten.

Das HTC Titan ist in der Farbe Carbon Grey ab einer UVP von 599 Euro verfügbar. Das HTC Radar gibt es in den Farben Active White und Metal Grey für eine UVP von 399 Euro.

HTC Rhyme

Das HTC Rhyme wendet sich an Nutzer, die weder bei der technischen Leistungsfähigkeit noch beim Design ihres Smartphones zu Kompromissen bereit sind. Das Ergebnis ist das äußerst schlanke und elegant designte HTC Rhyme in neuen, frischen Tri-Tone-Farben. Ausgestattet ist das Gerät unter anderem mit einer neuen Version von HTC Sense; außerdem steht umfangreiches Zubehör für das HTC Rhyme bereit.

Das Unibody-Design des HTC Rhyme ist sehr elegant und smart, jedes Detail wurde mit großer Sorgfalt gestaltet, um ein einzigartiges haptisches Erlebnis zu erzielen. Die Materialien, Rundungen und auch die Abmessungen des Smartphones wurden so gestaltet, dass sie sich einfach großartig in der Hand anfühlen, ohne Einschränkungen in bezug auf die Bedienung in Kauf nehmen zu müssen. Das HTC Rhyme wird in drei verschiedenen Tri-Tone-Farbvarianten auf den Markt kommen: Clearwater, Hourglass und Plum.

Der komplett neue Home Screen gibt einen ungetrübten Blick auf wichtige Interaktionen frei. Die Vorschau auf Termine, Nachrichten oder andere Informationen steht auf einen Blick direkt zur Verfügung. Dank zahlreicher neuer Wallpaper lässt sich jedes HTC Rhyme persönlich gestalten. Das Gerät bietet außerdem ein WVGA Super LC-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 3,7“/9,4 cm, Stereo Sound und eine 5-Megapixel-Kamera. Das Gerät hat eine UVP von 479 Euro. Zum Ausstattungsumfang zählen die Docking Station, die Headphones sowie der HTC Rhyme Charm.

HTC Explorer

Das HTC Explorer ist das aktuell kostengünstigste Smartphone in der HTC Produktpalette. Es beherbergt in seinem kompakten, abgerundeten Gehäuse ein HVGA-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 3,2“/8,1 cm sowie eine 3-Megapixel-Kamera und richtet sich an Smartphone-Einsteiger oder Zweitbesitzer, die ein intuitiv und einfach zu bedienendes Mobiltelefon suchen.

Dank HTC Sense können Kunden die scharfgestochene Grafik, auf-

regende Animationen, zahlreiche Widgets sowie eine cineatisch animierte Wettervorhersage erleben. Das HTC Explorer bietet einen individuell anpassbaren aktiven Sperrbildschirm, auf dem die am häufigsten verwendeten Anwendungen mit nur einem Fingertipp gestartet werden können.

Zudem bietet das Phone volle Adobe Flash-Unterstützung für das Abspielen von Videos im Internet. Das HTC Explorer ist in den Farben Active Black und Metallic Blue zu einer UVP von 199 Euro zu haben. www.htc.de

HTC Sensation XL integriert Audiotuning von Beats

Das HTC Sensation XL mit voller Beats Audio-Integration ist das jüngste Ergebnis der im August angekündigten Partnerschaft zwischen HTC und Beats. Mit seinem 4,7“/11,9 cm-Display, einer speziell optimierten Audiowiedergabe und einem 1,5-GHz-Prozessor soll das HTC Sensation XL einen neuen Maßstab beim mobilen Entertainment setzen. Das HTC Sensation XL unterstützt das Audiotuning von Beats, mit dem sich Musik in der Qualität wiedergeben lässt, wie es der Künstler beabsichtigt hatte. Exklusiv mit dem HTC Sensation XL werden die leichten Kopfhörer urBeats geliefert, die auf das Beats-Audioprofil auf dem Smartphone abgestimmt sind. Das eingebaute Mikrofon ermöglicht freihändiges Telefonieren, und mit der kabelgebundenen Fernsteuerung lassen sich Musiktitel anhalten, vor- oder zurückspielen und Anrufe während der Musikwiedergabe annehmen. Musikempfehlungen oder Informationen zu dem jeweiligen Track können per SMS, E-Mail oder via Facebook an Freunde gesendet werden. Das HTC Sensation XL beinhaltet den Service HTC Watch, mit dem aktuelle Filme, kostenlose Trailer und TV-Shows verschiedenster Genres auf einen Fingertipp zur Verfügung stehen. Das HTC Sensation XL hat eine lichtstarke (F 1:2,2) 8-Megapixel-Kamera mit 28-mm-Weitwinkelobjektiv und einen hintergrundbeleuchteten BSI-Sensor für Aufnahmen bei schwierigen Lichtverhältnissen. Videos können in HD-Qualität (720p) aufgenommen werden. Das HTC Sensation XL mit Beats Audio ist zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 619 Euro erhältlich.

