

POS-MAIL

Februar 2011

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

12. Jahrgang • 51612



INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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



SOUNDSTARKES TRAUMPAAR

Der Bluetooth®-Kopfhörer PXC 360 BT und das iPad gehören einfach zusammen. Direkt per Knopfdruck miteinander verbinden und Videos und Musik kabellos genießen. Natürlich im besten Sennheiser Sound.

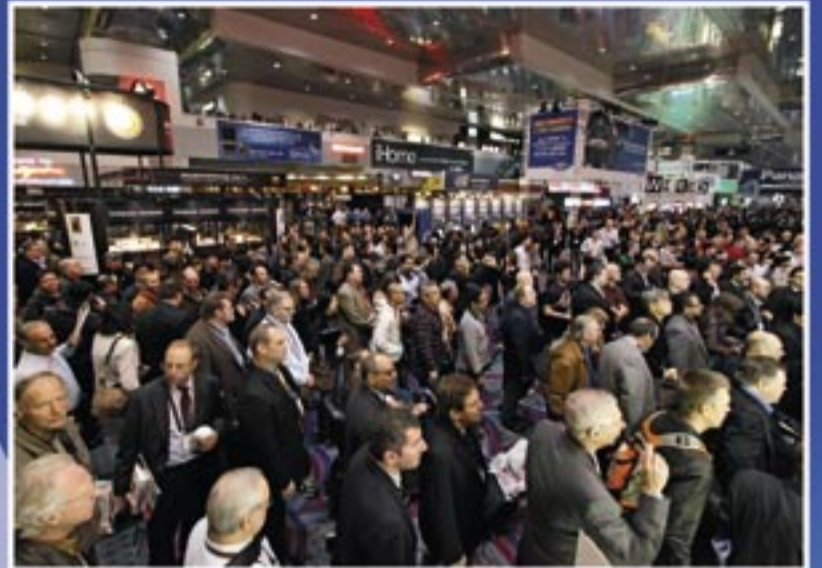
Besonders praktisch: Die Steuerelemente für die Titelauswahl und Lautstärkeregelung sind in die rechte Hörmuschel integriert und garantieren maximale Benutzerfreundlichkeit.

Absolutes Highlight: Der SRS-Surround-Sound verspricht eine Reise in virtuelle Klangwelten.
www.sennheiser.de



SENNHEISER

Die Trends der CES 2011



Connect Electronics Smartly

Connectivity (Vernetzung) und 3D standen im Mittelpunkt der CES 2011, die vom 6. bis 9. Januar in Las Vegas stattfand. Mit rund 140.000 Fachbesuchern erreichte die nach eigenen Angaben größte Consumer Electronics Messe der Welt damit wieder das Vorkrisen-Niveau von 2008. Rund 2.700 Aussteller zeigten

Die CES umfasste das gesamte Las Vegas Convention Center (Nord-, Zentral- und Südhallen); weitere Ausstellungsfläche gab es im Venetian/Sands Expo Center, Besprechungsräume zusätzlich in anderen Las Vegas Hotels, darunter das direkt neben dem Convention Cen-

ter gelegene Las Vegas Hilton. Die Masse der Besucher und Aussteller ließ selbst die Convention- und Messe-Metropole Las Vegas an ihre Grenzen stoßen. Besonders an den zwei ersten Messetagen galt: Wer ein Taxi erbeuten, den Shuttlebus besteigen, auf der Messe etwas

ihre Produkte. Neben den zahlreichen Neuheiten, über die wir in dieser Ausgabe und in den kommenden Monaten ausführlich berichten, gab besonders die optimistische Atmosphäre in den Messehallen dem High-Tech-Fachhandel Anlass, zuversichtlich in das Jahr 2011 zu blicken.

zu essen bestellen oder eine zentral gelegene Toilette benutzen wollte, musste Geduld mitbringen und Schlange stehen. Das galt am Vortag der CES auch für die weitgehend im Venetian Hotel konzentrierten Pressekonferenzen der großen Hersteller. Vor allem der

für die Samsung Pressekonferenz reservierte Ballroom erwies sich trotz seiner respektablen Ausmaße als deutlich zu klein. Der Chronist teilte mit geschätzten 500 anderen Kolleginnen und Kollegen das Schicksal, draußen bleiben zu müssen.

mottoii
Toshiba Partnerprogramm



mottoii
Toshiba Partnerprogramm



Es gibt viel zu tun!

Gleich zu Beginn des Jahres hat die CES einen positiven Akzent für die gesamte Consumer Electronics Branche gesetzt. Obwohl die USA noch weit davon entfernt sind, die Krise überwunden zu haben, war die Stimmung in Las Vegas ausgesprochen optimistisch und die Stände der großen Aussteller streckenweise so voll, dass man sich über die feuerpolizeiliche Zulässigkeit des Gedränges Gedanken machen musste.

Die CES hat deutlich gemacht, welch ungeheures Innovationspotential in der Digitaltechnik steckt. Das geht nämlich weit über flache Bildschirme und HD-Auflösungen hinaus. Unter dem Stichwort „Connectivity“ entsteht eine völlig neue Kultur der Unterhaltungselektronik. Dabei geht es nicht mehr um das Konsumieren von Konserven, sondern um das Erleben von Entertainment, an dem die Konsumenten aktiv teilhaben und das sie in immer stärkerem Maße selbst gestalten können. Damit bekommt das Wort „Personalisierung“ eine ganz neue Bedeutung. Denn es beschränkt sich nicht darauf, die Gehäusefarbe eines Gerätes an die Wohnzimmer-Einrichtung anpassen oder für ein TV-Gerät die Lautsprecher wählen zu können, die einem am besten gefallen. Sondern Personalisierung bedeutet, aus einem praktisch unbegrenzten Angebot und womöglich gemeinsam mit anderen die Inhalte auszuwählen, die am besten zu einem selbst und zur entsprechenden Situation passen. Das gilt nicht nur für Entertainment, sondern auch für Informationen und sogar für medizinische, pädagogische oder wissenschaftliche Anwendungen.

Für den High-Tech-Fachhandel ist diese neue Kultur eine echte Herausforderung: Denn es geht nicht länger darum, einzelne Geräte zu verkaufen, sondern den Konsumenten das komplexe Erlebnis „Consumer Electronics“ zu vermitteln, das nicht nur aus Fernsehern, Tablets, Smartphones, Notebooks, Kameras usw. besteht, sondern genauso aus den Inhalten, die mit diesen Geräten wiedergegeben oder sogar erst erzeugt werden. Darauf müssen sich nicht nur Fachhändler, sondern ebenso die Lieferanten einstellen und Plattformen schaffen, die das notwendige Wissen vermitteln und das Angebot transparent machen. Es gibt viel zu tun – natürlich auch für uns als wichtiges Fachmedium. Wir freuen uns darauf.

Herzlichst Ihr


Thomas Blömer
Verleger


Franz Wagner
Objektmanagement

Meeting of the bosses

Ähnliche Probleme gab es bei einigen Keynote Vorträgen, für die der CES Veranstalter CEA (Consumer Electronics Association) fast zwei Dutzend Top-Manager gewonnen hatte, darunter Microsoft Chef Steve Ballmer, Samsung Präsident Boo-Keun Yoon, Time Warner Cable Boss Glenn Britt, Xerox CEO Ursula Burns, GE Chef Jeffrey Immelt und den Audi Vorstandsvorsitzenden Robert Stadler. Die Menschenschlange vor dem CES Eröffnungsvortrag von Steve Ballmer dürfte etwa einen Kilometer lang gewesen sein. Hier konnte die Presse aber das Privileg des VIP-Eingangs nutzen. Anders als erwartet, konzentrierte sich Ballmer nicht auf neue Windows Oberflächen für Tablet Computer und Smartphones, sondern legte den Schwerpunkt seiner von mehreren Mitarbeitern unterstützten Präsentation auf das neue Xbox Feature Kinect. Es erlaubt die Steuerung der Microsoft Spielkonsole durch Gesten bzw. Bewegungen des ganzen Körpers. Da die Xbox neben ihrer Spielfunktion mehr und mehr zur Settop-Box für die Wiedergabe von aus dem Internet heruntergeladenen Filmen und anderen Inhalten auf dem Fernseher mutiert, kann Kinect sogar die Fernbedienung überflüssig machen: Die Auswahl der Filme kann nämlich auch durch Gesten erfolgen, und wem das nicht gefällt, der kann den Microsoft Alleskönner auch mit seiner Stimme steuern. Das hört sich putzig an: „Xbox“ – Pling! – „Show Movie“ (Zeige einen Film) – Pling! (die Auswahl erscheint auf dem Bildschirm) – „Show Comedy“ – Pling! (weitere Auswahl) usw.

Neuerfindung des Fernsehens

In der vernetzten Unterhaltungselektronik ist der Fernseher die unbestrittene Zentrale – allerdings hat das vernetzte und womöglich 3D-fähige TV wenig mit der althergebrachten Wohnzimmer-Glotze gemeinsam. Denn die Zeiten, in denen man ein Programm



Wer auf der CES Hunger bekam, musste geduldig sein und Zeit mitbringen.

nur anschauen konnte, wenn der Anbieter geruhte, es zu senden, bzw. wenn man daran gedacht hatte, es aufzuzeichnen, dürften bald endgültig vorbei sein. Inhalte zu jeder Zeit und an jedem Ort – das ist die Devise. Der nicht gerade mobile Fernseher im Wohnzimmer wird dabei künftig durch mobile Satelliten ergänzt, vor allem Smartphones und Tablet Computer wie das iPad und seine Verwandten, aber natürlich auch Note- und Netbooks. Die großen Hersteller arbeiten daran, dass sich die Bedienungsoberflächen dieser verschiedenen Geräte nicht

Programme aus der „Cloud“

Im Zuge der Vernetzung soll auch die Notwendigkeit des Herunterladens ganzer Filme oder Programme vor dem Anschauen ein Ende finden, denn wenn man von verschiedenen Plattformen auf die Inhalte zugreifen möchte, ist es kontraproduktiv, sie beispielsweise auf dem PC oder Notebook unterzubringen. Sie bleiben vielmehr in der „Cloud“, also auf der Plattform eines Internetanbieters, und werden auf Anforderung, zum Beispiel über eine App, in Echtzeit



Beim Internet-Fernsehen können die Programme von verschiedenen Plattformen wie Fernsehgeräten, Notebooks, Tablet Computern und Smartphones zu jeder Zeit an jedem Ort abgerufen werden.

nur ähneln, sondern gleichen, so dass man sich nicht immer wieder an andere Bedienungsprozeduren gewöhnen muss und jederzeit an jedem Ort auf die bevorzugten Inhalte zugreifen kann. Das funktioniert unter anderem mit Apps – kleinen Programmen, die zur Zeit vor allem für Smartphones und Pads angeboten werden, immer häufiger aber auch für Fernseher und andere Wiedergabegeräte.

auf den Fernseher, das Smartphone oder das Pad übertragen. In den USA arbeiten bereits solche Plattformen, zum Beispiel Netflix oder Hulu, die Filme und Fernsehprogramme kostenlos (Hulu) oder gegen eine geringe Monatspauschale (7 US\$ bei Netflix) auf die Endgeräte überspielen. Bei Hulu funktioniert das allerdings nur für den PC bzw. das Notebook kostenlos, und zwar in Standardauflösung. Gegen eine Zusatzgebühr gibt es die Inhalte dann in HD (720p) und zusätzlich für iPhone, iPod und iPad sowie Fernsehgeräte und Blu-ray-Spieler von Samsung und Sony usw.; Microsofts Xbox, Android Smartphones sowie Fernseher von Panasonic, LG und Haier sollen in Kürze folgen.

Suchen und finden

Um sich durch das fast unüberschaubare Angebot hindurchzufinden, sind intelligente Programm-Guides gefragt. Sie wer-



Internetfähige Fernseher wie die neuen Sony Bravia Modelle machen es einfach, die gewünschten Inhalte zu finden.



Panasonic stellte auf seinem CES Stand klar seine Kompetenz für 3D in den Vordergrund.

den von unabhängigen Anbietern angeboten, die wiederum die Plattformbetreiber und Gerätehersteller beliefern. Zu diesen gehört zum Beispiel Rovi, ein unter anderem aus Macrovision entstandenes amerikanisches Unternehmen, das unter anderem Programmführer für Samsung TVs programmiert. Es beschäftigt rund 300 Redakteure damit, Informationen zu den Inhalten, zum Beispiel Filmen und Schauspielern, zusammenzutragen. Das Ganze funktioniert ausgesprochen übersichtlich und schnell: Ein Klick auf den Film, und es gibt eine Inhaltsangabe und eventuell einen Trailer, beim Klick auf die Namen der Schauspieler werden Fotos und Biografie angezeigt. Die Anwender können ihre persönlichen Favoriten zusammenstellen, Empfehlungen erhalten und – das ist neu – Filme gemeinsam mit ihren Freunden ansehen, selbst wenn diese sich am anderen Ende der Welt befinden. Das funktioniert zum Beispiel über Facebook. Seine Eindrücke vom Film kann man dann beispielsweise über das Galaxy Pad von Samsung direkt mit den Mitsehern teilen. Das gilt nach den Vorstellungen von Samsung übrigens nicht nur für klassische TV-Programme und Filme: „Digitaler Humanismus“ nannte Samsung Präsident Boo-Keun Yoon das Konzept, das es Menschen ermöglicht, von ganz unterschiedlichen Plätzen aus auf dieselben Inhalte zuzugreifen und sich darüber auszutauschen – vom Fernseher, Pad, Notebook oder Smartphone aus. Dabei wird die Wiedergabe der Inhalte dem jeweils genutzten Endgerät angepasst. Dafür sorgen raffinierte Programme, die zum Beispiel von Adobe (Adobe Air) entwickelt werden. Die erste Adobe Fernseh-Applikation wird es für Samsung TVs geben; nicht weniger als drei Millionen Entwickler arbeiten zur Zeit an entsprechenden Flash-Programmen, die von den Sam-

stungsplattform „Toshiba Places“ an, auf der das Unternehmen Medieninhalte wie Videos und Musik anbietet und die gemeinsame Nutzung und den Austausch über das Gesehene ermöglichen will.

Weiter mit 3D-TV

Auch wenn in Las Vegas das Thema Connectivity bei den meisten Herstellern Vorrang zu haben



sung Geräten unterstützt werden. Samsung ist dabei nur ein Beispiel dafür, wie die großen Hersteller die Vernetzung der Endgeräte und die Bereitstellung von Inhalten angehen. Auch LG setzt auf das vernetzte Smart-TV und das Anbieten von Inhalten über Apps. Sony bringt nicht nur Google TV auf seine Bildschirme, sondern voraussichtlich noch in diesem Jahr einen speziellen 3D-Kanal in Zusammenarbeit mit Discovery Communications und Imex (zunächst wohl nur in den USA).

Panasonic hat seine internetfähigen TVs von Viera Cast in Viera Connect umbenannt und will sie zu einer Internet-TV-Plattform ausbauen, die von Apps unterstützt und mit mobilen Endgeräten kombiniert werden kann. Dabei wird das Fernsehgerät zur Zentrale, nicht nur für Unterhaltung, sondern auch für soziale Netzwerke, Spiele und Wellness – so kann man mit entsprechenden Zusatzgeräten z. B. den Kalorienverbrauch beim Fitness-Training auf dem Fernseher anzeigen lassen. Toshiba kündigte Fernsehgeräte mit Zugang zur Dienstlei-

schien, bleibt die Branche beim 3D-Fernsehen am Ball. Panasonic setzte an seinem Stand sogar einen besonders deutlichen Akzent auf dieses Thema und betonte auch in der Pressekonferenz seine umfassende Kompetenz von der Aufnahme bis zur Wiedergabe. So gab es nicht nur neue Viera 3D-TVs, sondern auch das erste 3D-Video-Konferenz-System der Welt. Sony präsentierte neben 3D-fähigen Bravia TVs drei 3D-Camcorder, die jeweils mit zwei Bildsensoren und Prozessoren ausgestattet sind und die Stereobilder in Full-HD aufnehmen. Preislage um die 1.500 Dollar. Dazu gab es mit dem 3D-Bloggie einen Kompakt-Camcorder, der ebenso wie seine größeren Geschwister mit einem „brillenfreien“ 3D-Display ausgestattet ist. Auch die 3D-Fähigkeiten der Cyber-shot Digitalkameras werden ausgebaut.

Die etwas schleppenden Abverkäufe der ersten Generation von 3D-Fernsehern entmutigen die großen Hersteller keinesfalls. Die Verkaufszahlen sagten nichts über die Zukunft der Technologie, son-



Tablet Computer wie der bereits auf der IFA angekündigte Samsung Galaxy Tab stießen auf der CES auf besonders großes Interesse.

PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia
PluralMedia – Bedarf und Nutzen vom Markt bestätigt!
Gemeinsam mit „markt intern“ hat die InfoTip Service GmbH eine Marktumfrage durchgeführt, um die bisherige Position von PluralMedia bei Handel und Handwerk zu prüfen – mit sehr positiven Ergebnissen.
 PluralMedia hat als Qualifizierungsoffensive von Beginn an die Unterstützung der wichtigen Branchenverbände ZVEI, BVT und BITKOM, aber auch der vier größten Kooperationen Electronic Partner, Euronics, Expert und Telering erhalten. Deshalb war die Einschätzung hinsichtlich Bekanntheitsgrad und Image sehr optimistisch. Die Untersuchung von „markt intern“ hat diese Einschätzung nun positiv bestätigt. „markt intern“ als neutrale und kritische Redaktion war für uns ein wichtiger Prüfstein für eine unabhängige Analyse der derzeitigen Marktposition von PluralMedia. Umso erfreulicher, dass die Ergebnisse unsere eigene Einschätzung, aber auch unsere bisherige Arbeit, bestätigen“, so Dr. Ralph Metternich, PluralMedia Kommunikation.
 Die Redaktion von „markt intern“ hat im Rahmen ihrer Gesamtauflage Oktober 2010, also etwa ein Jahr nach dem Start des ersten Kurses, eine Marktbefragung zum Thema PluralMedia durchgeführt. Dabei wurde nicht nur die Bekanntheit im gesamten Markt abgefragt, sondern – unter den Teilnehmern und PluralMedia-zertifizierten Mitarbeitern der Betriebe – auch wichtige Erfolgsparameter wie Qualität, Anwendbarkeit im Betrieb und Geschäftspotential analysiert.
 Mit 94% Bekanntheitsgrad nach zwölf Monaten wurde hier ein phantastischer Wert erreicht. Beinahe 80% der Teilnehmer haben die angebotenen Inhalte als umfassend empfunden, und immerhin 70% beurteilten das Verhältnis von Technik und Beratungsinhalten als „genau richtig“. 86% aller Befragten waren zufrieden beziehungsweise sehr zufrieden mit der Qualifizierung. „Besonders erfreut hat uns das Ergebnis, dass deutlich über 80% der Teilnehmer bestätigt haben, ihr erworbenes Wissen bereits im Betrieb erfolgreich einzusetzen“, so Dr. Metternich. „Dabei wurden – laut Umfrage – mehr und neue Produkte sowie Dienstleistungen verkauft und dabei echte Mehrumsätze gemacht.“
 Die Befragung hat uns darüber hinaus aber auch wichtige Hinweise für Verbesserungspotentiale geliefert. Dr. Metternich: „In der IT-Sprache gesprochen, lernen die Teilnehmer derzeit auf dem Release 2.1. Aber nicht nur durch neue Technologien, sondern vor allem durch die Erfahrungen der bisherigen Seminare werden wir das Qualifizierungskonzept kontinuierlich weiterentwickeln und verbessern.“
 94% der Befragten gaben übrigens an, eine Weiterqualifizierung zum PluralMedia Spezialisten anzustreben. Ein deutliches Zeichen für den Erfolg von PluralMedia – aber vor allem für die große Motivation der Betriebe und ihrer Entscheider hinsichtlich Zukunftsorientierung und Investitionsbereitschaft in Know-how und Kompetenz.
Für Rückfragen steht zur Verfügung: Dr. Ralph K. Metternich • PluralMedia Kommunikation www.pluralmedia.de

POs-MAIL INHALT

| | | | |
|--|------------|---|--------|
| CES Neuheiten | ... 5, 6 | Neue TV-Linie bietet direkten Zugriff auf Multimedia-Inhalte: Grundrig setzt auf Vernetzung | ... 20 |
| Smarte Technologien und beste Bildqualität: LG zeigt Größe auf der CES | ... 8 | Der VideoWeb Hybrid EPG bringt Übersicht in die wachsende Senderangebotsfülle | ... 21 |
| Aktuell | ... 10, 21 | Navigation | ... 22 |
| Business Forum Imaging Cologne | ... 11 | Samsung Mobile optimiert das Starlights-Händlerprogramm | ... 23 |
| UE-Neuheiten | ... 15 | TK-Nachrichten | ... 24 |
| Satellitentechnik | ... 18 | TK-Neuheiten | ... 26 |
| Exklusive Samsung Shrek Blu-ray 3D-Collection: 3fach gute Handelsunterstützung | ... 19 | Wenn ein Kult-Produkt zum Ärgernis wird | ... 27 |
| | | Sennheiser CXC 700: In-Ear-Hörer mit aktiver Lärmreduzierung | ... 27 |
| | | Leserbefragung: Gewinner | ... 28 |
| | | Bitkom organisiert Sonderausstellung auf der CeBIT: Milliarden-geschäft | ... 30 |
| | | Cloud Computing | ... 31 |
| | | Kleinanzeigen | ... 31 |
| | | Impressum | ... 31 |



Sony CEO Howard Stringer unterstrich auf der knüppelvollen CES Pressekonferenz, dass 3D weiterhin zu den strategischen Feldern in der Unterhaltungselektronik gehört.

den nur etwas über die Wirtschaftskrise aus, erklärte Sony Chef Howard Stringer der amerikanischen Tageszeitung USA Today. Wie seine Kollegen von LG, Panasonic, Samsung oder Toshiba sieht Stringer in der wachsenden Netzwerkfähigkeit von Fernsehgeräten eine große Chance, 3D-Inhalte anzubieten und damit die Technologie näher zum Verbraucher zu bringen. Dabei geht es zumindest beim 3D-Fernsehen zur Zeit noch nicht ohne Brillen, aber echte 3D-Bildschirme werden nicht lange auf sich warten lassen. Toshiba bietet sie in Japan in kleinen Größen bereits an. Auf der CES zeigte das Unternehmen ein 40-Zoll-Modell mit guter Qualität, auch wenn der Betrachtungswinkel noch verbessert werden kann. Um das „doppelte“ Bild mit ausreichender Schärfe darzustellen, wartet der Toshiba Prototyp mit einer Auflösung von 4K (in 2D) auf – die endgültige Auflösung der 3D-Bilder beim Seriengerät steht nach Angaben von Toshiba noch nicht fest. Es soll aber im Laufe des am 1.4.2011 beginnenden Geschäftsjahres auf den Markt kommen. Bei den „brillenlosen“ 3D OLED Bildschirmen, die Sony in Las Vegas allerdings nicht live, sondern nur unter Glas zeigte, ist der Betrachtungswinkel offensichtlich

bereits größer. OLED war (in 2D) auch bei LG ein Thema; gezeigt wurde ein superflaches 21-Zoll-Gerät. Und die Koreaner haben es geschafft, dass für alle ihre 3D-Bildschirme und -Displays eine einzige Brille ausreicht.

