



Licht.
Gestalt.
Loewe Reference

Der neue Maßstab für perfektes Home Entertainment: brillante Bilder und satter Sound in atemberaubendem Design. Das ist Loewe Reference. Jetzt bei ausgewählten Loewe Fachhandelspartnern erhältlich. Mehr unter www.loewe.de.



LOEWE.



Brandneu zur CES: Neue Hybridkamera Samsung NX10

Auf der photokina 2008 waren sie zum ersten Mal zu sehen, inzwischen sind sie fester Bestandteil des Foto-Sortiments: Hybridkameras, die sich mit ihren kompakten Gehäusen am Design von „Kompaktkameras“ orientieren, ihren Nutzern aber dank der Integration in ein System mit Wechseloptiken und vielfältigem Zubehör die hohe Bildqualität und die umfangreichen Möglichkeiten des Spiegelreflexsystems bieten. Auch Samsung steigt jetzt mit der NX-Serie in diesen Markt ein: Auf der CES in Las Vegas stellt das Unternehmen die neue Systemkamera NX10 vor, die als erste Kamera dieses Segments mit einem Bildsensor im Format APS-C ausgestattet ist.

Mit der Einführung der NX10 unterstreicht Samsung erneut seine Ambitionen im Kamerageschäft. Wie bereits in anderen Consumer Electronics Segmenten, wie dem Geschäft mit Mobiltelefonen und Smartphones sowie dem Fernseher-Markt, strebt Samsung auch bei Digitalkameras eine Position

als marktführender Global Player an. „Die NX10 wird Samsung seinem erklärten Ziel, bis 2012 einen 20prozentigen Marktanteil im weltweiten Kompaktkameramarkt zu erreichen, einen entscheidenden Schritt näher bringen“, erklärte S. J. Park, Geschäftsführer der Samsung DSC Division.

Auch die Verantwortlichen in Deutschland sind davon überzeugt, dass die NX10 auf dem Kameramarkt gute Chancen hat: „Im vorigen Jahr sind zwar schon einige Hybridkameras vorgestellt worden, und in diesem Jahr werden sicherlich noch weitere folgen, aber der Markt ist noch lange nicht aufgeteilt“, so Ernst Thürna, Marketingmanager Samsung DSC Division. Die neue Kategorie sei bei den Konsumenten bislang auf eine erfreulich positive Resonanz gestoßen. „Nach der Auslieferung des ersten Kameramodells des neuen Hybridsegments im Oktober 2008 sind innerhalb eines Jahres etwa 24.000 bis 25.000 Kameras aus diesem Segment verkauft worden. Ich gehe davon aus, dass sich in 2010 die Nach-

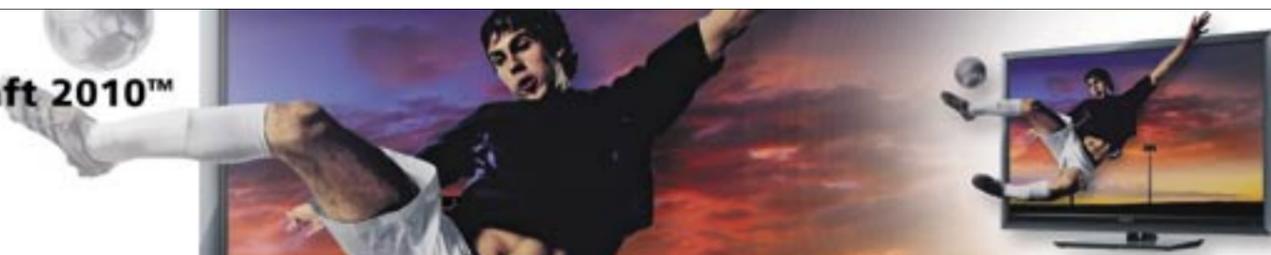
frage nach Hybridkameras mindestens verdoppeln wird.“ Dafür könnten schon allein die größere Anzahl von verfügbaren Modellen und die Veröffentlichungen in der Presse sorgen, so der Samsung Manager. „Aber auch der qualifizierte Fachhandel wird sich stärker auf dieses erklärungsbedürftige Segment konzentrieren, weil er dort seine Kompetenz gegenüber der Fläche ausspielen und gute Erträge erwirtschaften kann.“

Hohe Bildqualität

Einer der Schwerpunkte der technischen Ausstattung der neuen Samsung NX10 ist der 14,6-Megapixel-CMOS-Bildsensor im APS-C-Format (23,4 x 15,6 mm). „Unabhängige Tests haben in den vergangenen Monaten immer

Sony geht zur
FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010™
in die 3D Offensive

SONY BRAVIA



Jahr der Hoffnung

Das Krisenjahr 2009 liegt hinter uns, und der High-Tech-Fachhandel ist mit einem blauen Auge davongekommen. Schwerwiegende Umsatzeinbrüche blieben glücklicherweise aus, denn die Innovationskraft unserer Branche hat die Konsumenten motiviert, aller Verunsicherung zum Trotz gutes Geld für digitale Unterhaltungselektronik auszugeben.



Auch für 2010 sehen die Indikatoren nicht schlecht aus: HDTV wird – nicht zuletzt wegen des endlich erweiterten Programmangebots – weiterhin ein wichtiges Thema sein. Internet-TV mit hybriden Fernsehern und vielleicht sogar 3D werden für weitere Impulse sorgen. So könnte 2010 zum Jahr der Hoffnung werden.

Hoffen wir also! Hoffen wir, dass die katastrophale Wirtschaftspolitik der neuen Bundesregierung nicht zu einer neuen Katastrophe führt, dass die aberwitzige Staatsverschuldung und die drohende Arbeitslosigkeit die Konsumenten nicht verunsichern. Hoffen wir auf weitere Innovationen und neue faszinierende Technologien der digitalen Unterhaltungselektronik. Hoffen wir auch auf Impulse durch die IFA und die photokina, auch wenn der Messebesuch wegen der schamlosen Klientelpolitik der Bundesregierung für uns alle teurer werden wird: Denn die Mehrwertsteuersenkung für Hotelzimmer bedeutet für Fachbesucher nichts anderes als einen geringeren Vorsteuerabzug und damit höhere Kosten bei immer noch knappen Budgets.

Lassen wir uns trotzdem nicht entmutigen: Es gibt viel zu tun, und Mut zum Handeln wird sich auch im kommenden Jahr auszahlen. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches neues Jahr.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

wieder bestätigt, dass dieses Format kleineren Sensoren deutlich überlegen ist“, erläuterte Thürnau. „Vor allem beim bewussten Spiel mit der Tiefenschärfe bietet APS-C erheblich mehr kreative Möglichkeiten.“ Mit dem größten Sensor seiner Klasse ermöglichte die Digitalkamera anspruchsvolle Aufnahmen in Profi-Qualität, bleibe dabei aber zugleich in ihren Maßen im bescheidenen, handlichen Kompaktkamera-Format, betonte Thürnau den besonderen Produktvorteil der NX10.

Kompakte Abmessungen

Die kompakten Abmessungen erklären sich bei der NX10 durch das typbedingte Fehlen des Spiegels, das auch beim neuen Samsung Flaggschiff den wesentlichen Unterschied zum klassischen Spiegelreflexsystem ausmacht. Durch den Verzicht auf dieses Bauelement ist es möglich, den Abstand zwischen Optik und Aufnahmesensor um mehr als die Hälfte im Vergleich zu einer SLR-Kamera zu verkürzen. Um dem Nutzer dennoch bei der Bildgestaltung den von SLR-Kameras gewohnten Komfort zu bieten, verwendet Samsung einen hochauflösenden elektronischen Bildsucher mit 921.000 Pixeln. Er stellt 100 Prozent des Bildausschnitts dar und kann von Brillenträgern im Bereich -4 bis +2 Dioptrien korrigiert werden.

AMOLED-Technologie

Besonders hohes Niveau – auch in anderen Konzernbereichen – erreicht Samsung bei der AMOLED-Technologie für Displays. Deshalb hat das Unternehmen auch bei der Entwicklung und der Konstruktion seines neuesten Kamera-Modells die gesamte Erfahrung in diesem Bereich eingebracht: Die NX10 ist mit einem großflächigen 3 Zoll (7,62 cm, 614.000 Bildpunkte) messenden AMOLED-Monitor ausgestattet, der eine weitaus hellere und klarere Bildwiedergabe als herkömmliche LCD-Displays gewährleistet. Selbst bei intensiver Sonneneinstrahlung ist die Auswahl des Bildausschnitts und das Betrachten der geschossenen Bilder in bester Qualität möglich. Darüber hinaus bietet das Display einen besonders großen Betrachtungswinkel, so dass die Motive auch aus ungewöhnlichen Perspektiven bequem erfasst werden können. Die besonders hohe Schaltgeschwindigkeit



Ernst Thürnau, Marketingmanager Samsung DSC Division

des AMOLED Monitors gewährleistet ruckelfreie Wiedergabe, während der Energieverbrauch und damit die Belastung des Akkus gegenüber herkömmlichen Displays deutlich verringert wird.

Viele Foto-Funktionen

Eine komfortable, intelligente und umfassende Kamera-Ausstattung soll dem Nutzer



Nicht nur wegen ihrer Funktionen, auch wegen ihrer Optik erinnert die neue Samsung NX10 an eine Spiegelreflexkamera.

der Samsung NX10 alle Möglichkeiten für professionelle Aufnahmen an die Hand geben. Sämtliche Funktionen können entweder manuell oder via Smart Auto-Modus auf Knopfdruck gesteuert werden. Ist die Smart Auto-Funktion aktiviert, erkennt die Kamera die jeweilige Bildsituation, entscheidet selbsttätig über die richtigen Einstellungen und sorgt für angemessene Belichtung und Schärfe. Bei Motiven mit hohen Kontrasten sorgt die Smart Range-Funktion automatisch für die passenden Einstellungen, um eine ausgewogene Bildwiedergabe mit detailreichen Schatten und durchgezeichneten Spitzlichtern zu erreichen.

Der Picture Wizard bietet die Einstellungen Standard, Lebhaft, Porträt, Landschaft, Natur, Retro, Kühl, Moderat und Klassisch und kann um drei eigene Einstellungen erweitert werden. Als spezielle Szenenprogramme hält die NX10 Beauty Shot, Kinder, Makro, Text, Sonnenuntergang, Dämmerung, Gegenlicht, Feuerwerk, Strand & Schnee bereit.

Dafür, dass der Sensor der Kamera auch bei unwirtlichen Umgebungsbedingungen frei von Staub bleibt, sorgt das Super-sonic Dust Reduction System. Wer neben seinen Fotos auch Videos drehen will, kann dies mit der Samsung NX10 in HD-Qualität (720p) tun oder, zum Beispiel für den Einsatz der Filme in Online-Communities, auf zwei niedrigere Qualitätsstufen (640 x 480 und 320 x 240 Pixel) zurückgreifen.

Die Videoclips mit einer maximalen Länge von 25 Minuten werden im MP4-Format aufgenommen.

Technische Daten NX10

- Bildsensor: CMOS, 23,4 x 15,6 mm, 14,6 Megapixel effektiv
- Samsung NX Bajonett
- Samsung NX Objektive
- Bildstabilisierung: Lens Shift (abhängig vom Objektiv)
- Staubschutz: Super Sonic Drive
- Display: AMOLED, 3 Zoll, 7,62 cm, VGA 640 x 480, 614.000 Bildpunkte, Sichtfeld 100 %
- Sucher: Elektronischer Sucher, 921.000 Bildpunkte, Sucherbildfeld ca. 100 %
- Verschluss: Auto: 1/4.000 sec. – 30 sec., manuell: 1/4.000 sec. – 30 sec. (1/3 EV oder 1/2 EV Stufen), Bulb: Langzeitbelichtung: max. 8 min.
- Belichtungsmessung: TTL-Messung mit 19 x 13 Block-

- Sensor (247 Felder), Matrix, mittenbetont, Spot
- ISO-Empfindlichkeit: Auto, 100, 200, 400, 800, 1.600, 3.200 (in 1 EV Stufen)
- Aufnahmearten: Einzelbild, Serienbild, Burst, Selbstauslöser, Belichtungsreihe
- Blitz: eingebauter TTL Auto Pop-up Blitz, Leitzahl 11, Leuchtwinkel entsprechend 28 mm
- Bildwiedergabe: Einzelbild, Vorschaubilder (3/9/20 Bilder), Diaschau, Video
- Speichermedium: SD-, SDHC-Karten
- Direktdruck: PictBridge
- Schnittstellen: USB 2.0 (HiSpeed), NTSC, PAL (wählbar) HDMI 1.3



Geotagging-Fotowettbewerb auf Zoomin.de

Samsung greift den zunehmenden Trend zur Verknüpfung von Fotos mit den Standortdaten auf und ernennt ihn zum Motto des neuen Fotowettbewerbs „Geotagging – Typisches aus aller Welt“ auf der Bildercommunity Zoomin.de. Alle engagierten und vor allem schnellentschlossenen Fotografen sind aufgerufen, noch bis zum 15. Januar ihre ganz persönlichen Lieblingskoordinaten mit Freunden in aller Welt zu teilen. Gesucht werden aussagekräftige Motive, die vor allem die Leidenschaft des Fotografen für sein Motiv vermitteln. Die Teilnehmer des Wettbewerbes laden ihr Bild direkt bei Zoomin.de hoch. Ein kleiner Kommentar zum Bild soll auch anderen Betrachtern eröffnen, was die gewählte Aufnahme zum ganz persönlichen Favoriten macht. Anschließend wird das Foto mit den Geodaten versehen. Auf Zoomin.de wird genau erklärt, wie es geht. Die genaue Ortung mit den jeweiligen Geodaten gibt Aufschluss darüber, an welchem Ort der Welt der eigene Lieblingsplatz zu finden ist. Auf einer Weltkarte unmittelbar im Wettbewerb wird dieser Ort sofort erkennbar. Samsung prämiert das beste Motiv mit einer Samsung ST1000. Mit integriertem GPS-Empfänger identifiziert die ST1000 als weltweit erste und einzige Kamera bereits während der Aufnahme die Standortinformationen und speichert diese unmittelbar mit dem Foto. So kann später genau nachvollzogen werden, wann und an welchem Ort die Aufnahme gemacht wurde. Als zweiten Preis gibt es die Erlebnis-Geschenkbox „Alles Drin“ von Jochen Schweizer. Ob Rundflug im Doppeldecker, Iglu-Survival-Training oder Speedboot-Trip – der Gewinner kann ein Abenteuer aus über 80 unterschiedlichen Erlebnissen an mehr als 500 Orten auswählen. Als dritter Preis winkt der HMX-U10 Camcorder von Samsung. Neben Full-HD-Videoaufnahmen bietet er zusätzlich eine 10-Megapixel-Fotofunktion.

Schneller Autofokus

Die Samsung NX10 ist mit einem äußerst schnellen Autofokus-System ausgestattet, das es erlaubt, auch sich schnell bewegende Motive zuverlässig zu erfassen und in

Samsung kündigt Konzernumbau an

Gleichzeitig mit der Vorstellung der neuen Hybridkamera NX10 hat Samsung einen umfassenden Konzernumbau angekündigt. Die bisherigen beiden großen Geschäftsbereiche Digital Media & Communications und Device Solutions sollen in sieben eigenständige Sparten eingeteilt werden. Ziel dieser Maßnahme ist es, für kürzere Entscheidungswege in den einzelnen Abteilungen zu sorgen, die unabhängig agieren und ihre Investitionsentscheidungen treffen sollen.