HTC Sensation XE mit Beats by Dr. Dre

Beim HTC Sensation XE kommt, ebenso wie beim HTC Sensation XL (siehe Kasten oben rechts), die Beats Audio-Technologie für die Klangwiedergabe in Tonstudioqualität zum Einsatz. Das Android-Flaggschiff soll mit seiner integrierten High-Fidelity-Technologie einen neuen Maßstab für Audioqualität im Mobilfunkmarkt setzen. Zudem wartet das Multimedia-Phone mit einem schnellen 1,5-GHz-Dualcore-Prozessor sowie einem größeren Akku auf. Dank Beats Audio werden Bässe satter und Höhen kristallklar wiedergegeben, das gesamte Klangspektrum ist außergewöhnlich sauber. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Titel aus der eigenen Musik-Datenbank oder einem Musikservice aus dem Android Market stammen. Das HTC Sensation XE ist mit einer 16 GB microSD Card für Tausende von Musikstücken ausgestattet. Die exklusiven Beats by Dr. Dre-Kopfhörer sind mit einer Fernbedienung ausgestattet, die Funktionen wie Starten, Pause, Springen zwischen Titeln oder das Annehmen/Beenden von Anrufen ermöglicht, auch wenn das Smartphone in der Tasche ist. Das HTC Sensation XE mit Beats Audio ist zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 589 Euro zu haben.

TK

The Phone House blickt auf 25jährige Geschichte zurück

Im Oktober hat The Phone House silbernes Jubiläum gefeiert: Seit nunmehr 25 Jahren werden von dem Unternehmen Trends in Sachen Mobilfunk und Telekommunikation aufgegriffen und gesetzt. The Phone House ist damit eines der ältesten Unternehmen am deutschen Mobilfunk-Markt. Die Geschichte von The Phone House begann 1986, als René Obermann, heutiger Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG, als Student in Münster seine erste Firma namens ABC Rufsysteme gründete. Damals steckte der Mobilfunk noch in den Kinderschuhen, und die Kommunikation unterwegs beschränkte sich auf koffergroße Endgeräte und bescheidene Übertragungstechnologien.
Nach Erwerb der Mobilfunk-Lizenzen für das D2- (1991), D1- (1992) und E-Plus-Netz (1994) nahm das Unternehmen als Service Provider unter dem Namen Hutchison Telecom Mitte der 1990er Jahre Fahrt auf. Kurz vor der Jahrtausendwende wurden bereits über 500.000 Kunden betreut. 2003 vom britischen Unternehmen Carphone Warehouse plc. übernommen, firmiert das Unternehmen seit 2004 unter dem Namen The Phone House. Zu Spitzenzeiten als Service Provider betreute The Phone House bis zu zwei Millionen Kunden.

Nach einem Geschäftsmodellwechsel agiert The Phone House heute als Handelsunternehmen für Mobilfunktarife, Smartphones, Netbooks und Tablet PCs. Bundesweit betreibt The Phone House über 170 Shops im Eigen- und Franchisebetrieb, rund 50 Telekom Shops für die Deutsche Telekom und bedient mit der Marke MobileWorld Distribution erfolgreich kleine und mittelgroße Distributoren im deutschen Telekommunikationsmarkt. www.phonehouse.de

NT plus baut Portfolio mit Zubehör der Marke Peter Jäckel aus

NT plus, die Telekommunikationsmarke von Also Actebis, erweitert ihr Sortiment an Handyzubehör mit den Produkten des Zubehör-Spezialisten Peter Jäckel Kommunikationssysteme GmbH. Die Produkte von Peter Jäckel decken alle Facetten des Handy- und Notebook-Zubehörs ab. Sie reichen von Bluetooth-Produkten über Akkus und Ladegeräte bis zu modischen Handy-Schutzhüllen oder Notebook-Taschen von Marken wie Bugatti, Glööckler, Red Bull Racing, Playboy oder Sushi. Ansprechende PoS-Displays runden das neue Angebot ab. www.alsoactebis.com

Base präsentiert in der aktuellen Herbstkampagne neue Markenbotschafter

Base präsentiert in diesem Herbst in einer frisch abgedrehten Mein Base Kampagne neue Markenbotschafter. Im Mittelpunkt stehen diesmal Fred und Rosalina. Dazu kommt mit Mark ein Bekannter aus der vorhergehenden Kampagne. Fred ist 25 Jahre alt, kommt aus Aachen, ist Student, Tänzer und Choreograf. Welchen Tanz-Stil er hat, zeigt er im Spot. Und dieser ist genauso individuell wie seine Mein Base Flatratekombination für das Smartphone. Rosalina aus Berlin ist nur 1,64 m groß, aber oho. Die Store-Managerin eines Cafés zeigt im neuen Spot, warum sie und ihr Smartphone so gut zusammenpassen.