Pads und Tabs

Mit dem iPad hat Apple bekanntlich einen Trend eingeläutet, der sich auf der CES in einer Flut von

Smartphones mit Power

Den allgegenwärtigen Tablet Computern stehen Smartphones in Rechenleistung und Vielseitigkeit trotz ihrer kleineren Bauweise nicht nach – davon konnten sich CES Besucher vor allem an den Ständen von LG, Motorola, Samsung und Sony Ericsson überzeugen; Nokia – im Vorjahr noch mit einem Stand präsent – beschränkte seine Anwesenheit auf einen Besprechungsraum. Imposant: Das Optimus 2X Smartphone mit Dual Core Prozessor von LG. Die außerordentliche Rechenleistung ermöglicht echtes Multitasking, der 8-Megapixel-Bildsensor nimmt Videos im Full-HD-Format 1.080p auf; der interne Speicher fasst 8 GB.

Kameras im Abseits?

Die Verschiebung der amerikanischen Fotomesse PMA von Februar auf den September hatte Spekulationen genährt, Foto und Imaging könnten auf der CES in Las Vegas eine besonders starke

betonte Jens Lehmann, Authorized Representative Director der Casio Europe GmbH, im Gespräch mit unserer Zeitschrift. Ein besonderes Kamera-Highlight war bei Casio die neue Exilim Tryx mit ihrem innovativen Rahmendesign. Sie bringt das Zeug zum Kultprodukt mit und soll im April auf den Markt kommen. Von den klassischen Kamera-Unternehmen war nur Canon mit einem großzügigen Stand vertreten, auf dem die Spiegelreflex- und Kompaktkameras (hier gibt es einige Neuheiten) und Drucker des Unternehmens gezeigt wurden. Das große CES Thema Connectivity fand hier allerdings nicht statt. Dafür spielte es bei Kodak eine größere Rolle. Denn an dem durchaus imposanten Stand gab es nicht nur die Digitalkamera-Generation mit dem „Share“ Button, der wenigstens nach dem Anschluss der Kamera an den PC das sofortige Hochladen der aufgenommenen Bilder in soziale Netzwerke ermöglicht, sondern auch Kiosk- und Printsysteme für

dukte nutzen können. Auch die Kodak Pulse Bilderrahmen mit eigener E-Mail-Adresse gehören in diesen Zusammenhang. Selbst bei 3D wartete das Unternehmen mit einer pffrigen Idee auf: Eine spezielle Software verwandelt zwei aus unterschiedlichen Bildwinkeln aufgenommene Digitalfotos in eine 3D-Bilddatei. Die Aufnahmen können dann mit den Kodak Inkjetdruckern in 3D ausgedruckt und mit einer entsprechenden (rot-grün) Brille betrachtet werden. Fujifilm konzentrierte sich auf seinem rund 200 qm großen Stand ausschließlich auf Digitalkameras – rund die Hälfte der Fläche war dem Fujifilm Real 3D System gewidmet. Nikon, Olympus und Pentax standen zwar im Ausstellerverzeichnis, waren aber nur in Konferenzräumen vertreten. Ergänzt wurde der insgesamt magere Fotoauftritt auf der CES durch einige Zubehör- und Taschenhersteller (zum Beispiel Golla, Tiffen und Vanguard) und die Stände chinesischer Fabriken, in denen Digitalkameras und Camcorder hergestellt werden.

Voller Erfolg

Die CES 2011 hat ihre Rolle als Trendmesse für die weltweite Consumer Electronics Industrie in diesem Jahr eindrucksvoll unterstrichen. Die optimistische Atmosphäre in den Messehallen und der innovative Ansatz der großen CE Unternehmen der Welt geben Anlass zur Hoffnung auf ein gutes Jahr 2011 für unsere Branche und natürlich auch auf eine erfolgreiche IFA, auf der sich die CE Branche vom 2. bis 7. September in Berlin trifft.

Die nächste CES findet vom 10. bis 13. Januar 2012 in Las Vegas statt.

Eine kompakte GE für Jeden.

Digitalkameras der Weltmarke GE
www.general-imaging.de

digital cameras

Tablet Computern niederschlug. Dazu gehörten neben dem schon auf der IFA 2010 präsentierten Samsung Galaxy auch das Panasonic Viera Tablet und das Sharp Galapagos. Googles Android kristallisiert sich als wichtigstes Betriebssystem für Pads heraus – der Internet-Gigant war zwar auf der CES nicht als Aussteller vertreten, hat aber die zunächst für Smartphones entwickelte Bedieneroberfläche inzwischen den Anforderungen von Tabs angepasst.

Viele der flachen Mobilcomputer weisen, anders als das Apple iPad, eine ausgesprochene Nähe zum Fernsehgerät auf: Tabs dienen bei Samsung, Panasonic und Sharp ausdrücklich als komfortable Fernbedienung, und sie sollen beim mobilen Einsatz den Zugriff auf TV-Inhalte möglich machen. Daneben können sie als Wiedergabegeräte für elektronische Bücher, das Internet und Plattformen für soziale Netzwerke eingesetzt werden, um nur einige Anwendungen zu nennen.

Rolle spielen. Das Gegenteil war der Fall: Neben den Vollsortimentern Panasonic, Sony und Samsung, die neue Kameramodelle vorstellten, wartete praktisch nur Casio mit echten Innovationen auf: So setzen die Japaner mit HDR Art auf ein Software-Konzept, das es ermöglicht, aus Fotos interessante Kunstwerke in Form von Gemälden und verfremdeten Bildern (mit imponierendem Detailreichtum und extrem hohem Kontrast) zu erzeugen, die sich hervorragend für wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie zum Beispiel Leinwand- oder Acrylbilder eignen. Dafür wird Casio die eigene Internet-Plattform Imaging Square (<http://art.casio.com>) etablieren, auf der auch Bilder, die mit Kameras ohne HDR Art Funktion aufgenommen wurden, in Kunstwerke verwandelt werden können. Zu den Funktionen der Plattform gehört auch die direkte Bestellung von Bildprodukten – in Europa soll dies in Zusammenarbeit mit Partnerlabors und der Einbindung des Fotohandels zur Auslieferung realisiert werden,

den Fotohandel (APEX), die mit sozialen Netzwerken und Bildplattformen wie Facebook, Picasa und der Kodak Gallery kommunizieren und Bilder aus dem Netz direkt drucken oder für Bildpro-



Eine der ganz wenigen CES Kamera-Neuheiten, die das Wort „Connected“ verdienen...



...die WiFi-fähige SH100 von Samsung, deren Bedieneroberfläche den Smartphones des Unternehmens ähnelt.



Traditionelle Kamera-Unternehmen wie Pentax waren nur mit einem Besprechungsraum vertreten.



Panasonic bringt Tablet PC für den Fernseher

Mit dem Viera Tablet hat Panasonic auf der Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas ein wegweisendes Konzept für das Fernsehen der Zukunft präsentiert. Das auf Basis des Betriebssystems Android laufende Viera Tablet verfügt über ein Touchscreen LC-Display und eröffnet bislang ungeahnte Möglichkeiten bei der Verschmelzung von Fernsehen und Internet. Der in verschiedenen Größen von 4 bis 10 Zoll erhältliche portable Mini-Computer wurde speziell als Ergänzung zu internetfähigen Panasonic Fernsehern konzipiert. Das weltweit erste TV-Tablet wird es Kun-



den unter anderem ermöglichen, während des Spielfilms Neuigkeiten auf Facebook anzuschauen, das parallel auf einem anderen Sender laufende Fußballspiel zu verfolgen oder das Autorennen aus verschiedenen Kameraperspektiven zu sehen. Ebenso wird es aber auch möglich sein, die immer beliebter werdenden E-Books auf dem Viera Tablet zu lesen. Fußballfans werden besonders schätzen, dass man nun keine Sekunde eines Spieles mehr verpassen muss, wenn es zum Beispiel an der Tür klingelt, denn man kann das Bild nun einfach mitnehmen. Mit seiner intuitiv nutzbaren grafischen Oberfläche wird das Viera Tablet zur zentralen Steuereinheit für Fernseher und Home Theater Systeme. Das zunächst nur in Japan erhältliche Zubehör markiert einen Meilenstein für die Entwicklung des sogenannten hybriden Fernsehens und untermauert ein weiteres Mal die Technologieführerschaft von Panasonic im Bereich TV. Das Einführungsdatum für Deutschland und der Preis stehen noch nicht fest.

www.panasonic.de

Haier zeigte auf der CES „Smart Life“

Auf der CES 2011 präsentierte Haier die neuesten Ergebnisse seiner aktuellen Forschung und Entwicklung, darunter die neuen „Smart Life“-Kon-

zeptprodukte – mit dem Internet vernetzte Geräte wie Kühlschränke, Fernseher, Waschmaschinen und Klimaanlage. Dank dieser Produkte könnten Nutzer die Geräte von zu Hause aus, aber auch von unterwegs aus steuern und sich nach dem Stand der Aktivität erkundigen. Das spart Sorgen, Zeit und Arbeit. Das „Smart Life“-System von Haier beinhaltet unter anderem Bedienelemente für Hausgeräte, Beleuchtungen und Fensterläden, Unterhaltungselektronik und Alarmanlagen im weltweit ersten kabellosen Heimnetzwerk für Hausgeräte.

Ein 3D-Raum auf dem Haier-Messestand zeigte die neu entwickelten familienorientierten Fernseher mit 3D-Technologie. Die Geräte wechseln auf Knopfdruck von 2D zu 3D und bieten dank der Active Shutter-TV- und der passiv polarisierten 3D-Technologie ein visuelles Erlebnis. Im Laufe des Jahres plant Haier Europe die Lancierung einer kostengünstigen, nutzerfreundlichen TV-Produktlinie, basierend auf passiver 3D-Technologie. Außerdem hat das Unternehmen eine Produktreihe kabelloser und internetfähiger LED-Fernseher vorgestellt – mit Bildschirmdiagonalen bis zu 55 Zoll.

Um abwechslungsreiche Inhalte für die internetfähigen Fernseher zu bieten, geht Haier Amerika eine Partnerschaft mit Yahoo! Connected TV ein. Zudem gab es auf der CES eine neue Audio-Reihe von Haier zu sehen. Das Highlight der jungen Produktfamilie ist die 3D-Soundbar. Ein einziger Lautsprecher füllt den ganzen Raum mit 3D-Klang, ohne dass zusätzliche Lautsprechersysteme notwendig wären. Die neuen 3D-Fernseher und die neue Audio-Produktreihe von Haier werden Ende 2011 auf dem europäischen Markt erhältlich sein.

www.haier-europe.com

Funai zum 5. Mal auf der CES

Bereits zum 5. Mal hat Funai auf der CES ausgestellt und zeigte auf einer Fläche von 600 Quadratmetern im Foyer des Renaissance Hotels gegenüber dem Convention Center seine neuen Produkte.

Neben den Geräten, die Funai im US-amerikanischen Raum für die Marken Philips, Magnavox, Sylvania und Emerson fertigt, präsentiert das Unternehmen zum ersten Mal auch die neuen Produkte für Deutschland/Europa unter dem eigenen Markennamen. Insgesamt kommen zwölf neue LCD/LED-Geräte auf den Markt, davon vier mit 3D-Technologie sowie fünf Blu-ray-Player/Recorder und verschiedene Produkte im Audiobereich.

www.funai.de

Toshiba präsentiert die ersten 3D-TV's ohne Brille

Toshiba hat auf der CES die Markteinführung von 3D-fähigen Fernsehgeräten mit Bildschirmdiagonalen größer als 40 Zoll (102 cm) angekündigt, mit denen die Zuschauer 3D-Filme ohne eine entsprechende 3D-Brille anschauen können. In Europa sollen die ersten Fernsehmodelle für 3D-TV ohne Brille in einer Größe von über 40 Zoll im Laufe des kommenden Geschäftsjahres (April 2011 bis März 2012) auf den Markt kommen. Toshiba speziell für 3D-TV ohne Brille entwickelte Integral Imaging-Technologie, die einen großen Betrachtungswinkel ermöglicht, stellt die Bilder aus vielen verschiedenen Perspektiven dar. Aus diesen konstruiert das menschliche Gehirn den 3D-Eindruck. Dank einer ausgefeilten Überlagerung der Einzelperspektiven bleibt der 3D-Effekt sogar dann bestehen, wenn der Betrachter seinen Kopf bewegt.



Die Markteinführung von 3D-TV ohne Brille in Europa sieht man bei Toshiba als Meilenstein in der Unterhaltungselektronik. „Mit großformatigen Geräten für 3D-TV ohne Brille installiert Toshiba eine innovative Gerätekategorie im Premium-Segment und baut damit seine 3D-TV-Strategie konsequent aus“, sagt Sascha Lange. Die Geräte für 3D-TV ohne Brille werden im hochpreisigen Top-End-Segment positioniert sein, das sich mit modernsten Geräten hauptsächlich an Early Adopters und Technikfans wendet. Fernsehgeräte, bei denen der Betrachter für das 3D-Erlebnis eine Spezialbrille benötigt, gehören der Mittelklasse und dem High-End-Segment an. „Aus diesem Grund wird die Markteinführung der innovativen Geräte für 3D-TV ohne Brille den Verkauf der aktuellen 3D-Fernsehgeräte der WL768-Serie nicht beeinträchtigen, sondern eine ganz neue Zielgruppe ansprechen“, erwartet Marketingleiter Sascha Lange.

www.toshiba.de

Home Entertainment-Highlights von Sony

Mit dem TV-Gerät nur fernsehen war gestern. Die neuen Bravia LCD-Fernseher, die Sony auf der Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas vorstellte, können mehr. Neben dem Zugriff auf das Fernsehprogramm öffnen sie den Weg ins Internet. Bei fast allen Bravia Modellen ist der neue HbbTV Standard an Bord. Die bereits bestehenden Bravia Internet Video Services werden weiter ausgebaut.



Regelmäßig aktualisierte Videos bringen die Online-Videoangebote von SAT.1, ProSieben und kabel eins sowie exklusive Angebote wie „DFB Highlights“ und „Berliner Philharmoniker“ immer wieder auf den neuesten Stand. Die Filmauswahl des Video On Demand Services „Qriocity“ steigt stetig. Wer seine Lieblings-Clips in Zukunft frei wählen möchte, kann neben YouTube auch frei im Internet surfen.

Die neue Bravia EX725-Serie von Sony zählt zu den Highlights bei Sony auf der CES 2011. Neben der Fähigkeit, Filme dreidimensional wiederzugeben, überzeugen die neuen Geräte besonders durch eine deutlich verbesserte Bildqualität und besondere Extras beim Bedienkomfort: Der direkte Anschluss einer externen Festplatte via USB macht das Aufnehmen jeder Sendung auf Knopfdruck möglich. Neben Bravia Internet Video und der neuen Online Service-Plattform Qriocity greifen alle Bravia LCD-Fernseher der EX725-Serie auch auf HbbTV Informationen zu. Herz der neuen Bravia Modelle ist der von Sony selbst entwickelte X-Reality Prozessor, der seine Stärken besonders dort ausspielt, wo Bildverbesserungen wirklich nötig sind: bei analogen oder digitalen TV-Signalen oder Online-Videos von YouTube zum Beispiel. Unter den neuen Blu-ray-Playern von Sony ist der BDP-S580 das Allround-Modell. Der Alleskönner beherrscht 3D ebenso wie sämtliche Internet-Features, die Sony heute zu bieten hat. Darüber hinaus ist WLAN integriert. Das bedeutet: Der kabellosen Einbindung des Players ins Heimnetzwerk steht nichts im Wege. So kann er auch auf Fotos, Filme und Musik zugreifen, die auf der heimischen Computerfestplatte gespeichert sind. Die hochwertigen Komplett-Systeme BDV-E780W und BDV-E980W kommen Mitte 2011 auf den Markt und gehen sogar noch einen Schritt weiter in Richtung kabellose Heimkino-Ausstattung. Bei ihnen können die rückwärtigen Boxen via Funk mit entsprechendem Sound versorgt werden. Lautsprecherkabel quer durch das Wohnzimmer gehören somit der Vergangenheit an.

www.sony.de

Samsung setzt auf „Human Digitalism“

Samsung hat mit den LED TV-Serien D8000, D7000 und D6500 sowie der Plasma TV-Serie D8000 auf der CES den Startschuss für das fesselnde TV-Erlebnis gegeben. Das minimalistische Design der neuen Fernseher lässt 3D-Inhalte noch lebensechter wirken. Gerade einmal fünf Millimeter messen die Rahmen der LED-TV-Serien D8000 und D7000. Durch den kaum mehr wahrnehmbaren Rand scheint das TV-Bild im Raum zu schweben – ein verblüffender Effekt gerade bei dreidimensionalen Inhalten. Bei gleichbleibenden Abmessungen beschert das neue Design zudem größere Bilddiagonalen und damit dem Zuschauer ein noch größeres TV-Bild. Die Verbraucher holen mit Smart Hub die Vielfalt der digitalen Unterhaltung auf den großen TV-Bildschirm: Smart TV macht den Fernseher zum Zentrum der Unterhaltung. Ganz ohne störendes Kabel holen Anwender Multimediadateien wie Filme, Fotos und Musik aus dem hei-



mischen Netzwerk oder aus dem Internet auf den großen Bildschirm – alle Fernseher ab der Serie D6500 verfügen über integriertes WLAN. Den Zugriff auf DLNA-fähige Zuspielder erleichtert Samsung mit der All-Share-Funktion. Und mit der neuen One Foot Connection-Technologie und dem dazugehörigen Samsung Router verbinden die Nutzer Geräte der Unterhaltungselektronik in unmittelbarer Nähe ganz einfach per Knopfdruck. Dank des neuen Portals rufen sie Inhalte vom klassischen Fernsehprogramm über Internetangebote bis hin zu Dateien aus dem Heimnetzwerk komfortabel ab – und das erstmals mit Hilfe nur einer bedienerfreundlichen Oberfläche. Zudem erhalten sie Empfehlungen oder tauschen sich auf Knopfdruck mit ihren Freunden aus. Die Lebenswelt der jungen Generation dient Samsung künftig als Inspiration, um Technologien zu entwickeln, die optimal die Bedürfnisse der Konsumenten von heute und morgen bedienen. Diese Philosophie hat Boo-Keun Yoon, President Visual Display Division bei Samsung Electronics, in seiner Keynote auf der CES 2011 vorgestellt und fasste sie unter dem Titel „Human Digitalism“ zusammen.

Samsung möchte den Anwendern seiner Geräte die Freiheit bieten, vielfältige Inhalte mit noch nie dagewesener Flexibilität und Individualität zu nutzen.

www.samsung.de

Sharp mit 70-Zoll 3D-TV

Sharp hat auf der CES 2011 in Las Vegas einen 70 Zoll großen 3D-Fernseher vorgestellt. Das LCD-Display



des LC-70LE732U mit 1,78 Metern Bildhöhe arbeitet mit Sharps Vierfarb-Technologie Quattron und wird mit vollflächigem LED-Backlight hinterleuchtet. Das „X-Gen“-Panel des LC-70LE732U hat eine Full-HD 1.080p-Auflösung, 120 Hertz Bildfrequenz und Direct-LED. Das Modell hat außerdem eine „IP Control“-Funktion, die die Steuerung von Grundfunktionen über einen PC ermöglicht. Alle neuen LCD-Serien werden mit eingebautem WiFi ausgeliefert. Somit ist der Zugang zu Internet-Plattformen wie Twitter, Facebook oder Flickr und Videos von Netflix, Vudu und Cinema Now möglich.

Das Unternehmen kündigte außerdem die beiden neuen LCD-Serien LE830U und LE835U sowie neue Blu-ray 3D-Player und einen 3D-fähigen Heimkino-Projektor an.

www.sharp.de

Hersteller zeigen in Las Vegas Dutzende neuer Modelle Kameratrends von der CES

Wie in den vergangenen Jahren üblich, sind auch auf der CES 2011 wieder Dutzende neuer Kameras vorgestellt worden. Im Mittelpunkt standen dabei klar die Kompaktmodelle, von denen allein auf den Ständen der wichtigsten Hersteller über 50 Neuheiten zu begutachten waren. Spärlich war dagegen das Segment der spiegellosen Systemkameras in Las Vegas vertreten. Hier brachte lediglich Olympus mit der Pen E-PL2 eine Neuheit, während Samsung mit der wenige Tage vor der Messe präsentierten NX11 vertreten war.

Die Neuheiten von der CES greifen die wichtigsten Trends der vergangenen Monate auf: Viele Modelle sind mit mehr Software zur Bildverbesserung bereits bei der Aufnahme oder der anschließenden Bildbearbeitung ausgestattet, die Bedienung und die Bedienoberflächen werden weiter optimiert und die Videofunktionen werden weiter verbessert. Weiterhin ist zu beobachten, dass kaum noch Kameras mit weniger als 14 Megapixeln und Brennweiten über 30 mm (entsprechend Kleinbild) eingeführt werden – selbst in den unteren Preisklassen. Auch das Angebot an farbigen Gehäusen bleibt bestehen.

Konnektivität

Auf der anderen Seite finden jedoch zwei wichtige Trends des CE-Marktes in der Fotowelt kaum Beachtung. Dies ist einmal die Möglichkeit der Anpassung des Gerätes an die eigenen Nutzungsbedürfnisse durch individuell wählende Apps oder Software-Updates, zum anderen ist es die Konnektivität, also die Möglich-

keit, Fotokameras drahtlos in Netzwerke einzubinden. In Las Vegas wurde lediglich von Samsung mit der SH100 (Bild) eine



WLAN-fähige Kamera vorgestellt, und Olympus ermöglicht bei der neuen Pen E-PL2 (siehe Kasten unten) mit Hilfe von Zubehör die drahtlose Übertragung von Fotos und Videos via Bluetooth.