Für die neue Samsung NX10 steht jede Menge Zubehör für die unterschiedlichsten fotografischen Aufgaben bereit. Damit wird die Kamera ihrem Systemanspruch gerecht und bietet sich als kompakte Alternative zu Spiegelreflexkameras an.



bester Qualität festzuhalten. Der Nutzer kann zwischen Einzel- und kontinuierlichem Autofokus wählen; bei besonders schwierig zu fokussierenden Motiven oder zur individuell gewünschten Schärfereinstellung auf bestimmte Motivedetails ist auch die manuelle Fokussierung möglich.

Mehrwert für den Handel

Im Gespräch mit PoS-MAIL ließ Thüraun keinen Zweifel daran,

dass das hybride NX-System aus Sicht von Samsung seinen Platz im qualifizierten Fachhandel habe, der die üppigen Pluspunkte dieses Kamerasystems auf SLR-Niveau besonders glaubhaft und kompetent an die Endkunden kommunizieren könne. Um dem Fachhandel über den Nettoertrag hinaus einen Mehrwert bieten zu können, will Samsung mit der Markteinführung der NX10 in Deutschland ein spezielles Partnerprogramm auflegen. Es soll neben der üblichen Verkaufsunterstützung für Laden und Schaufenster auch ein Prämiensystem beinhalten, das für die Fachhändler und ihre Mitarbeiter einen persönlichen Anreiz liefern wird, sich für die NX10 besonders zu engagieren. Dabei sollen Trainingsmaßnahmen die wichtigsten Verkaufsargumente und die Produktvorteile gegenüber anderen Herstellern vermitteln. Teile des Partnerprogramms sind zum Beispiel ein spezielles Zertifikat, eine Erweiterung der Garantie auf fünf Jahre, ein Hol- und Bringdienst im Servicefall sowie die Zusage, dass zur Reparatur abgegebene Kameras nach spätestens andert-halb Tagen die Werkstatt wieder verlassen.

Hilfe bei Diebstahl und Verlust

Jeder NX10 Kamera liegt ein Schild aus gebürstetem Aluminium mit der Seriennummer bei,

das der Käufer an einer beliebigen Stelle auf dem Kameragehäuse anbringen kann. Lässt er diese Seriennummer zudem registrieren, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass er seine Kamera im Falle eines wie auch immer gearteten Verlustes wieder zurückbekommt. Dazu hat Samsung mit dem auf das Auffinden und Zurückbringen verlorengegangener Gegenstände spezialisierten Unternehmen Code-No.com aus Frankfurt am Main ein entsprechendes Abkommen geschlossen. www.samsung.de

PluralMedia – ein Blick hinter die Kulissen

PluralMedia ist erst drei Monate alt und sorgt schon für Furore. Die Qualifizierungsmaßnahme ermöglicht nicht nur eine Zertifizierung zum PluralMedia Berater und weiter zum PluralMedia Spezialisten, sondern im Anschluss eine Zertifizierung des gesamten Betriebes durch den TÜV Rheinland. Damit hat PluralMedia einen neuen Qualifizierungsstandard gesetzt.

Treibende Kraft und eigentlicher Bildungsträger hinter PluralMedia ist die InfoTip Servicegesellschaft. Hier werden die Inhalte zusammengetragen und geprüft, die Schulungsunterlagen produziert, der Schulungskalender koordiniert und sämtliche Veranstaltungen (dies sind Hunderte von Online-Tutorien und Präsenzseminare) organisiert. Ein weiterer, sehr wichtiger Punkt ist zudem die Qualitätskontrolle.

Die InfoTip Service GmbH ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Branche mit herstellerübergreifenden Portalen für das Ersatzteilbestellwesen, Garantieabrechnungen, Software- und Firmware-Updates sowie der umfangreichsten Produktdatenbank der Branche. Dazu gehört ein Datenbanksystem für den direkten Know-how-Austausch der Techniker untereinander. Alle diese Tools sind im InfoTip ISS (Information and Service Suite) zusammengefasst, das über 5.000 angeschlossene Fachhändler nutzen.

Darüber hinaus hat sich InfoTip RTS (Repair Tracking Service) als DAS herstellerübergreifende Werkzeug zur Beauftragung von Zentralreparaturen, Austausch- und Gutschriftsprozessen, dem Retourenmanagement sowie zur Steuerung der mit diesen Aufgaben verbundenen Logistikprozesse entwickelt. Bislang sind an das RTS-System rund 20.000 Betriebe mit rund 400.000 Servicefällen im Jahr angeschlossen.

Die InfoTip Academy, in der Zwischenzeit ISO- und AZWV-zertifiziert und damit als Bildungsträger offiziell anerkannt, hat vor rund zwei Jahren mit der Durchführung von Schulungsmaßnahmen begonnen und sich parallel dazu mit der Konzipierung der PluralMedia-Initiative beschäftigt. Das Resultat ist ein „Produkt“, das von allen Beteiligten aus Branchenverbänden, Industrie und Handel inklusive der vier großen Fachhandelskooperationen der Branche gleichermaßen unterstützt und gefördert wird. www.pluralmedia.de

POS-MAIL INHALT

Aktuell ... 4
TechniSat: HDTV 46 – Fernseher der Luxusklasse ... 6



Toshiba: Filmgenuss wie im Kino ... 7



Satellitentechnik ... 8

Plus X: Erster offizieller Medienpartner in China ... 8

Sony: „Mehr Marge für unsere Partner“ ... 9



Martin Winkler

Bose: Zum 3. Mal zur Superbrand ernannt ... 10

Magix – DVD-Menü statt Video-Bandsalat ... 10

Loewe MediaNetwork – Multimediales Internet-Erlebnis ... 10

Philips: „Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht“ ... 11



Henrik Köhler

TK-Nachrichten ... 12

Die AMI wird um die Amicom ergänzt: Händlertreff in Leipzig ... 13



Android hat sich etabliert: Immer mehr Handys verwenden das Betriebssystem ... 14



IT-Neuheiten ... 15

Impressum ... 15

UE

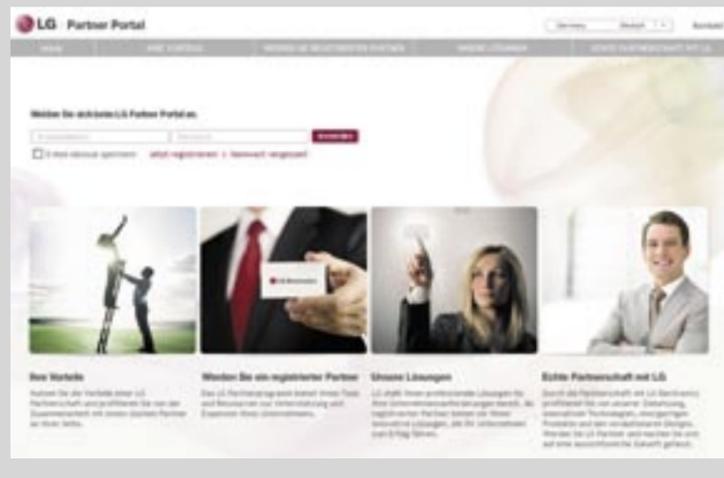


Neues Reseller Portal von LG

Um die Handelspartner ab sofort noch gezielter zu unterstützen, bündelt LG sein umfassendes Programm im neuen Reseller Portal. Im Mittelpunkt stehen dabei zunächst Informationen zu Produkten, News und Events, Promotions sowie Sales- und Marketing-Materialien. „Im Bereich Business Solutions setzen wir voll und ganz auf die vertrauensvolle Partnerschaft mit dem Handel“, sagt Stefan Tiefenthal, Sales Director Business Solutions bei der LG Electronics Deutschland GmbH. „Als lösungsorientiertes Unternehmen bieten wir unseren Partnern Geräte mit führender Technologie und werden alles tun, um sie im Abverkauf zu unterstützen. So ist auch unser neues Reseller Portal ein klares Signal an den Handel: Die Partner stehen bei uns an erster Stelle.“

Der Launch des neuen Reseller Portals ist nur der erste Schritt, um die Partner im Bereich Business Solutions nachhaltig zu unterstützen. „Wir werden das Portal zur zentralen Schnittstelle zwischen den Händlern und LG ausbauen. Ab nächstem Jahr können beispielsweise alle Order-Prozesse zentral über das Reseller Portal auf den Weg gebracht und verwaltet werden“, erklärt Stefan Tiefenthal weiter. So wird auch der Kontakt zum LG Business Solutions Sales Team noch einfacher: Partner haben dann die Möglichkeit, direkt über die Oberfläche Rabatte, Incentives und Förderungen anzufordern oder auch Reparaturen auf den Weg zu bringen.

<http://partnerportal.lge.com>



Samsung LED TV auf großer Deutschlandtour

Mit zwei großen Präsentations-Leuchtkuben reist Samsung vom 11. Dezember bis 28. Februar durch Deutschland und macht in über 60 Städten Station. Vor Einkaufszentren und auf öffentlichen Plätzen lädt das Unternehmen Passanten ein, die faszinierende Samsung Welt zu entdecken. Mit dieser absatzfördernden Aktion verstärkt Samsung zum Jahreswechsel noch einmal seine Unterstützung für den Handel und steigert die Aufmerksamkeit für seine Highlight-Produkte – allen voran für die energieeffizienten LED TV-Serien. In



stimmungsvoller Atmosphäre erleben die Besucher die beeindruckenden Mega-Kontraste und das einzigartige Ultra Slim Design. Samsung Promotoren erläutern die Multimedia-Funktionen der Geräte.

Heimkinofans können neben aktuellen LCD TV-Modellen auch die beiden Plasma TV-Serien 6 und 8 erleben. Für das vollendete Heimkino-Gefühl präsentiert Samsung im leuchtenden Kubus Blu-ray Player und Blu-ray Heimkinoanlagen, die mit sattem

Sound und brillanten Bildern aufwarten und so die TV-Geräte perfekt ergänzen. „Die LED TV Tour bietet uns neben der Präsentation unseres aktuellen Sortiments die ideale Gelegenheit, Verbraucher mit der einfachen Vernetzung unserer Produkte vertraut zu machen. So eröffnen wir unseren Handelspartnern umfangreiche Absatzmöglichkeiten“, sagt Hans Wienands, Business Director Samsung CE. Dazu werden Promotoren den Besuchern anschaulich erklären, wie sie ihren Fernseher ganz leicht mit ihrem Notebook, Camcorder oder Handy verbinden, um die Nutzungsmöglichkeiten der einzelnen Produkte voll auszuschöpfen.

www.samsung.de

Metz Puros: Neue Technologien

Bei den neuen Puros Modellen kommen verschiedene hochwertige Technologien zum Einsatz. Die Bildwiedergabe ist dank Full HD-Bildschirmauflösung (1.920 x 1.080 Pixel) bestechend scharf. Sein integrierter HDTV-Empfang über Kabel oder Satellit für hochauflösendes Fernsehen sorgt für ein noch intensiveres TV-Erlebnis. 100 Hertz und mecavi-sionHD+ Technologie zeigen sich in klaren, scharfen und detailreichen Bildern. Für beste digitale Bildqualität stehen zwei HDMI-Buchsen zur Verfügung. Hinzu kommt eine DVI-I-Schnittstelle, welche erlaubt, den Fernseher mit analogen oder digitalen Computer-Signalen zu versorgen. Darüber hinaus finden sich vielfältige

Anschlussmöglichkeiten, die sich in der analogen Welt bewährt haben. Für die Ton- und Bild-Peripherie stehen YUV-Eingänge sowie 2 EURO/AV-Buchsen zur Verfügung. Über



eine spezielle Schnittstelle können die Puros Modelle jederzeit mit den Komponenten des neuen vernetzten Heims Metz mecaHome+ verbunden werden.

Mit zeitversetztem Fernsehen kann der Zuschauer das aktuelle Programm parken und parallel eine Sendung auf einem anderen Sender verfolgen. Im Anschluss kann der Nutzer zur Stelle, an der er unterbrochen hat, zurückkehren und die Sendung weitersehen. Über einen integrierten USB-Speicher erlauben die neuen Modelle Unterbrechungen von 130 – 300 Minuten in SD-TV-Qualität oder 70 bis 120 Minuten in HDTV-Qualität. Bei Wunsch nach längeren Archivierungszeiten oder dauerhafter Speicherung von TV-Inhalten kann dank des modularen Aufbaus eines Metz Fernsehers nachträglich auch ein Digital-Recorder integriert werden.

www.metz.de

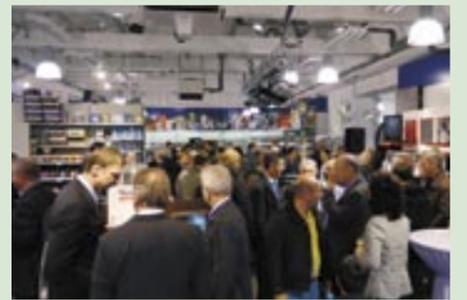
Hybrid-TV steht für Wachstumspotential

Die jüngste Generation der Fernsehgeräte, Hybrid-Fernseher genannt, zapft direkt ins World Wide Web. Schon über 100 Online-Dienste bringen so ihre attraktiven Inhalte auf die Bildfläche, und das Angebot wächst von Woche zu Woche. Ob Net TV, Yahoo Widgets, VieraCast, Applicast oder Aquos Net – all diese technischen Lösungen kombinieren in einem Gerät das klassische Fernsehen und das Internet. „Wir haben heute alle technischen Voraussetzungen, mit modernen Fernsehern das Internet als nahezu unerschöpfliche Quelle neuer Inhalte zu erschließen. Hybrid-Fernseher stellen deshalb ein bedeutendes Wachstumspotential unserer Branche dar“, so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. Allein im Zeitraum Mai bis Oktober 2009 wurden mehr als 300.000 Hybrid-Fernsehgeräte gekauft, im Oktober hatte die neue Geräteart sogar schon einen Umsatzanteil von 20 Prozent. Unter dem Namen „Hybrid Broadcast Broadband TV“, kurz HbbTV, ist jetzt ein einheitliches Verfahren zur Herstellung entsprechender Internetseiten erarbeitet und dem European Telecommunications Standards Institute (ETSI) vorgelegt worden. Die HbbTV-Gruppe erwartet den Abschluss des Standardisierungsverfahrens für das 1. Quartal 2010.

www.gfu.de

Euronics XXL Johann + Wittmer eröffnet

Ende November haben Johann + Wittmer den Umbau ihres Unternehmens in Ratingen bei Düsseldorf abgeschlossen und treten ab sofort als Euronics XXL Johann + Wittmer auf. Rund 1,4 Millionen Euro haben die Inhaber Dirk Wittmer und Wilfried Johann in die



Umgestaltung des alten Ladenlokals investiert. Im April dieses Jahres hat Euronics das neue Konzept vorgestellt, welches die beiden Unternehmer sofort begeisterte. Im Rahmen des neuen Konzepts erhalten Händler seitens der Kooperationszentrale maßgeschneiderte Lösungen für die Innenbeziehungsweise Außenoptimierung und ein hohes Maß an zentraler Unterstützung bei der Umsetzung. Breit gefächerte Sortimente und ein aktueller Ladenbau signalisieren den



Henrik Köhler, Geschäftsführer Philips Consumer Lifestyle (L.), freut sich mit Johann Wittmer (r.) über den neu gestalteten Auftritt.

Kunden eines XXL-Marktes, dass sie hier die größtmögliche Auswahl an moderner Unterhaltungselektronik und Hausgeräten finden.

Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Euronics-Fachmarktes liegt aktuell bei rund 1.400 Quadratmetern. Ein fachmarkttypisches Vollsortiment verbunden mit Preisgarantie, kompetenter Fachberatung und fest definierten Serviceleistungen sind die Eckpfeiler des neuen Fachmarkt-konzeptes. Der klare Anspruch jedes

neuen XXL-Marktes ist die regionale Marktführerschaft. Entsprechend haben Johann und Wittmer nicht nur die Räume modernisiert, sondern sogar Teile abreißen und komplett neu aufbauen lassen. Im Zuge der Flächenerweiterung wurde vor allem das Sortiment im Bereich der Weißen Ware erheblich erweitert.

www.johann-wittmer.de

Wentronic: cabstone goes Retail

Im Segment hochwertiger Computerkabel ist cabstone bereits eine bekannte Größe. Jetzt bietet wentronic unter dem Markennamen auch anspruchsvolle Lifestyle-Produkte für eine junggebliebene Zielgruppe an. Im ersten Schritt werden unter der Marke cabstone zunächst Pro-

dukte aus dem Bereich Computerzubehör/Multimedia auf den Markt kommen. Dazu gehören unter anderem Headsets, Tastaturen und Mäuse. Ergänzt wird das cabstone-Sortiment durch Produkte für den mobilen Lebensstil wie Zubehör für das iPhone, den iPod und andere MP3-Player. Im nächsten Jahr folgen dann Produkte aus dem Bereich Home Entertainment. www.wentronic.de

Sony: Erste FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in 3D

Die Sony Corporation und die FIFA (Fédération Internationale de Football Association) haben eine Vereinbarung über ausgewählte 3D Medienrechte an der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 bekanntgegeben. Im Rahmen dieser Vereinbarung wird die FIFA die weltweit erste FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in 3D produzieren. Bis zu 25 Spiele werden bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika mit 3D Profikameras von Sony gefilmt, die eine beispiellos plastische, lebendige und spannende Berichterstattung für Zuschauer auf der ganzen Welt ermöglichen.

Die FIFA wird sich die Erfahrung und das Know-how von Sony bei der Produktion von 3D Inhalten zunutze machen, um mehr Zuschauern denn je die leidenschaftliche Begeisterung zu vermitteln, die beim größten Sportereignis der Welt in den Stadien herrscht.

Die Zuschauer werden folgende Möglichkeiten haben, 3D Content zu genießen:

- Während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 wird die FIFA in sieben Städten weltweit (Berlin, London, Mexico City, Paris, Rio De Janeiro, Rom und Sydney) Public Viewing Events veranstalten – die „Internationalen FIFA Fan Feste“. Dort werden die Zuschauer auf Sony Displays Highlight-Trailer von der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in 3D erleben und genießen können.
- Bereits vor der Präsentation des offiziellen 3D Films zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft werden die Konsumenten weltweit in Geschäften, die Sony Produkte verkaufen (einschließlich Sony Stores), 3D Promo-Trailer zu dem Film sehen können.
- Sony Pictures Home Entertainment plant, den offiziellen 3D Film auf Blu-ray Disc und in anderen Formaten zu produzieren und zu vertreiben.

www.sony.de

Windows®. Leben ohne Grenzen.
MEDION® empfiehlt Windows.

MEDION®
THE TOUCH.de



GET
THE
TOUCH.

TechniSat: Alles inklusive

HDTV 46 – Fernseher der Luxusklasse

Mit seinem Flachbildschirm HDTV 46 hat TechniSat einen Fernseher auf den Markt gebracht, der keine Wünsche offenlässt. Das aus deutscher Fertigung stammende Gerät ist mit allem ausgestattet, was ein Multimedia-Display derzeit auszeichnet. Trotzdem genügt dem Anwender zur Bedienung des Boliden nur eine einzige Fernbedienung.

Größer, flacher, schöner ist der Trend bei Flachbildschirmen. Dabei brechen die Hersteller immer neue Rekorde, wenn es um die Tiefe der Geräte geht. Mittlerweile sind auch in diese „Flachmänner“ Tuner für den Fernsehempfang integriert. TechniSat liefert sein Spitzenmodell, den HDTV 46, mit einer Tiefe von 11,5 Zentimetern aus und agiert damit entgegen dem Trend. Ebenso wuchtig macht sich das Display auch beim Heben aus der sicheren Transportverpackung bemerkbar, denn mit seinen rund 39 kg ist der HDTV 46 ein echtes Schwergewicht. Dafür aber haben die Dauner das Display mit allem ausgestattet, was sich der Anwender von einem modernen TV-Gerät wünschen kann.

Zeitlos elegant präsentiert sich TechniSats Spitzenmodell mit Ober- und Unterkanten aus gebürstetem Aluminium und einer mehrfach entspiegelten Kontrastscheibe aus Glas, die gleichzeitig das eigentliche Display vor Beschädigungen schützt. Auf der rechten Frontseite befinden

sich acht berührungsempfindliche Touch-Tasten, die dezent mit der Fläche der Kontrastscheibe verschmelzen. Der Ein/Aus-Schalter ist an der Unterseite angebracht, so dass kein Schaltelement die Optik stört. Den Betriebs- oder Standby-Modus signalisiert eine kleine Leuchtdiode unterhalb der Touch-Tasten.

Im HDTV 46 werden nur geprüfte Panels eingesetzt, weshalb TechniSat ein 100 Prozent pixelfehlerfreies Bild garantiert. Das in der Diagonalen 116 cm große Display ist Full-HD-fähig und liefert eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln mit 16,7 Millionen darstellbaren Farben, einem dynamischen Kontrastverhältnis von 15.000:1 und einer Reaktionszeit von 8 ms. Selbst bei seitlicher Betrachtung ist das Bild bis zu einem Winkel von 178 Grad gut sichtbar.

Receiver und Recorder überflüssig

Externe Receiver sind beim HDTV 46 überflüssig, denn dieser besitzt einen integrierten Dual-HDTV-Multituner. Er ermöglicht den Empfang digitaler Programme via Satellit (DVB-S), Kabelfernsehen (DVB-C) und Antenne (DVB-T) inklusive HDTV. Darüber hinaus empfängt das Gerät auch UKW-Radio und systemübergreifend die analogen Bildformate PAL, NTSC und SECAM. Dank Twin-Tuner-Modul kann man auch im Satellitenbetrieb eine Sendung anschauen und gleichzeitig ein anderes Programm aufnehmen. Apropos Aufnahme: Über den ebenfalls integrierten digitalen Videorecorder lassen sich per Fernbedienung mit einem Tastendruck das laufende Programm aufnehmen sowie über das Bildschirmmenü eine oder mehrere Sendungen zur Aufnahme programmieren. Die 500 GByte fassende Festplatte bietet Platz für Hunderte Stunden Fernseh- und Radioprogramm. So lassen sich bis zu 275 Stunden Sendungen in normaler Qualität aufnehmen, während im HD-Format Platz für bis zu 69 Stunden Filmvergnügen ist. Selbstverständlich beherrscht



der Recorder auch Time-Shift, wodurch zeitversetztes Fernsehen möglich ist. Selbst bei gleichzeitiger Aufnahme und Wiedergabe arbeitet das System ohne Ruckeln oder Bildaussetzer.

Für den Empfang verschlüsselter Programme ist ebenfalls vorgesorgt. Das vorhandene Conax-Entschlüsselungssystem kann über den eingebauten Smartcard-Leser direkt genutzt werden. Wer andere Pay-TV-Programme wie beispielsweise Sky nutzen möchte, kann auf die beiden Common Interface-Steckplätze zurückgreifen.

Das umfangreiche Anschlussfeld ist auf der linken Hinterseite des Displays angebracht und mit einer großdimensionierten Abdeckung versehen, so dass die Kabel gebündelt aus dem Gerät herausgeführt werden können.

Multimedial per LAN und USB

Offen ist TechniSats High-End-Display auch für Netzwerke, sowohl drahtgebunden als auch über einen optional erhältlichen WLAN-Adapter. Wird der Fernseher über die Ethernetschnittstelle mit dem heimischen Netzwerk verbunden, bindet sich das Display automatisch per DHCP-Server ein. Natürlich kann man auch alle notwendigen Eingaben manuell vornehmen. Auch in WLAN-Netze ist das Gerät schnell integriert, wobei hier lediglich der Zugangsschlüssel eingegeben werden muss.

Einmal mit dem Netzwerk verbunden, hat der Anwender sofort Zugriff auf alle verfügbaren Speicherstellen wie beispielsweise Computer oder NAS-Server (Network Attached Storage). Sind hier

Der HDTV 46 ist ein Wolf im Schafspelz. Er vereint Fernseher, Festplattenrecorder, Receiver, Streaming- und Radiogerät in einem Gehäuse. Darüber hinaus liefert er sowohl im Normal- als auch im High Definition-Modus eine brillante Bildwiedergabe und begeistert trotz seiner Funktionsvielfalt durch einfachste Bedienung.

etwa Filme, Musik (MP3-Format) und Fotos (JPG-Dateien) gespeichert, können diese über das Display abgespielt beziehungsweise gehört werden. Filme werden nach MPEG-1, MPEG-2 oder MPEG-4 codiert. Allerdings „versteh“ der HDTV 46 derzeit nur Filme im .ts-Dateiformat. Ein Software-Update soll in den nächsten Monaten Abhilfe schaffen.

Per USB-Port können externe Geräte aller Art angeschlossen werden und die darauf befindlichen Dateien abgespielt oder auch auf die interne Festplatte kopiert werden. Ebenso lassen sich Daten von der internen Festplatte auf externe USB-Platten kopieren oder mit Hilfe der kostenlos erhältlichen Media-Port-Software auch direkt über das Netzwerk auf einem PC speichern.

Einfache Bedienung trotz aller Technik

Trotz aller technischen Feinheiten hat es TechniSat geschafft, dem Anwender das Leben mit seinem neuen Gerät einfach und ange-

nehm zu gestalten. Mit dem ersten Einschalten des Displays startet der Installationsassistent „Auto-Install“, mit dem zunächst Uhrzeit und Datum, Sprache und das Land eingestellt werden. Anschließend sind die Quellen eintreffender Signale (Sat, Kabel, DVB-T) anzugeben und die entsprechenden Antenneneinstellungen vorzunehmen. Diese Schritte sind in wenigen Minuten erledigt, und danach konfiguriert sich der Fernseher eigenständig, lädt alle verfügbaren Sender und generiert die entsprechenden Programmlisten.

Der HDTV 46 von TechniSat erfüllt alles, was von einem Home-Entertainment-Fernseher erwartet wird. Wer sich für dieses Display entscheidet, benötigt keine zusätzlichen Geräte und bekommt Fernseher, Receiver für jede Signalquelle, Festplattenrecorder, Streaminggerät und Radio in einem. Alle Funktionen erschließen sich auch dem unbedarften Anwender durch die sinnvoll aufgebauten Menüs.

www.technisat.de



Anschlussfeld

- 1) Common Interface mit zwei CI-Steckplätzen
- 2) Kartenleser für Conax-Smartcard
- 3) Netzwerkanschluss
- 4) USB-Port (Typ USB 2.0)
- 5) Antenneneingang (DVB-C, DVB-T, analog)
- 6) Audio-Eingang (Cinch)
- 7) Video-Eingang (Cinch)
- 8) S-Video-Eingang
- 9) LNB-In 1 u. 2 (DVB-S)
- 10) Mikrofon-Eingang (Klinkenbuchse 3,5 mm, Stereo)
- 11) HDMI-Anschlüsse 1-3
- 12) Kopfhörer-Ausgang (Klinkenbuchse 3,5 mm, Stereo)
- 13) Audio-Ausgang, analog (L/R, Cinch)
- 14) Audio-Ausgang, analog (Subwoofer, Cinch)
- 15) Audio-Ausgang, analog (Center, Cinch)
- 16) Komponenten-Eingang Video (Y, Pb/Cb, Pr/Cr)
- 17) Komponenten-Eingang Audio (L/R)
- 18) Audio-Eingang, digital (SPDIF, elektrisch)
- 19) Audio-Ausgang, digital (SPDIF, elektrisch)
- 20) Audio-Ausgang, digital (SPDIF, optisch)
- 21) 12 Volt-Ausgang DC (Schaltspannung ext. Verstärker)

JETZT	DANACH	MEHR	Heute 24.06.
Das Erste	Rote Rosen		
ZDF	Die Küchenschlacht		
ProSieben	Scrubs - Die Anfänger		
SAT. 1	Sat. 1-Frühstücksfernsehen		
RTL	Mitten im Leben!		
TELE 5	Nash Bridges		
D Vierte	Teleshopping		
arte HD	Jurassic Fight Club		
RTL2	Pokémon		
kabel eins	Eine Schrecklich nette Familie		
VOX	OC California		
WDR	Eins zu eins - Gespräch aus Düsseldorf		
Bayerisches FS	Sturm der Liebe		
SWR	Buffet		

Die komplette Fernsehzeitung liefert der HDTV 46 gleich kostenlos mit. Hier sind auch, sofern abonniert, zum Beispiel alle Sendungen des Pay-TV-Anbieters Sky aufgelistet. Per Tastendruck liefert das Gerät weitere Informationen zum jeweiligen Programm und markiert diese auf Wunsch zur Aufnahme.

Toshiba: Kundengerechte Ausstattung und beste Bildqualität in jeder Preisklasse

Filmgenuss wie im Kino

Toshiba steht seit über 130 Jahren für Qualität und Innovation. Diese Tradition hat das Unternehmen auch in seinen neuen Display-Serien umgesetzt. Neben Design und Benutzerfreundlichkeit steht vor allem die Bildqualität im Fokus der Entwickler. Toshibas Ziel ist es, dem Kunden die bestmögliche Performance in jedem Preissegment zu bieten.

Toshiba stellt ein großes Produktportfolio im TV-Bereich bereit, das für jeden Anwendungsfall und Einsatzbereich das passende Gerät bietet. Im Gegensatz zu anderen Herstellern hat Toshiba das Ziel, dem Kunden in jedem Segment das beste Produkt für den jeweiligen Preis zu liefern. „Wir unterteilen unser neues Portfolio in die vier Bereiche Einstieg, Midrange, Premium und High-End“, so Sascha Lange, Marketingleiter bei Toshiba. „So können unsere Handelspartner ihren Kunden in jedem Segment das passende Gerät mit einer kundengerechten Ausstattung mit dem für die jeweilige Preisklasse besten Bild verkaufen.“ Jede Serie bietet dem Verkäufer Besonderheiten, die ihm im Verkaufsgespräch weiterhelfen.



Sascha Lange: „Wir liefern über alle Serien das beste Bild und höchste Qualität in der jeweiligen Preisklasse.“

Möglich ist dies durch die zahlreichen Kernkompetenzen, welche das Unternehmen in sich vereint. So entstehen beispielsweise elementare Halbleiterbausteine und Prozessoren in den eigenen Entwicklungsabteilungen. Diese Technologien fließen in alle Toshiba-Produkte ein, was die Kosten enorm senkt und gleichzeitig unabhängig von Drittlieferanten macht. „Die Integration aller wichtigen Schaltungen und Funktionen in einem Chip senkt die Herstellungskosten“, so Sascha Lange. „Entsprechend ist es möglich, eine optimale Bildqualität in allen

Displays zu bieten und hochwertige Komponenten auch in unteren Geräteklassen zu integrieren.“

Technologie aus eigener Entwicklung

Bestes Beispiel hierfür ist der Hochleistungs-Bildprozessor Meta-Brain. Durch die simultane Bearbeitung von acht Befehlskanälen arbeitet Meta-Brain sehr schnell und kann gleichzeitig deutlich mehr Prozesse verarbeiten als seine Vorgänger. Dabei verbraucht der Chip weniger Energie bei höherer Leistung.

Meta-Brain übernimmt sogar die Rechenoperationen für die Funktionen Resolution+ und Auto View. So können alle Bildverbesserungen optimal aufeinander abgestimmt werden, um das bestmögliche Bild zu erzeugen.