Wie die Werbegesichter vergangener Spots sind die beiden Akteure echte Base Kunden, die zuvor beim Besuch im Base Shop an einem offenen Casting teilgenommen hatten. Die Werbeneulinge werden auf Plakaten, in Internet- und Tageszeitungsanzeigen, Haushaltsverteilungen sowie im Rahmen der PoS-Kommunikation zu sehen sein.

Mit den Spots folgt Base der Tradition, die mit dem Start des Mein Base Tarifs im Frühjahr 2010 ins Leben gerufen wurde: Die Kampagne stellt die Menschen in den Fokus. Sie erklären authentisch, sympathisch und selbstbewusst, dass Mein Base ihnen die Kommunikationslösung bietet, die sich jederzeit und einfach individuell an ihr Leben anpassen lässt.
Schon beim Casting steht im Mittelpunkt, was die Kunden über Base

erzählen – genau wie in der Werbung. Einen Monat lang hat die Mobilfunkmarke in 35 Shops bundesweit nach authentischen Markenbotschaftern gesucht. Die Top 20 wurden zum Fotoshooting und Dreh nach Hamburg eingeladen, die Gewinner sind die Protagonisten der neuen Werbekampagne.
Nach dem Casting ist vor dem Casting: Aktuell besteht bereits die nächste Chance für die Kunden, zum Base Markenbotschafter zu werden. Seit Ende Oktober findet die nächste Live Casting-Runde statt, und zwar bis zum 5. November in Hamburg (Base/E-Plus Shop Spitaler Str. 22–24a) und Frankfurt (Base/E-Plus Shop Zeil 86), bis zum 7. November in Berlin (Base/E-Plus Shop Unter den Linden 10) und bis zum 8. November in München (Base/E-Plus Shop Marienplatz 16), Düsseldorf (Base/E-Plus Shop Friedrichstr. 129–133/Färberstr.) und Dortmund (Base/E-Plus Shop Westenhellweg 102–106, Thier Galerie). www.base.de

Herweck vor Ort in Lünen

Die vernetzte Welt und professionelle ITK-Systemlösungen präsentiert der saarländische Distributor Herweck zwischen September und Februar im Rahmen der Roadshow Perspectives Systems. Nach dem Auftakt in Frankfurt präsentierten sich Herweck und Industriepartner am 6. Oktober im westfälischen Lünen.

Die Roadshow richtet sich an Systemhäuser und ITK-Fachhändler, die sich mit der Implementierung von Kommunikationslösungen in Unternehmen beschäftigen. Zusammen mit wichtigen Industriepartnern präsentiert Herweck Sehens- und Erlebenswertes aus der konvergenten Lösungswelt.

Mit von der Partie sind die Hersteller für ITK-Systemlösungen Siemens Enterprise Communications, Aastra, SKM Skyline NEC, Samsung und Funkwerk Enterprise Communications. Die Netzanbieter Deutsche Telekom, Telefonica Germany, QSC und 1&1 präsentieren ihre Business-Lösungen. Partner Estos wartet mit Unified Communications-Lösungen und CTI auf, Headsetlösungen stellen Plantronics und Jabra vor. Gigaset zeigt die neue Gigaset pro Reihe mit IP-Telefonanlagen und SIP-Telefonen, IP-Telefonlösungen, die durch offene Standards kompatibel zu vielen Telefonanlagen sind. Und der neue Herweck Partner Extricom war in Lünen mit WLAN für eine nahtlose, flächendekkende Verfügbarkeit ohne Interferenzen und Hand-off Latenzen vertreten.

Bild oben: Zwischen den Diskussionsforen haben die Roadshow-Besucher Gelegenheit, mit Lieferanten und Lösungsanbietern ins Gespräch zu kommen. Bild rechts: Herweck-Vorstand Dieter Philippi (l.) lässt sich am Stand von Extricom erläutern, wie das Unternehmen flächendeckende WLAN-Netze in Gebäuden und auf großen Arealen realisiert.

Aufmerksame Zuhörer erhalten auf der Perspectives Systems wichtige Anregungen für ihre tägliche Arbeit und Ideen für zukünftige Geschäftsstrategien.

Unter der Moderation von Branchenkenner Martin Fryba wurden darüber hinaus aktuelle Themen von Vertretern der Aussteller diskutiert. Dies waren im einzelnen:

„Mobile Business-Lösungen: Tablets und Smartphones im Unternehmenseinsatz" ist eines der Themen, die auf der Roadshow näher beleuchtet werden. In Lünen diskutierten darüber unter der Moderation von Martin Fryba (v. l.) Yasemin Caglayan (Telefonica Germany), David Morton-Rennalls (Extricom) und Rüdiger Althoff (Telekom Deutschland).