GPS-Funktion

Auch die Themen GPS und Geotagging, in Smartphones und Mobiltelefonen gehobener Preis-

Sony TX100V



klassen inzwischen alltägliche Ausstattung, finden bei den Kameraherstellern immer noch keine allzu große Aufmerksamkeit. Zwar gab es von Fujifilm, Sony und Panasonic (wenige Tage nach der CES) einige GPS-fähige Modelle, aber im Vergleich zu den Smartphones ist GPS hier eher die Ausnahme als die Regel.

3D-Aufnahmen

Wichtiger wird dagegen auch in der Fotobranche das Thema 3D, das seit Monaten auf CE- und Imagingmessen einen Schwerpunkt bildet. So wurden beispielsweise von Sony verschiedene Cyber-shots mit 3D-Fotofunktion vorgestellt, und auch Olympus widmet sich dem Thema, indem es einige Neuheiten mit einem 3D-Aufnahmemodus ausstattet, der, so die Pressemitteilung, „mehr Tiefe bringt“. Bei Sony fertigen die Kameras dagegen im laut Hersteller „weltweit einzigartigen 3D-Fotomodus“ zwei Aufnahmen mit unterschiedlichen Fokuspunkten an und erzeugen so verschiedene Bildtie-

fen für das rechte und linke Auge, damit der 3D-Effekt entsteht. Begutachtet werden können die Ergebnisse anschließend auf einem kompatiblen TV-Gerät.

Einen dem 3D-Bild ähnlichen Effekt bieten Aufnahmen mit Cyber-shot-Kameras im Multi-Winkel-Schwenkmodus. Hierbei wird ein Motiv automatisch

aus bis zu 15 verschiedenen Perspektiven fotografiert. Das Ergebnis kann anschließend auf dem Kameradisplay betrachtet werden.

Design-Konzept

Mit der Exilim EX-TR100 (Exilim Tryx) hat Casio auf der CES ein neues Kompaktkamera-Konzept vorgestellt. Die Neuheit ist mit einem Weitwinkelobjektiv mit Festbrennweite 21 mm (entsprechend Kleinbild) ausgestattet und



bietet einen schwenk- und drehbaren Rahmen mit einem ebenfalls schwenkbaren 3"/7,6

General Imaging zeigt Kamera mit Projektor

Auf dem CES-Stand von General Imaging fiel vor allem die GE PJ1 auf, die mit ihrem integrierten Pico-Projektor eine neue Kameraklasse darstellt. Mit dem Projektor (640 x 300



Pixel, Kontrastverhältnis 300:1, 15 ANSI Lumen) können die gespeicherten Fotos direkt aus der Kamera heraus mit einer maximalen Bilddiagonale von 178 cm präsentiert werden. Ebenfalls zu sehen war bei General Imaging die schlanke



GE E1450W, die unter anderem mit einem Aluminium-Gehäuse, intuitiven Funktionen, Video in HD-Qualität und einem Fünffach-Zoomobjektiv (28–140 mm entsprechend Kleinbild), Bildstabilisierung und 14-Megapixel-Auflösung ausgestattet ist. www.general-imaging.de

cm Super Clear LCD mit Touchscreen. Diese Bauweise soll dem Fotografen eine bislang von Kompaktkameras nicht gewohnte Freiheit und Flexibilität garantieren.

(Touch-)Bedienung

Deutlich komfortabler zeigen sich viele Kameras hinsichtlich ihrer Handhabung. Hier bieten vor allem die neuen Touch-Displays großen Komfort. So erleichtern sie beispielsweise bei der Aufnahme die Fokussierung und die Einstellung der wichtigsten Parameter, während Bildsuche und -auswahl durch einfache Fingerbewegungen oder leichtes Antippen eines Miniaturbildes erfolgen können.

Zudem gehen immer mehr Hersteller dazu über, wichtige oder neue Funktionen mit direkt erreichbaren Tasten oder Knöpfen schnell zugänglich zu machen – so zum Beispiel Panasonic mit der neuen 3D-Taste.

Olympus Pen E-PL2 und Samsung NX11 als Neuheiten im Segment der spiegellosen Systemkameras

Ein größeres Display (3"/7,6 cm, 460.000 Pixel), der Live Guide auch für Video, ein Live Wheel für einfachere Navigation und die Bluetooth-Fähigkeit über die optional erhältliche Communication



Unit sind die wesentlichen Kennzeichen der neuen Olympus Pen E-PL2. Sechs integrierte Art Filter für Foto und Video erleichtern die Realisierung kreativer Bilder. Neu ist der Filter Dramatic Tone für realistisch anmutende HDR-Bilder

und -Videos. Mit dem neuen Art Filter II Feature lassen sich mehrere Art Filter übereinanderlegen. Mit Unterstützung dieser „Mehrfachbelichtung“ lassen sich auch bis zu drei RAW-Bilder montieren. Die E-PL2 wird im Kit mit dem neuen Objektiv M.Zuiko Digital 14–42 mm 1:3.5–5.6 II (entsprechend 28–84 mm bei Kleinbild) ausgeliefert. Leise arbeitend und mit einem schnellen Autofokus ausgestattet, eignet es sich besonders für Videoaufnahmen. Ein integrierter Bildstabilisator, ISO 6.400, die kürzeste Verschlusszeit von 1/4.000 Sekunde, Serienaufnahmen mit bis zu drei Bildern pro Sekunde und der 12,3 Megapixel Live MOS-Sensor sind weitere Ausstattungsdetails. www.olympus.de

Mit der NX11 hat Samsung eine weitere Systemkamera mit i-Function-Technologie eingeführt. Diese Technologie ermöglicht es, je nach Aufnahmemodus

Sensor mit einer Auflösung von 14,6 Megapixeln und einem 3"/7,62 cm großen AMOLED-Display ausgestattet. Zusätzlich bietet die NX11, wie bereits die NX100, den Lens Priority Modus, in dem die unterschiedlichen Motivprogramme über den i-Function-Knopf direkt am Objektiv angewählt werden können. Im Panorama-Modus lassen sich mit einem Druck auf den Auslöser und einem sanften Kameraschwenk Panorama-Fotos erzeugen.



Das Angebot an i-Function-Objektiven wurde mit der Einführung der NX11 durch ein 18 bis 55 Millimeter-Objektiv mit optischem Bildstabilisator und einer Lichtstärke von F3.5 bis F5.6 ergänzt. www.samsung.de

wichtige Parameter wie Blende, Verschlusszeit, ISO oder einzelne Szenenprogramme über den i-Function-Knopf direkt am Objektiv auszuwählen und anschließend über den Einstellring exakt einzustellen. Die Samsung NX11 ist mit einem APS-C-

Die Nr. 1



EVP* 299,- €



EVP* 349,- €



EVP* 399,- €



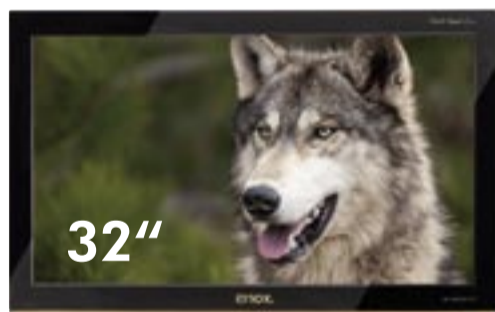
EVP* 349,- €



EVP* 399,- €



EVP* 449,- €



EVP* 699,- € / 120 Hz Display



EVP* 999,- € / 120 Hz Display



3 Jahre Garantie

... unter den mobilen LED-Fernsehern!

Die neue **deutsche** HighTech-Marke ENOX ist zwar jung, basiert jedoch auf mehr als 40 Jahren Erfahrung und Know-how im Bereich Fernsehherstellung. 2009 waren wir der erste Hersteller weltweit, der kleinere Größen (19, 22 und 24 Zoll) von LED-Fernsehern auf den Markt gebracht hat und somit die Nummer 1!

Ein Jahr später bringen wir nun insgesamt 6 neue mobile LED-TV-Modelle auf den Markt, als Teil der **Black Forest Line**, 3 davon mit integriertem DVD-Player, **alle für den 12V-** (und 100 bis 240V) **Gebrauch**, und sind somit auch die Nummer 1 unter den 12V-LED-Lieferanten.

Wir sind weiterhin dabei uns im Bereich der größeren LED-Modelle – vor allem in Qualität und Design – auch unter den Ersten zu platzieren. Hier stehen jetzt schon 2 Modelle, 32 Zoll 120Hz und 42 Zoll 120Hz, bereit.

Dass wir Qualität auf höchstem Niveau anbieten, bestätigen wir mit **einer 3-Jahre-Herstellergarantie**, die in Form eines **Door-to-Door Service** ausgeführt wird.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website www.enox-deutschland.de.

Haben wir Ihr Interesse an den „Schwarzwäldern“ von ENOX geweckt? Gerne hören wir von Ihnen, hier die entsprechenden Kontaktdaten:

Händler und Handelsvertreter:

Frau Petra Andersen, Telefon 04154 - 99 66 88, eMail: pa@enoxworld.de

Großhändler und andere Großkunden:

Herr Stephan Piela, Telefon 04154 - 99 66 44, eMail: sp@enoxworld.de

Enjoy Life with ENOX!!

* Empfohlener Verkaufspreis

Television

Home
Entertainment

Security
Systems

Wireless
Communication

enox.[®]
enjoy electronics

Smarte Technologien und beste Bildqualität

LG zeigte Größe auf der CES



Mit einer Bildschirmdiagonale von 185 Zentimetern hat LG mit dem LZ970S auf der CES das bislang größte Full-LED-Fernsehgerät der Welt vorgestellt.

Unter dem Slogan **smart, smarter, LG** präsentierte sich der koreanische Elektronikhersteller im Rahmen der diesjährigen CES in Las Vegas. Im Mittelpunkt des Messeauftritts standen intelligente Technologien und Produkte. Besonderes Highlight im TV-Segment war der neue **NANO Full-LED 3D-Fernseher LG LZ970S**, der mit seinen **185 Zentimetern Bildschirmdiagonale (72 Zoll) mit gestochen scharfen Bildern in Lebensgröße überzeugt**.

Mit einer Bildschirmdiagonale von 185 Zentimetern ist der LG LZ970S, nach Angaben des Unternehmens, der größte 3D Full-LED-TV der Welt. Der riesige Screen bietet Entertainmentvergnügen der Extraklasse und ein außergewöhnlich komfortables 3D-Seherlebnis. In Kombination mit dem riesigen Bildschirm schafft die 3D-Technologie des LG LZ970S zusätzliche Tiefe und lässt die Zuschauer in das Geschehen eintauchen. Darüber hinaus sorgt die TruMotion 400 Hz Technologie durch ihre schnelle Verarbeitungsgeschwindigkeit für flüssige 3D-Bilder. Mit der intuitiven und bedienerfreundlichen Magic Motion-Fernbedienung von LG lassen sich die zahlreichen Funktionen des LG LZ970S einfach nutzen.

CINEMA 3D: Weiterentwicklung der 3D-Technologie

Auch die zweite Innovation von LG, das neue Cinema 3D-TV-Gerät LG LW650S bietet eine außergewöhnlich exakte 3D-Darstellung. Grund dafür ist das von LG entwickelte FPR-Panel (Filmtyp Patterned Retarder), das die Trennung der Bilder für das linke und rechte Auge optimiert. Durch die Filterung in einer Spezialbrille werden dem Betrachter gestochen scharfe Bilder ohne jegliche Wischeffekte geboten. Da für die Cinema 3D-Technologie keine aktiven Shutterbrillen erforderlich sind, erreicht der LW650S komplett flimmerfreie Bilder. Diese neuartige Technologie ist bereits durch Intertek und TÜV zertifiziert. Die mitgelieferte passive 3D-Brille wiegt leichte 16 Gramm und muss nicht extra aufgeladen

werden. Zudem verspricht sie ein perfektes Seherlebnis von jedem Blickwinkel aus, da sie nicht mit dem TV-Gerät synchronisiert werden muss. 3D Light Boost, ein dünner Film über dem Bildschirm, sorgt für 3D-Bilder mit maximaler Helligkeit. „Unsere beiden neuen 3D-TVs überzeugen durch innovative Technologien und beste Bildqualität. LG setzt damit wieder einmal einen hohen technischen Standard im 3D-Entertainmentbereich, der dem Endverbraucher ein

ausgestattet. Über das einfach zu bedienende Home Dashboard ermöglicht Smart TV den Zugriff auf Premium-Content von globalen Providern sowie auf die besten Sendungen und Filme von lokalen Anbietern. Es bietet auch Zugang zu einer wachsenden Sammlung von TV-Apps von LG wie beispielsweise Sprachkurse, Spiele oder Onlineplattformen wie YouTube. Durch die Erweiterung der vorhandenen USB- und DLNA-Funktionen von LG mit Media Link

abrufen. „LG konzentriert sich im Jahr 2011 komplett auf intelligente Geräte wie smarte TVs, smarte Handys und smarte Hausgeräte“, erklärte Dr. Skott Ahn, President und Chief Technology Officer von LG Electronics, während einer Pressekonferenz auf der CES. „Heutzutage reicht es nicht mehr, statische Services anzubieten. Konsumenten verlangen netzwerkfähige Geräte, die ein ständig aktualisiertes Angebot an Inhalten und Anwendungen bieten können. Wir sind uns dessen bewusst, und deshalb wird 2011 ein sehr gutes Jahr für LG.“

Neben TVs zeigte LG auch 3D-Blu-ray-Heimkinosysteme, 3D-Blu-ray-Player, 3D-Monitore, 3D-Notebooks, 3D-Projektoren und kompakte, schnelle Mobiltelefone. Auf smarte Technologien setzt das Unternehmen außerdem im Bereich Hausgeräte.



Die neuen High-End-TV-Geräte von LG sind mit der sogenannten Smart TV-Funktion ausgestattet. Über das einfach zu bedienende Home Dashboard ermöglicht Smart TV den Zugriff auf Premium-Content von globalen Providern sowie auf die besten Sendungen und Filme von lokalen Anbietern.

außergewöhnliches TV-Erlebnis bietet“, so Alexander Krüger, Product Manager bei LG Electronics Deutschland GmbH. Marktstart in Deutschland ist für den LW650S voraussichtlich Ende März 2011 und für den LZ970S voraussichtlich Mai 2011.

Netzwerkfähig

Die neuen High-End-TV-Geräte von LG sind mit der sogenannten Smart TV-Funktion

ermöglicht Smart Share den Besitzern eines LG Smart TV den Abruf von Inhalten ihres PCs direkt auf den TV, indem der Content auf den Fernseher übertragen wird. Media Link unterstützt aber nicht nur die problemlose Wiedergabe von gespeicherten Inhalten auf einem großen Bildschirm, sondern liefert dem Zuschauer weitere Informationen zum Fernsehprogramm: Inhaltsangaben, Schauspielerprofile und Zuschauerbewertungen lassen sich so parallel

LG Roadshow 2011

Ende Februar fällt unter dem Motto „ENERGIZE“ der Startschuss für die jährliche Fachhandels-Roadshow von LG. Gezeigt werden die neuesten Produkt-Highlights aus den Bereichen TV und AV. Fokus-Themen sind 2011 Cinema 3D und Smart TV. Die Termine im Überblick:

28.02. – 01.03. in Berlin • 03.03. – 04.03. in Leipzig
10.03. – 11.03. in München • 14.03. – 15.03. in Frankfurt
21.03. – 22.03. in Düsseldorf • 24.03. – 25.03. in Hamburg

Top-Design-Preise für LG

Zum neunten Mal in Folge hat LG die iF (International Forum) und red dot Preise für überlegendes Produktdesign gewonnen. Für den iF Design Award hatten Wettbewerber aus 43 Ländern mehr als 2.700 Produkte eingereicht. Neunmal gewann LG die begehrte Auszeichnung, unter anderem für den Nano Full-LED 3D-Fernseher LEX8, die Kühl-Gefrierkombination GB 7143 A2HZ Dual Tone sowie den ersten Solar-Lichtwellenofen der Welt. Außerdem erhielt LG den red dot Grand Prix für seine weiterverwertbaren Öko-Verpackungen. Nur sechs von insgesamt 6.369 eingereichten Produkten erhielten diese besondere Auszeichnung.

LG investiert in den Vertrieb Konzentration auf die Bedürfnisse des Handels



„Das Frühjahr steht bei LG Home Entertainment ganz im Zeichen des neuen TV- und AV-Line-ups“, so Florian Rosenberg.

LG Home Entertainment hat sich auf ein erfolgreiches Jahr 2011 eingestellt und seine Vertriebsmannschaft in den Bereichen Key Account Management, Produktmarketing und internes Sales Support Team maßgeblich ausgebaut.

Florian Rosenberg zeichnet seit 1. Januar 2011 als Director Sales und Marketing Home Entertainment zu seiner bisherigen Position zusätzlich für den Bereich Marketing in der Business Unit verantwortlich. Damit treibt LG sein Ziel, die partnerschaftliche Beziehung mit dem Handel auszubauen, weiter voran. Mit der verstärkten Sales-Mannschaft kann das Unternehmen den Handel in den unterschiedlichen Kanälen noch schneller und effektiver bedienen. Im Außendienst wird die Personalstärke dafür um 25 Prozent aufgestockt.

Handels- und kundennah

„Der Ausbau ist Teil unserer langfristigen Ausrichtung als Vollsortimenter. Ziel dieser Strategie ist es, dem Handel weiter unter die Arme zu greifen, mehr Kundennähe zu schaffen und zudem den Mehrwert unserer Produkte noch besser hervorzuheben“, erklärt Sales und Marketing Director Florian Rosenberg. „Darüber hinaus fördern und stützen wir die qualitativen Ansätze des Handels und richten unser Portfolio auf die Bedürfnisse unserer Handelspartner aus.“

Ein Kernelement dieser Strategie ist der Abschluss eines für Europa gültigen Vertragswerkes, das den Handelspartnern eine leistungsgerechtere Wettbewerbssituation verspricht. Um Synergien noch effektiver nutzen zu können, ist dem Unternehmen auch die Etablierung gemeinsamer Werbestrategien mit dem Handel wichtig. Dieser Aufgabenbereich wird von strategischen Promotional Managern verantwortet, deren Positionen neu geschaffen wurden. Mit dem Ausbau des Vertriebsteams führt Florian Rosenberg die Maßnahmen des

vergangenen Jahres konsequent weiter: Die neue Vertriebsrahmenvereinbarung, eine neue Fachhandelspreisliste und eine überarbeitete Preiskalkulation haben bereits positive Signale im Markt gesetzt. „Das Frühjahr steht bei LG Home Entertainment ganz im Zeichen des neuen TV- und AV-Line-ups“, so Rosenberg. Im besonderen Fokus werden dabei die Themen Cinema 3D sowie Smart TV stehen, die die technischen Highlights der weltweit einzigen vom TÜV zertifizierten TVs für flimmerfreien 3D-Genuss bilden. www.lg.de

Pioneer



AUFREGENDE ERLEBNISSE WARTEN.

Nehmen Sie Platz und machen Sie sich bereit für das ultimative Entertainment-Ensemble: Das dargestellte exklusive Produktset bringt Ihnen gleich zwei exzellente Pioneer-Spielpartner auf einen Schlag – den erstklassigen 7-Kanal-AV-Receiver **VSX-920-K** und den brillanten Blu-ray-Disc-Player **BDP-333**. Mit der kostenlosen iControlAV-App von Pioneer können Sie ein kompatibles iPhone oder iPod touch als Fernbedienung für die Hauptfunktionen der Geräte nutzen. Die unübertroffene Kombination von vielfältigen Anschlussmöglichkeiten, originalgetreuer Wiedergabe von Ton und Bild und einzigartiger Technologien garantieren Home-Entertainment-Erlebnisse auf allerhöchstem Niveau.

Internet
Radio

Made for
iPod iPhone

WEITERE INFORMATIONEN: WWW.PIONEER.DE ODER BEI IHREM PIONEER-HÄNDLER.

iControlAV-App



iPod und iPhone sind in den USA und anderen Ländern eingetragene Marken von Apple Inc. „Made for iPod“ und „Made for iPhone“ bedeutet, dass ein elektronisches Zusatzgerät speziell für den Anschluss an den iPod bzw. an das iPhone konstruiert ist und vom Entwickler dahingehend zertifiziert wurde, dass es den Apple-Leistungsnormen entspricht. Apple übernimmt keine Gewähr im Hinblick auf die Verwendbarkeit dieses Geräts oder dessen Konformität mit den Standards für Sicherheit und Funkentstörung. Die gezeigte Konfiguration dient nur zu Werbezwecken. Informationen zu optimalen Installationsoptionen erhalten Sie von Ihrem Pioneer-Händler.