Verkaufsargument Bildqualität

Im Zeichen von High Definition TV und Blu-ray-Filmen steht das Bild beim Kauf für den Konsumenten im Vordergrund. Einer Toshiba-eigenen Endverbraucherstudie entsprechend ist das Bild für den Anwender das wichtigste Kriterium bei der Kaufentscheidung für ein TV-Display. An zweiter Stelle folgen Zuverlässigkeit und Haltbarkeit der Geräte, dann die Soundqualität und an vierter Stelle die Benutzerfreundlichkeit. „Die Studie hat uns in unserem Ansin-



In der neuen SV-Serie setzt Toshiba LCD-Bildschirme mit einer LED-Hintergrundbeleuchtung und 200-Hertz-Technologie ein. Zusätzlich sind die Displays mit vier HDMI-Anschlüssen, USB-Port und SD-Kartenleser ausgestattet. Quick-HDMI verkürzt die Umschaltzeit auf eine Sekunde.

nen bestärkt, die Bildqualität in den Mittelpunkt der Entwicklung zu stellen“, führt Lange aus. „Um auch hier von dem bestmöglichen Know-how zu profitieren, arbeiten wir in diesem Bereich eng mit Marcel Gonska, Bildspezialist und Inhaber von White Light Consultations, zusammen.“

White Light Consultations (WLC) hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Handel sowie Hersteller in die Lage zu versetzen, Filme so wiederzugeben, wie sie im Studio erschaffen wurden und wie es sich Regisseur und Produzent gedacht haben. Die JKP-Schulungen (Joe Kane Productions) helfen Händlern sowie Dienstleistern, die Grundlagen der Videotechnik zu verstehen und darauf aufzubauen. Joe Kane Productions (JKP) steht seit jeher für maximale Bildqualität und Erhaltung der Filmkunst. Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit sind beste Bilder, gleich aus welcher Signalquelle diese stammen. Toshibas Film-Modus sorgt dabei für ein authentisches Kinoerlebnis. So sieht der Betrachter einen Film genau so, wie der Regisseur ihn erschaffen hat.

Film-Modus oder Expertenmenü

Toshiba-Fernseher bieten unter anderem einen speziell abgestimmten Film-Modus. Farbtemperatur, Helligkeit und Farbraum sind bereits ab Werk so angepasst, um so nah wie möglich an die Werte der kalibrierten Kontrollmonitore der Filmstudios zu kommen. Wer das Bild lieber selber justieren möchte, kann im Expertenmenü Sättigung, Ton und Helligkeit für jede der sechs Grund- und Komplementärfarben (Rot, Grün, Blau, Gelb, Cyan und Magenta) einstellen sowie Offset und Gain der Farbtemperatur kalibrieren.

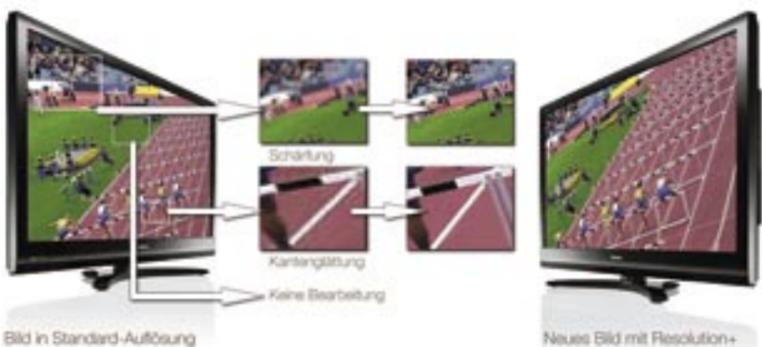
Trotz der Gerätevielfalt ist diese für den Händler leicht zu überschauen. „Jede nächsthöhere Serie beinhaltet grundsätzlich alle Ausstattungsmerkmale der vorhergehenden Serie“, erläutert Sascha Lange. „Dadurch ist es sehr leicht, sich bei der Kundenberatung und insbesondere der Hochberatung immer nur auf die

neuen Funktionen zu konzentrieren.“ Toshiba hat sich als Technologieunternehmen etabliert und gibt auch im kommenden Jahr Gas. „Der Motor, der uns treibt, ist der ständige Drang, etwas Neues zu erreichen“, so Lange. „Und das werden wir auch 2010 unter Beweis stellen.“

www.toshiba.de/consumer

<p>> DIE SV-SERIE LED-TV Full HD / 200 Hz 55" 46"</p>	<p>> DIE ZV-SERIE Full HD / 200 Hz 55" 47" 42"</p>
<p>> DIE XV-SERIE Full HD / 100 Hz 46" 42" 37"</p>	<p>> DIE RV-SERIE Full HD 42" 37" 32"</p>
<p>> DIE AV-635SERIE 42" 37" 32"</p>	<p>> DIE AV-SERIE 37" 32" 26"</p>
<p>> DIE AV-SERIE 22" 19"</p>	<p>> DIE DV-SERIE 26" 22" 19"</p>

Die aktuelle Produktpalette der Toshiba LC-Displays ist in sechs Serien aufgebaut, unterteilt in die Bereiche Einstieg, Midrange, Premium und High-End. Dabei stehen Gerätegrößen von 19 Zoll bis 55 Zoll zur Verfügung, so dass jeder Kundenwunsch erfüllt werden kann.



Resolution+ analysiert jedes Einzelbild des Eingangssignals und verbessert gezielt detailreiche Bildanteile und schärft Kanten und Linien. Ein abschließender Kontrollvorgang eliminiert Bildfehler (Artefakte), die bei der Berechnung entstanden sind.



SAT

HUMAX bringt neuen HDTV-Kabel-Receiver

Mit dem PR-HD2000C können Kunden digitales Fernsehen einschließlich HDTV sowie das gesamte Sky Angebot inklusive bis zu sieben HD-Programmen sehen. Der PR-HD2000C verfügt über ein bereits integriertes Zugangssystem für Sky



und kann in Verbindung mit einer entsprechenden Smartcard die komplette Bandbreite der angebotenen Film-, Serien- und Sporthighlights in SD- und HD-Qualität empfangen. Ein Dolby-Digital-Plus-Ausgang sorgt für optimalen Raumklang, eine elektronische Programmzeitschrift (EPG) für klaren Überblick. Darüber hinaus verfügt das Gerät über einen HDMI-Anschluss, zwei Scart-Anschlüsse sowie eine USB-Schnittstelle für die Wiedergabe von MP3 Files und das Betrachten von JPEG Bildern.

www.humax-digital.de

Module mit CA-System von NagraVision

NagraVision hat einen Lizenzvertrag mit Neotion, einem führenden französischen Hersteller von Conditional Access Modulen (CAM) unterzeichnet. Auf der Grundlage dieses Ver-

trags kann Neotion CAMs herstellen und vermarkten, in die das Conditional Access System (CAS) von NagraVision integriert ist. Die von Neotion hergestellten Module werden den Prozessor der Reihe NKE-1 V2 enthalten, der von NagraVision als NOCS 1.1 (Nagra On Chip Security) zertifiziert wird, so dass er den hohen Pirateriebekämpfungs- und Sicherheitsstandards von NagraVision entspricht. Die neuen Geräte werden auch die hohen Sicherheitspezifikationen des NASC (Nagra Advanced Security Concept) erfüllen. Neotion beabsichtigt, sein erstes NagraVision CAM-Produkt in der ersten Hälfte von 2010 zu lancieren. Zuerst sollen die Märkte in Spanien, Frankreich, Italien und Deutschland beliefert werden. In einer zweiten Phase wird der Vertrieb auf weitere europäische MSO in hochentwickelten Märkten ausgeweitet.

www.nagra.com

HDTV-SAT-Receiver nach Update PVR-ready

Smart Electronic stellt ab sofort ein kostenloses Software Update via Satellit für seine HDTV-Satellitenreceiver MX 04 HDCA sowie MX 04 HDCI zur Verfügung. Zuschauer können das Update auch ganz einfach und bequem unter www.support.smart-electronic.de herunterladen. Das PVR-ready-Update umfasst die Erweiterung der Receiver um die



Funktionen Aufnahme, zeitversetztes Fernsehen (Timeshift) und das Abspielen sowie Anzeigen verschiedener Dateitypen mittels Media-Player. Durch Anschluss einer externen Festplatte oder anderer USB-Datenspeicher lassen sich der MX 04 HDCI und der MX 04 HDCA als Personal Video Recorder (PVR) nutzen. Ein integriertes Warnsystem sorgt dafür, dass sich zukünftig manuelle und programmierte Aufnahmen nicht mehr überschneiden.

www.support.smart-electronic.de

DVB-IP-Gateway OS XX von wisi

Das WISI Streamline DVB-IP-Gateway ist ein Stand-Alone IP-Streamer für DVB-Transportstromsignale. Die modular aufgebaute Plattform bietet Platz für sechs steckbare Frontend-Module unterschiedlicher Quellen wie IP, DVB-S, DVB-S2, DVB-T, DVB-C, ASI, SDI oder AV. Für jeden eingehenden Signalstrom gibt es einen dedizierten Common Interface Slot. Jeder Transportstrom ist in IP-Pakete eingekapselt. Der integrierte steuerbare Switch vereinigt diese DVB-IP Transportströme zu einem Gigabit-Ethernet (GigE) Ausgangsstrom. Dieser ist

bereits für MPTS- (Multi Program Transport Stream) und SPTS- (Single Program Transport Stream) Ströme in entsprechenden Netzwerken aufbereitet. So lassen sich bis zu 192 Programme empfangen und über „IP“ verteilen oder als Broadcast Zuführung für das Einspeisen in IPTV-Systeme einsetzen. Das Produkt ersetzt die heute noch genutzten IRDs in einem Verhältnis 6:1. Der Platzbedarf und auch die Kosten für den Betreiber sinken dadurch erheblich.

www.wisi.de

ORF startet zweiten HD-Kanal auf Astra

Der Österreichische Rundfunk ORF strahlt seit dem 5. Dezember seinen zweiten HD-Kanal über ASTRA aus. Der ORF wird beide Programme, ORF1 und ORF2, weiterhin auch in Standard-Auflösung (SD) verbreiten. Der Start von ORF2 HD ist ein weiterer Meilenstein für SES Astras Strategie, die wichtigste HD-Plattform für Europas führende Sendeanstalten zu werden. Heute können annähernd 100 HD-Kanäle über das Astra-Satellitensystem empfangen werden. Alexander Oudendijk, Chief Commercial Officer von SES Astra, sagte: „Wir freuen uns sehr darüber, dass der ORF weiterhin Vorreiter beim Thema HDTV bleibt und nun seinen zweiten HD-Kanal auf Astra starten wird. Die Zahl der HD-Kanäle auf Astra hat sich

in diesem Jahr beinahe verdoppelt. Dies zeigt, dass HDTV in Europa an Fahrt gewinnt. Wir sind überzeugt, dass sich die positive Entwicklung im Jahr 2010 fortsetzen wird und freuen uns darauf, weitere HD-Kanäle auf unsere Satelliten aufzuschalten.“

www.ses-astra.com

Telestar erweitert TD Serie um neue Receiver

Telestar-Digital erweitert, nach der erfolgreichen Markteinführung der neuen Receiverlinie „CLASSICLINE“ im März dieses Jahres, die Telestar TD Serie um zwei neue Receiver-typen, den Telestar TD 1100 S sowie den Telestar TD 2100 HD. Wie bei allen Receivern der TD-Serie stehen auch bei den beiden Newcomern Multifunktionalität und Energieeffizienz sowie eine einfache Handhabung im Vordergrund.

www.telestar.de

Digitalbox: SAT-Receiver Imperial HD 2 basic

Der neue Imperial HD 2 basic HDTV-Receiver unterstützt DVB-S, DVB-S2 und den HDTV-Kompressionsstandard MPEG-4 H.264. Über die USB 2.0-Schnittstelle mit PVR-Funktion kann der Receiver die Lieblingssendungen auf externe Medien wie USB-Stick oder Festplatte aufnehmen. Das Gerät ist zum Preis von 129,95 Euro erhältlich.

www.digitalbox.de

Plus X: Erster offizieller Medienpartner in China

Plus X Award in Asien

Mit 144 hochkarätigen, industrieneutralen Juroren aus 32 Nationen, 40 kompetenten Partnern und einem bisher eingesetzten Marketingvolumen von über 16 Millionen Euro ist der Plus X Award der größte Technologie-, Sport- und Lifestyle-Contest der Welt. Jetzt fasst man auch Fuss in Asien.

Der Fachhandelstitel China Appliance Technology wird der erste chinesische Medienpartner des Plus X Award. China Appliance

Technology ist die offizielle Publikation des China Household Electric Appliance Research Institute und das einzige professionelle,

technologieaffine Fachmagazin innerhalb der chinesischen Haushaltsgeräte-Industrie. Top Industrie-Entscheider, Regierungsbehörden, Zulieferer sowie nationale und internationale branchenaffine Organisationen, Verbände und Universitäten zählen zum hochkarätigen Leserkreis des Titels.

Das Tor nach Asien

Donat Brandt, Präsident des Plus X Award, über die Kooperation: „Mit der Partnerschaft öffnen wir ein Portal in die chinesischen Märkte, welches uns die Möglichkeit bietet, Produkte aus Europa stärker in den asiatischen Räumen zu etablieren.“

„Die Partnerschaft zwischen China Appliance Technology und dem Plus X Award wird den Bekanntheitsgrad des Plus X Award in China massiv ausweiten und die Etablierung chinesischer Hausgeräte-Hersteller in Europa deutlich vorantreiben. Wir sind sehr stolz darauf, mit unserem Fachhandeltitel der erste chinesische Medi-



Ab sofort ist das Fachmagazin „China Appliance Technology“, die offizielle Publikation des China Household Electric Appliance Research Institute und das einzige professionelle, technologieaffine Fachmagazin innerhalb der chinesischen Haushaltsgeräte-Industrie, Partner der Plus X Award.



China Appliance Technology wird neuer Medienpartner! Links: Ma Dejun, Vice-Präsident des China Household Electric Appliance Research Institute; mitte: Donat Brandt, Präsident des Plus X Award; rechts: Zhang Yachen, Chefredakteur des Fachhandelstitels China Appliance Technology.

enpartner des Plus X Award zu sein“, so Ma Dejun, Vice-Präsident des China Household Electric Appliance Research Institute und Generalsekretär des nationalen Hausgeräte Standardisierungs Komitees.

Spezialisten für Weiße Ware

Das China Household Electric Appliance Research Institute (Cheari), seit 1981 Herausgeber des Magazins, wurde 1965 als einziges, landesweites Dienstlei-

stungsinstitut für die Schlüsseltechnologien der chinesischen Haushaltsgeräteindustrie gegründet. Mit derzeit 22 Professoren, 117 Cheffingenieuren und 93 Ingenieuren verfügt das Institut nach eigenen Angaben sowohl über das stärkste Expertenteam, als auch über die modernste Ausstattung der gesamten Branche. Mit diesem Schritt öffnet der Plus X Award die Türen des asiatischen Raumes für europäische Produkte und schafft eine neue Plattform für internationale Geschäfte.

www.plusaward.de

Sony: Langfristige Kundenbeziehung auf Augenhöhe

„Mehr Marge für unsere Partner“

Anfang November hat Sony Deutschland seine Führungsspitze umgebaut. Seitdem ist Martin Winkler als Commercial Director Consumer Business innerhalb der Geschäftsführung für die Bereiche Sales & Marketing verantwortlich. Im Interview mit PoS-MAIL erläutert Winkler seine Ziele, Sonys Handelsstrategie und die Bedeutung des Sony Partner Programms für das Unternehmen.

Seit 1. November verantworten Sie als Commercial Director den Consumer Business-Bereich bei Sony Deutschland. Was genau ist Ihre Aufgabe, und wie grenzt sich Ihr Verantwortungsbereich von Jeffrey van Edes ab?