- Mobile Business-Lösungen: Tablets und Smartphones im Unternehmenseinsatz.
- Telefonie aus der Cloud: Hype oder Chance für Hersteller und TK-Systemhäuser?
- Infrastruktur und Dienste für den Arbeitsplatz der Zukunft: Welche lukrativen Felder TK-Systemhäuser besetzen müssen.
- Partnerprogramme für erfolgreichen Vertrieb: Margenstarke Kommunikationsprodukte und Webdienste.

www.herweck.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Roadshow zeigt aktuelle Trends in der TK-Vermarktung

Brodos AG im Borussia Park

An vier Stationen hat sich der TK-Distributor Brodos zwischen dem 21. September und dem 19. Oktober im Rahmen seiner Roadshow 2011 präsentiert. In vier Fußball-Arenen hatten Kunden und Interessenten die Gelegenheit, sich auf einer im Vergleich zu den Vorjahren vergrößerten Ausstellungsfläche vom umfassenden Produkt- und Leistungsportfolio sowie der breiten Palette an neuen und langjährig bewährten Partnerkonzepten des Unternehmens zu überzeugen. Im Dortmunder Signal Iduna Park nahm auch PoS-MAIL diese Chance wahr.

Zudem stießen die attraktiven Messeangebote der Brodos AG und der 20 Aussteller sowie die zukunftsträchtige Vermarktung von virtuellen Produkten der Schwesterfirma ContentCard auf großes Interesse. Diese Artikel

Nachdenklich stimmte Dominik Brokelmann, Vorstandsvorsitzender der Brodos AG, viele Gäste mit seiner Rede zum wachsenden Online-Handel.

sind auch bereits in der Online-Warenwirtschaft brodos.net integriert und lassen sich sofort im Shop verkaufen und aktivieren. Somit hat der Händler neben einem umfassenden Shopmanagementsystem ein Programm zur Hand, das ihm durch die Erweiterung seines Produktangebotes neue Absatzchancen ermöglicht.

Wie bereits bei den Veranstaltungen zuvor, waren in Dortmund deutlich mehr Handelspartner vertreten als erwartet. Dies dürfte zum einen an den attraktiven Locations (außer in Dortmund war die Roadshow zu Gast im Millerntor-Stadion Hamburg, im Olympiastadion Berlin und in der Easy Credit Arena Nürnberg) gelegen haben, zum anderen aber auch an der aus den Vorjahren bekannten freundschaftlichen Atmosphäre, die Gleichgesinnten aus der TK-Branche die Möglichkeit gibt, ungezwungen miteinander ins Gespräch zu kommen und sich über aktuelle Trends auszutauschen.

„Zeit zum Handeln“

Großen Anklang fand die Rede von Dominik Brokelmann, Vorstandsvorsitzender der Brodos AG. Unter dem Motto „Zeit zum Handeln“ gab er seine Meinung zum immer stärker wachsenden Online-Handel preis und hielt fest, dass eine erfolgreiche Zukunft des Einzelhandels nur durch die enge Zusammenarbeit zwischen Händler und Distributor möglich sei. Zugleich sicherte er den Händlern bei der Ausrichtung auf den sich wandelnden Markt die umfassende Unterstützung seitens Brodos zu und betonte die gemeinsamen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten.

brodos.net

Eine Eigenheit in der Mobilfunkbranche ist die freie Kombinierbarkeit von vielen verschiedenen Geräten mit unterschiedlichen Verträgen. Das große Maß an Auswahlmöglichkeiten für die Endkunden bedeutet für die Händler der Telekommunikationsbranche eine hohe Komplexität bei der Abwicklung und der Abrechnung ihrer Ware. Um die Händler für diese anspruchsvolle Aufgabe zu rüsten, hat Brodos das brodos.net entwickelt.

brodos.net ist eine webbasierte Warenwirtschaft für derzeit rund 95.000 Artikel, die durch Vernetzung aller Nutzer zum Marktplatz geworden ist. Sie gewährleistet eine übersichtliche und funktionale Verwaltung aller wichtigen Vorgänge von Einkauf bis Verkauf für die Händler.

Der Umfang der onlinebasierten Software wird stetig in enger Zusammenarbeit mit den Brodos Händlern vergrößert. In der aktuellen Version wurden die Funktionalitäten der Software noch einmal deutlich erweitert. „Der Händler behält mit brodos.net alle Vorgänge vom Bezug bis zum Abverkauf der Produkte unter Kontrolle“, sagte Marc Dieminger, Application Management, brodos.net. Zu den wichtigsten Funktionen zählen laut Dieminger:

- Kontrolle von Eingang, Bestand und Status der gelieferten Ware
- Möglichkeit zur Zubuchung von Geräten zu aktivierten Mobilfunkverträgen und Kontrolle der Kalkulation
- Freigabe der Verträge zur Abrechnung und zur Auszahlung und selbständige Bestimmung, im Rahmen des Kreditlimits, wann mit dem Großhändler my-eXtra abgerechnet wird
- Verfügung über eine Kundenstammverwaltung mit CRM (Customer Relationship Management)

„Willkommen im Borussia Park“ hieß es an der dritten Station der Brodos Roadshow, die an der Wirkungsstätte des amtierenden Deutschen Fußballmeisters Borussia Dortmund stattfand.