UE



PosAktuell

Neuer Vorstand Marketing/Vertrieb bei Loewe

Der Aufsichtsrat der Loewe AG hat Manfred Fitzgerald zum neuen Mitglied des Vorstands berufen. Er hat zum 1. Februar 2011 die Ressorts Marketing, Vertrieb, Design und Customer Services übernommen. Zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden Oliver Seidl und Technik-Vorstand Gerhard Schaas ist das Führungsteam des Unternehmens damit wieder komplett. Fitzgerald (47) war zuletzt über elf Jahre im Top-Management bei der zum Volkswagen-Konzern gehörigen italienischen Supersportwagenmarke Automobili Lamborghini. Seit 2005 war Manfred Fitzgerald als Mitglied der Geschäftsleitung mit der Verantwortung für globales Markenmanagement, Marketing und Design betraut. Er steht damit für die erfolgreiche globale Neupositionierung der Marke Automobili Lamborghini. Loewe hat im Rahmen des Restrukturierungs- und Zukunftsprogramms „Fast Forward“ in den letzten Monaten konsequent die Organisation gestrafft und die Prozessorientierung des Unternehmens gestärkt. So wurden die zentralen Unternehmensbereiche Entwicklung, Marketing und Vertrieb neu strukturiert mit dem Ziel, die Schlagkraft zu erhöhen, mit den Produkten schneller am Markt zu sein und damit zusätzlichen Kundennutzen zu schaffen. Das für die Produktentstehung verantwortliche Projektmanagement erhielt bereichsübergreifend mehr Verantwortung und berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden.

www.loewe.de

Panasonic verlängert Avatar 3D-Aktion bis Mitte März

Panasonic Endkunden können sich weiterhin darüber freuen, beim Kauf eines 3D-Produktes gleichzeitig auch die 3D-Blu-ray-Disc von Avatar zu erwerben. Aufgrund des großen Erfolges wird die Promotion-Aktion in Deutschland bis zum 15. März 2011 verlängert. „Avatar 3D wird noch auf lange Zeit die absolute Referenz im Bereich der 3D-Inhalte bleiben“, erklärt Armando Romagnolo, General Manager TV, Home AV & Training CE Panasonic Deutschland. „Wir freuen uns daher, auch in der nächsten Zeit als einziger Hersteller unseren Kunden das ultimative 3D-Erlebnis ermöglichen zu können“, so Romagnolo weiter. Aktuelle Zahlen von Display Search prognostizieren denn auch den baldigen und endgültigen Durchbruch von 3D. Das amerikanische Marktforschungsunternehmen erwartet, dass die Zahl weltweit verkaufter 3D-Fernseher von 3,2 Millionen in 2010 auf 90 Millionen in 2014 hochschnellen wird.

www.panasonic.de

expert AG zieht positive Bilanz

Nach dem Jahreswechsel zeigt sich die expert AG äußerst zufrieden mit dem Weihnachtsgeschäft 2010. „Wir

konnten im Dezember an unsere bisherigen Umsatzerfolge in 2010 anknüpfen“, so Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. Aufgrund der Wetterverhältnisse war der Start des Jahresendgeschäfts zu Beginn eher zögerlich, doch besonders die beiden Wochen vor und nach Weihnachten machten den Dezember für expert zu einem starken Monat. „Dies ist umso erfreulicher, da expert auf sehr hohen Vorjahreszahlen aufsetzt“, resümiert Volker Müller. Ganz oben auf den Weihnachtseinkaufszetteln standen 2010 Smartphones, TV-Geräte und Soundprodukte. Bei der Weißen Ware waren vor allem hochwertige Kleingeräte wie z. B. Rasierer sowie Espressomaschinen gefragt. Das entscheidende Kaufkriterium für Großgeräte war auch in 2010 unverändert der Energiesparaspekt.

www.expert.de

Euronics meldet Rekordumsatz

Die Euronics Deutschland eG kann eine positive Bilanz verzeichnen. Die Verbundgruppe erzielt im sechsten Jahr in Folge eine Umsatzsteigerung. Im Geschäftsjahr 2009/2010 konnte der zentralregulierte Umsatz um elf Prozent auf 1,85 Milliarden Euro erhöht werden. 1.768 Mitglieder an 1.967 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern erwirtschafteten damit einen Außenumsatz von 4,0 Milliarden Euro. Hauptumsatzträger im Bereich der Consumer Electronics mit einem Plus von 13 Prozent waren auch in 2009/2010 Produkte der Unterhaltungselektronik. Im Bereich Haushaltsgeräte erzielte Euronics im Geschäftsjahr 2009/2010 ein erfreuliches Plus von elf Prozent. „Unsere Prognose für 2011 fällt trotz unsicherer wirtschaftlicher Rahmenbedingungen verhalten optimistisch aus. Abgesehen von der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen fehlen sportliche Großereignisse, die dem Markt zusätzliche Impulse versprechen. Zudem bleibt zu befürchten, dass sich der stetige Preisverfall in der CE-Branche weiter fortsetzen wird. Dies schlägt sich besonders in Sortimentsbereichen nieder, in denen bereits eine Marktsättigung erreicht wurde. Euronics rechnet deshalb nur mit einer insgesamt leichten Umsatzsteigerung – Zuwächse wie in 2010 sind daher im kommenden Jahr nicht zu erwarten“, so Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG anlässlich der Bilanz-Presskonferenz in Stuttgart. Im Fokus der Verbraucher stehen, laut Kober, auch 2011 TV-Geräte der neuesten Generation, das Thema 3D sowie Tablet-PCs und Soundlösungen – also bester Ton zum besten Bild. Großes Marktpotential für den Fachhandel birgt zudem das Thema Heimvernetzung. Die Zahl der vernetzungsfähigen Geräte wächst stetig. Das Angebot reicht von Fernsehgeräten mit Internet-Anschluss über Heimkino- und Audio-Komponenten mit Streaming-Möglichkeit bis hin zu einer Vielzahl begehrter mobiler Endgeräte wie Tablet-PCs oder Smartphones. „Der Euronics Fachhandel

steht vor der Aufgabe, Vernetzungsmöglichkeiten nicht nur zu erläutern, sondern in den Verkaufsräumen „erlebbar“ zu machen. Euronics Händler, die ihre Kompetenz durch eine gelungene Technikvorführung unterstreichen können, haben Wettbewerbsvorteile“, so Kober. Im Bereich der Weißen Ware sind es vor allem Geräte mit verbesserter Energieeffizienz und neuen Features, wie zum Beispiel iDos, eine automatische Waschmitteldosierung, die das Geschäft ankurbeln werden.

www.euronics.de

Philip Cullimore ist Kodaks neuer Geschäftsführer EMER



Philip Cullimore

Philip Cullimore hat am 1. Januar 2011 bei Kodak die Position des Geschäftsführers für den Bereich Consumer und Commercial in den Regionen Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EMER) und die Funktion des Vorsitzenden der Europa-Zentrale Eastman Kodak Sarl in Genf übernommen. Cullimore übernimmt damit die Aufgaben von John O'Grady, der in die USA zurückkehrt, um dort die Positionen des Geschäftsführers der Region Nord- und Südamerika und des Vizepräsidenten von Eastman Kodak zu übernehmen. Als Geschäftsführer ist Cullimore für die Koordination sämtlicher Absatz- und Vertriebsaktivitäten der Region EMER verantwortlich. Er wird sich darauf konzentrieren, Wachstum und Profitabilität sowohl im Bereich der Tintenstrahldrucker, in dem das Unternehmen seit 2007 erfolgreich aktiv ist, als auch in den anderen Geschäftsbereichen zu steigern. Vor der Übernahme seiner jetzigen Position war Cullimore Leiter der Bereiche Paper und Output Systems sowie Retail System Solutions & Film Products EMER. Dort konnte er über die gesamte Region hinweg Kodaks Absatzerfolg steigern. Zuletzt war er in Personalunion als Vizepräsident Sales, Consumer und Commercial Businesses EMER tätig, wo er durch neue Absatzstrategien Kodaks Profitabilität und Marktanteil ausbauen konnte.

www.kodak.de

Michael Wilmes ist neuer PR-Manager bei LG

Michael Wilmes ist ab sofort als Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Willich verantwortlich.



Michael Wilmes

Wilmes folgt auf Nils Seib, der das Unternehmen Ende September verlassen hat. Wilmes kommt vom Drucker- und MPS-Spezialisten Oki Systems, bei dem er die letzten drei Jahre die Unternehmenskommunikation in Zentraleuropa leitete. Zuvor verantwortete Wilmes bei der Münchner Kommunikations-Agentur Lewis PR internationale Technologie-Accounts aus dem B2C- und B2B-Bereich. Bei LG wird Wilmes neben der produktbezogenen und strategischen Kommunikation für die fünf Business Units Home Entertainment, Home Appliances, Mobile Communications, Business Solutions und Air Conditioning auch für Corporate-Themen zuständig sein.

www.lge.com

Internationale Design Awards für Loewe

Die Loewe Individual TV-Familie wurde mit zwei Design Awards ausgezeichnet. Das Design von Loewe Individual entstand in Zusammenarbeit mit Phoenix Design, Stuttgart. Das „Chicago Athenaeum, Museum of Architecture and Design“ würdigte die herausragende Designleistung mit einem Good Design Award, während in Paris die „Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI)“ Loewe Individual das Label „Observateur du design“ verlieh. Beide Einrichtungen erhielten weltweit Hunderte von Bewerbungen für die jeweiligen Preise. Wie es in einer Pressemitteilung des Unternehmens heißt, zeigten sich die unabhängigen Jurys besonders von der Designleistung und dem Konzept der superflachen und individualisierbaren Loewe Fernseher beeindruckt.

www.loewe.de

Verstärkung für PoS-MAIL

Ab Januar 2011 verstärkt Sebastian Lindemann (32) das Team von PoS-MAIL. Der gelernte Forstwissenschaftler stieg nach seinem Studium vor sechs Jahren in die PR-Arbeit führender Consumer Electronics Unternehmen ein. Zuletzt war er in einer PR-Agentur für die Pressearbeit der Sharp Electronics GmbH verantwortlich. Mit seinem Einstieg bei PoS-MAIL wechselt Lindemann sozusagen die Seiten und unterstützt den langjährigen PoS-MAIL Objektmanager Franz Wagner. Lindemann ist ab sofort sowohl für das Marketing als auch die Weiterentwicklung des Fachhandelsmagazins in Print und Online verantwortlich.



Sebastian Lindemann

Olaf Sepold wird Vertriebschef bei Oki

Oki Printing Solutions hat Olaf Sepold mit Wirkung zum 1. Januar zum neuen Vertriebschef ernannt. In dieser Position zeichnet Sepold als Sales Director für Vertrieb in Deutschland

verantwortlich. Er folgt auf Frank Prünke, der Oki nach vier Jahren Ende August 2010 auf eigenen Wunsch hin



Olaf Sepold

verlassen hatte. Sepold bekleidete in den vergangenen elf Jahren verschiedene nationale und internationale Funktionen bei Lexmark, zuletzt als Sales Manager SMB & Channel. Vor seiner Zeit beim US-amerikanischen Druckerhersteller war der Diplom-Betriebswirt für verschiedene Marketing- und Sales-Agenturen tätig. Sepold berichtet direkt an Terry Kawashima, Managing Director und Vice President Central Region bei Oki Systems (Deutschland).

www.oki.de

Neuer Vertriebsleiter bei Lexmark Deutschland

Ab sofort übernimmt Christian Makos bei der Lexmark Deutschland GmbH mit Sitz in Dietzenbach bei Frankfurt am Main die Position des Vertriebsleiters SMB & Channel (Small and Medium Business). In dieser Funktion verantwortet der 34-jährige Makos deutschlandweit die Vertriebsaktivitäten im Channel und berichtet an den Direktor Channel und Retail Sales DACH, Michael Lang. Nach seinem Studium der Wirtschaftsinformatik begann Christian Makos 2003 bei Lexmark im Vertriebsmarketing und übernahm dort 2004 die Teamleitung, die er bis 2007 innehatte. Im Anschluss hieran war Makos bis 2010 als Account Manager SMB / Channel für den Ausbau der Vertriebsaktivitäten mit Channelpartnern und Mittelstandskunden in der Region Mitte verantwortlich und wurde im Dezember 2010 als Vertriebsleiter SMB & Channel für Deutschland (außer Bayern) in das deutsche Management berufen.

www.lexmark.de

Epson geht nach vier Jahren wieder zur CeBIT

Nach einer Pause von vier Jahren ist Epson in diesem Jahr wieder auf der CeBIT vertreten: Der Hersteller von Druckern, Scannern und Projektoren präsentiert dort vom 1. bis 5. März im Bereich Planet-Reseller sein Produkt-Portfolio für Geschäftskunden. Im Fachhandelszentrum in Halle 14 sehen Fachhändler und Mittelstandskunden Business-Lösungen am Beispiel ausgesuchter Anwendungen. Dazu gehören beispielsweise Managed Print Services, Tinte im Büro, Dokumentenmanagement und Projektion. Bestehende und neue Fachhandelspartner haben in Hannover die Gelegenheit, Business-Lösungen für Unternehmen aus einer Hand und Möglichkeiten für erfolgreiches Cross-Selling aus dem Hause Epson kennenzulernen. Auf der CeBIT wird Epson auch einen ersten Ausblick auf die Neuerungen seines Portfolios 2011 geben.

www.epson.de

1. – 2. März 2011 in Köln

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

Jetzt anmelden!

Imagingtrends von morgen – Imagingkompetenz weltweit

Mit dem Business Forum Imaging Cologne 2011 „Memories are more ... CONNECTED“ präsentiert die photokina ein internationales Podium für Industrie und Handel. Immer mehr Kameras, WLAN-fähige iPods, erweiterte Spielekonsolen und Fernseher mit Web-Zugang schaffen beste Voraussetzungen für den Zugang zu digitalen Bilddienstleistungen. Diese Entwicklung nimmt das Business Forum Imaging Cologne zum Anlass, um Herstellern, Dienstleistern, Fotohändlern und Medienvertretern eine Plattform für Networking, Austausch und Präsentation zu bieten.

Internationale Konferenz: Erfahren Sie aus erster Hand, wie internationale Spitzenmanager die Zukunft der Vermarktung digitaler Bildprodukte sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Konferenzsprache ist Englisch, die Vorträge werden simultan ins Deutsche übersetzt.

Sponsoren-Präsentation: Informieren Sie sich in der Netzwerkzone direkt an den Ständen der Gold- und Silber-Sponsoren über deren aktuelle Produkte und Dienstleistungen.

Networking: Am Abend des 1. März lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein. Nutzen Sie bei gutem Essen und gepflegten Getränken die Gelegenheit, sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und wichtige Lieferanten und Experten zu treffen.

Gold-Sponsoren



Kodak



TURN ON TOMORROW

Silber-Sponsoren



FUJIFILM



locr maps

NORITSU
face the NEXT™



TETENAL

XEROX

1. Tag, Dienstag, 1. März 2011



Eröffnungsvortrag: Professor Hendrik Lensch, Universität Ulm

Die zweite digitale Kamera-Revolution: „Computational photography“

Digitalkameras haben derzeit nur eingeschränkte Möglichkeiten zur Bildbearbeitung bei der Aufnahme; umfassende Korrekturen und Veränderungen können erst nachträglich an der „fertigen“ Bilddatei vorgenommen werden. Die steigende Rechenleistung mobiler Geräte ermöglicht dagegen die enge Verknüpfung von Aufnahme und Verarbeitung und definiert so den gesamten Aufnahme-Prozess neu. Hendrik Lensch präsentiert eine neuartige Kamera-Plattform: die frei programmierbare „Frankenkamera“. Die faszinierenden Möglichkeiten von Real Time-Algorithmen werden mit neuartigen Software-Applikationen demonstriert, die die Leistung und Flexibilität von Aufnahmegegeräten deutlich steigern.



**Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group
Marion Knoche, Global Director, GfK Retail and Technology**

Imaging Bestseller – heute und morgen

Präsentiert werden die aktuellen Trends beim Verkauf von Kameras, Camcordern, mobilen Geräten und Bildprodukten in Europa, den USA und dem Rest der Welt. Lernen Sie die Bestseller von heute kennen und entdecken Sie die Trends für die Bestseller von morgen.



Darren Johnson, Regional Director and Vice President, CDG Eamer Retail Printing and Film Products, Kodak Limited (UK)

The Connected World of Images



Alexandra Gebhardt, Chief Social Strategist, Inside Media Networks

Neue Geschäftsmodelle mit mobilen Foto-Apps?

Photo Sharing – die Kommunikation mit Bildern – gehört zu den beliebtesten Online-Aktivitäten der Konsumenten: Immer mehr Bilder werden auf soziale Netzwerke wie Facebook hochgeladen, zu verschiedenen Endgeräten wie Smartphones und Pads versandt und immer öfter ganz ohne Kamera aufgenommen und ausgedruckt. Alexandra Gebhardt stellt die neuesten Foto-Applikationen für das Internet und mobile Geräte vor und spricht über die Möglichkeiten für den Fotohandel, damit zusätzliche Umsätze zu erzielen.



Dr. Reiner Fageth, Vorstandsmitglied und Chief Technical Officer, Cewe Color

Fotofinishing 3.0: Produkte und Dienstleistungen für eine vernetzte Welt

Die digitale Revolution hat es den Konsumenten möglich gemacht, aus einem großen Angebot personalisierter Bildprodukte auszuwählen, anstatt einfach nur Prints zu bestellen. Als führender europäischer Fotodienstleister hat Cewe Color diesen Markt neu definiert und mit dem Cewe Fotobuch die Führung übernommen. Noch nie war es so einfach, mit Bildern Geschichten zu erzählen. In einer vernetzten Welt können die Konsumenten jetzt ihre Bilder auf unterschiedlichen Plattformen miteinander teilen – im Internet genauso wie mit mobilen Geräten wie Smartphones und Pads. Für Fotofinisher bedeutet das eine große Chance, innovative Dienstleistungen zu entwickeln – aber auch eine große Herausforderung, an der neuen Wertschöpfungskette für Bilder teilzuhaben.



Raffael Kraus, WorldWide Photo Segment Manager, HP Indigo

Neue Möglichkeiten für Bilddienstleistungen mit Digitaldruckmaschinen

Digitaldruckmaschinen sind in den letzten Jahren zu den wichtigsten Produktionsmitteln für die Herstellung personalisierter Bildprodukte geworden. Marktführer HP Indigo hat mit Unterstützung kompetenter Partner neue Anwendungen entwickelt, die es Bilddienstleistern ermöglichen, ihr Angebot zu erweitern und mit besonders kundenfreundlichen Lösungen eine höhere Wertschöpfung zu erzielen.



Guido Hofmeyer, Senior Vice President and General Manager, Felix Schoeller Imaging

Imaging-Papiere in einer vernetzten Welt

Die Digitalfotografie hat das Verbraucherverhalten in Bezug auf das Drucken von Bildern in den letzten Jahren grundlegend verändert. Die Konsumenten können heute ihre Bilder Freunden und Verwandten auf verschiedenen Plattformen zeigen, ohne jemals ein Foto auszudrucken bzw. ausdrucken zu lassen. In dieser Präsentation wird dargestellt, wie ein führender Hersteller von Imaging-Spezialpapieren die Zukunft des Printmarktes sieht und in welchen Segmenten er Wachstum erwartet.

2. Tag, Mittwoch, 2. März 2011



Thomas Ross, Industry Leader Media & Entertainment, IBM Global Business Services

„Smarte“ Produkte und Dienstleistungen: neue Möglichkeiten für die Consumer Electronics- und Imaging-Branche

Immer mehr elektronische Geräte sind netzwerkfähig. Damit wird der Wert eines Produktes nicht nur von seinen speziellen Ausstattungsmerkmalen definiert, sondern vor allem von den Erlebnissen, die dieses Produkt seinen Anwendern im Netzwerk ermöglicht. So entwickeln sich beispielsweise Kameras und Kamerahandys von reinen Aufnahmegeräten zu Plattformen, auf denen die Konsumenten ihre Erinnerungen nicht nur festhalten, sondern vor allem auch mit anderen teilen. Für Hersteller und Dienstleister bringt diese Entwicklung die Herausforderung mit sich, sich auf das neue Konsumentenverhalten einzustellen und durch neue Geschäftsmodelle davon zu profitieren.



Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group

Marion Knoche, Global Director, GfK Retail and Technology

Konsumentenverhalten in einer vernetzten Welt

GfK Retail and Technology und das amerikanische Partnerunternehmen NPD stellen die neuesten Ergebnisse ihrer Untersuchungen zum Konsumentenverhalten in einer vernetzten Welt vor: Wie nutzen unterschiedliche Konsumentengruppen ihre Bilder? Welche Produkte und Dienstleistungen bevorzugen sie, und welche Angebote erwarten sie von der Foto- und Imagingbranche?



Rainer Bauer, CVO, Imaging Solutions AG

Premium Produkte mit echtem Fotopapier

Auch im Zeitalter des Digitaldrucks ist echtes Fotopapier der Maßstab für beste Bildqualität. Für Bilddienstleister und Fotohändler bietet sich die Chance, mit Premium Produkten auf echtem Fotopapier nicht nur höhere Margen zu erzielen als mit preiswerten Digitaldruck-Artikeln, sondern auch eine höhere Kundenzufriedenheit.



Rolf Richter, CEO, locr GmbH

Personalisierte Landkarten für Bildprodukte

Immer mehr Fotos werden direkt in der Kamera über Zubehör-Artikel oder Software mit den geografischen Daten ihrer Aufnahmen versehen. locr hat eine einzigartige Technologie entwickelt, Geotagging dazu zu nutzen, besonders wertschöpfungsstarke Bildprodukte anzubieten. Dazu werden individualisierte Landkarten in hochaufgelöste Druckdateien umgewandelt, mit denen Bilddienstleister Fotobücher, Poster und zahlreiche andere Bildprodukte mit personalisierten Landkarten aufwerten und auf der Basis der Geodaten mit speziellen Inhalten ergänzen können.



Ron Kubara, Vice President Strategic Sales and Planning, Noritsu Koki

Mehr Prints durch automatische Bildverbesserung

Viele Bilddienstleister glauben immer noch, Bilder aus sozialen Netzwerken oder Aufnahmen, die mit Fotohandys gemacht wurden, könnten nicht oder nur mit eingeschränkter Qualität gedruckt werden. Programme zur automatischen Bildverbesserung erzielen aber heute hervorragende Ergebnisse und ermöglichen es Fotohändlern und Bilddienstleistern, auch mit solchen Bildern Umsätze zu erzielen. Neue Apps machen dabei sogar die automatische Bildverbesserung direkt in Aufnahmegeräten wie dem iPhone möglich und tragen dazu bei, neue Kundengruppen für Bilddienstleistungen zu gewinnen.



Dr. Uwe Alkemper, CEO, Yoochoose GmbH

Interessante Angebote finden, ohne sie zu suchen ...

Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen über das Internet anbieten, haben bereits die Chancen erkannt, die sich aus Kaufempfehlungen ergeben, wenn diese möglichst genau auf den Geschmack und die Bedürfnisse des entsprechenden Kunden abgestimmt sind. Allerdings können bislang die wenigsten Anbieter diese Chancen wirklich nutzen. In dieser Präsentation werden die Möglichkeiten und Grenzen für individuelle Kaufempfehlungen vorgestellt und erfolgreiche Beispiele dafür gezeigt, wie personalisierte Produktempfehlungen optimiert werden können.



Repräsentant Kis/Photo-Me

Mehr Umsatz mit Fotobüchern direkt im Geschäft



Don Franz, Group Publisher, Photo Imaging News

Eine Gemeinschaftsinitiative zur Förderung des Bildergeschäftes

Führende Hersteller und Bilddienstleister haben in den USA ein Konsortium zur Förderung des Bildergeschäftes gegründet. Unter dem Motto „Photo gifts are fun: Make one“ („Fotogeschenke machen Spaß: Mach Dir eins“) soll die Promotion die amerikanischen Konsumenten motivieren, beim Fotohandel oder im Internet personalisierte Bildprodukte zu gestalten und zu bestellen. Wenn die Promotion erfolgreich ist, erwägen die Organisatoren eine Ausweitung auf Europa und andere Länder.