„Meine neue Aufgabe innerhalb der Geschäftsführung von Sony Deutschland ist die strategisch-operative Steuerung sämtlicher Marketing- und Sales-Aktivitäten des Consumer Geschäfts. Die Bündelung von UE, IT und Mediapерipherie-Geräten ist ein sehr wichtiger und überfälliger Schritt, um unsere Organisation wirklich kundenorientiert auszurichten. Das heißt konkret, dass wir uns zukünftig komplett nach Kundenbedürfnissen und nicht mehr nach Produktbereichen aufstellen und Marketing & Sales sehr eng miteinander verzahnt werden.“



Martin Winkler: „Die Bündelung von UE, IT und Peripherie-Geräten ist ein wichtiger Schritt in Richtung Kundenorientierung.“

„Mein wichtigstes Ziel ist eine effiziente und zuverlässige Betreuung unserer Handelspartner und deren Zentralen.“

„Mein wichtigstes Ziel ist, eine effiziente und zuverlässige Betreuung unserer Handelspartner und deren Zentralen sicherzustellen und das Sony Partner Programm als zukünftige Stütze unserer Marktaktivitäten für den Handel zu etablieren. Ganz oben auf meiner Agenda steht gemeinsames Wachstum mit unseren Handelspartnern sowie Profitabilität. Dies erfordert neben einer vertrauensvollen Zusammenarbeit mit unseren Partnern ein schlagkräftiges Team auf unserer Seite, in dem sämtliche Sales & Marketing-Zahnräder konsequent und zuverlässig ineinander

greifen. Dies ist meine Aufgabe. Jeffrey van Ede wird sich nun wieder seinen umfangreichen Aufgaben als Geschäftsführer widmen, die Weiterentwicklung von Sony Deutschland vorantreiben und dafür Sorge tragen, dass gemäß unserer Vision alle Unternehmensbereiche die konsequente Entwicklung hin zu einer lernenden und kundenorientierten Organisation vollziehen. Dies sowie die Erfüllung unserer Geschäftsziele werde ich für Sales und Marketing sicherstellen.“

Wie war das Jahr für Sony Deutschland, und wo sehen Sie die größten Herausforderungen für 2010?

„Unser Geschäftsjahr endet am 31. März, insofern ist es etwas zu früh, um Bilanz zu ziehen. Wir können jedoch zum jetzigen Zeitpunkt sagen, dass wir trotz Wirtschaftskrise und dem dadurch schwer zu kalkulierenden Kaufverhalten der Konsumenten unsere wichtigsten Geschäftsziele erreichen werden. Im Hinblick auf 2010 bin ich sehr optimistisch, denn zum einen begeistert mich unser neues hochattraktives Produkt-Portfolio, und zum anderen haben wir intern einige für unseren und den Erfolg unserer Händler sehr wichtige Projekte vorangetrieben. In erster Linie ist hier das Sony Partner Programm (SPP) zu nennen, welches uns nachhaltig bei zahlreichen kritischen Herausforderungen helfen wird, die derzeit unseren Geschäftsalltag bestimmen. Denn stark schwankende Margen, für den Endkonsumenten undurchsichtige Preisdarstellungen und wettbewerbswidrig agierende Händler beeinflussen unseren Erfolg maßgeblich. Darüber hinaus arbeiten wir an der Ein-

führung eines selektiven Distributionssystems sowie gemeinsam mit Sony Europe an einer europäischen Harmonisierung des Konditionssystems. Exakt bei diesen Themen sehe ich meine größte Aufgabenstellung.“

Das Sony Partner Programm (SPP) wird auch im Mittelpunkt der großen Sony Roadshow stehen. Was dürfen die Händler dort genau erwarten?

„Wir arbeiten an der Einführung eines selektiven Distributionssystems und der Harmonisierung des Konditionssystems.“

„Die Roadshow, die wir von Ende Januar bis Mitte Februar in fünf deutschen Städten veranstalten, wird ganz im Zeichen unseres Partner Programms stehen, das am 1. April 2010 starten wird. Natürlich werden wir dort unseren Handelspartnern auch das neue Sony Produkt Line-up vorstellen, und ich darf Ihnen versichern, dass wir neben zahlreichen Neuheiten quer durch alle Produktsegmente ein echtes Highlight aus dem Bereich Home Entertainment im Gepäck haben. Wir freuen uns somit auf konstruktive Gespräche und laden unsere Handelspartner ein, ihre offenen Fragen zum Partner Programm zu adressieren und mit uns alle Details zur konkreten Umsetzung zu besprechen.“

Wie ist das bisherige Feedback vom Handel zum SPP?

„Äußerst positiv und konstruktiv. Alle Handelspartner haben während unserer Gespräche klar erkannt, dass SPP sowohl einen gemeinsamen Rahmen als auch ein sicheres Fundament für eine langfristige Partnerschaft auf Augenhöhe ermöglicht. An der ein oder anderen Stellschraube müssen wir noch etwas justieren, bis die zahlreichen Details des Partner Programms sowie alle internen Prozessabläufe perfekt aufeinander abgestimmt sind. Ich bin diesbezüglich sehr optimistisch, denn wir liegen exakt im Zeitplan, um eine optimale und qualitative Vermarktung am PoS zu gewährleisten. Natürlich bedeutet dieses Partner



Mit dem Sony Partner Programm (SPP) will das Unternehmen Herausforderungen wie stark schwankenden Margen, für den Endkonsumenten undurchsichtigen Preisdarstellungen und wettbewerbswidrig agierenden Händlern effektiv begegnen.

Programm auch Veränderung, und die ist gewollt – auf beiden Seiten!“

Was hat ein Händler konkret vom SPP, und wie kann er damit seinen Umsatz steigern?

Das Partner Programm bedeutet Veränderung, und die ist gewollt – auf beiden Seiten!“

„Unser Ziel ist es, eine langfristige und für beide Seiten profitable Partnerschaft aufzubauen. Mit Hilfe des Sony Partner Programms werden wir zukünftig in der Lage sein, gemeinsam die für unsere Handelspartner relevanten Parameter zu vereinbaren, mit denen sie sich im Markt und gegenüber ihrem Wettbewerb differenzieren können. Wichtig ist mir vor allem, dass für unsere Handelspartner neben dem Umsatz auch die Marge steigt bei der Vermarktung von Sony Produkten. Dies ist das eigentliche Ziel der Einführung des Sony Partner Programms, des selektiven Distributionssystems sowie der europäischen Harmonisierung des Konditionssystems.“

Sony ist Sponsor der FIFA WM. Was dürfen wir erwarten, und werden auch Ihre Handelspartner von diesem Engagement profitieren?

„Dies ist eines der ganz großen Themen für Sony im Jahr 2010. Sportereignisse von Weltrang wie die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ sind sehr wichtige Treiber für neue Technologien, insbeson-

dere auf dem Fernsehmarkt. Daher haben wir mit der FIFA eine umfassende Vereinbarung über ausgewählte 3D-Medienrechte an der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010™ getroffen. Im Rahmen dieser Vereinbarung wird die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ erstmals in 3D produziert, und bis zu 25 Spiele werden in Südafrika mit 3D-Profikameras von Sony gefilmt. Die Kombination aus hochemotionalen Fußball-Momenten und 3D-Bildern wird allen Fans weltweit das Gefühl geben, selbst direkt auf dem Spielfeld dabei zu sein. Natürlich werden auch unsere Partner von unserem großangelegten WM-Engagement profitieren. Spannende Details dazu werden wir im Rahmen unserer Roadshow präsentieren.“ www.sony.de

Sony Deutschland Roadshow 2010

Spannende Produkt-Neuheiten, technische Innovationen und detaillierte Informationen rund um das Sony Partner Programm erwarten Sie!

Wir freuen uns, Sie zu folgenden Terminen begrüßen zu dürfen:

München:	27.1. – 28.1.
Frankfurt a. M.:	31.1. – 1.2.
Düsseldorf:	4.2. – 5.2.
Hannover:	10.2. – 11.2.
Berlin:	15.2. – 16.2.

Für Terminvereinbarungen und Rückfragen steht Ihnen Ihr Sony Außendienstmitarbeiter zur Verfügung.

Bose: Zum 3. Mal zu einer der stärksten Marken ernannt

Superbrand Germany

Bose ist Superbrand Germany 2009/2010 und wurde nach 2005/2006 sowie 2007/2008 erneut von einer unabhängigen Jury zu den stärksten Marken Deutschlands gewählt und bestätigt somit einmal mehr den internationalen Status einer Superbrand.

Eine Superbrand ist eine Marke mit hohem Ansehen und Marktwert, die selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten durch Qualität und Kundentreue überzeugt. Es handelt sich um Unternehmen, die unverwechselbar sind und im Bewusstsein der Verbraucher über mehrere Jahre eine herausragende Stellung einnehmen. Eine erfolgreiche Marke bietet ein so hohes Maß an Qualität, dass sie beim Kunden Loyalität hervorruft, so dass diese bereit sind, einen höheren Preis zu zahlen als dem Produkt an sich angemessen wäre.

Superbrands in über 85 Ländern

Superbrands ist eine unabhängige Organisation, die seit über 14 Jahren die stärksten Produkt- und Unternehmensmarken als Super-

brands in mehr als 85 Ländern auszeichnet. Dabei geht es nicht um ein Ranking der Marken, sondern darum, die 100 herausragenden Marken eines Landes hervorzuheben und für ihre Arbeit zu ehren. Durch die globale Tätigkeit der Organisation fördert der Status als Superbrand den nationalen wie internationalen Imagewert des betreffenden Unternehmens. Unabhängige Wirtschaftsfachleute nominieren in einem Vorselektierungsverfahren die in Frage kommenden Marken eines Landes. Von rund 1.000 nominierten Unternehmen erhalten nur diejenigen eine Teilnahmemöglichkeit, die in der Bewertung der Jury eine herausragende Platzierung in der Regel unter den Top 100 des jeweiligen Landes einnehmen. Die 15-köpfige Jury von hochrangigen Persönlichkeiten aus Wirt-

schaft, Medien, Agenturen und Universitäten entschied sich in einem aufwendigen Auswahlverfahren in diesem Jahr erneut für Bose. Die Bewertungskriterien schließen Markendominanz, Kundenbindung, Kundenfreundlichkeit, Langlebigkeit und die gesamte Markenakzeptanz ein.

Bose vermarktet Qualität

Dies trifft im besonderen auf Bose zu. Denn innovative, klar unterscheidbare Produkte mit einzigartigen Vorteilen und die kompromisslose Qualitätsvermarktung haben Bose zu dem gemacht, was es heute ist: eine der weltweit führenden Marken der Audio-Industrie und der Name für exzellenten Klang.

Neben der starken Marke mit hohem Bekanntheitsgrad würdigte die Jury auch das selektive Bose Partner 2000 Vertriebskonzept. In der Superbrands-Ehrung heißt es: „Das Bose Vertriebskonzept gilt heute als beispielhaft in den europäischen Märkten.“



Bereits zum dritten Mal konnte Jürgen Imandt, Manager Public Relations and Advertising & Communications bei Bose (mitte), die Auszeichnung zur „Superbrand des Jahres“ von Rhett Lego, Project Director Superbrands Germany (links), und Eamonn Sadler, Superbrands CEO (rechts), entgegennehmen.

Super auch in Österreich

Bose erhielt außer den drei Auszeichnungen in Deutschland ebenfalls den Titel in Österreich und ist „Superbrand Austria 2006/2007“. „Wir freuen uns, erneut als Superbrand ausge-

zeichnet worden zu sein“, erklärt Anton Schalkamp, Regional Manager Bose Europe und Geschäftsführer Bose GmbH und Ges.m.b.H. „Wir verstehen diesen besonderen Award als Bestätigung und zugleich als Ansporn und Verpflichtung.“

www.bose.de

Magix – DVD-Menü statt Video-Bandsalat

Kaputter Videorekorder, „verwaschene“ VHS-Bänder oder gar Bandsalat – gegen diese Schreckensvision für die Lieblingsfilme und Heimvideos bietet Magix ein Komplettpaket aus USB-Videowandler, Scart-Adapter und passender Software an. Mit „Magix Retten Sie Ihre Videokassetten“ lässt sich analoges Material digital auffrischen und mit ansprechendem Menü auf DVD brennen. Die neue Version 3.0 spricht Einsteiger an, die sich bisher noch nicht an diese Aufgabe herangewagt haben.



Die besonders einfach bedienbare Software Magix Video easy und der USB-Videowandler mit Start- und Stopp-Schalter senken die Einstiegshürden und führen schnell zum gewünschten Ergebnis.



Video easy wurde für dieses Paket noch mal speziell auf das Digitalisieren von VHS-Kassetten optimiert. Der integrierte Assistent nimmt den Anwender vom Anschließen des Videorekorders bis zum Importieren des Films an die Hand und erklärt alle wichtigen Schritte. Wer es ganz eilig hat, startet und stoppt mit einem Extra-

Knopf am USB-Videowandler sofort die Aufnahme auf den PC und braucht keine Einstellungen vorzunehmen. Dezent-neutrale DVD-Menüvorlagen sorgen bereits vor dem Anschauen des digitalisierten Films für den passenden Rahmen.

„Magix Retten Sie Ihre Videokassetten V 3.0“ ist ab sofort zum Preis von 59,99 Euro erhältlich. Es ist kompatibel zum neuen Microsoft Betriebssystem Windows 7. www.magix.com

Loewe MediaNetwork – Multimediales Internet-Erlebnis

Einige der aktuellen Flat TVs von Loewe sind weit mehr, als nur besonders einfach und komfortabel bedienbare Fernseher. Über einen integrierten Kabel- und Satellitenreceiver können sie auf ihrer im Gerät versteckten Harddisk hochauflösende HDTV-Fernsehsendungen aufzeichnen. Die ebenfalls integrierten Funktionen PhotoViewer und MusicBox ermöglichen die Wiedergabe von Digitalfotos und MP3-Musik aus USB-Sticks. Auch der Abruf von Musik, Fotos und Videos aus einem LAN/WLAN-Heimnetzwerk lässt sich bei den Top-Geräten von Loewe realisieren. TV-Geräte, die über die aktuelle MediaNetwork-Plattform verfügen, sind mit einem komfortabel zu bedienenden Internet-Radio ausgestattet.



Jetzt öffnet sich Loewe der Welt des Internets. Dank einer neuen Gerätesoftware können die Besitzer der aktuellen Loewe Flat TVs mit integriertem MediaNetwork jetzt sogar Web-TV-Sendungen, Video-Podcasts, die kultigen YouTube-Videos, Hörbücher und das persönlich individualisierbare Streaming-Radio AUPEO! aus dem Internet abrufen. Diese Software lässt sich jetzt für die Fernseher Connect Media FullHD+100, für vorbereitete Individual Fernseher und für Reference 52 aus dem Internet laden. Für zahlreiche weitere Flat TVs mit älterem Network Media Player kann der Loewe-Händler seinen Kunden eine



Hardware-Aufrüstung zum attraktiven Preis von 300,- Euro anbieten.