Andreas Hummel, Director Business Division Content Card (r.), informierte die Roadshow-Besucher über die vielfältigen Umsatzchancen beim Verkauf der Content Card Produkte.

- Ein Rohertragsrechner, der zu jeder Zeit den Soll/Ist-Zustand für jeden Mitarbeiter und jede Filiale anzeigt
- Eine einfache Verwaltung der Kunden-Stammdaten.

Content Card

Einen weiteren Schwerpunkt der Roadshow bildeten Informationen zu Content Card. Neben der Aufladung von Prepaid-Karten für Handys, neuerdings auch für eine große Anzahl von Netzbetreibern in fernen Ländern wie Brasilien oder Indien, bietet Content Card die Möglichkeit, Guthaben für andere Bereiche, etwa Games, Navigation oder Lifestyle, zu kaufen. „Mit unserem rasant wachsenden Produktportfolio lassen sich im Handel immer neue Kundengruppen erschließen, die Kundenfrequenz erhöhen und somit zusätzliche Verkäufe generieren“, erläuterte Andreas Hummel, Director Business Division Content Card. „Darüber hinaus können Händler eine hohe Kundenbindung durch Artikel erzielen, die immer wieder gekauft oder aufgeladen werden müssen, zum Beispiel Sony Playstation Guthaben.“

Positiv für den Handel ist, dass die virtuellen Produkte von Content Card erst dann abgerechnet werden, wenn er das Geld des Kunden bereits in der Kassenschublade hat. Ein weiteres Argument, das für den Verkauf der Content Card Produkte spricht, ist die Tatsache, dass die Guthaben als Voucher angeboten und erst nach dem Kauf an der Kasse freigeschaltet werden. Daher braucht der Händler keinerlei Einbußen durch Diebstahl oder Schwund zu fürchten. www.brodos.de

Über den „Dauerbrenner“ Zubehör konnten sich die Besucher der Brodos Roadshow in Dortmund ebenso informieren wie über das aktuelle Trend-Thema Tablet PCs.

TK

LG Optimus LTE bietet 4G Geschwindigkeit und ein neuentwickeltes Display

Telefonieren und dabei zeitgleich ohne Geschwindigkeitsverlust im Internet surfen – störungsfrei und mit Blick auf ein ultraklares Display: Dieses Versprechen gibt das jetzt zunächst in Korea vorgestellte LG Optimus LTE. Das schnelle und hochwertige Smartphone bietet neben LTE ein True HD-IPS-Display – eine weitere Neuentwicklung, die erstmals in einem Mobiltelefon zur Anwendung kommt. Das LG Optimus LTE versteht sich als Antwort auf ein verändertes

Kommunikationsverhalten der Smartphone-Nutzer und markiert dabei den nächsten Meilenstein in der Geschichte von LG Mobile. Mit einer Bildschirmdiagonale von 11,43 cm bietet das True HD-IPS-Display des LG Optimus LTE eine hohe Auflösung, Helligkeit und Klarheit sowie eine absolut natürliche und originalgetreue Farbdarstellung. Zu den weiteren Kennzeichen gehören eine verbesserte Performance mit einem 1,5 GHz Dual-Core-Prozessor, basierend auf der 2.3 Gingerbread Betriebssystemplattform, und ein leistungsstarker Akku mit 1.830 mAh. Weiterhin können Inhalte problemlos über HDMI und DLNA mit kompatiblen Geräten ausgetauscht werden.
Wann und zu welchem Preis das LG Optimus LTE in Deutschland auf den Markt kommen wird, steht zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest.

www.lge.de

Das Motorola RAZR kehrt in aktualisierter Version auf den Markt zurück

Das Motorola RAZR ist zurück. Die aktuelle Version zeichnet sich durch ein extrem dünnes Gehäuse mit abgerundeten Ecken, einer Glasabdeckung, geschliffenen Aluminium-Akzenten und einem 4,3 Zoll Super Amoled