Programm

| Dienstag, 1. März 2011 | | Mittwoch, 2. März 2011 | |
|------------------------|--|------------------------|--|
| 8:30 – 9:30 | Registrierung geöffnet/Kaffee in der Lobby/Sponsorenpräsentation | 8:30 – 9:30 | Registrierung geöffnet/Kaffee in der Lobby/Sponsorenpräsentation |
| 9:30 – 9:45 | Begrüßung | 9:30 – 10:15 | Thomas Ross, Industry Leader Media & Entertainment, IBM Global Business Services „Smarte“ Produkte und Dienstleistungen: neue Möglichkeiten für die Consumer Electronics- und Imaging-Branche |
| 9:45 – 10:30 | Eröffnungsvortrag: Professor Hendrik Lensch, Universität Ulm Die zweite digitale Kamera-Revolution: „Computational photography“ | 10:15 – 11:00 | Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Marion Knoche, Global Director, GfK Retail and Technology Konsumentenverhalten in einer vernetzten Welt |
| 10:30 – 11:00 | Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Marion Knoche, Global Director, GfK Retail and Technology Imaging Bestseller – heute und morgen | 11:00 – 11:30 | Kaffeepause/Sponsorenpräsentation |
| 11:00 – 11:30 | Kaffeepause/Sponsorenpräsentation | 11:30 – 11:50 | Repräsentant Kis/Photo-Me, Mehr Umsatz mit Fotobüchern direkt im Geschäft |
| 11:30 – 12:15 | Repräsentant Samsung Electronics | 11:50 – 12:15 | Rainer Bauer, CVO, Imaging Solutions AG Premium Produkte mit echtem Fotopapier |
| 12:15 – 13:00 | Darren Johnson, Regional Director and Vice President, CDG Eamer Retail Printing and Film Products, Kodak Limited (UK) The Connected World of Images | 12:15 – 12:35 | Rolf Richter, CEO, locr GmbH Personalisierte Landkarten für Bildprodukte |
| 13:00 – 14:00 | Mittagspause/Sponsorenpräsentation | 12:35 – 13:00 | Ron Kubara, Vice President Strategic Sales and Planning, Noritsu Koki Mehr Prints durch automatische Bildverbesserung |
| 14:00 – 14:45 | Alexandra Gebhardt, Chief Social Strategist, Inside Media Networks Neue Geschäftsmodelle mit mobilen Foto-Apps? | 13:00 – 13:45 | Mittagspause/Sponsorenpräsentation |
| 14:45 – 15:30 | Dr. Reiner Fageth, Vorstandsmitglied und Chief Technical Officer, Cewe Color Fotofinishing 3.0: Produkte und Dienstleistungen für eine vernetzte Welt | 13:45 – 14:30 | Dr. Uwe Alkemper, CEO, Yoochoose GmbH Interessante Angebote finden, ohne sie zu suchen ... |
| 15:30 – 16:00 | Kaffeepause/Sponsorenpräsentation | 14:30 – 15:30 | Don Franz, Group Publisher, Photo Imaging News Eine Gemeinschaftsinitiative zur Förderung des Bildergeschäfts |
| 16:00 – 16:45 | Raffael Kraus, WorldWide Photo Segment Manager, HP Indigo Neue Möglichkeiten für Bilddienstleistungen mit Digitaldruckmaschinen | 15:30 – 16:00 | Schlusswort und Ausblick |
| 16:45 – 17:30 | Guido Hofmeyer, Senior Vice President and General Manager, Felix Schoeller Imaging Imaging-Papiere in einer vernetzten Welt | 16:00 – 16:30 | Kaffee in der Lobby/Sponsorenpräsentation |
| 18:30 – 24:00 | Abendveranstaltung | | |

Änderungen vorbehalten

Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



Anmeldung

Bitte ausschneiden und faxen an: +49 221 821-3995, z. Hd. Barbara Klomps • E-Mail an: bfi@photokina.de

- 1. Dauerkarte** · Beide Konferenztage 1.+ 2. 3. 2011
- Regulärer Preis **800,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis **600,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis deutscher Handel **395,00 EUR**
 - Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **325,00 EUR**
- 2. Tageskarte** · 1. 3. 2011 (inkl. Abendveranstaltung)
- Regulärer Preis **500,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis **350,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis deutscher Handel **195,00 EUR**
 - Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **165,00 EUR**
- 3. Tageskarte** · 2. 3. 2011 (inkl. Abendveranstaltung am 1. 3. 2011)
- Regulärer Preis **500,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis **350,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis deutscher Handel **195,00 EUR**
 - Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **165,00 EUR**
- 4. Tageskarte** · nur 2. 3. 2011
- Regulärer Preis **400,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis **250,00 EUR**
 - Ermäßigter Preis deutscher Handel **95,00 EUR**
 - Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **65,00 EUR**
- Alle Preise zuzgl. 19 % MwSt.

Hiermit melde ich mich/melden wir uns verbindlich an.

Name: _____
 Funktion im Unternehmen: _____
 Firma: _____
 Straße: _____
 PLZ/Ort: _____
 Telefon: _____
 Telefax: _____
 E-Mail: _____
 Unterschrift: _____

Zahlungsweise: Visa MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____
 Karteninhaber: _____
 Unterschrift: _____ Bitte senden Sie eine Rechnung

Leistungen:

Jede Eintrittskarte berechtigt zum Besuch aller Vorträge und der Sponsorenpräsentation, schließt Kaffeepausen und Mittagessen ein sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung am 1. März 2011 (außer Tageskarte 2. März 2011). Ebenfalls im Preis eingeschlossen ist eine CD mit allen Präsentationen (in englischer Sprache), die nach der Veranstaltung versandt wird. Kosten für Hotelzimmer und Anreise gehen zu Lasten des Teilnehmers.

Ermäßigungen:

Die ermäßigten Preise gelten für Aussteller der photokina 2010, Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes, Kunden der GfK (ID Code bitte angeben) und Mehrfach-Anmeldungen von derselben Firma. Mitglieder von Ringfoto erhalten einen speziellen Sonderpreis.

Pressekarten:

Eine begrenzte Anzahl von kostenlosen Pressekarten steht interessierten Journalisten zur Verfügung. Weitere Informationen: bfi@photokina.de

Rücktritt:

Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis zum 1. Februar 2011 möglich. Eventuell bereits bezahlte Beträge werden erstattet. Ersatzteilnehmer können jederzeit benannt werden.

Hotel-Reservierung

Es steht eine begrenzte Anzahl von Zimmern in zwei Hotels in unmittelbarer Nähe des Koelnmesse Congress-Centrums Nord zur Verfügung. Buchungen erfolgen in der Reihenfolge des Eingangs. Ein Rechtsanspruch auf eine Buchung kann über das vereinbarte Kontingent hinaus nicht eingeräumt werden.

- Radisson Blu Hotel** ★★★★★ Superior
 Messe Kreisel 3, 50679 Köln
 Einzel oder Doppel ohne Frühstück
 (inkl. zur Zeit gültiger MwSt. und Kulturförderabgabe)
28.02.2011 | 01.03.2011 pro Nacht 167,92 EUR
02.03.2011 | 03.03.2011 pro Nacht 152,12 EUR
 Frühstück 23,00 EUR pro Person/Tag
- Ibis Köln City Messe Arena** ★★
 Brügelmannstr. 1, 50679 Köln
 Einzel mit Frühstück **83,00 EUR**
 Doppel mit Frühstück **93,00 EUR**
 (inkl. zur Zeit gültiger MwSt. und Kulturförderabgabe)

Bitte sofort reservieren – begrenztes Kontingent!

Bitte reservieren Sie mir:

Einzelzimmer: _____ Doppelzimmer: _____
 Ankunft: _____ Abreise: _____

Für eine Zimmerreservierung mit Kreditkartenzahlung ist eine gültige E-Mail Adresse notwendig. Bitte belasten Sie folgende Kreditkarte (wenn abweichend von o. a. Kreditkarte):

Zahlungsweise: Amex Diners Visa MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____
 Karteninhaber: _____
 Unterschrift: _____

Ihre Hotel-Reservierung können Sie auch einfach und bequem online vornehmen: www.bfi-photokina.de → **Anreise & Aufenthalt → Partner-Hotels**

Anmeldung

Bitte ausschneiden und faxen an:
 +49 221 821-3995,
 z. Hd. Barbara Klomps
 E-Mail an: bfi@photokina.de



UE

Schnelles Sortieren und Finden von Fotos auf dem iPhone und iPad

visolu heißt eine völlig neue App für iPhone und iPad, die Fotos innerhalb weniger Sekunden nach visueller Ähnlichkeit sortiert und darstellt. Dank der von der Berliner pixolution GmbH entwickelten innovativen Technologie können Hunderte und sogar Tausende von Fotos gleichzeitig betrachtet werden. Mittels der von visolu verwendeten speziellen visuellen Anordnung geht der Überblick auch bei großen Bildmengen nicht verloren. Die Benutzung von visolu ist intuitiv: Durch Ziehen, Schieben und Zoomen in interessante Bereiche können einzelne Fotos von Interesse betrachtet werden. Wenn das richtige Foto gefunden ist, kann es zum Beispiel per E-Mail verschickt werden. Weitere Features sind bereits in Entwicklung.

www.pixolution.de



Enox präsentiert LED-TV mit 120-Hz-Panel und geringer Bautiefe

Die Enox Black Forest Linie erhält mit einem neuen 42-Zoll LED-Fernseher Zuwachs. Das Modell ist mit 120-Hz Full-HD-Panel und ausgefeilten technischen Features ausgestattet. Der „BFL-0942LED-120“, mit geringem Energieverbrauch und flacher Bauweise, gibt sich anschlussfreudig mit unter anderem 3 HDMI-Anschlüssen sowie integriertem USB-Port für Multimedia-Anwendungen mit PVR-Funktion (Personal Video Recording) und Time Shift. Die Tuner (ana-

log, digital DVB-T, digital DVB-C) fungieren als Empfänger, wobei die digitalen Tuner sowohl das Standard-Programm als auch HDTV-Content – wenn verfügbar – auf den Bildschirm bringen. Das Display bietet ein gestochen scharfes Bild im 16:9-Kinoformat mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und eine Bildschirmdiagonale von 106 cm. Der Helligkeitswert liegt bei 450 cd/m², das Kontrastverhältnis ist 40.000:1, und die Reaktionszeit beträgt 4 bis maximal 6,5 ms. Zudem bietet der LED-Fernseher einen 3D-Comb-Filter (Kammfilter), der NTSC-, PAL- und externe Videosignale voneinander trennt und so für realitätsgetreue Bilder sorgt. Für guten Sound sorgt die Surround-Stereo-Funktion zur Klangoptimierung bei 60 Watt Audioausgangsleistung. Der Schwarzwälder weist eine Vielzahl unterschiedlicher Schnittstellen auf. Er verfügt über einen Antennen-/Kabel-Eingang, drei HDMI-Ports, zwei SCART-RGBs, einen PC-Videoeingang VGA, einen PC-Audioeingang, ein CVBS-Interface, einen

YpbPr-Eingang, einen CVBS/YpbPr sowie einen CI+-Slot, einen Kopfhörer-Ausgang und einen digitalen Lautsprecher-Ausgang. Mit dem integrierten Multimedia-USB-Port lassen sich nicht nur Daten abspielen, sondern das Fernsehprogramm auch auf externe USB-Datenspeicher aufzeichnen. Dank Time-Shift-Funktion kann die Lieblingssendung bereits während der Aufnahme zeitversetzt gestartet werden. Zur einfachen Handhabung sind die Anschlüsse auf der Rückseite des Gerätes von unten und teilweise seitlich zu erreichen. Das schwarze Lack-Gehäuse mit goldfarbener Leiste und den Maßen 1.022 x 702 x 39 mm (B x H x T) beträgt in der Tiefe lediglich 39 Millimeter. Der Stromverbrauch des größten Forest Liners, der nur 17 kg wiegt, liegt im Standby-Modus bei nur 0,5 Watt, im Normalbetrieb bei 100 Watt. Im Lieferumfang des 42-Zoll LED-Fernsehers ist eine Multifunktionsfernbedienung enthalten. Der Enox „BFL-0942LED-120“ ist ab sofort zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 999 Euro erhältlich.

www.enox-deutschland.de

Denon-Upgrade für AirPlay Musik-Streaming

Denon hat den Startschuss für sein AirPlay Musik-Streaming-Upgrade gegeben. Dabei handelt es sich um eine Funktion, die das Musik-Streaming aus iTunes-Sammlungen oder von einem AirPlay-kompatiblen iPad, iPhone oder iPod touch direkt auf ausgewählte Denon-Produkte ermöglicht. Die Funktion kann über ein kostenpflichtiges Firmware-Upgrade freigeschaltet werden, das ganz einfach

zu Hause durchgeführt wird. Die Upgrade-Berechtigung kann vorher über die Internetseite <http://airplay.denon-upgrade.eu> zu einem Preis von 49 Euro erworben werden. Unterstützt werden die A/V-Receiver AVR-4311, AVR-3311 und das Jubiläums-Modell AVR-A100. Für das kürzlich vorgestellte Netzwerk-Musik-System CEOL by Denon ist AirPlay seit Ende Januar ebenfalls erhältlich.

www.denon.de

Christofle und LaCie präsentieren USB-Stick in Kieselform

Christofle und LaCie, zwei für besonderes Design bekannte Unternehmen, haben einen neuen Design-USB-Stick mit 4 GB Kapazität vorgestellt: Das Modell Galet hat eine Kieselsteinform mit versilberter Oberfläche. Als Accessoire soll das



besondere Modell die Blicke auf sich ziehen. Der Galet steht laut Presseinformation für eine neue Art, ein edles Material mit moderner Technologie zu kombinieren. Jeder Galet wird in Frankreich handgefertigt und bei Christofle nach 150 Jahre alter Tradition versilbert. Der Galet hat eine Speicherkapazität von 4 GB. Im Lieferumfang ist LaCies Private-Public-Software mit Kennwortschutz enthalten. Das Modell ist ab sofort zum unverbindlichen Verkaufspreis von 100 Euro in weltweit allen Christofle-Filialen sowie im LaCie Online Store erhältlich. www.lacie.com

Neue E-Serie-Projektoren von Sony Professional

Sony Professional hat neue Projektoren der VPL-E-Serie vorgestellt. Sie wurden vor allem für Schulen und kleine Unternehmen konzipiert und zeichnen sich laut Hersteller durch herausragende Bildqualität, niedrige Betriebskosten und einen erschwinglichen Preis aus. Die neuen Projektoren sind in Europa bereits auf dem Markt und stärken das Sortiment für Business-Projektoren von Sony Professional. Jeder Projektor der VPL-E-Serie ist mit einem Objektiv mit kurzer Brennweite ausgestattet. Damit können Nutzer auch in kleinen Räumen großflächige Bilder projizieren. Die Reihe besteht aus vier Projektoren mit nativer XGA-Auflösung für hohe Bildqualität und einer Lichtleistung von 3.600 Lumen (VPL-EX175), 3.100 Lumen (VPL-EX145), 2.600 Lumen (VPL-EX120) und 2.300 Lumen (VPL-EX100). Alle Geräte sind mit einem „Eco-Modus“ ausgestattet, der die Leistungsaufnahme und somit die Betriebskosten auf Knopfdruck senkt. Dank der neu entwickelten Hoch-

leistungslampe und der intelligenten Lampensteuerungstechnologie müssen die Lampen der neuen VPL-E-Serie nur etwa alle 6.000 Stunden ausgetauscht werden. Weil das Filtersystem der neuen Reihe nur zeitgleich mit dem Lampenaustausch gereinigt werden muss, sind der Wartungsaufwand und die damit verbundenen Kosten vergleichsweise gering. Zudem bieten der VPL-EX120, VPL-EX145 und VPL-EX175 die jüngste Generation von anorganischen Bright-Era-Panels von Sony. Diese Technologie gewährleistet nicht nur nachhaltig hellere Bilder, höheren Kontrast und Farbstabilität, sondern trägt auch zur Langlebigkeit des gesamten Systems bei. Alle Projektoren der VPL-E-Serie sind mit einem standardmäßigen 1,3fachen Zoomobjektiv versehen. So kann ein bestehender Projektor einfach ausgetauscht werden, ohne dass die Halterung an der Decke ersetzt werden muss.

www.sony.de

Flexibler Ansteckmonitor von Sony

Sony hat einen flexiblen Zusatzmonitor vorgestellt, der die Möglichkeiten für die Benutzer von Systemkameras und Camcordern erhöht. Der CLM-V55 bietet eine Bild-diagonale von fünf Zoll (12,7 cm) und eine WVGA-Auflösung mit 800 x 480 Punkten (15:9-Format). Er zeichnet sich durch seine Helligkeit und seinen großen Betrachtungswinkel aus. Gelenke in der Halterung gestatten es, den Monitor flexibel zu kippen (± 90 Grad) oder zu drehen (± 180 Grad). So kann sich der Nutzer beispielsweise auf dem Display sehen, wenn er ein Selbstporträt aufnimmt. Konzipiert wurde der Zusatzmonitor vor allem für eine bessere Motivkontrolle bei Videoaufnahmen, aber auch bei der Fotografie kann er hilfreich sein. So können zum Beispiel im Vergrößerungsmodus Bilddetails von Full-HD-Aufnahmen stark aufgezoomt werden, um dem Fotografen eine genauere Analyse des Inhalts zu ermöglichen. Während des Filmens lassen sich außerdem die manuelle Scharfstellung und Farbsättigung der Videoaufnahme exakt kontrollieren. Dank eines in den Monitor integrierten Mono-Lautsprechers eignet sich der CLM-V55 auch, um gespeicherte Filme wiederzugeben. Überdies verfügt der Monitor über einen Kopfhörer-Anschluss. Alle Anwendungen und Einstellungen lassen sich über ein direkt am Monitor angebrachtes Bedienrad steuern. Während der Aufnahme kann der Nutzer so Helligkeit, Kontrast, Farbton, Farbtemperatur, Bildseitenverhältnis (4:3 oder 16:9), Auto-Dimmer und Lautstärke individuell anpassen. Zusätzlich wird der CLM-V55 mit einer aufsteckbaren Sonnenblende geliefert, damit sein Bild auch bei hellem Sonnenlicht noch gut zu erkennen ist. Außerdem ist zum Schutz ein Etui im Lieferumfang enthalten. Als optionales Zubehör sind ein Akku und ein Netzgerät verfügbar.



Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 400 Euro. Das Gerät soll ab März lieferbar sein. www.sony.de

JVC präsentiert ersten Full-HD 3D-Camcorder für den Consumermarkt

Mit dem GS-TD1 von JVC können nun auch Hobbyfilmer eigene 3D-Filme in Full-HD-Qualität erstellen. Der Camcorder ist mit zwei 3D HD GT-Objektiven ausgestattet, die mit ihrer enormen Lichtstärke von F1.2 sehr helle und kontrastreiche Bilder ohne Rauschen liefern. In Kombination mit den beiden hintergrundbeleuchteten CMOS-Sensoren (1/4,1 Zoll – 3,32 Megapixel), die neben hoher Auflösung ebenfalls eine außerordentliche Lichtempfindlichkeit aufweisen, liefert der Camcorder brillante HD-Aufnahmen nicht nur unter normalen Aufnahmebedingungen, sondern auch bei Innenaufnahmen und dunklen Szenen. Um die natürliche Dynamik der 3D-Aufnahmen noch weiter zu steigern und dem Filmer mehr Gestaltungsmöglichkeiten zu eröffnen, sind die Optiken als 5-fach-Zoomobjektive (optisch) ausgestattet, deren Weitwinkelseinstellung bis zu einer Brennweite von 46,7 mm reicht. Die 3D-Wirkung der Aufnahmen kann natürlich auch direkt am Camcorder mit dem 8,8 cm großen und mit 920.000 Pixeln hochauflösenden 3D-Touch-Screen-Suchermonitor kontrolliert werden – ohne jegliche Hilfsmittel, wie z. B. eine 3D-Brille. Die neu entwickelte Bildstabilisierung korrigiert automatisch die Positionen und den Bildversatz der beiden Optiken und sorgt damit für ruhige 3D-Bilder, auch bei Zoomaufnahmen. Eine Umschaltung zwischen 2D und 3D ist mit nur einem Tastendruck möglich. Zusätzlich ist der GS-TD1 mit einem 64 GB großen, internen Speicher ausgestattet. Die Funktionsweise des GS-TD1 ähnelt der des menschlichen Gesichtssinns, d. h. der Camcorder arbeitet mit zwei separaten Objektiven und zwei getrennten Bildwandlern. Anschließend werden die beiden voneinander unabhängigen Bilder parallel durch den Hochgeschwindigkeitsprozessor „Falconbird“ für die dreidimensionale Darstellung aufbereitet. Das so entstandene 3D-Bild kann dann ebenfalls ohne 3D-Brille als dreidimensionales Bewegtbild betrachtet werden. Dieses einzigartige, neu entwickelte „LR Independent Format“ bietet ferner den Vorteil, dass Full-HD-Aufnahmen (1.920 x 1.080) möglich sind. Hinzu kommt, dass auf Wunsch auch in anderen Aufnahmemodi gefilmt werden kann, nämlich in dem verbreiteten „Side-by-Side“-3D-Format für AVCHD sowie im konventionellen AVCHD 2D-Format. Spezialfunktionen wie z. B. Zeiträufelfunktionen erweitern die Einsatzmöglichkeiten des neuen Full-HD 3D-Camcorders von JVC ganz erheblich. Per Zeiträufelfunktion lassen sich kaum sichtbare Abläufe in der Natur oder Produktionsprozesse dreidimensional und in höchster Qualität überaus anschaulich darstellen. Obendrein bietet der GS-TD1 auch eine 3D-Fotofunktion mit interessanten Zusatzfunktionen. So erkennt der Camcorder nicht nur das Lächeln von Personen, sondern sogar die Intensität des Lächelns und zeigt sie entsprechend an. Außerdem lassen sich Serienaufnahmen ohne Begrenzung realisieren. Passend zu dem räumlichen Eindruck, den die 3D-Bilder erzeugen, arbeitet auch die „Audioabteilung“ des GS-TD1. Durch die Ausstattung mit zwei, direkt neben den Objektiven angeordneten Mikrofonen wird ein lebendiger 3D-Sound (Biphonic Sound) erzeugt, der seine dreidimensionale Wirkung schon bei der Wiedergabe mit 2-Kanal-Lautsprechersystemen entfaltet. Mit Hilfe der mitgelieferten Everio MediaBrowser Software (für Windows) hat der Anwender zahlreiche Möglichkeiten, die 3D-Video- und Fotoaufnahmen seines GS-TD1 3D-Camcorders in den verschiedensten Formaten und auf den unterschiedlichsten Datenträgern zu archivieren sowie bequem zu Facebook und YouTube hochzuladen. Die unverbindliche Preisempfehlung (inkl. MwSt.) für den ab März 2011 lieferbaren Full-HD 3D-Camcorder GS-TD1 beträgt voraussichtlich 1.999,- Euro.