Wie bisher wird das MediaNetwork ganz einfach über die Assist-Taste der Fernbedienung gestartet. Die Bedienoberfläche ist in zwei Bereiche unterteilt. In der oberen Hälfte des Displays befinden sich die Grundelemente des MediaNetworks und unten erscheint eine Liste mit acht ausgewählten Favoriten-Angeboten. Mit dem Software Update sind jetzt vier neue Grundelemente hinzugekommen. Dies sind Internet Videos, die große weite YouTube-Welt, das individualisierbare AUPEO!-Streaming-Radio-Angebot

und der Hörbuch-Abruf des Angebots von claudio.de. Über das MediaNetwork-Grundelement „Internet Video“ kann der Anwender in der Welt der Video Podcasts und Web-TV-Angebote suchen. Beide Teilbereiche sind sowohl nach Land als auch nach Genre selektierbar – allein für Deutschland sind unter Internet Video derzeit nicht weniger als 131 Show-Anbieter verzeichnet – das Spektrum reicht hier vom 3Sat-Computermagazin über Focus TV, Galileo oder Harald Schmidt bis hin zur kurzweiligen WDR-Infoserie „Quarks&Co“ mit Ranga Yogeshwar. www.loewe.de

Philips: „Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht“

Philips ist ein berechenbarer Partner

Mit dem Ziel, Consumer Lifestyle Produkte für alle Bereiche des täglichen Lebens anzubieten, hat Philips Anfang letzten Jahres das Unternehmen neu aufgestellt. Mit den Bereichen Home Healthcare, Consumer Lighting und Consumer Lifestyle deckt Philips ein breites Produktportfolio ab, mit dem Umsatz generiert wird und gleichzeitig echter Mehrwert für den Verbraucher entsteht.

Die Umstrukturierung des Unternehmens war eine große Herausforderung. Philips fusionierte zwei Bereiche – „Consumer Electronics“ (CE) und „Small Domestic Appliances“ (SDA) – in den neuen Bereich „Philips Consumer Lifestyle“. Ziel dieser Neuausrichtung ist es, die Philips Strategie noch stärker an dem Aspekt „Gesundheit und Wohlbefinden“ auszurichten.

Stabiler Markt

„Wir haben im Markt der Consumer Lifestyle Produkte eine stabile führende Position eingenommen“, so Henrik Köhler, Geschäftsführer Philips Consumer Lifestyle Deutschland. „Der deutsche Markt ist entgegen dem restlichen Europa bezogen auf das Konsumentenverhalten, sehr stabil. Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht und sind zum Beginn des zweiten Halbjahres mit neuen Produkten auf den Markt gekommen.“

So aufgestellt, entwickelte sich die IFA 2009 für Philips sehr gut. „Die IFA hat uns überragende Ergebnisse gebracht, und wir haben gute Aufträge geschrieben“, resümiert Köhler. „Dabei hat sich die neue Mischung bewährt, denn wir haben eine deutlich höhere Umsatzsteigerung sowohl bei weißer als auch bei brauner Ware zu verzeichnen. Gleichzeitig stellen wir fest, dass unsere strategische Ausrichtung beim Handel und auch beim Konsumenten immer besser ankommt.“

„Wohlbefinden“ richtig verkaufen

Philips hat vor zwei Jahren das Thema „Wohlbefinden“ in die Consumer Electronics gebracht. Aus den vorsichtigen Anfängen ist ein Trend geworden, denn der Markt greift dieses Thema immer stärker auf. Das spiegelt sich auch im täglichen Leben der Verbraucher wider. Philips ist es somit

gelingen, den Verbraucher für neue Felder zu begeistern, die dieser bislang nicht im Fokus hatte. Beispiele hierfür sind das Wake up Light oder Ambilight im TV-Sektor. Derzeit nutzen mehr als 1 Millionen Konsumenten in Deutschland einen Ambilight-TV.

„Unsere innovativen Produkte sind im Markt gefragt und verkaufen sich sehr gut“, freut sich Henrik Köhler, „was wir an einer kontinuierlich guten Ordersituation merken. Daher können wir nach dem dritten Quartal sagen, dass unsere Maßnahmen über den gesamten Konzern in Europa und vor allem in Deutschland sehr gut gewirkt haben. Das Ergebnis zum dritten Quartal war dementsprechend besser, als alle erwartet haben.“

Lösungen für das vernetzte Heim

Durch die Umstrukturierung und Neuausrichtung des Unternehmens ist Philips in der Lage, alle Wachstumsmärkte mit innovativen Produkten zu bedienen. „Wir verkaufen Consumer Lifestyle Produkte in ihrer ganzen Fülle“, ergänzt Köhler. „Die Entscheidung, uns neu aufzustellen, war genau richtig. Das sehen wir an Umsatzentwicklung und dem Feedback, das wir von Händlern und Konsumenten bekommen. Wir haben um den Bereich TV herum Lösungen wie Net TV, Wireless, Netzwerk und Sound entwickelt, quasi das vernetzte Heim im weitesten Sinne. Wir können nicht nur Informationen wie Filme, Nachrichten oder Musik empfangen, sondern demnächst auch via Net TV aus dem Wohnzimmer heraus mit anderen kommunizieren. Mit unseren Produkten wollen wir in der gesamten Lebenswelt zu Hause zu einem gesunden Leben beitragen.“ Gerade der Bereich der Elektrokleingeräte spielt hier eine wich-



Mit Ambilight wird Fernsehen zum Erlebnis. Die Lichteffekte von Ambilight lassen das Fernseherlebnis in einer neuen Dimension erscheinen. Ambilight projiziert auf die das Fernsehgerät umgebenden Wände ein sanftes Licht, das sich automatisch den Farben, dem Kontrast und der Helligkeit des Bildes anpasst.

tige Rolle. Ob Küchengeräte, Kleider- und Körperpflege oder Kaffee, dies alles sind Segmente, die attraktiv für den Kunden und margeträftig für den Händler sind. Hinzu kommt, dass der Platzbedarf zur Warenpräsentation relativ gering ist und Produkte wie Kaffeemaschinen oder Küchengeräte für Kundenfrequenz sorgen. „Im Segment Kaffee sind wir ein Vollsortimenter, der alle Bereiche abdeckt. Dieses Segment ist ein wichtiger Teil des Trendthemas ‚Wohlfühlen‘“, unterstreicht Henrik Köhler. „Damit sind wir für den Handel interessant, da sich hier gute Margen realisieren lassen. Im Espresso-Geschäft werden über 400 Millionen Euro in diesem Jahr umgesetzt.“

Ein starker Partner

Was aber ist Philips für den Handel? „Wir sind ein ganz starker Partner, der sich aufgrund seiner strategischen Neuorientierung mit Consumer Lifestyle selbst in die Lage versetzt hat, Schwankungen des Marktes deutlich besser abzufangen, als es der Wettbewerb getan hat“, so Köhler. „Wir können dem Handel ein breites Spektrum an Produkten anbieten, die seine Kunden für das tägliche Leben brauchen.“

Philips vertreibt seine Produkte über den Fachhandel, wobei Henrik Köhler auch den Vertrieb über das Internet unter bestimmten Voraussetzungen und Bedingungen nicht ausschließt. „Internet als Vertriebskanal ist ein tolles Medium zum Einkaufen und zur Information. Allerdings bewerten wir einen Händler, der einen gut sortierten Laden mit Fachpersonal unterhält, deutlich anders, als wenn jemand nur eine Webseite aufbaut und Produkte anbietet“, erläutert Köhler. „Gleichzeitig hat der Erhalt der Markenkraft oberste Priorität. Für die meisten Internetkunden ist eine wichtige Motivation, online zu kaufen, ein Produkt zu einem günstigen Preis zu erwerben. Wir aber wollen über



Der Entsafter HR1881 mit massivem Metallkorpus ist mit einem 1.200-Watt-Motor ausgestattet. Der kraftvolle Mikro-Sieb-Filter aus Edelstahl presst jeden Tropfen Flüssigkeit heraus und hinterlässt nur eine trockene Obst- und Gemüsemasse. Eine Tropf-Stop-Funktion vermeidet Nachtropfen.



Das Wake up Light wurde entwickelt, um behutsam, wie es die Natur vorgesehen hat, zu wecken – mit Licht. Es simuliert einen Sonnenaufgang im Schlafzimmer. Bis zu 300 Lux Lichtintensität tauchen die Umgebung zum gewünschten Zeitpunkt in ein angenehmes Licht.

Innovation und nicht über den Preis verkaufen.“

Gut gerüstet für 2010

Daher versucht Philips, auch für den Internethandel die gleiche Systematik umzusetzen wie im normalen Handel. Denn nur wenn auch hier die Produkte preisstabil vermarktet werden, können alle Beteiligten auf Dauer Wertschöpfung betreiben. Auch für das kommende Jahr ist das Unternehmen

gut aufgestellt. „Aktuell haben wir die Veränderungen innerhalb des Unternehmens abgeschlossen“, so Henrik Köhler. „In 2010 kommen wir erneut mit neuen Produkten auch im TV-Segment auf den Markt. Hier investiert Philips weiter in die Entwicklung neuer Produkte, und wir werden dem Handel Geräte und Konzepte anbieten, die ihn in die Lage versetzen, mit Philips gute Geschäfte machen zu können.“

www.philips.de

TK



NAVI

Hamid Akhavan will die Telekom verlassen

Hamid Akhavan, Chief Operating Officer (COO) der Deutschen Telekom, will das Unternehmen zum Februar 2010 verlassen. Als Vorstandsmitglied und COO der Deutschen Telekom verantwortet Akhavan die Aufgabenbereiche Produkte und Innovationen, Technologie, IT, Einkauf sowie den internationalen Ver-



trieb und das internationale Marketing. Von Dezember 2006 bis März 2009 war er als CEO von T-Mobile International im Vorstand der Deutschen Telekom für den Mobilfunk verantwortlich. Im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung wurde er im September 2006 auch CTO im Konzern Deutsche Telekom. Akhavan kam im September 2001 zur T-Mobile und wurde im Dezember 2002 in den Vorstand der damaligen T-Mobile International berufen. Zuvor war er CTO und Chief Information Officer bei Teligent Inc., einem internationalen Breitband- und Mobilfunkunternehmen. www.telekom.de

Im Base Onlineshop gibt es jetzt auch attraktive Gebraucht-Handys

Preisbewusste Kunden und Schnäppchenjäger können ab sofort unter www.base.de zu ihrem Tarif statt eines Neugeräts auch ein neuwertiges Gebraucht-Handy zum günstigen

Preis wählen. Im Online-Shop von Base finden sich zunächst acht verschiedene Handy-Modelle von Gebraucht-Handys der Marken Nokia, Sony Ericsson und HTC. Die einzelnen Handy-Modelle sind verfügbar, so lange der Vorrat reicht. Als günstigstes Endgerät ist das Nokia N85 silver bereits ab 9,99 Euro zu haben. Damit der Kunde ein technisch einwandfreies Mobiltelefon erhält, hat Base jedes einzelne Gerät im Vorfeld sorgfältig geprüft und gründlich gereinigt. Für jedes Gebrauchtgerät bietet Base zwölf Monate Gewährleistung. www.bose.de

Führungswechsel bei Mairdumont

Mit Wirkung zum 1. Januar wird Dr. Stephanie Mair-Huydts Sprecherin der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Mairdumont. Mair-Huydts ist seit 20 Jahren im Unternehmen tätig. Sie ist als Verlegerin und Geschäftsführerin für alle Redaktio-



nen sowie für die Marken Marco Polo, Baedeker, DuMont und Lonely Planet (deutsche Ausgabe) verantwortlich. Mair-Huydts sammelte nach ihrem Studium der Betriebswirtschaft in Freiburg und St. Gallen zunächst Erfahrung in verschiedenen Verlagen in Paris und New York, bevor sie 1989 ins Familienunternehmen wechselte. Unternehmer Dr. Volkmar Mair scheidet nach der Übergabe der Geschäfte an seine Tochter aus der Geschäftsführung aus und über-

Rheinländer und deren Freunde können mit Garmin auch auf kölsch navigieren

Die Akademie für uns kölsche Sproch/SK Stiftung Kultur der Sparkasse KölnBonn und Garmin haben ein gemeinsames Projekt für heimatverbundene Kölner, Köln-Liebhaber und Freunde der rheinländischen Kultur gestartet: Sie können sich jetzt auch auf kölsch durch die Stadt navigieren lassen. Die zwei Kölner Originale Gigi Herr und Gerd Köster haben ihre Stimmen für kölsche Fahrhinweise eingesprochen und dabei mehr als 270 Kommandos im Tonstudio aufgenommen.

individuell angepasst Fahrzeugnavigation sein kann. „Garmin gibt allen Kölschen und Rheinländern mit dem Navi auf kölsch auch unterwegs ein wenig Heimatgefühl. Aber die neuen Navigationsstimmen sind auch für Nicht-Rheinländer geeignet – denn Gigi Herr und Gerd Köster verkürzen allen die Fahrt“, stellte Holger Schneebeck, Content Partner Manager, Garmin Deutschland, fest. Durch die Zusammenarbeit mit der Akademie könne Garmin den Nutzern ein persönliches Fahrerleb-



Gigi Herr



Gerd Köster

men. Die Aufnahmen wurden in der Akademie zu mehr als 270 einzelnen Kommandos geschnitten und von Garmin sorgfältig bearbeitet.

Beide Stimmen stehen als Zusatzsoftware für die Garmin Navigationsgeräte der nüvi-Serien 200, 500, 700, 800, 1200, 1300, 1400, 1600 und 5000 kostenlos auf www.garmin.de und www.koelsch-akademie.de bereit und lassen sich einfach auf den Geräten installieren. Was für die Akademie einen weiteren Schritt zur Erhaltung und Förderung der kölschen Sprache bedeutet, ist für Garmin ein weiteres Beispiel dafür, wie flexibel und

nis bieten und zeigen, wie das Navigationsgerät zum individuellen Berater während einer Fahrt werden kann.

„Garmin beweist mit der Umsetzung der Ansagestimmen, wie nah das Unternehmen an seinen Nutzern ist und wie sehr es sich auf deren Wünsche einstellt. Ohne die Unterstützung des Garmin Teams hätten wir dieses Angebot in so kurzer Zeit nicht realisieren können“, so Professor Hans-Georg Bögner, Geschäftsführer der SK Stiftung Kultur und Leiter der Akademie für uns kölsche Sproch. www.garmin.de

nimmt den Beiratsvorsitz. Er hatte 1957 im Alter von 26 Jahren die Geschäftsführung übernommen und die Verlagsgruppe über 52 Jahre lang geleitet. Geschäftsführer bei Mairdumont werden ab 2010 sein: Stephanie Mair-Huydts als Sprecherin und Verlegerin, Dr. Thomas Brinkmann als CFO für die Bereiche Finanzen, Controlling, Informationstechnologie, Personal, Logistik, Kartografie und Prozessmanagement Print- und Einkauf sowie Uwe Zachmann als CMO für Verkauf, Export und Marketing. www.mairdumont.com

FEC prämiiert engagierte Händler mit Gratis-iPods

Funkwerk Enterprise Communications (FEC) prämiiert in diesem Winter mit der Händleraktion „Hart im Nehmen“ den Einsatz engagierter Fachhändler, die die neuen WLAN Access Points der robusten bintec WIn-Serie aktiv vertreiben. Im Aktionszeitraum bis 28. Februar erhalten alle Fachhändler für einen definierten Umsatz, der mit den Produkten der bintec WI- und WIn-Serie erzielt wird, je einen Apple iPod touch (8 GB) kostenlos. Mit dieser Aktion unterstützt FEC seine Fachhändler bei der Umsatzentwicklung zur Einführung der neuen WLAN Access Points der bintec WIn-Serie, die nach dem Standard der neuen IEEE 802.11n Technik für den professionellen Einsatz unter extremen Bedingungen entwickelt wurden. Alle interessierten Fachhändler können sich online über ein Registrierungsformular zur Teilnahme anmelden. Unabhängig vom

Anmeldedatum wird das definierte Umsatzziel im Aktionszeitraum berücksichtigt. Die Abwicklung der Händleraktion erfolgt über die FEC-Distributoren. Detailinformationen sowie das Registrierungsformular zur Teilnahme gibt es unter www.funkwerk-ec.com/wincensive.