Advanced-Display für außergewöhnlich lebendige Bilder mit extrem kräftigen Farben aus. Das Motorola RAZR ist mit Kevlar und Corning-Gorilla-Glas verstärkt und schützt so den Bildschirm vor Kratzern und Schrammen. Eine wasser- und schmutzabweisende Beschichtung beschirmt das Smartphone rundum vor Feuchtigkeit. Zu den technischen Merkmalen gehören 1 GB RAM und ein 1,2 GHz Dual-Core-Prozessor sowie das Betriebssystem Android 2.3.5. Das Gerät ist multitaskingfähig und erlaubt dem Nutzer beispielsweise, Musik zu hören und E-Mails zu schreiben oder das Fotoarchiv durchzublättern. MotoCast, eine freie App von Motorola, ist ebenfalls installiert. So lassen sich Inhalte per Fernzugriff vom PC zu Hause oder im Büro direkt auf das Motorola RAZR streamen oder abspielen. Zusätzlich bietet das Motorola RAZR auf der Frontseite eine 720p-HD-Videokamera. Die 8-MP-Kamera auf der Rückseite nimmt eigene Filme als noch schärfere 1.080p-HD-Videos auf. Und die Bildstabilisierung macht aus Alltagsaufnahmen Bilder in Kinoqualität – auch ohne sperrige Stative.
Das Motorola RAZR ist außerdem businesstauglich. Denn eine gute Datensicherung schützt E-Mails, Kontakte und Kalender. Eine vorinstallierte App auf dem Motorola RAZR schaltet den Klingelton automatisch leiser, wenn man auf der Arbeit ist, verändert Einstellungen von Bluetooth und GPS, um den Akku zu schonen, und sendet einen Text an Familie oder Freunde, wenn man ihren Anruf verpasst hat.
Das Motorola RAZR ist in Deutschland ab November 2011 bei der Deutschen Telekom, O2 und ThePhoneHouse verfügbar. www.motorola.de

Neue Systemtelefonie-Lösung von Funkwerk

Mit der neuen Produktlinie elmeg S530/S560 stellt Funkwerk Enterprise Communications (FEC) zwei Systemtelefone für die Kommunikation in kleinen und mittleren Unternehmen vor. Mit der neuen Telefongeneration erweitert FEC sein Lösungsportfolio um professionelle Systemtelefonie im Zusammenspiel mit den ITK-Systemen elmeg hybird. Die Telefone elmeg S530 und elmeg S560 präsentieren sich im modernen Design. Sie sind einfach zu bedienen, leicht zu konfigurieren und flexibel einsetzbar, da S_0- und Up_0-Anschaltung in einem Gerät realisiert werden. Ein separater S_0-Ausgang ermöglicht die direkte Anschaltung eines Zweittelefons für gegenüberliegende

Arbeitsplätze. Durch die optimale Anbindung und Integration in die elmeg hybird Systeme werden die Telefone elmeg S530/S560 zentral konfiguriert – direkte Einstellungen am Telefon entfallen. Während das elmeg S530 für die Kommunikation an Einzelarbeitsplätzen prädestiniert ist, wurde das elmeg S560 – mit achtzeiligem beleuchteten und verstellbaren Grafikdisplay – für anspruchsvolle und komplexe Kommunikationsaufgaben in Teamumgebungen entwickelt. Beide Modelle lassen sich durch den Einsatz von bis zu drei T500 Beistellmodulen auf bis zu 105 Funktionstasten zu einer Kommunikationszentrale ausbauen. Das neue Bedienkonzept mit der Vier-Wege-Navigationstaste sowie vier feste Funktionstasten für beispielsweise Headset oder Wahlwiederholung bieten direkten Zugriff auf häufig genutzte Funktionen. Darüber hinaus ermöglichen 15 frei programmierbare Funktionstasten komfortables Telefonieren und können u. a. als Linientasten (mit Besetztlampenfeld) genutzt und jeweils doppelt belegt werden. Durch zweifarbige LEDs wird der Status der Tasten auf beiden Ebenen übersichtlich dargestellt. Auch die Akustik wurde in der neuen Produktlinie elmeg S530/S560 verbessert.
Verfügbar sind die beiden Systemtelefone zum Preis von 169 Euro (elmeg S530) bzw. 229 Euro (elmeg S560) EVP netto. www.elmeg.de

Design-Telefon Swissvoice ePure in neuen Farben

Das Design-Telefon Swissvoice ePure im Retrostil bekommt farblichen Zuwachs in den Farben Rot und Beige. Mit den beiden neuen Farben wendet sich Swissvoice an zwei verschiedene Zielgruppen. Die eine liebt es bunt und nutzt auch das rote Designtelefon als Hingucker. Die andere liebt es Ton in Ton und ist meist in Nicht-Farben eingerichtet. Für sie wurde das beige Swissvoice ePure konzipiert, da es durch das Design Stil ausdrückt und sich unauffällig ins Wohnambiente einfügt. Das Volumen des Mobilteils wird genutzt, um den klanglichen Eigenschaften der Vollduplex-Lautsprecher vor allem im Bassbereich noch mehr Kraft zu verleihen. Das Swissvoice ePure bietet zehn polyphone Klingeltöne, ein Telefonbuch für bis zu 100 Einträge und ein hintergrundbeleuchtetes Punktmatrix-LC-Display. Der Akku liefert Energie für bis zu zehn Stunden Gesprächszeit oder 100 Stunden Standby-Betrieb. Befindet sich das Mobilteil auf der Basisstation, wird der Anruf automatisch angenommen, sobald man das