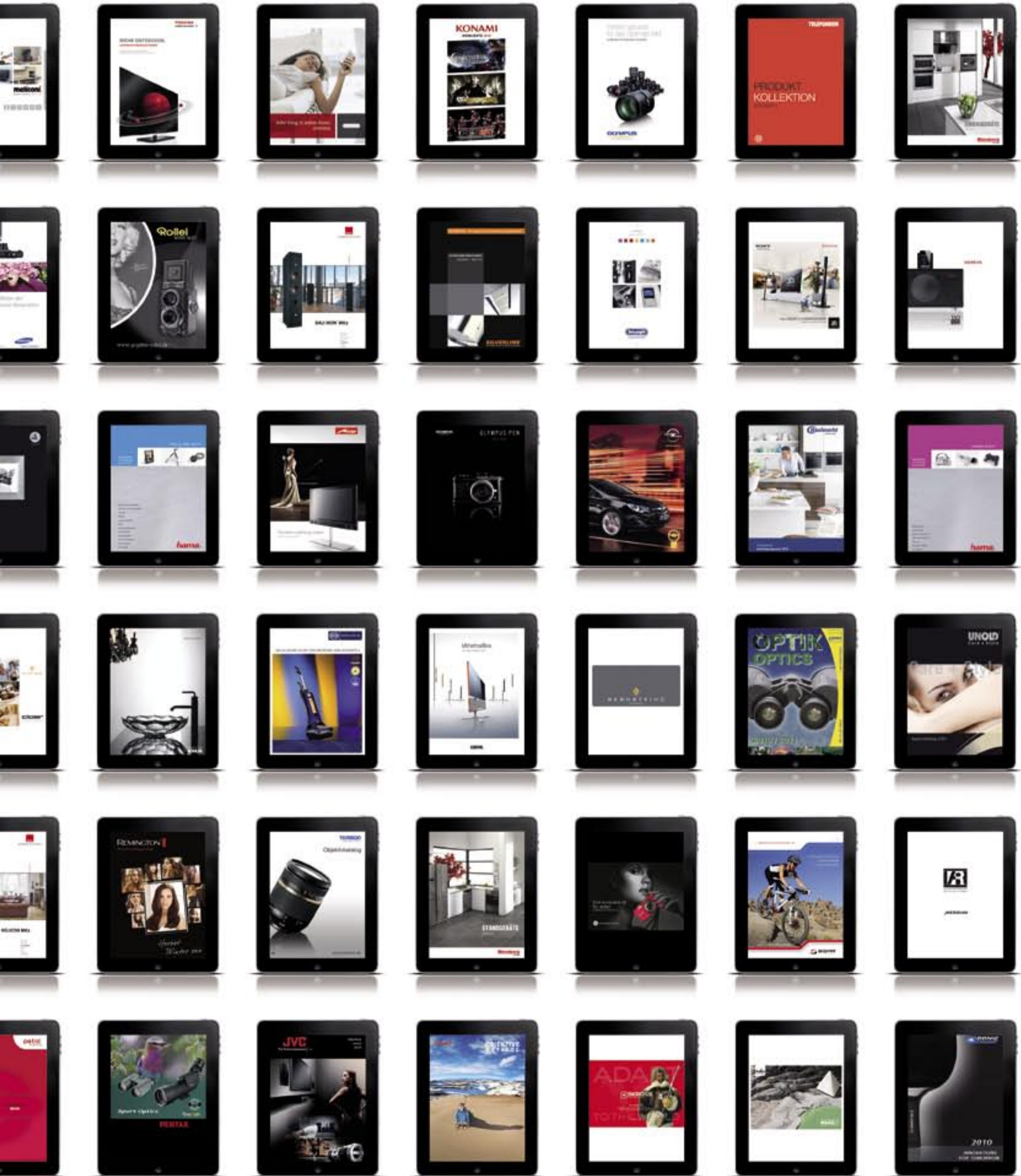


www.jvc.de



PROSPEKTPIRATEN .DE

Über 170 Prospekte von mehr als 100 Marken
- jetzt auch auf dem iPad*





Available on the App Store

iPad is a trademark of Apple Inc.



Im vorigen Jahr informierten sich über 15.000 Fachbesucher auf der Anga Cable in Köln.

Anga Cable mit größerer Ausstellungsfläche und neuer Kongress-Struktur

Knapp drei Monate vor Beginn verzeichnet die Anga Cable, Fachmesse für Kabel, Breitband und Satellit, eine neuerliche Rekordnachfrage. Die vorliegenden Anmeldungen von bereits 340 Ausstellern übersteigen die im Vorjahr gebuchte Ausstellungsfläche so deutlich, dass sich der Veranstalter entschlossen hat, die verfügbare Nettofläche um knapp 15 Prozent zu erweitern. Insbesondere um den zahlreichen Vergrößerungswünschen langjähriger Kunden nachkommen zu können, werden erstmals beide Ebe-

nen der Messehalle 10 genutzt – und zwar gleichmäßig zu jeweils etwa zwei Dritteln. Die Eingangsbereiche der schon bisher genutzten Ebene 10.2 behalten ihre Messepiazza, die erstmals genutzte Ebene 10.1 erhält einen attraktiven Messeboulevard.

Die Anga Cable wird in diesem Jahr vom 3. bis 5. Mai 2011 erneut in Köln stattfinden. 2010 präsentierten sich 395 internationale Aussteller aus 31 Ländern. Mit erstmals mehr als 15.000 Fachbesuchern konnte ein nochmaliger Besucherzuwachs um zehn Prozent gegenüber 2009 erreicht werden. 43 Prozent der Besucher kamen aus dem Ausland nach Köln gereist.

Kostenlose Updates von Triax für HD+-Empfang

Triax hat die beiden Satelliten-Receiver 2S-HD 950 und S-HD 100 mit Software-Updates für den Einsatz sogenannter Legacy-Module fit gemacht, die über den HD+ Web-Shop erhältlich sind. Mit diesen Modulen, die in den CI-Schacht der Geräte gesteckt werden, und einer HD+-Smartcard lassen sich HD+-verschlüsselte Programme zahlreicher Privatsender empfangen. Die Software-Updates, die sich gegenüber der Standard-Firmware allein durch die Unterstützung der Legacy-Module unterscheiden, können ab sofort unter „www.triax-gmbh.de“ heruntergeladen werden. Damit bietet Triax jetzt neben den Receivern S-HD 200 HD+ und S-HD 1000 HD+ zwei weitere Modelle an, die für den HD+-Standard ausgelegt sind. Der 2S-HD 950 kann mit zwei Tunern ein Programm empfangen und zugleich ein anderes über eine integrierte 500-Gigabyte-Festplatte aufzeichnen.

Eine USB-2.0- sowie eine Ethernet-Schnittstelle (10/100 Mbit/s) ermöglichen den direkten Datenaustausch mit einem PC oder anderen externen Datenträgern. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören zwei CI-Schächte, HDTV-Blindscan, Upscaling, umfangreiche Teletext- und EPG-Funktionen sowie Software-Update via Satellit (OTA). HDTV-fähige Fernsehgeräte können über einen HDMI-Ausgang angeschlossen werden. Ferner sind mehrere Schnittstellen (Scart, YUV und VGA) für den Anschluss von Standard-TV-Geräten sowie ein optischer und ein koaxialer AC3-Digitalausgang vorhanden. Darüber hinaus lässt sich der Receiver direkt mit digitalen Unicable-Systemen betreiben. Ein hoher Bedienkomfort, zu dem auch ein Touchscreen auf der Frontblende beiträgt, zeichnet den Receiver zusätzlich aus. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 629 Euro.



Der S-HD 100 bietet eine preiswerte Alternative für den HDTV-Empfang. Über eine USB-2.0-Schnittstelle lassen sich externe Datenträger anschließen. Ein HDMI-Ausgang mit Upscaling-Funktion ermöglicht eine optimale Bildauflösung. Ein koaxialer AC3-Digitalausgang sorgt für eine exzellente Tonwiedergabe. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören ein CI-Schacht, programmierte Senderlisten, ein alphanumerisches Display sowie umfangreiche Videotext-Funktionen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für den S-HD 100, der ebenso wie der 2S-HD 950 direkt mit digitalen Unicable-Systemen betrieben werden kann, beträgt 179,80 Euro.

www.triax-gmbh.de

Eröffnet wird die dreitägige Veranstaltung mit Grußworten des Präsidenten der Bundesnetzagentur, Matthias Kurth, und von Thomas Braun, Präsident des Verbandes Deutscher Kabelnetzbetreiber (Anga). Das messebegleitende Kongressprogramm erhält am ersten Veranstaltungstag eine neue Struktur: Den Auftakt bildet erstmals ein Breitbandgipfel, gefolgt vom sogenannten Fernsehgipfel, der sich mit den aktuellen Fragen der TV- und Medienmärkte beschäftigt.

Das vollständige Kongressprogramm wird in den kommenden Tagen veröffentlicht. Acht Veranstaltungen finden auf englisch statt. Ein Kongressticket für das gesamte Strategie- und Technikprogramm (einschließlich Besuch der Ausstellung) kostet 180 Euro, mit Abendveranstaltung „Anga Cable Night“ 240 Euro. Ein „Technikticket“, mit dem die Technikpanels und die Ausstellung zugänglich sind, kostet 90 Euro. Der Besuch der Ausstellung ist für 20 Euro möglich. Alle genannten Preise verstehen sich inkl. USt. Besucher können sich ab sofort online unter www.angacable.de für Messe und Kongress anmelden.

www.angacable.com

Seminar von AG SAT, Astra und ZVEI informiert über Analogabschaltung

Die Abschaltung der analogen Satelliten-Übertragung rückt immer näher: Am 30. April 2012 endet die Ausstrahlung der analogen Programme über Astra. Aktuell empfangen noch rund 3,6 Millionen Haushalte ihre Programme analog über Satellit. Diese Haushalte gilt es vor dem 30. April 2012 auf digitalen Satelliten-Empfang umzustellen. Damit Fachhandel und Fachhandwerk dafür gerüstet und über den Stand der Technik und der Angebote aktuell und kompetent informiert sind, veranstalten die AG SAT, Astra und der ZVEI im Februar eine Seminarreihe.

Die AG SAT Kompetenz-Seminare bieten umfangreiche Informationen aus erster Hand von kompetenten Dozenten aus der Branche. Zudem haben die Seminare die Sensibilisierung der Wohnungswirtschaft sowie kleinerer und mittlerer Netzbetreiber für den digitalen Empfang und HDTV zum Ziel. Unter allen Teilnehmern wird am Ende der Seminartour ein 3D-TV-Gerät verlost. Die Seminartour steht unter dem Motto „Analogabschaltung 30.04.2012: Jetzt handeln!“. In acht Städten wird jeweils ein Seminar veranstaltet, und zwar am: 14.2. in Dresden, 15.2. in Berlin, 16.2. in Hannover, 17.2. in Dortmund, 21.2. in Stuttgart, 22.2. in München, 23.2. in Nürnberg und 24.2. in Wiesbaden.

Die Seminare orientieren sich an den wichtigsten Themenfeldern und umfassen die Programmpunkte Astra – Märkte, Dienste, HD+, Einführung und Vorteile der digitalen Empfangstechnik, Anlagen- und Verteiltechnik des Satelliten-Empfangs, aktives Verkaufen, Antennenmesstechnik. Die Seminar-Reihe wird von einer Aus-

Eutelsat-Satellit KA-SAT auf 9° Ost positioniert

Der leistungsstärkste Satellit der Welt, der KA-SAT der Eutelsat Communications, hat die nach seinem erfolgreichen Start realisierten Flugmanöver erfolgreich beendet und befindet sich nun im geostationären Orbit auf seiner vorgesehenen Betriebsposition 9° Ost. Am 8. Januar hat Eutelsat die Nutzlast des neuen Satelliten angeschaltet. Damit konnten im Orbit zahlreiche notwendige Testserien mit Europas erstem High Throughput Satellit beginnen. An diese schließt sich die finale Phase der Überprüfung des Zusammenspiels des Satelliten mit dem Netz der über ganz Europa verteilten Bodenstationen an, die alle an den Internet Backbone angeschlossen sind. Die wirtschaftliche Inbetriebnahme des Satelliten ist für Ende Mai vorgesehen.



Der KA-SAT wird für den Transport vorbereitet.

Zu den am Eutelsat Teleport Rambouillet in der Nähe von Paris zentralisierten Arbeiten seit dem Start von KA-SAT am 26.

Dezember gehörte die vollständige Ausfuhr der Solarsegel. Der Satellit hat damit im Orbit eine Spannweite von über 40 Metern. Zudem gingen die vier Antennen für die 82 Spotbeams in Betrieb. Damit kann der Satellit Europa und den Mittelmeerraum abdecken.

Der von Astrium für Eutelsat gebaute KA-SAT steht für den Beginn einer neuen Generation leistungsstarker Multi-Spotbeam Satelliten mit hohen Kapazitäten für Breitband- und Datendienste. KA-SAT kann allein in Deutschland nach seiner Inbetriebnahme bis zu 200.000 Haushalte in Regionen mit keinen oder ungenügenden Breitbandanbindungen mit Diensten bis zu 10 Mbit/s im Download und 4 Mbit/s im Upload bedienen und damit einen signifikanten Beitrag zum Schließen der digitalen Versorgungslücken leisten.

www.eutelsat.de

stellung begleitet, in der die AG SAT-Mitgliedsfirmen Astro, Axing, Blanckom, GSS, Kathrein, KWS, Polytron, Promax, Triax und Wisi mit ihren Produkten, vielfältigen Informationen und Gesprächen zur Verfügung stehen. Die Teilnahmegebühr beträgt 50 Euro zzgl. MwSt. www.agsat.de

Wolfgang Holstein ist neuer Key Account Manager bei smart

Das Schwarzwälder Digitalunternehmen smart electronic hat mit Wolfgang Holstein einen Key Account Manager eingestellt. Der langjährige Branchenprofi übernimmt die komplette Verantwortung für den Großhandel auf nationaler Ebene. Er ist damit fortan primärer Ansprechpartner für bestehende sowie interessierte neue Geschäftspartner. Das Aufgabengebiet seiner Position umfasst darüber hinaus die konsequente Markt- und Wettbewerbsbeobachtung sowie die Angebots- und Auftragsstellung für individuelle Anfragen aus Kundenkreisen.

www.smart-electronic.de

Eutelsat und Ariespace setzen Partnerschaft mit 25 Satellitenstarts fort

Eutelsat Communications und Ariespace setzen ihre seit 28 Jahren bestehende Zusammenarbeit mit 25 Starts fort und haben ein neues

Abkommen für einen Satellitenstart im Jahr 2012 unterzeichnet. Der im Dezember geschlossene Vertrag für den Start mit einer Ariane 5 Träger-rakete vom Guiana Space Centre aus stellt Eutelsat die zeitliche Diversität und Ablaufsicherheit für das wichtige Ausbauprogramm der Kapazitäten im Orbit mit dem Start von sechs Satelliten bis Mitte 2013 bereit.

www.eutelsat.de

Tele iSTAR PVR App ab sofort kostenlos im iTunes App Store

Alle Nutzer von iPhone, iPad oder iPod Touch können jetzt mit der Tele iSTAR PVR App auch von unterwegs ihren Telestar Receiver programmieren. Die App wurde speziell für die Apple-Produkte iPhone 3 & 4, iPad und iPod Touch konzipiert. Sie ermöglicht den Fernzugriff auf alle Telestar Receiver der Serien Diginova HD, Diginova 10 HD, Diginova 10 HD-K und IQ 200 HD sowie auf die Orbitech Receiver der Typen CI 400 HD und CI 440 HD. Um die App von unterwegs nutzen zu können, muss das entsprechende Gerät über LAN bzw. WLAN in ein Heimnetzwerk eingebunden sein, auf das aus der Ferne zugegriffen werden kann. Die Applikation kann verwendet werden, um die Aufnahmetimer des Receivers von unterwegs zu programmieren. Die Tele iSTAR PVR App steht im App Store über Apple iTunes zum kostenlosen Download bereit. www.telestar.de

Exklusive Samsung Shrek Blu-ray 3D Collection 3-fach gute Handels- unterstützung

Mit der erfolgreichen Shrek-Reihe baut Samsung das Angebot an exklusiven 3D-Inhalten weiter aus und schafft mit einer großen Handelsaktion neue Kaufanreize für 3D-TV. In einem Gespräch mit PoS-MAIL hat Gerd Weiner, Director Sales & Marketing A/V, die Fachhandelsunterstützung vorgestellt und gab einen ersten Ausblick auf die Samsung Roadshow im März.

PoS-MAIL: Herr Weiner, Samsung hat den Markt im vergangenen Jahr mit 3D-TV maßgeblich beeinflusst. Welche Rolle spielt das dreidimensionale TV-Erlebnis 2011 bei Samsung?

Gerd Weiner: Mit einem der größten 3D-Sortimente am Markt ist es Samsung 2010 gelungen, die Begeisterung der Verbraucher für 3D-TV zu wecken und dem Fachhandel neue Absatzmöglichkeiten zu eröffnen. Unsere 3D-TVs, Blu-ray-Player und Blu-ray-Heimkinoanlagen bieten für jeden Verbraucher individuelle Lösungen und sind speziell auf die vielfältige deutsche Handelslandschaft zugeschnitten. Auch 2011 glauben wir weiterhin fest an den Erfolg. 3D-TV bietet die einmalige Gelegenheit, die Faszination für plastische Bilder gemeinsam mit Freunden und der Familie zu erleben und zu teilen. Voraussetzung für den Durchbruch von 3D-TV ist aber nach wie vor ein vielseitiges Inhalte-Angebot. Um diese Entwicklung weiter voranzutreiben, bauen wir unsere Zusammenarbeit mit DreamWorks Animation L.L.C. aus: Nach dem Kinohit „Monsters vs. Aliens“ bieten wir mit „Shrek“ jetzt eine der erfolgreichsten und Oscar-prämierten Animationsreihen in 3D an.



Gerd Weiner, Director Sales & Marketing A/V

PoS-MAIL: Was verbirgt sich hinter der großen Samsung Handelsaktion „Jetzt 3-fach gut fernsehen“?

Gerd Weiner: Wir wollen das Absatzgeschäft für unsere Handelspartner gleich zu Beginn des Jahres ankurbeln und ihnen überzeugende Verkaufsargumente liefern. So erhält jeder Kunde, der sich vom 31. Januar bis 27. Februar für den Testsieger der Stiftung Warentest (Ausgabe 8/2010) LED TV C7700 oder den C8790 in den Zollgrößen 40 (101 Zentimeter), 46 (116 Zentimeter) oder 55 Zoll (138 Zentimeter) oder den LED TV UE40S870 entscheidet, die exklusive Shrek Blu-ray 3D Collection von Samsung. Als zusätzlichen Kaufanreiz kann er sich je nach Modell über eine

Prämie zwischen 80 und 200 Euro freuen – und punktet so 3-fach. Das Beste: Wir übernehmen in Zusammenarbeit mit der Agentur marken mehrwert die komplette Abwicklung – der Händler kann sich voll und ganz auf die Beratung und den Verkauf der TV-Geräte konzentrieren.

PoS-MAIL: Wie funktioniert die Teilnahme für den Kunden?

Gerd Weiner: Die Teilnahme ist ganz unkompliziert: Der Käufer füllt einfach das Antragsformular im Fachhandel oder online unter www.markenmehrwert.com aus – kurze Zeit später wird die Prämie überwiesen und die exklusive Shrek Blu-ray 3D Collection versendet. So kann der Nutzer zum ersten Mal alle vier Shrek-Teile in plastischen Bildern wie zum Anfassen erleben.

PoS-MAIL: Wie macht Samsung auf die Handelsaktion aufmerksam?

Gerd Weiner: Um den stationären Handel gezielt zu unterstützen, statten wir ihn mit umfangreichen PoS-Materialien aus. Bereits im Eingangsbereich der Märkte machen wir mit Doorstickern auf die Shrek Blu-ray 3D Collection aufmerksam. Darüber hinaus stellen wir unseren Partnern Aufsteller, Poster, Topper und einen Aktions-Trailer zur Verfügung, den sie auf den Samsung Geräten zeigen können. Ein Registrierungs-flyer erleichtert die Abwicklung am PoS. Alle Infos zu „Jetzt 3-fach gut fernsehen“ gibt es ab Aktionsstart im Internet unter www.samsung.de/shrekaktion.



Samsung Handelsaktion „Jetzt 3-fach gut fernsehen“

Je nach Modell erhalten Käufer nicht nur die exklusive Shrek Blu-ray 3D Collection von Samsung, sondern auch eine Geldprämie:

| MODELL | PRÄMIENBETRAG |
|----------------|---------------|
| UE40S870XSXZG | 80,00 Euro |
| UE40C7700WZXZG | 80,00 Euro |
| UE40C8790XZXZG | 100,00 Euro |
| UE46C7700WZXZG | 125,00 Euro |
| UE46C8790XZXZG | 150,00 Euro |
| UE55C7700WZXZG | 150,00 Euro |
| UE55C8790XZXZG | 200,00 Euro |

Samsung Roadshow 2011

Zum dritten Mal tourt Samsung durch Deutschland und zeigt auf der Roadshow „INSPIRE THE WORLD, CREATE THE FUTURE“ im März seine Produkt-Highlights 2011 aus den Bereichen Consumer Electronics, Telekommunikation und IT. Erste Termine stehen bereits fest:

3. – 4. März: Hamburg • 10. – 11. März: Frankfurt/Offenbach • 14. – 15. März: Dresden

Neue TV-Linie bietet direkten Zugriff auf Multimedia-Inhalte

Grundig setzt auf Vernetzung



Smarte Lösungen für das vernetzte Zuhause stehen bei den hybriden LED-TVs von Grundig im Fokus. Beim neuen Vision 7 und Vision 8 TV-Line-up sowie beim Fine Arts LED 32“ sorgt DLNA für einen einfachen und kabellosen Austausch von Multimedia-Inhalten unterschiedlichster Geräte. Darüber hinaus bietet Grundig mit dem Fine Arts LED 40“ dank Web-TV-Funktion und DLNA zudem einen komfortablen Zugriff auf Online-Entertainment-Angebote von Acetrax, YouTube, Flickr oder Web-Radio.