Beckers Shop-in-Shop-Systeme im Fachhandel erfolgreich etabliert

Nach der Einführung des Becker Shop-in-Shop-Systems im November 2008 ist Anfang Dezember der 100. Becker Navigationsshop im deutschen Fachhandel installiert worden: Ort des Jubiläums war die Filiale der Expert Handels GmbH in Höxter. Die Becker Shop-in-Shop-Lösung im auffälligen Design setzt dort jetzt die Portable Navigation Devices (PNDs) der Marke ansprechend in Szene und sorgt so für einen noch besseren Abverkauf der Geräte.

Seit einem Jahr bietet Becker dem Fachhandel ein Shop-in-Shop-System mit vier verschiedenen Modulen an. Diese sind individuell und flexibel zusammenstellbar und können dadurch genau auf die jeweiligen Anforderungen und Wünsche der Händler abgestimmt werden. Ob auf zwei oder auf zwanzig Quadratmetern spielt keine Rolle – die Becker gebrandeten Mini-Shops in auffälligem Rot können überall eingebaut werden.

Zusätzlich garantieren Promotientage bei der Shop-Einführung sowie ein geschultes Promotionalpersonal, das

auch in der Folgezeit am PoS als Verkäufer präsent ist, einen gesteigerten Sell-Out. Untersuchungen hierzu haben ergeben, dass alleine durch das Shop-in-Shop-System die Verweildauer der Kunden in der Nav-Abteilung um bis zu 70 Prozent gesteigert wird.

Das Feedback der Händler, die bereits ein System in ihrem Markt installiert haben, ist durchweg positiv. So wird eine Erhöhung des Sell-Outs von Becker Navigationsgeräten und Zubehör um durchschnittlich zehn Prozent auf die PoS-Präsentation der Marke zurückgeführt. www.becker.de

Aastra DeTeWe-Schulungen bei Herweck

Auch im neuen Jahr wird die Herweck AG ihr Schulungsprogramm fortsetzen. Die ersten Termine für Januar stehen jetzt fest. Alle hier aufgeführten Seminare finden, wenn nicht anders angegeben, im Schulungszentrum der Herweck AG in Kirkel im Saarland statt. Den stets aktuellen Schulungskalender finden Herweck Partner im Internet unter www.herweck.de. Zu jeder Schulung gibt es dort eine detaillierte Agenda. Hier die Angebote:

- 26. Januar: Aastra DeTeWe: VoIP Schulung R9 mit DeTeWe OpenCom100
- 27. Januar: Aastra DeTeWe: DECT & Anlagenvernetzung mit DeTeWe OpenCom100
- 28. Januar: Aastra DeTeWe

Neue Funktionen beim Entertain-Angebot der Deutschen Telekom

Die Deutsche Telekom stellt allen Kunden des TV-Angebots Entertain neue Funktionen zur Verfügung. So können Entertain-Kunden jetzt mit dem „vernetzten Videorecorder“ mehrere Media Receiver miteinander verbinden, Serienaufnahmen noch einfacher verwalten als bisher und Fotos mit Verwandten und Freunden über Entertain teilen. Diese und weitere Funktionen wurden im Rahmen eines Software-Updates umgesetzt und sind für alle Kunden kostenlos. Mit dem „vernetzten Videorecorder“ können Entertain-Kunden den für den Empfang von Entertain notwendigen Media Receiver mit einem zweiten Gerät – zum Beispiel dem Media Receiver 100 – im selben Haushalt vernetzen. Auf diese Weise haben Entertain-Nutzer die Möglichkeit, über die Zweitbox auf bereits vorhandene Aufnahmen des Festplattenrecorders zuzugreifen und diese abzurufen. Auch Aufnahmen lassen sich über die Zweitbox problemlos auf dem Festplattenrecorder programmieren.

Mit der neuen Sharing-Funktion für Fotos können Entertain-Kunden ihre im Mediacenter gespeicherten Fotos mit anderen teilen. Nach einer Freigabe haben auch Freunde und Verwandte Zugriff auf ausgewählte Bilder – über Entertain, am PC und auf dem Mobiltelefon.

Für mehr Übersicht sorgt eine Erweiterung der Serienaufnahme-Funktion: Entertain-Kunden können selbst entscheiden, wie lange bzw. wie viele Folgen einer Serienaufnahme auf der Festplatte hinterlegt werden. Außerdem erweitert eine Aktualisierung den Programm Manager um eine Merkliste. Dort kann der Nutzer dann ausgewählte Sendungen aus dem TV-Programm und der Online-Videothek vormerken. www.t-home.de

Die AMI wird um die Amicom ergänzt Händlertreff in Leipzig

Die Leipziger AMI (Auto Mobil International) feiert im kommenden Jahr ihr 20jähriges Bestehen. „Dieses Jubiläum ist für uns der Anlass, die Messe aufzuwerten und für die Besucher noch interessanter zu machen. Parallel zu AMI und Amitec wird es deshalb ab dem kommenden Jahr auch die Amicom geben, eine neue Veranstaltung, die sich mit dem gesamten Spektrum von In-Car-Elektronik-Produkten beschäftigt“, so Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH, auf der Auftakt-Presskonferenz in Halle 7 der Alten Messe Leipzig. „Ein würdigeres Geschenk hätte die AMI zu ihrem 20. Geburtstag nicht bekommen können“, ergänzte Matthias Kober, Projektleiter der Leipziger Automessen.

Und an einer würdigeren Stelle hätte die Pressekonferenz nicht stattfinden können, sei ergänzt. Denn im selben Raum in Halle 7 des alten Messegeländes, genau gegenüber dem ehemaligen russischen Pavillon, war seinerzeit die erste AMI in Leipzig angekündigt worden.

**100 Aussteller auf
15.000 Quadratmetern**

Bei der Premiere der Amicom, Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug, so der offizielle Titel, können sich Messebesucher vom 10. bis 14. April 2010 auf 15.000 Quadratmetern umfassend über das gesamte Spektrum an In-Car-Elektronik-Produkten informieren. „Von der neuesten Hifi-Anlage über interaktive Navigationslösungen bis zu multimedialen TV-Einbindungen gibt es heute keine Grenzen mehr. Auf der Amicom können sich technik- und autobeegeisterte Privatbesucher ebenso wie die Fachbesucher aus dem Handel über die Vielfalt an Produkten sowie die notwendigen Einbauvorgänge informieren“, sagte Kober.

Die Veranstalter erwarten zur Erstauflage der Amicom rund 100 Aussteller aus allen Segmenten.



Vor der Pressekonferenz wurde das Messelogo von Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH (l.), und Volker Lange, Präsident des Verbandes der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK), aus einem Block Eis herausgesägt.

Bereits angemeldet hatten sich zum Zeitpunkt der Pressekonferenz am 4. Dezember unter anderem die Unternehmen AIV, Audio Design, Audio System, Clarion, DLS Svenska, German Maestro, Hama, JVC, Kenwood, Magnat und Pioneer. „Damit trägt das innovative Konzept der neuen Messe erste Früchte“, meinte Kober. „Die Unternehmen schätzen die unmittelbare Nähe zu AMI und Amitec, mit der sie neue Zielgruppen, zum Beispiel Kfz-Werkstätten und Autohäuser, sowie das Privatpublikum direkt erreichen“, so Kober. Darüber hinaus richtet sich die Amicom an klassische Einbaubetriebe sowie den Elektronik-Fach- und -Einzelhan-

del. Unterstützung bei der konzeptionellen Entwicklung und Umsetzung erhält die Leipziger Messe von der European Mobile Media Association (EMMA), dem Europäischen Verband für mobile Unterhaltungstechnik im Fahrzeug sowie einem Arbeitskreis mit Vertretern marktführender Unternehmen der Branche.

Dass es neben viel Enthusiasmus auch einer großen Portion handwerklichen Geschicks bedarf, um

den eigenen Wagen in einen fahrenden Klangkörper zu verwandeln, verdeutlicht der Live-Einbau einer kompletten Multimedia-Anlage. An allen fünf Messetagen können Besucher dem Media-Tuning eines Ford Mustang folgen. Schritt für Schritt zeigen Einbau-Experten einer Leipziger Fachwerkstatt, wie die einzelnen Komponenten eingebaut, verkabelt und aufeinander abgestimmt werden.

**Im Rahmenprogramm
darf's auch laut werden**

Wie leistungsstark ein modernes Audiosystem im Fahrzeug ist, macht ein Vergleich während der Amicom deutlich. Beim „Kick off“ zum großen EMMA-Soundwettbewerb 2010 stellen sich am ersten Messewochenende bis zu 130 der besten Car-Hifi-Bastler Europas den Augen und Ohren einer internationalen Jury. Anhand von genormten Musikeinspielungen wird die Klangqualität der individuell ausgestatteten Fahrzeuge bewertet. Aber auch der fach- und sicherheitsgerechte Einbau aller Komponenten steht auf den Checklisten der Juroren. Die Sieger des Auftaktwettbewerbes erhalten Punkte auf dem Weg zur deutschen Meisterschaft

sowie schmückende Pokale. Ein informatives Vortragsprogramm für Fachbesucher rundet das Angebot der Amicom ab. In einstündigen Workshops setzen sich Branchenexperten unter anderem mit dem Thema „Moderne Medien im Fahrzeug – Wie funktioniert das alles?“ auseinander.

**Marktforscher prophezeien
weiterhin gute Konjunktur**

Auch in der aktuell angespannten Wirtschaftslage messen Experten dem Car Media Bereich wesentliche Bedeutung bei. Bis Ende 2009 rechnet die Branche mit einem Umsatz von rund einer Milliarde Euro in Deutschland. Davon entfällt mehr als die Hälfte auf mobile Navigationsgeräte. Hochwertige Produkte und Dienstleistungen, die entscheidend zu mehr Komfort und Lebensqualität beitragen, haben laut Marktforschung weiterhin Konjunktur.

„Der Trend geht zu immer komfortableren, komplett ins Fahrzeug integrierten Lösungen“, urteilte Alexander Klett, Geschäftsführer des Branchenverbandes EMMA. Ganzheitliche Lösungen beinhalten Möglichkeiten für das Hören von Musik, Schauen von Filmen, Navigieren und das Freisprechen. Mehr denn je, so Klett, verbringen Menschen ihre Zeit im Auto: „Entsprechend steigen deren Ansprüche an Komfort, Sicherheit, Information und Unterhaltung auf vier Rädern.“



Mädchen und Motoren bilden auch auf der Leipziger AMI an vielen Ständen eine Einheit.

**Die Veranstalter erwarten über 300.000
Besucher auf AMI, Amitec und Amicom**

Zur 20. Auflage der Auto Mobil International (AMI) rechnet die Messeleitung im nächsten Jahr mit rund 600 Ausstellern und 300.000 Besuchern. Als einzige deutsche Pkw-Messe im Jahr 2010 gehört die AMI zu den führenden europäischen Treffpunkten der Kraftfahrzeugbranche. Im Mittelpunkt steht die hochwertige Präsentation von über 40 Marken mit ihren aktuellen Modellreihen und rund 100 Welt-, Europa- und Deutschlandpremiere. Vom 10. bis 14. April finden parallel die Amitec – Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service – sowie erstmals die Amicom statt.

Der Anmeldestand der AMI war laut Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe, Anfang Dezember positiv und besser als zum Vergleichszeitpunkt 2008. „Damit sind alle Weichen für eine großartige Jubiläumsmesse gestellt. Keine andere Veranstaltung in Deutschland zeigt 2010 ein umfassenderes Angebot rund um das Auto. Vom neuesten Fahrzeug über modernste Diagnosegeräte bis zum audiovisuellen Equipment können sich Privat- und Fachbesucher über alle automobilen Themen informieren.“

Auch Volker Lange, Präsident des Verbandes der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK), zeigte sich vom Erfolg der Messe überzeugt: „Als wichtigste deutsche Autoschau 2010 sowie als ausgewiesene Kunden- und Käufermesse ist die AMI die ideale Plattform, um sich über neue Marktentwicklungen zu informieren und die neuesten Modelle zu testen. In einem zurückgehenden Markt kommt es darauf an, dass wichtige Frühjahrsimpulse gesetzt werden.“

Nach einjähriger Abstinenz stellt BMW wieder seine Modellpalette in Leipzig vor. Renault/Dacia haben ihre Fläche gegenüber 2009 deutlich erweitert. Erstmals auf der AMI als Aussteller dabei ist unter anderem der Mineralölkonzern Shell. Innovationen zu den Themen Klimaschutz und Schadstoffreduzierung werden das Bild zahlreicher Messestände auf der AMI 2010 prägen.

Der 2. Internationale AMI-Kongress befasst sich am 13. April 2010 mit der Weiterentwicklung auf dem Gebiet der alternativen Antriebskonzepte. International anerkannte Experten der Automobil- und Zulieferindustrie sowie aus Politik und Wissenschaft werden schwerpunktmäßig die Realitätsnähe verschiedener alternativer Antriebskonzepte bewerten. Im Mittelpunkt des Kongresses stehen Erdgas-, Flüssiggas- und Ethanolantriebe sowie die gesamte Bandbreite aus dem Bereich der Elektromobilität mit verschiedenen Hybridvarianten und reinen Elektrofahrzeugen.



Auch junge Menschen nehmen die AMI gern zum Anlass, um sich über Neuheiten zu informieren.

Immer mehr Handys verwenden das Betriebssystem Android hat sich etabliert

Anfang 2009 ist mit dem T-Mobile G1 das erste Mobiltelefon mit dem seinerzeit noch neuen Betriebssystem Android nach Europa (siehe PoS-MAIL 2/2009, S. 19) gekommen. Technikbegeisterte waren zu dem Zeitpunkt ebenso gespannt wie die sich stets lautstark zu Wort meldenden „Reichsbedenkenträger“, ob Android von den Benutzern akzeptiert werden würde. Heute steht fest: Neben Windows Mobile und Symbian hat sich das vom Suchmaschinen-Giganten Google entwickelte Android als drittes herstellerübergreifendes Betriebssystem etabliert.

Mit HTC, Motorola, Samsung und Sony Ericsson haben die meisten wichtigen Gerätehersteller inzwischen Android Geräte im Portfolio. Nokia hingegen zieht sich bislang und

auch aus der Tatsache, dass Samsung vor wenigen Tagen erste Informationen zum neuen, selbstentwickelten Smartphone Be-



Einige der aktuellen Android-Handys: Xperia X10 von Sony Ericsson (l.), Milestone von Motorola (o.), Galaxy von Samsung (r.) und Tattoo von HTC.

setzt weiterhin auf das eingesetzte Symbian. In einem Gespräch mit dem „Handelsblatt“ (veröffentlicht am 26. November) unterstrich Anssi Vanjoki, Vorstand Vertrieb und Marketing von Nokia, diese Haltung noch einmal und stellte fest: „Android ist kein Erfolg, sondern vor allem ein Hype“. Ob Vanjoki mit dieser Einschätzung richtig liegt, wird die Zukunft zeigen. Dass Android nicht das Nonplus-ultra ist, beweist schon die Tatsache, dass sich mit Apples eigenem iPhone-Betriebssystem ein vergleichbares Betriebssystem ebenso schnell im Markt etabliert hat. Und

etriebssystem Bada veröffentlicht hat, darf geschlossen werden, dass Android nicht der Weisheit letzter Schluss ist.

Linux-basiert

Was aber genau ist Android, und wodurch unterscheidet es sich von anderen Betriebssystemen? Android ist ein Linux-basiertes Softwarepaket für mobile Geräte wie Handys oder Smartphones. Zum Paket gehören neben dem Betriebssystem auch weitere grundlegende Komponenten, notwendige Treiber und Systemtools.

Android ist komplett in Java programmiert und deshalb universell einsetzbar.