Mobilteil abnimmt. Diese Funktion lässt sich optional abschalten, wenn man die CLIP-Funktion zur Identifizierung des Anrufers nutzen möchte. Das Swissvoice ePure ist zudem 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. Swissvoice ePure rot ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 69,99 Euro. Das Swissvoice ePure beige folgt im November/Dezember zum UVP von ebenfalls 69,99 Euro. www.ivsgmbh.de

Plantronics präsentiert neues Bluetooth-Headset Voyager Pro HD

Plantronics erweitert mit dem Voyager Pro HD Bluetooth-Headset sein Produktportfolio für Mobile Professionals. Dank der neuen integrierten Smart-Sensor-Technologie ist das Anrufmanagement mit dem Bluetooth-Headset jetzt noch einfacher

als mit den Vorgängermodellen. Das Voyager Pro HD ist das einzige Headset, das registriert, ob es getragen wird oder nicht. Durch Aufsetzen des SmartSets können eingehende Anrufe beantwortet und Audiodateien abgespielt werden, ohne eine Taste zu drücken. Die moderne Noise-Cancelling-Technologie ermöglicht eine klare Sprachübertragung selbst bei lauten Umgebungsgeräuschen. Die InstantMeeting App von Plantronics sorgt für zusätzlichen Komfort in der täglichen Kommunikation: Die App bietet Mobile Professionals die Möglichkeit, sich mit einem Tastendruck von ihrem iPhone, Android- oder BlackBerry-Smartphone in Telefonkonferenzen einzuwählen. InstantMeeting synchronisiert den Kalender und gibt automatisch die Einwahlnummern führender Anbieter und die Zugangscodes ein. Der Nutzer muss sich keine Passwörter merken, verwählt sich nicht und verpasst keinen Konferenztermin mehr. Wird die Verbindung unterbrochen (zum Beispiel wegen Empfangsstörungen), lässt sich das Gespräch mit einem Tastendruck wieder aufnehmen. Zudem kann der Nutzer alle Teilnehmer benachrichtigen, wenn er sich verspätet. Das Voyager Pro HD ist ab sofort für 99,99 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) verfügbar. Die Plantronics InstantMeeting App ist im Apple App Store und im Android Marketplace erhältlich.

www.plantronics.de

Navigon bringt die erste Onboard-Navigation für Windows Phone 7.5

Navigon lotst ab sofort auch Besitzer von Smartphones mit dem Betriebssystem Windows Phone 7. Die Onboard-Navigationslösung ist über den Windows Phone Marketplace erhältlich und läuft auf allen Geräten, die mit Windows Phone 7 ab Version 7.5 (Mango) arbeiten. Die neue Navi-App bietet zahlreiche Funktionen, mit denen Navigon bereits auf anderen Smartphone-Plattformen vertreten ist. Dazu gehören beispielsweise der Fahrspurassistent Pro, Navigon MyRoutes und Traffic Live. Zudem kann der Nutzer sich direkt zu Zielen aus seinem Adressbuch lotsen lassen oder den Reality Scanner verwenden. Dabei werden in das Live-Bild der Smartphone-Kamera die Sonderziele eingeblendet, die sich in der Umgebung befinden. Mit Navigon Shortcut kann der Nutzer Favoriten wie beispielsweise die Heimatadresse als Shortcut direkt auf seiner Windows

Phone 7 Startseite ablegen. Durch die integrierte Fußgängernavigation lässt sich das Smartphone auch abseits des Autos nutzen. Die App lässt sich zudem sehr leicht bedienen: Die Intelligente Adresseingabe erkennt bei der Zieleingabe Straßennamen automatisch. Zudem können Ziele auch als Geokoordinaten eingegeben werden.

Auch die kostenlose Navigon App traffic4all ist jetzt für Windows Phone 7 erhältlich. traffic4all zeigt in Echtzeit die Verkehrslage in der direkten Umgebung. www.navigon.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-MAIL ONLINE

Ihr aktuelles Update

Jeden Monat neu informieren wir Sie in PoS-MAIL über die aktuellen Marktentwicklungen in der High-Tech-Branche. Dazwischen bleiben Sie mit unseren digitalen Medien auf dem laufenden.

Täglich frische Branchennews gibt es im Internet unter www.pos-mail.de. Dort finden Sie nicht nur brandneue Produkte, Berichte über Marketing-Aktivitäten oder personelle Veränderungen, sondern auch PoS-MAIL als E-Paper zum Blättern am Bildschirm.