„Wir haben eine Vielzahl von Multimedia-Inhalten für den komfortablen und direkten Zugriff in das neue Grundig TV-Line-up integriert, ohne dass der Zuschauer den Umweg über den PC gehen muss“, so Akin Garzanli, Director Product Management & Quality bei der Grundig Intermedia GmbH. „Beispielsweise können sie durch unsere Kooperation mit Acetrax über ihren Fernseher bequem auf eine große Online-Videothek zugreifen. Das stellt eine echte Alternative zu Videotheken oder ähnlichen Angeboten dar.“

DLNA verbindet

Neben der Web-TV-Funktion vervollständigt DLNA (Digital Living Network Alliance) die vernetzte Welt von Grundig. Dank der platt-

formübergreifenden Technologie verstehen sich DLNA-zertifizierte Geräte herstellerunabhängig im heimischen Netzwerk. Somit tauschen sich PC, Fernseher oder Digitalkamera problemlos aus, und Daten lassen sich unkomprimiert ohne Bildverlust übertragen. Dazu werden alle DLNA-fähigen Geräte automatisch erkannt und vom Nutzer bequem und unkompliziert nach Multimedia-Inhalten durchsucht. Einmal ausgewählt, lassen sich die Dateien im heimischen Netzwerk ganz leicht austauschen und direkt auf dem TV anzeigen. Ermöglicht wird dies durch den eingebauten kabelgebundenen Netzwerk-Anschluss oder über das Drahtlos-Netzwerk (WLAN) mit einem von Grundig erhältlichen Wireless Stick (USB-

Dongle). Neben der DLNA-Zertifizierung sind alle Modelle mit LED-Hintergrundbeleuchtung sowie der praktischen USB-Recording Funktion ausgestattet. Geringer Stromverbrauch ist damit garantiert.

Edition“ bietet dank speziellem Sport-Modus die Möglichkeit, sowohl Ton als auch Farbe optimal auf das Fernseh-Sporterlebnis einzustellen. Neben den speziellen Farbeinstellungen können auch die Audioeigenschaften

Die Grundig Sport Edition kommt in auffällig gestalteten Verpackungen in den Handel.



Grundig Sport Edition

Ab März sind drei neue Grundig LED-TV-Sondermodelle erhältlich, die voll und ganz auf Sport eingestellt sind. Die Grundig „Sport

durch die Option „Stadion Sound“ angepasst werden, so dass sich das Wohnzimmer per Knopfdruck in eine Sportarena verwandelt. Der 32 VLE 8180 S und der 40 VLE 8180 S sind mit dem neuen High-End TV-Chassis Digi SX ausgestattet und bieten somit Triple HD-Tuner, CI+ Slot und zwei USB-Anschlüsse. Ein hohes Maß an Flexibilität in bezug auf Peripheriegeräte ist zudem durch 4 HDMI Anschlüsse garantiert. Dank DLNA-Zertifizierung ist die problemlose Kommunikation mit entsprechender Hardware im Heimnetzwerk möglich. So können Musik-, Video- und Bilddaten über einen von Grundig verfügbaren USB-Dongle kabellos übertragen werden. Videodateien lassen sich mit einer noch höheren Geschwindigkeit per LAN-Kabel auf die Fernseher überspielen. TV-Sportliebhaber dürfen sich schließlich

noch über einen gratis USB-Stick mit 8 GB Speicherkapazität freuen und können auf diese Weise die praktische USB-Recording-Funktion in vollen Zügen auskosten. Die Grundig Sport Visions werden in auffällig gestalteten Verpackungen im Sportdesign ausgeliefert.

Weißer Linie

Wie der Name schon verrät, sind die Fernseher der Grundig „White Line“ in glänzendem Weiß gehalten. Gepaart mit klaren Linien und einer schlanken Silhouette werden sie so zum stilvollen Mittelpunkt in jeder Wohnumgebung. Doch nicht nur das Exterieur überzeugt. Dem Wunsch vieler Haushalte nach intelligenter Vernetzung von Fernseher und verschiedenen Hardwaregeräten wird Grundig mit der White Line gerecht: Die Versionen 40 VLE 7150 C und 32 VLE 7150 ermöglichen auch hier dank DLNA-Zertifizierung die problemlose Kommunikation mit entsprechend zertifizierter Hardware wie Digital- oder Videokameras im Heimnetzwerk. So können Musik-, Video- und Bilddaten über einen von Grundig verfügbaren USB-Dongle kabellos auf die LED-TVs übertragen werden. Videodateien lassen sich in einer noch höheren Geschwindigkeit per LAN-Kabel auf die Fernseher überspielen. Auch der Empfang von Web-Radio ist möglich. Alle drei Grundig White Line-Modelle sind mit LED-Hintergrundbeleuchtung sowie der praktischen USB-Recording-Funktion ausgestattet. Geringer Stromverbrauch und ein brillantes Bild sind somit Programm. Zudem ist die Aufnahme der Lieblingssendung damit möglich. Zusätzlich bieten der 32 VLE 7150 und 40 VLE 7150 C Fernsehvergnügen in Full-HD sowie einen integrierten DVB-T- und DVB-C-Tuner. Zu erkennen ist die in limitierter Auflage erscheinende White Line bereits an der attraktiven Verpackung, die ab Februar 2011 sowohl TV-Fans als auch Designliebhabern auffallen wird. Grundigs weiße Linie wird es in Bildformaten von 22, 32 und 40 Zoll geben. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 399, 699 und 899 Euro.



Fachhandelstreue Marke mit Tradition

Nach der Insolvenz der Grundig AG startete die Grundig Intermedia GmbH am 1. Mai 2004 als Tochter der britischen Alba plc. und der mehrheitlich zur Koç-Gruppe gehörenden türkischen Beko Elektronik A.S. Beide Konzerne hielten je 50 Prozent der Grundig Multimedia B.V., die als Holding alleiniger Anteilseigner der Grundig Intermedia GmbH ist. Zum 18. Dezember 2007 übernahm die Koç-Gruppe durch ihre Tochter Arçelik A.S. auch die Anteile der Alba plc. und ist damit alleinige Eigentümerin der Grundig Multimedia B.V. bzw. der Grundig Intermedia GmbH. Die Koç Holding A.S. ist eine inhabergeführte, türkische Unternehmensgruppe in der dritten Generation. Sie beschäftigt weltweit über 71.000 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Jahr 2009 einen Jahresumsatz von 45 Milliarden US-Dollar. Die Grundig Intermedia GmbH ist mit den Bereichen Vertrieb, Marketing, Kommunikation, Industrial Design, Qualitätsabteilung, Kundendienst und Innendienst und ihren 140 Mitarbeitern in Nürnberg ansässig. Grundig wachse seit der IFA 2009 in allen Vertriebskanälen überproportional, heißt es seitens des Unternehmens. Das zeige sich auch in der anhaltenden positiven Geschäftsentwicklung. Für die Stärkung der Vertriebsaktivitäten von Grundig ist u. a. auch die Grundig-Fachhandels-Initiative (GFI) verantwortlich. Bereits im Jahr 1994 schlossen sich mehrere Fachhändler zusammen, um den Zugriff auf ein exklusiv entwickeltes und produziertes Produktprogramm von Grundig zu erhalten. Die Zahl der GFI-Mitglieder ist von 500 im letzten Jahr auf aktuell über 1.900 Fachhändler angewachsen.

Der VideoWeb Hybrid EPG bringt Übersicht in die wachsende Senderangebotsfülle

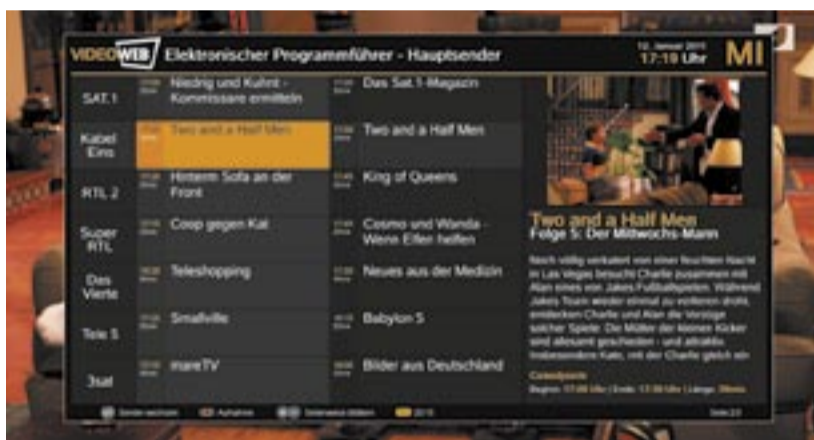
Bildschöner TV-Programmführer

Die hybride Verschmelzung zwischen Internet und Fernsehen geht in die nächste Funktionalitätsrunde. Mit dem VideoWeb Hybrid EPG kann der Handel jetzt dem Kunden den ersten umfangreichen internetbasierten elektronischen TV-Programmführer auf dem deutschen Markt bieten. Grafisch basiert und interaktiv leitet die digitale Online-Zeitschrift reich bebildert durch die wachsende Programmfülle. Sie kommt kostenfrei auf den HD-Fernseher jedes bestehenden und neuen VideoWeb-Nutzers.

Elektronische Programmführer oder sogenannte EPGs, also Electronic Program Guides, sind inzwischen Standard bei allen Satellitenreceivern und den meisten neuen Fernsehern. Allerdings funktionieren die traditionellen EPGs nur eingeschränkt, nicht zuletzt weil sie auf nur wenige Informationen, die per Satellit übertragen werden, zugreifen können. Der elektronische Programm-Guide von VideoWeb bezieht demgegenüber seine Daten nicht herkömmlich über Satellit, sondern aus dem Internet, und bietet seinen Nutzern dadurch besondere Vorteile.

Seinen Videorecorder 21 Tage im voraus programmieren

Die Programmbeschreibungen sind jetzt wesentlich umfangreicher als bisher. Zudem sind die Programminformationen wie in einer TV-Zeitschrift mit umfangreichem Bildmaterial ausgestattet. Was die Fernsehnutzer, die sich ausführlich informieren wollen, besonders schätzen werden: Der kundenfreundliche hybride EPG von VideoWeb liefert die Daten und Sendeinformationen nicht nur, wie bisher ansonsten üblich, sieben

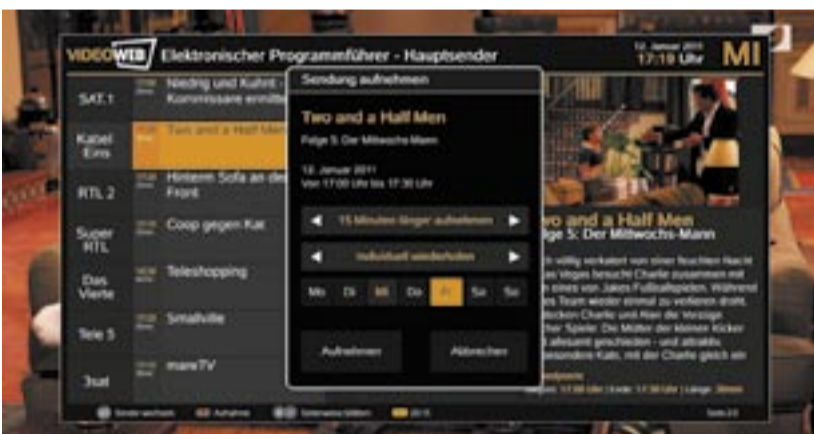


Programmvorschau mit 21-Tage-Ansicht

Tage, sondern bis zu drei Wochen im voraus. Dies ist gerade dann besonders hilfreich, wenn man beispielsweise seinen digitalen Videorecorder weit in die Zukunft programmieren möchte.

Flutartig wachsende Programmdichte und immer mehr TV-Sen-

dungen im digitalen Fernsehen fördern einen boomenden Markt für die intelligente Entertainmentnavigation. Hybride EPGs, die ihre Inhalte aus dem Internet beziehen, sind prädestiniert, hier Überblick zu schaffen und die Funktion eines Entertainment-Guides im digitali-



Aufnahmeprogrammierung mit Serienfunktion und individuell einstellbaren Nachlaufzeiten, damit bei Verzögerung der Sendung das Ende der Aufnahme nicht abgeschnitten wird.



Hauptansicht des neuen VideoWeb Hybrid EPG mit XXL-Texten und -Bildern.

sierten Wohnzimmer zu übernehmen.

Intelligente Programmnavigation stark nachgefragt

Matthias Greve, CEO VideoWeb GmbH, sagt: „Intelligente Inhaltnavigation und leichtes Finden von TV-Sendungen sind mitentscheidende Erfolgsfaktoren des neuen multimedialen Entertainment-TV-Gerätes und des digitalisierten Wohnzimmers. Aus zahlreichen Endkundengesprächen wissen wir, dass genau diese Funktionalität des modernen Receivern vom Konsumenten stark nachgefragt wird. VideoWeb bringt jetzt mit seinem elektronischen Programmführer Struktur und Transparenz in eine Welt des informellen und visuellen Überflusses.“

Dem Handel steht mit einem Zusatzprodukt wie dem VideoWeb Hybrid EPG ein weiteres Verkaufsargument für die neue hybride TV-Welt zur Verfügung. Der Markt ist reif. Deutschland wird laut Marktuntersuchungen mit der jetzt rasant in Fahrt gekommenen Digitalisierung der TV-Welt kurz- und mittelfristig im europäischen Vergleich der EPG-Nutzerzahlen aufholen. In den nächsten drei Jahren soll bereits über die Hälfte der deutschen Haushalte die neuartigen Programmführer verwenden, die damit dann zum Alltagsprodukt geworden sind.

Kernfunktionen des neuen VideoWeb Hybrid EPG

- Die Programminformationen werden online per Internet beim Aufruf des EPG übertragen. Sie sind daher sehr aktuell und werden nicht wie bei traditionellen Receivern erst mit Zeitverzögerungen vom Satellit empfangen.
- Programmdateien für alle Sender sofort im Zugriff, ohne dass der Sender erst eingeschaltet sein muss.
- XXL-Programminformationen für über 100 deutschsprachige Sender und damit wesentlich umfangreichere Informationen, als bisher per Satellit verfügbar sind.
- Ausführliche Sendungsinfos mit Bildern (traditionelle EPGs haben keine Bilder).
- Programmdateien 21 Tage im voraus (gegenüber 7 Tagen traditioneller EPGs).
- Kostenloser Service für alle neuen und bestehenden VideoWeb-Kunden und keine kostenpflichtigen Abonnements.

Pos Aktuell

Actebis Peacock lädt zum VoIP-Kurs nach Osnabrück ein

Voice over IP (VoIP) entwickelt sich immer mehr auch für den Mittelstand zu einer wirtschaftlich attraktiven Alternative zur herkömmlichen Festnetztelefonie. Motor dieser Entwicklung ist die Verfügbarkeit breitbandiger Internetverbindungen. Für den Fachhandel eröffnet der Trend zur IP-basierten Telefonie attraktive neue Geschäftsmöglichkeiten. Actebis

Peacock vermittelt das für den Einstieg notwendige Grundwissen im Rahmen eines VoIP-Kurses, der am 17. Februar in der Niederlassung Osnabrück stattfindet.

Das Angebot richtet sich an Fachhändler, die sich näher mit dem Thema VoIP und den damit verbundenen Business-Optionen beschäftigen wollen. Im Rahmen des ganztägigen Programms eignen sich die Teilnehmer nicht nur grundlegendes Wissen über Technologie, Netzstrukturen und Dienste sowie daraus resultierende Kundennutzen an. Sie erhalten zudem Gelegenheit, sich selbst in die Integration und Inbetriebnahme einer VoIP-basierten Telefonanlage einzubringen und in

diesem Zusammenhang die Telefonie an eigenen Notebooks zu parametrieren.

Als Referenten für den hochwertig angelegten Kurs hat Actebis Peacock mit Thomas Wübbe einen renommierten Fachmann gewonnen. Die Seminarteilnehmer profitieren von den Erfahrungen aus über 22jähriger Ingenieurarbeit in nachrichtentechnischer Entwicklung und Beratung sowie einer 18jährigen Dozententätigkeit.

Der Kurs findet am 17. Februar von 9.00 bis 17.00 Uhr in Osnabrück statt. Für die Teilnahme wird ein Kostenbeitrag von 229 Euro pro Person erhoben.

www.actebispeacock.de

SDI Roadshow beleuchtet das Thema Digital Signage

Das Münchner Systemhaus SDI veranstaltet im Februar eine Roadshow zum Thema Digital Signage. Sie richtet sich unter anderem an Inhaber, Geschäftsführer, Manager und Entscheider, Architekten und Planer aus dem Groß- und Einzelhandel. Konzipiert als Halbtagsveranstaltung (jeweils vormittags und nachmittags) bietet die Roadshow in München (8.2.), Berlin (10.2.), Köln (15.2.) und Hamburg (17.2.) die Möglichkeit, sich neutral über Installation, Funktion, Wirkung und Kosten zu informieren. So gibt es beispielsweise

einen Überblick zu möglichen Projektionsflächen, Monitoren und Großbildschirmen, Informationen zu passenden Inhalten und Werbespots und Erläuterungen, wie ein Digital Signage-Vorhaben von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung optimal organisiert wird.

Für die Veranstaltung mit jeweils fünf Impulsvorträgen sowie einen Networking-Teil betragen die Kosten pro Teilnehmer 29 Euro netto Schutzgebühr inkl. Essen. Die Plätze sind limitiert auf max. 20 Teilnehmer pro Veranstaltung. Alle Informationen und Anmeldung unter: www.roadshow2011.sdi-munich.de.



Neues Garmin nüvi 2460LT mit 5“-Display

Garmin hat mit dem nüvi 2460LT ein neues 5“/12,7 cm Navigationsgerät vorgestellt. Neben dem großen Display bietet das Gerät eine Reihe neuer Funktionen wie beispielsweise Sprachsteuerung, lebenslange Verkehrsfunklizenz (Lifetime Traffic) sowie erweiterte Routenplanung und -berechnung mit nüRoute-Technologie. Dank Sprachsteuerung lässt sich das nüvi 2460LT ganz einfach über Sprachbefehle bedienen. Das nüvi kann durch einen personalisierbaren Sprachbefehl gestartet und durch einfaches Sprechen der angezeigten Menüoptionen gesteuert werden.



Zusammen mit einem kompatiblen Telefon und aktiviertem Bluetooth können Nutzer Telefongespräche führen (Bluetooth-Freisprecheinrichtung). Mit dem bereits integrierten Premium Verkehrsfunk weist das Navi den Fahrer automatisch auf Verkehrsbehinderungen und Baustellen hin und schlägt entsprechende Alternativrouten vor. Zusätzlich ist das nüvi 2460LT mit der intelligenten Garmin nüRoute-Technologie ausgestattet, die sich aus trafficTrends und myTrends zusammensetzt. trafficTrends basiert auf historischen Daten zum Verkehrs-

aufkommen, um die Routenberechnung in Abhängigkeit von Uhrzeit und Wochentag zu verbessern und die geschätzte Ankunftszeit genauer vorherzusagen. myTrends merkt sich häufig angefahrne Ziele und schlägt das voraussichtliche Fahrziel vor, sobald das nüvi eingeschaltet wird. Darüber hinaus profitiert der Nutzer vom übersichtlichen Fahrspurassistenten und der innovativen und Garmin exklusiven PhotoReal 3D-Kreuzungsansicht, die Kreuzungen auf dem Navigationsgerät realitätsgetreu darstellt und dadurch den Fahrer unterstützt, selbst in unübersichtlichen Verkehrssituationen den Überblick zu bewahren. Aber damit nicht genug: Das nüvi 2460LT kennt die jeweils erlaubte Höchstgeschwindigkeit der meisten Straßen und warnt den Fahrer visuell und auf Wunsch auch akustisch bei Geschwindigkeitsübertretungen. Außerdem ermöglicht das nüvi 2460LT eine noch umfassendere Personalisierung an die jeweiligen Nutzungsgewohnheiten des Fahrers als bisherige nüvis. Das nüvi 2460LT wird für 249 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) voraussichtlich noch im ersten Quartal erhältlich sein. www.garmin.de

Navigon gibt jeweils dienstags Navi-Tipps auf Facebook

Navigon veröffentlicht an jedem Dienstag auf seiner Facebook-Fanseite einen Tipp für Anwender. Diese Ratschläge, die unter www.navigon.com/facebook zu finden sind, werden im Laufe des Jahres zudem auf der Navigon Homepage im Kundenservice-Bereich abrufbar sein. In den Dienstags-Tipps erklärt der Navigati-

onsexperte anhand von Screenshots Schritt für Schritt die Bedienung bestimmter Features. Bereits veröffentlichte Hinweise zeigen beispielsweise, wie Anwender eigene Zwischenziele erstellen oder das für alle Plattformen verfügbare Reality View sowie den Reality Scanner für Android-Phones nutzen können. Klicken Nutzer auf den jeweiligen Tipp auf der Facebook-Pinnwand von Navigon, gelangen sie zum Foto-stream des Herstellers bei flickr – auf dem sämtliche Hinweise ebenfalls veröffentlicht werden. Die Tipps betreffen zahlreiche Themen rund um Navigon – von PNDs, über Navigations-Apps für iPhone und Android bis zur Nutzung der Software-Plattform Navigon Fresh. www.navigon.com

Navigon Upgrade bringt 22er- und 23er-Geräten neue Funktionen

Ein aktuelles Softwareupgrade von Navigon macht die 22er- und 23er-Geräte zum Navigon 20 Plus. Zusätzlich zu den Features erhalten die Anwender neues und aktualisiertes Kartenmaterial. „Mit der Aufwertung bringen wir die bewährten Geräte unserer Kunden direkt auf den Stand der derzeitigen Navi-Generation“, sagte Jörn Watzke, Executive Vice President Product Line Management bei Navigon. „Sie bekommen so die beste Ausstattung im Einsteigersegment und können Funktionen wie das ‚One Click Menu‘ direkt auf ihrem vertrauten Navi nutzen.“ Zudem erhalten Nutzer aktuelles Kartenmaterial von 44 Ländern. Das Upgrade enthält zahlreiche Funktionen, die die 22er- und 23er-Modelle besonders hinsichtlich Sicherheit und Komfort voranbringen. Der

Becker schaltet Onlineshop frei

An Navigation Interessierte wurden bei Becker Online bislang ausschließlich in Sachen Accessoires fündig. Das hat sich jetzt geändert: Erstmals bietet United Navigation ab sofort seinen Kunden unter der Adresse <http://shop.mobilenavigation.mybecker.com> einen umfassenden Becker Onlineshop. Er bietet einen übersichtlichen Aufbau und klare Strukturen und soll so die Suche nach dem passenden Navigationsgerät und/oder Zubehör erleichtern. Neben der Vorstellung der Becker-Neuheiten und



den aktuellen Kauf Tipps finden die Besucher auch die jeweiligen Angebote der Woche prominent auf der Startseite platziert. In den weiteren Kategorien werden das aktuelle Becker Portfolio und das entsprechende Zubehör angeboten. Die Kunden finden notwendige Karten-Updates und Zubehörteile, die ein Ausnutzen der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der Navigationsgeräte erleichtern. Ergänzt wird die kundenorientierte Struktur durch einen Newsletter Info-Service. Sämtliche Artikel des Becker Geräte- und Zubehörsortiments für die Auto- und Outdoor-Navigation stehen ab sofort im Shop zum Kauf bereit. Bei der Bezahlung können die Kunden zwischen Kreditkarte, Sofortüberweisung oder Vorkasse wählen. Sollte es Fragen oder Probleme bei der Bestellung geben, so stehen die Hotline 01805-350-444 oder die Mailadresse shop@mobilenavigation.mybecker.com bereit. www.becker.de

Aktive Fahrspurassistent sorgt im Stadtverkehr für mehr Orientierung. Durch eine mitlaufende Animation weiß der Fahrer zu jedem Zeitpunkt, auf welchen Fahrstreifen er sich für den nächsten Abbiegevorgang einordnen muss. Mit MyBest POI kön-

nen Anwender drei bevorzugte Sonderziel-Kategorien festlegen. Diese POIs und die Menüleiste lassen sich dank des One Click Menu mit einem Klick auf eine beliebige Stelle des Displays aufrufen. Zu Gunsten eines größeren Kartenausschnitts werden nicht benötigte Informationen automatisch ausgeblendet. Die integrierte Fußgängernavigation führt per pedes zuverlässig durch unbekannte Straßen und Innenstädte. Und die Navigon Zielgerade speichert die Parkposition des Wagens und führt den Nutzer nach dem Spaziergang sicher dorthin zurück. Das Upgrade ist ab sofort für 49,95 Euro über Navigon Fresh und den Navigon Online-Shop erhältlich. Bereits erworbene Zusatzprodukte für den Navigon 22er oder 23er stehen nach dem Upgrade erneut zum Download bereit. www.navigon.com

Mit dem neuen GPS-Tracker GTU 10 von Garmin die Position von Tieren und Gegenständen bestimmen

Garmin stellt mit dem GPS-Tracker GTU 10 ein neues Produkt im wachsenden Anwendungsbereich des GPS-Trackings vor, das die kontinuierliche Positionsbestimmung von Tieren oder Gegenständen in derzeit 19 europäischen Ländern ermöglicht. Der kompakte Garmin GTU 10 ermittelt die aktuelle Position mit seinem integrierten GPS-Empfänger und überträgt diese in Echtzeit via Mobilfunknetz an den Garmin Tracker.