Eines der Ziele bei der Entwicklung von Android war die Schaffung einer Nutzeroberfläche, die sich dem Nutzer zum einen nach wenigen Augenblicken erschließen soll und ihn zum anderen an das vom heimischen Rechner gewohnte Surferlebnis erinnert. Außerdem sollte es möglich sein, das Gerät und die Benutzeroberfläche weitgehend an die individuellen Erfordernisse und Wünsche des Nutzers anzupassen. Hierzu stehen inzwischen Tausende und Abertausende zusätzlicher Programme, sogenannte Apps, im Android Market zur Verfügung.

Die aktuellen Neuheiten der verschiedenen Hersteller beweisen, dass diese Ziele erreicht wurden; auch wenn sich die Handhabung von Hersteller zu Hersteller unterscheidet und sich Updates, aktuelle Version ist Android 2.0, trotz der Universalität des Systems nicht bei allen Herstellern gleichzeitig durchführen lassen.

Kritikpunkte

Damit ist einer der Kritikpunkte an Android genannt. Ein weiterer besteht darin, dass es derzeit noch keinen institutionalisierten Support für das Betriebssystem gibt. Probleme müssen daher entweder zusammen mit dem Gerätehersteller oder durch Kontaktaufnahme mit den unzähligen Newsrooms und Bloggs gelöst werden, die in den vergangenen Monaten entstanden sind. Aber dieses Vorgehen dürfte für die meisten Computerbenutzer nicht fremd sein. Inwieweit es sich bei dem Google oftmals unterstellten „Ausspionieren“ des Nutzers um eine Verschwörungstheorie oder um die Wahrheit handelt, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Doch auch hier gilt die Erfahrung mit der Internetnutzung zu Hause entsprechend: Wer im Netz unkritisch und überall seine persönlichen Daten hinterlässt,



Im Android Market können zusätzliche Programme, mit denen sich Handy und Smartphone individualisieren lassen, gekauft oder kostenlos heruntergeladen werden.

darf sich über unerwünschte Kontakte und unseriöse Angebote nicht wundern. Da macht es keinen Unterschied, ob man seine Onlinespur über einen stationären Rechner oder ein mobiles Endgerät hinterlässt – unabhängig vom Betriebssystem.

Kaum Grenzen

Mit Android können umfangreiche Funktionen für die unterschiedlichsten Geräte realisiert werden. Entwickler stoßen dabei kaum an Grenzen. Sie können einzelne Komponenten individuell gestalten oder deren Funktionalität kombinieren, um so neue Anwendungen oder neue Geräte zu konzipieren. Welches mobile Gerät mit Android entwickelt werden soll, spielt keine Rolle, denn Android wird von allen Geräten unterstützt, die den Android Code ausführen können – neben Mobiltelefonen und Smartphones können das zum Beispiel auch GPS-Empfänger, Navigationssysteme, mobile Computer, Internetterminals oder auch Organizer sein.

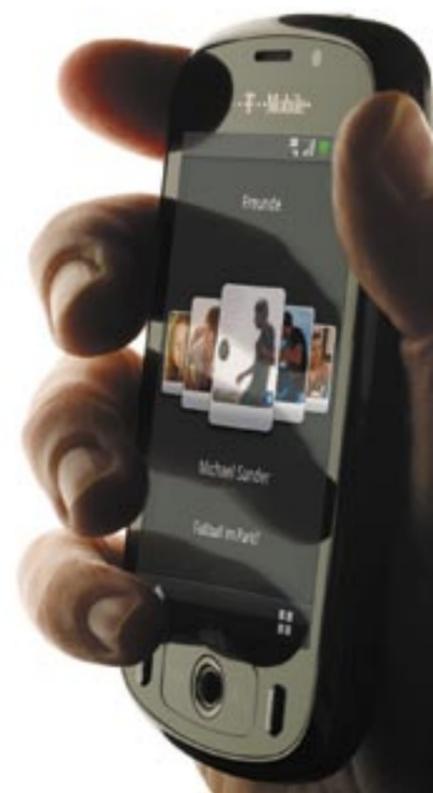
Vielfältige Möglichkeiten

Android kann für viele Anwendungen genutzt werden. Es stellt notwendige Ressourcen zur Verfügung, um die verschiedensten Dinge zu tun. Diese unterscheiden sich nicht von denen, die bereits in Mobiltelefonen und Smartphones genutzt werden. Dazu gehören beispielsweise Video- und Audioanwendungen wie Mediaplayer, Bilddatenbanken und Videoprogramme. Hier unterstützt Android standardmäßig die bekannten Formate wie MPEG4, MP3, AAC, AMR, JPG, PNG und GIF; weitere Android-spezifische Filter werden mit Sicherheit im Laufe der Zeit hinzukommen. Andere Anwendungsbereiche sind neben GSM auch Bluetooth, Edge, 3G und WIFI, Browsersysteme, Kameras, GPS und Organizersysteme. Ebenfalls integriert sind

2D- und 3D-Grafiksysteme. Android eignet sich für die Entwicklung mobiler Kommunikationslösungen und von Spielen für Organizer und Handys. Standardmäßig bietet Android einen Kontaktmanager, Telefonmodus, Browser, Terminplaner, Software- und Telefonmanager, Positionsbestimmung sowie einen Messaging Service beispielsweise für MMS und SMS. Diese Grundausstattung wird von den Herstellern von Gerät zu Gerät individuell ergänzt und kann auch vom Nutzer – wie erwähnt – beliebig erweitert werden.

Google-Anwendungen

Natürlich wirkt sich die Tatsache, dass Android von Google entwickelt wurde, auch auf die Nutzungsmöglichkeiten aus. So ist eines der wesentlichen Kennzeichen von Android Handys und Smartphones die Möglichkeit, mit einem einzigen Klick die gesamte Google Welt zu nutzen und sofort Zugriff beispielsweise zur Google Suchmaschine zu bekommen.



Auch das Pulse von T-Mobile arbeitet mit dem Betriebssystem Android.



DVI zu MiniDP Konverter von Gefen

Der neue Gefen DVI zu MiniDP Konverter ist für Anwender konzipiert, die ihren Computer mit Standard-DVI-Port über DisplayPort an einen Flachbildschirm, wie beispielsweise den neuen 24 Zoll Apple Cinema Display, anschließen möchten. Das Gerät konvertiert unter Verwendung der Mini



DisplayPort Schnittstelle DVI-Signale auf DisplayPort. Der Konverter unterstützt HD-Auflösungen von 1.920 x 1.200 mit 60 Hertz und unterstützt die EDID-Datenstruktur. Die Signalübertragung gelingt mit dem Konverter ohne Qualitätsverlust und ohne Scaling. www.gefen.de

Toshibas Docking-Station Dynadock W10

Die Docking-Station Dynadock W10 von Toshiba unterstützt den drahtlosen Datentransfer per Wireless USB. Das neue Modell ist mit allen Toshiba-Notebooks sowie den Geräten vieler anderer Hersteller kompatibel. Als drahtlose Docking-Station sorgt der Dynadock W10 dafür, dass die Verbindung von Peripheriegeräten zu einem Notebook auch dann nicht abreißt, wenn dieses bewegt wird. Das bislang übliche Aus-



stößeln von Steckern und Kabeln ist nicht mehr nötig. Neben einem digitalen Videoausgang (DVI-I) wartet Toshibas neuer Schnittstellen-Replikator zudem mit sechs USB-2.0-Anschlüssen, einem zusätzlichen Eingang für 10/100-Ethernet-LAN, einem SP/DIF-Ausgang (7.1-Kanal) sowie einem Lautsprecher-Ausgang und einem Mi-

krofon-Eingang auf, die alle über die Wireless-USB-Schnittstelle angesprochen werden können. Ebenso unterstützt die Docking-Station auch das Aufladen mobiler Endgeräte über USB. www.toshiba.de

Verbatim USB Drive Executive Secure

Der USB Drive Executive Secure von Verbatim ist das Sicherheitswerkzeug für die Arbeit mit vertraulichen Daten im privaten Umfeld. Vier Sicherheitsfunktionen verhindern, dass Unberechtigte auf Inhalte des USB Drives zugreifen können: die Premium-256-Bit-AES-Hardwareverschlüsselung, der Kennwort-Hashing-Algorithmus, die obligatorische Kennworteingabeaufforderung sowie als letztes Mittel das Löschen aller Daten nach 20 fehlgeschlagenen Zugriffsversuchen. Die USB-Schnittstelle wird durch den Schiebemechanismus besonders geschützt. Eine eingebaute LED-Leuchte zeigt darüber hinaus den Datentransfer mit Lesegeschwindigkeiten von bis zu 11 MB/Sek. und 8 MB/Sek. beim Schreiben an. www.verbatim-europe.com



SEH bringt WLAN USB Server myUTN-54

SEH erweitert seine myUTN USB Device Server-Produktserie um ein WLAN-Modell. Der myUTN-54 USB Device Server mit vier USB-Schnittstellen ermöglicht es, verschiedene USB-Geräte über ein drahtloses Windows-Netz (Windows 7, Vista, XP) in vollem Funktionsumfang zu steuern und mit anderen Nutzern zu teilen. Anwender können



Nutzerlisten für myUTN-54 anlegen und die Konfiguration und den USB-Datenverkehr verschlüsseln. Zudem verfügt myUTN-54 über die aktuellen WLAN-Sicherheitsstandards zur Verschlüsselung (WPA/WPA2) und Authentifizierung. Zur einfachen und benutzerfreundlichen Installation, Konfiguration und Verwaltung ist myUTN-54 zusätzlich mit einer Ethernet-Schnittstelle (10BaseT/100BaseTX) ausgestattet, über die sich der USB Device Server auch alternativ in Ethernet-Netzen betreiben lässt. www.seh.de

Samsung PC-Displays mit TV-Tuner

Der Samsung SyncMaster P2470HD und der SyncMaster P2770HD sind mit leistungsfähigen TFT/TN-Panels ausgerüstet, die einen hohen dynamischen Kontrast von 50.000:1 und schnelle Reaktionszeiten von 5 ms gewährleisten. Die Bildschirmhelligkeit liegt bei maximal 300 cd/m². Die weiten Betrachtungswinkel von 170 Grad horizontal und 160 Grad vertikal sorgen für ein großes Sichtfeld vor dem Monitor. Der SyncMaster P2470HD wird mit einem 24-Zoll-Panel ausgeliefert, der P2770HD verfügt über ein größeres Panel mit einer



Bilddiagonale von 27 Zoll. Beide Geräte können Inhalte in echter Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln darstellen und sind mit einem analogen TV-Tuner sowie digitalen DVB-C- und DVB-T-Tunern ausgestattet. Neben einem 15pin-D-Sub-Eingang besitzen die Displays eine digitale DVI-D-Schnittstelle, einen HDMI-, einen Komponenten- und einen Scart-Eingang. Für den Empfang digital verschlüsselter Fernseher verfügen sie außerdem über einen CI-Slot. www.samsung.de

Umstieg auf Windows 7

Anwender haben die Wahl zwischen Windows 7 Home Premium, Windows 7 Professional oder Windows 7 Ultimate. Jede höhere Edition enthält alle Funktionen der jeweils niedrigeren. Und alle Editionen werden sowohl in der 32- als auch in der 64-Bit-Version ausgeliefert. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Upgrade von einer Windows XP- oder Windows Vista-Lizenz auf Windows 7 Home Premium beträgt 119,99 Euro, auf Windows 7 Professional 285,00 Euro und auf Windows 7 Ultimate 299,00 Euro. Wer Windows Vista ab Service Pack 1 nutzt, kann per einfachem Upgrade auf eine gleichwertige Edition von Windows 7 umsteigen. Windows XP Anwender müssen bei einem Umstieg auf Windows 7 das Betriebssystem komplett neu installieren, unabhängig von der gewählten Edition. Zudem ist eine Neuinstallation generell notwendig, wenn Anwender von einer 32-Bit-Version auf eine 64-Bit-Version wechseln möchten und umgekehrt. www.windows.de/upgradecente



HP Mini Notebook Portfolio wächst

Der HP Mini 110 by Studio Tord Boontje passt mit gerade einmal einem Kilogramm Gewicht und 2,5 Zentimetern Dicke in jede Tasche. Die Tastatur ist nur acht Prozent kleiner als eine Volltastatur. Das HP BrightView Breitbild-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung sorgt gleichzeitig für eine gestochen scharfe Anzeige mit lebendigen Farben. Das Gerät verfügt über Wireless LAN, Bluetooth, USB- und VGA-Anschlüsse sowie ein 5-in-1 Kartenlesegerät. Eine Webkamera mit inte-



griertem Mikrofon ermöglicht Video-Telefonate und Live-Chats. www.hp.com/de

Farbige Notebook-Mäuse von Vivanco

Die Maus ist in vier unterschiedlichen attraktiven Farbkombinationen (schwarz/silber, weiß/silber, rot/silber und blau/silber) erhältlich. Die bazoo MARA verfügt darüber hinaus über drei Tasten (inklusive Scrollrad), so dass sie gleichermaßen für Rechts- und Linkshänder geeignet ist. Mit



einer Auflösung von 1.000 dpi bietet sie im Vergleich zu ähnlichen Produkten eine bessere technische Ausstattung. Durch den schnellen Anschluss an den USB-Port ist außerdem eine universelle Nutzung ohne zusätzlichen Treiber möglich. www.vivanco.de

PNY bringt USB-Sticks im Farbcodesystem

PNY Technologies stellt mit seinem neuen Attaché Original einen hochwertigen USB-Stick mit praktischem Klappverschluss vor. Kleiner als sein Vorgänger, ist dieser mit Speicherkapazitäten von 2 GB bis 32 GB in verschiedenen Farben erhältlich. Dabei besitzt jede Kapazität eine eigene Farbe. Setzt man mehrere Sticks für verschiedene Anwendungen oder Aufgaben ein, behält der Anwender so auf einfache Weise den Überblick. Eine neue Klappverschluss-Technik ermöglicht die sichere Aufbewahrung und verhindert den Verlust der Kappe. www.pny.eu



IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: <http://www.pos-mail.de>
Bankverbindung: Postbank Essen,
Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Franz Wagner; Dr. Herbert Päge; Bernhard Reimann; Dipl. rer. pol. Karla Schulze

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion

wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

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

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

ISSN: 1615-0635

WIEDER AUSGEZEICHNET!

„Superbrands stehen für Klarheit, Konsistenz und Kontinuität“

zitiert aus dem Jahrbuch Superbrands® 2009/2010

Harald Hasselmann, Managing Direktor – Synovate Germany

Bose ist wieder Superbrand 2009/2010



Als führender Audio-Spezialist wurde Bose erneut als „Superbrand Germany 2009/2010“ ausgezeichnet. Nach der Auszeichnung als „Superbrand Germany 2005/2006“, „Superbrand Austria 2006/2007“ und „Superbrand Germany 2007/2008“ verlieh die hochkarätige Jury der internationalen „Superbrands“-Organisation den begehrten Ehrentitel zum vierten Mal in Folge an Bose.

Seit fünfzehn Jahren wird dieser Titel in mehr als 85 Ländern an die besten Produkt- und Unternehmensmarken verliehen. Innovationskraft, hervorragende Markenführung und hoher Bekanntheitsgrad waren entscheidende Gründe, warum die Wahl in diesem Jahr wieder auf Bose fiel. Die erneute Auszeichnung als „Superbrand“ gilt ebenso unseren Fachhandelspartnern, die gemeinsam mit uns den hohen Qualitätsanspruch des Partner 2000-Vertriebskonzepts so erfolgreich und nachhaltig umgesetzt haben. Wir nehmen diese besondere Auszeichnung als Verpflichtung.

BOSE
Better sound through research®