Die wichtigsten Nachrichten zusammengefasst erhalten Sie zwischen den Printausgaben über unseren E-Mail Newsletter PoS-MAIL online. Er erscheint in unregelmäßigen Abständen sozusagen „nach Bedarf“ – wenn Sie PoS-MAIL online in Ihrem Briefkasten haben, können Sie sicher sein, dass etwas Wichtiges passiert ist.

Bestellen Sie darum den kostenlosen Newsletter entweder über unsere Internetseite www.pos-mail.de oder per E-Mail an pos-mail@cat-verlag.de.

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

HTC duftet im Netz

Manchmal bin ich ja richtig froh, dass ich im Ruhestand bin und mir nur noch zum Zeitvertreib schwachsinnige Pressemitteilungen durchlese. Zugegeben: Vielleicht sind die gar nicht schwachsinnig, sondern ich, weil ich sie einfach nicht verstehe.

Was soll man zum Beispiel davon halten? „HTC sucht den Duft der Social Networks“. HTC Chefdesigner Claude Zellweger und Star-Parfümeurin Kim Weisswange haben sich gemeinsam auf die Suche nach einem Duft gemacht, „der Emotionen, Erlebnisse und Erfahrungen miteinander verbindet und die ganze Welt vereint.“ Mehr als 10.000 Facebook-Fans von HTC haben den beiden dabei geholfen, herauszufinden, wie ein soziales Netzwerk riecht. Frau Weisswange entwikkelte, der legendären Pythia des Orakels von Delphi nicht unähnlich, beim Schnüffeln sogar prophetische Gaben: „Es wird nicht mehr lange dauern, bis wir in der Lage sind, Gerüche in elektronische Impulse umzuwandeln und als Zusatzfunktion im Smartphone oder am Computer zu nutzen“, verkündet sie erfreut in der erwähnten Pressemitteilung und schwärmt davon, demnächst ihren „Lieblingsfilm nicht nur in 3D, sondern mit Gerüchen untermalt anzuschauen.“

Damit das auch mobil funktioniert, wäre ein Smartphone mit Duftaufzeichnung, -speicherung und -wiedergabe nach Ansicht von HTC „eine echte Revolution“. Denn, so weiß Claude Zellweger, „Smartphones halten den Moment fest und machen Erfahrungen erlebbarer, ideeller und bedeutender.“ Diesen Satz muss man zumindest als Rentner zweimal lesen, um den Unsinn ganz zu verstehen.

Anschließend beweist Zellweger eine Nase für aktuelle Trends: „Schon heute sind Sinneswahrnehmungen wie Sehen und Hören im Smartphone-Bereich unabkömmlich.“ Wie wahr! Wer nicht hören und nicht sehen kann, wird es schwer haben, ein Smartphone mit Touchdisplay zu bedienen oder gar damit zu telefonieren. Allenfalls daran riechen könnte er, womit wir wieder beim Thema wären. Jedenfalls hat Kim Weisswange mit Hilfe der vielen HTC Facebook Fans einen Social Network Duft kreiert. Er ist – der Pressemitteilung zufolge – „vitalisierend, innovativ, sinnlich, frisch, anregend, aber auch entspannend.“ Und damit, so schwelgt die PR-Agentur im verbalen Wohlgeruch, sei es „ein Duft, der genau wie die Smartphones von HTC speziell für seine Träger geschaffen wird.“ Sollte er jemals aus meinem Smartphone oder meinem Notebook herauskommen, werde ich sofort verduften – versprochen!

Herzlichst Ihr

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:
Thomas Blömer, DGPh.

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

Anzeigen: Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 12
v. 1. Januar 2011

PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

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

Vertrieb: Silke Gräßel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.

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

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

ISSN: 31615-0635

Metz Media System:

Ein Fernseher, viele neue Möglichkeiten.

Mit Metz wird Ihr Fernseher zur Multimedia-Zentrale: Viele unserer LCD-TVs sind ab sofort mit dem Metz Media System ausgestattet. Damit können Sie ganz einfach Filme, Fotos oder Musik auf Ihrem Fernseher abspielen – z. B. vom PC aus Ihrem Heimnetzwerk. Und über die integrierte HbbTV-Funktion lassen sich online zusätzliche Infos zum laufenden TV-Programm abrufen – oder verpasste Sendungen über die Mediatheken der Sender anschauen.

Gerne führt Ihnen Ihr Metz Fachhändler die vielfältigen Möglichkeiten vor!

Mit Ihrer Metz Fernbedienung steuern Sie die Wiedergabe von Video-, Audio- und Foto-Dateien aus den Archiven aller mit dem Fernseher vernetzten Geräte.

Made in Germany

2011 JAHR DES FACHHANDELS

Technische Perfektion ▪ Sicher in die Zukunft ▪ Bedienfreundlichkeit ▪ Ausgezeichnete Qualität ▪ Bequemer Service

Metz – immer erstklassig. www.metz.de