Letzterer ist ein Internet-basierter Dienst, der die Position des GTU 10 per Browser auf dem Computer oder der kostenlosen Smartphone App anzeigt. Der Garmin GTU 10 wiegt weniger als 50 Gramm und ist nur etwas größer als ein Feuerzeug (7,6 x 3,3 x 2,0 cm). Das Gerät wird zusammen mit Textiltasche und Autohalterung ausgeliefert, um es sicher und problemlos an einem Tierhalsband oder im Auto zu befestigen. Das Gehäuse des GTU 10 ist besonders robust und wasserdicht (nach IPX7 Standard), und der integrierte Lithium-Ionen-Hochleistungsakku sendet die Position je nach Übertragungsintervall bis zu vier Wochen lang.

Die aktuelle Position des GTU 10 wird auf der Website my.garmin.com angezeigt. Zusätzlich steht die kostenlose Garmin Tracker App zur Positionsanzeige beim mobilen Einsatz auf Smartphones zur Verfügung. Die Applikation zeigt die aktuelle Position des GTU 10 und zusätzlich den eigenen Standort an. Der Garmin GTU 10 ermöglicht auch ein sogenanntes Geo-Fencing. Dabei wird eine Art „digitaler Zaun“ um ein geografisches Gebiet gelegt. Sobald der GTU 10 dieses Gebiet verlässt oder dieses betritt, wird eine Benachrichtigung per SMS oder E-Mail versandt.

Die Technologie erlaubt zusätzlich auch ein kontinuierliches Tracking

in Echtzeit: Wo läuft mein davongelaufener Hund in diesem Augenblick herum? Wo befindet sich das Auslieferungsfahrzeug? Für den Empfang kürzerer Positionsintervalle im Rahmen des Echtzeit-Trackings und einem Tracklog von bis zu sieben Tagen ist eine Erweiterung auf den Premium-Trackingdienst nötig. Zum Start ab April ist die neue Technologie in 19 Ländern Europas verfügbar, weitere folgen in



Kürze. In Deutschland ist der Garmin GTU 10 aufgrund der Regelungen zum Datenschutz bzw. zur Wahrung von Persönlichkeitsrechten im Gegensatz zu anderen Ländern aktuell noch nicht zum Personen-Tracking zugelassen. www.garmin.de

Navigationsgeräte von United Navigation im „test“ mit gut bewertet

Die Zeitschrift „test“ – das Magazin der Stiftung Warentest – hat in der Januar-Ausgabe vier Smartphones und zehn Navis untersucht. Unter den mobilen Navigationsgeräten konnten zwei Modelle aus dem Hause United Navigation Bestleistungen abliefern: Das Falk Vision 700 erklomm zusammen mit zwei weiteren Modellen derselben Preisklasse mit der Note 2,2 das Siegertreppchen und erreichte die Note „gut“. Auch das Becker Traffic Assist Z 215 erhielt mit der Note 2,4 ein „gut“. www.test.de

Samsung Mobile optimiert das Starlights-Händlerprogramm

Samsung Mobile hat das Partnerprogramm optimiert und bietet seinen Partnern in Zukunft eine intensivere Betreuung, bessere verkaufsfördernde Materialien und attraktivere Prämien beim Starlights-Programm. Damit reagiert Samsung auf Wünsche der Händler, die im Rahmen einer Umfrage im Sommer 2010 von nahezu allen Befragten geäußert wurden.

„Starlights 2.0 ist einfach, gerechter und erstklassiger“, heißt es in einer Pressemitteilung. IMEI-Nummern werden fortan in besonderen, zeitlich begrenzten Aktionen registriert. Weitgehend unabhängig von der Sammelmenge und der jeweiligen Ladengröße bekommen Partner nun eine gerechte Chance auf attraktive Sachpreise, Reisen oder die Teilnahme an Aktionen mit ausgeprägtem Erlebnischarakter. Ein Beispiel hierfür ist das bereits im Dezember 2010 gestartete „Match des Jahres“, bei dem fleißige IMEI-Registrierer an einem Fußballspiel gegen die legendären FC Bayern München-Allstars teilnehmen. Weitere spannende Aktionen wie zum Beispiel mit der Erfolgs-Band Take That und zur

diesjährigen Frauen-Fußball WM sind bereits in Vorbereitung. Mit dem Fokus auf große Preise und eine verbesserte Gewinnchance für jeden Händler geht die Einstellung des bisherigen Starlights-Systems einher.



Eine weitere Erkenntnis aus der Umfrage war der Wunsch nach einer intensiveren, direkten Betreuung durch Samsung Außendienstmitarbeiter. Aus diesem Grund hat Samsung seine Sales Force personell aufgestockt.

Auf Wunsch können Partner individuelle Termine in ihrem Ladenlokal mit dem Betreuungsteam vereinbaren. Das Team präsentiert das aktuelle Produktportfolio, vermittelt Verkaufstipps und beantwortet produktbezogene Fragen. Wichtig für Beratungs- und letztendlichen Verkaufserfolg sind auch hervorragende Info- und PoS-Materialien. Daher wird das Handelspartnerangebot unter partner.samsung.de inhaltlich ausgebaut und neu ausgerichtet.

Neben einem modernen Design und einer übersichtlichen Struktur wartet das Angebot mit einer direkten Bestellmöglichkeit für Dummies und PoS-Materialien sowie mit umfangreichen Produktinfos auf. Zur Verfügung gestellte Marketing-Materialien haben eine höhere Qualität als bisher und sollen damit hilfreicher für den Verkaufserfolg sein. Das neue Angebot startet im März. Vorhandene Systemzugangsdaten können weiterhin genutzt werden.

www.partner.samsung.de

Zwei neue Modelle in Samsungs Smartphone-Sortiment

Mit dem Star II hat Samsung den Nachfolger des S5230 Star vorgestellt. Das neue Smartphone bündelt Soziale Netzwerke in einer Anwendung mit übersichtlicher Benutzeroberfläche und vereinfacht mit Quicktype by t9-Trace die Texteingabe. Die Funktion multi IM 2.0 ermöglicht den vereinfachten Zugang zu beliebigen Instant Messaging Plattformen wie Yahoo Messenger, Facebook Chat, Google Talk und AIM werden in der Applikation Palringo gebündelt. Über die bekannte Benutzeroberfläche TouchWiz 3.0 lässt sich das Star II intuitiv bedienen. Das Star II ist mit einer 3,2-Megapixel-Kamera ausgestattet, deren Bilder einfach und direkt an die diversen Sozialen Netzwerke gesendet werden können. Auch zum schnellen Surfen im Internet ist das Gerät dank 7,6 Zentimeter TFT-Touchscreen sowie Wifi im n-Standard geeignet. Das Samsung Star II ist ab Februar in den Farben Ceramic White und Onyx-Black für 199 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich. Bereits seit Dezember auf dem



Markt ist das Giorgio Armani Samsung Galaxy S. Das neue Android Smartphone bietet das exklusive Design von Giorgio Armani und die High-End-Technik von Samsung. Eine Besonderheit dieses in limitierter Auflage produzierten Smartphones sind die vorinstallierten Videos der letzten Fashion-Shows des Modells. Das Android-Smartphone ist lediglich 9,9 Millimeter dick. Der stilvolle

Akkudeckel aus Metall garantiert mit seiner Struktur einen rutschfesten Griff und unterstreicht die Wertigkeit des Produkts. Wallpaper, Klingeltöne Benutzeroberfläche: Jedes Detail wurde speziell für das Giorgio Armani Samsung Galaxy S entworfen. Für Fotoaufnahmen steht die integrierte Fünf-Megapixel-Kamera bereit, Videos werden mit 1.280 x 720 Pixeln in HD-Qualität aufgenommen. Mit einer Diagonale von 10,2 Zentimetern eignet sich das Display des Giorgio

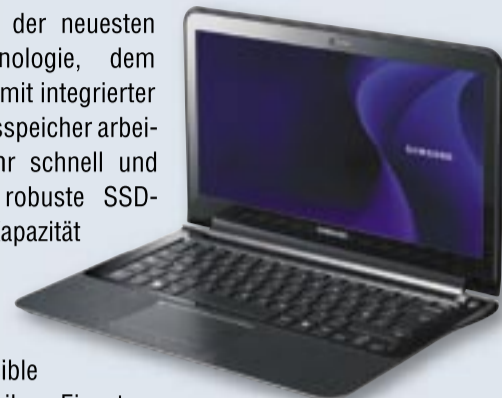


Armani Samsung Galaxy S besonders gut, um Videos, Fotos oder Internetseiten anzuschauen. Die von Samsung entwickelte Super AMOLED-Technologie sorgt dabei für hohe Brillanz und hervorragende Lesbarkeit. Der vorinstallierte Layer Reality Browser nimmt über die Kamera die Umgebung des Nutzers auf und fügt nützliche Informationen aus dem Internet in das Bild ein, etwa zu Sehenswürdigkeiten. Außerdem kann sich der Nutzer zum Beispiel in der Nähe aufgenommene YouTube-Videos direkt auf dem Display zeigen lassen. Wer neben dem Layer Reality Browser weitere Programme installieren möchte, dem steht im Android Market wie auch in Samsung Apps ein großes Software-Angebot zur Verfügung. Das Gerät bietet ausreichend Platz für zusätzliche Anwendungen: Der interne 16 GB große Speicher kann mit microSD-Speicherkarten um bis zu 32 GB erweitert werden. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis ist 699 Euro.

www.samsung.de

Zwei sehr flache Notebooks von Samsung

Samsung hat mit dem 900X3A ein besonders dünnes und leichtes 13,3"/34,0 cm Notebook auf den Markt gebracht. Das Notebook ist das bisher dünnste Gerät von Samsung. Trotz des äußerst schmalen Formfaktors von nur sechs Millimetern an der dünnsten und maximal 16 Millimetern an der höchsten Stelle erfüllt das Premium-Notebook alle Ansprüche in puncto Performance und Ausstattung. Mit der neuesten Intel Prozessor-Technologie, dem Intel Core i5 2520 UM mit integrierter Grafik und 4 GB Arbeitsspeicher arbeitet das Notebook sehr schnell und energieeffizient. Das robuste SSD-Laufwerk mit einer Kapazität von 128 GB startet das Notebook nicht nur besonders schnell, sondern schützt sensible



Daten auch im mobilen Einsatz vor Erschütterungen, da Flash-Speicher keine beweglichen Komponenten enthalten. Das Arbeiten ohne Stromzufuhr ist mit einer Akkulaufzeit bis zu sieben Stunden möglich.

Trotz der geringen Maße ist das 900X3A für einfachen Datenaustausch, Videokonferenzen oder die Wiedergabe von Multimedia-Inhalten rundum ausgestattet: So bietet das Gerät eine Webcam, Bluetooth 3.0, USB 3.0 und einen optionalen externen DVD-Brenner. Mit der schnellen FastStart-Funktion erhält der Nutzer innerhalb weniger Sekunden Zugriff auf persönliche Daten sowie E-Mails, den Kalender oder das Internet. Auf Samsungs Premium-Notebook ist Windows 7 Professional mit 64 Bit installiert.

Das Innere des 900X3A wird durch ein sehr robustes und hochwertig verarbeitetes Duraluminium-Gehäuse geschützt. Das SuperBright-LED-Display des 900X3A ist laut Samsung im Vergleich zu gewöhnlichen Notebook-Displays um ein Vielfaches heller. Dank der Tastatur mit Hintergrundbeleuchtung genießen Anwender beim Schreiben einen größeren Komfort, selbst in dunkleren Umgebungen. Das Samsung 900X3A ist ab 21. Februar zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 1.599 Euro erhältlich.

Ebenfalls neu und Vertreter einer neuen, innovativen Gerätekategorie ist die Samsung Sliding PC 7 Serie: Sie kombiniert die Vorteile von Notebook und Tablet-PC mit einem vollkommen neuen Formfaktor. Die Bedienung erfolgt wahlweise über das intuitive 10,1"/25,7 cm-Touch-Display oder eine dahinter verborgene, ausschließbare Notebook-Tastatur. Wird diese bei Bedarf komplett herausgeschoben, bleibt die Touch-Funktion des Bildschirms erhalten und unterstützt so größtmögliche Produktivität. Neben kompakten Abmessungen und geringem Gewicht soll die neue Gerätekategorie die Nutzer auch technologisch durch leistungsfähige SSD-Festplatten, die nächste Generation der Intel Atom-Prozessorplattform (Codename „Oak Trail“) und das Betriebssystem Microsoft Windows 7 überzeugen.

Mit der neuesten Intel Atom-Prozessorplattform arbeitet der Samsung Sliding PC 7 schnell und gleichzeitig energieeffizient. In Verbindung mit dem robusten SSD-Laufwerk und einer Kapazität von bis zu 64 GB hält das Gerät nicht nur bis zu neun Stunden ohne externe Stromzufuhr aus, sondern ist auch innerhalb von Sekunden einsatzbereit. Trotz der kompakten Bauform ist die Sliding PC 7 Serie auch in puncto Schnittstellen rundum ausgestattet: Neben WLAN, USB und HDMI bietet das Gerät auch einen Steckplatz für microSD-Karten. Softwareseitig zeigt sich die Samsung Sliding PC 7 Serie ebenfalls vielseitig: Neben zahlreichen Samsung-Anwendungen für Musik, Videos, Fotos, Notizen, Wetter, Uhr, Kompass und vielem mehr liefert Microsoft Bing Map leistungsfähige Werkzeuge für schnelleres Suchen. Dazu gehört auch die intuitive Bing Voice Search, bei der der Nutzer den gewünschten Suchbegriff nur auszusprechen braucht. Weitere Touch-Anwendungen werden in Zukunft über den Samsung App Manager und den Windows Product Scout erhältlich sein. Darüber hinaus fungiert die Sliding PC 7 Serie als Verbindungs-Hub zu anderen Geräten. Mit Samsung AllShare können Anwender Videos, Fotos und Musik von zahlreichen DLNA-zertifizierten (Digital Living Network Alliance) Samsung-Geräten von Kameras und Smartphones bis zu Fernsehgeräten und PCs steuern, durchsuchen, austauschen und wiedergeben. Die Samsung Sliding PC 7 Serie ist ab April erhältlich.



Samsung gewährt auf alle PCs innerhalb Deutschlands 24 Monate flexiblen Service. Darüber hinaus bietet Samsung 12 Monate internationale Garantie.

www.samsung.de

TK



Samsung Apps kann man bei O2 jetzt per Handyrechnung bezahlen

Telefónica O2 Germany und Samsung bieten eine neue Bezahlungsfunktion für den Samsung Apps Shop: O2 Kunden können ihre Apps für das Betriebssystem Bada ab sofort über die Mobilfunkrechnung bezahlen. Eine Kreditkarte oder die Angabe einer Bankverbindung ist nicht nötig. Um das Angebot zu nutzen, wählt der Kunde die gewünschte Software auf seinem Samsung-Handy aus und erledigt Bestellen und Bezahlen mit wenigen Klicks. Die Abrechnung erfolgt automatisch über die Mobilfunkrechnung. Zu Samsung Apps gehören zahlreiche Spiele, Navigations-Tools und E-Books sowie Software für Sozialnetzwerke, Sport, Gesundheit und Unterhaltung. O2 ist der erste Mobilfunkbetreiber in Deutschland, der das Bezahlen von kostenpflichtigen Bada-Apps über die Mobilfunkrechnung anbietet.

www.o2online.de

The Phone House bietet neuen kostenlosen Datentransfer-Service

The Phone House hat einen neuen kostenlosen Datentransfer-Service gestartet. Kunden, die bei The Phone House ein neues Handy oder Smartphone kaufen, können ohne Aufpreis die Daten von ihrem Altgerät auf das neue Produkt übertragen lassen. Mit diesem Angebot sollen der Umstieg vom Handy auf ein Smartphone und der problemlose Wechsel zwischen verschiedenen Herstellern erleichtert werden. Beim Datentransfer-Service werden Kontaktdaten, SMS, Bilder, Videos, Musik und Klingeltöne so umgewandelt, dass diese lesbar und in der richtigen Reihenfolge auf dem Neugerät sichtbar sind. Die Übertragung dauert nur wenige Minuten und

funktioniert zwischen allen gängigen Betriebssystemen und Herstellern. Der kostenfreie Datentransfer-Service startete zunächst in allen The Phone House Shops in Nordrhein-Westfalen und soll im Laufe von 2011 ausgeweitet werden. www.phonehouse.de

Carsten Ahrens wird neues Mitglied der FEC-Geschäftsleitung

Carsten Ahrens, Chief Technologie Officer (CTO) der Funkwerk AG, ist jetzt auch Mitglied der Geschäftsleitung bei der Funkwerk Enterprise Communications (FEC). Dort übernimmt er die Verantwortung für die



technologische und vertriebliche Ausrichtung des ITK Herstellers. Als Vorstandsmitglied bei der Funkwerk AG ist Ahrens bereits seit Oktober 2010 für das Ressort Portfolio-Entwicklung- und Strategie verantwortlich. Nach dem Studium der Elektrotechnik sammelte der Diplomingenieur in mehr als 20 Jahren einschlägige Erfahrungen in verschiedenen Führungspositionen bei national und international tätigen Telekommunikations- und IT-Unternehmen. Vor seinem Engagement bei Funkwerk verantwortete er als Geschäftsführer des Telekommunikationsausrüsters Ericsson über fünf Jahre das Deutschland-Geschäft. In seiner erfolgreichen

Kabel Deutschland baut Hochgeschwindigkeits-Internet weiter aus

Der Ausbau des schnellen Internets bei Kabel Deutschland geht weiter: Ab sofort bietet das Unternehmen auch in Dresden, Potsdam und Würzburg Hochgeschwindigkeits-Internet an. Mit bis zu 100 Mbit/s im Netz surfen können nun bereits 40 Prozent bei den für Internet modernisierten Haushalten des Unternehmens. Bis Ende März sollen Augsburg, Leipzig, Ludwigshafen, Nauen und Nürnberg folgen.

Durch die nun erfolgte Modernisierung erhalten weitere 420.000 Haushalte Zugang zu Internetanschlüssen mit bis zu 100 Mbit/s, und zwar auch in benachbarten Städten und Gemeinden. In der Umgebung von Dresden sind es: Dohna, Gompitz, Goppeln, Großkrammisdorf, Heidenau, Kreischa, Meißen, Pesterwitz, Radeberg und Radebeul. Bei Potsdam handelt es sich außerdem um: Beelitz, Bergholz-Rehbrücke, Kleinmachnow, Michendorf, Nuthetal, Schönefeld, Schwielowsee, Stahnsdorf, Teltow und Werder. Rund um Würzburg betrifft es zudem: Eisingen, Estenfeld, Gerbrunn, Greußenheim, Hettstadt, Höchberg, Margethöhchheim, Randersacker, Reichenberg, Rottendorf, Uettingen, Veitshöhchheim, Waldbüttelbrunn und Zell. Bereits jetzt haben Kunden auch in Berlin, Bremen, Calbe, Hamburg, Hannover, Helmstedt, Kiel, Magdeburg, München und Saarbrücken die Möglichkeit, mit

bis zu 100 Mbit/s im Internet zu surfen. Die schnellen Internetprodukte mit bis zu 100 Mbit/s sind bis zum Sommer 2012 nahezu im gesamten für Internet modernisierten Kabelnetz geplant – und somit auch in vielen kleineren Städten und ländlichen Regionen verfügbar. Neukunden haben die Wahl zwischen den Internet- und Telefonprodukten „Internet & Telefon 60“ für monatlich 24,90 Euro statt danach 39,90 Euro und „Internet & Telefon 100“ für monatlich 29,90 Euro statt danach 49,90 Euro. Die reduzierten Preise gelten während der gesamten Mindestvertragslaufzeit von zwölf Monaten. Außerdem erhalten Neukunden derzeit eine Gutschrift in Höhe von 50 Euro für ihr Kundenkonto, falls sie eines der Internet- und Telefonpakete mit Geschwindigkeiten von bis zu 32 Mbit/s, bis zu 60 Mbit/s und bis zu 100 Mbit/s online bestellen. Kunden, die bereits ein Internet- und Telefonprodukt von Kabel Deutschland nutzen, haben bei Verfügbarkeit die Möglichkeit, auf einen Hochgeschwindigkeits-Tarif zu wechseln.

Das erforderliche Kabelmodem erhalten Kunden während der Vertragslaufzeit kostenlos von Kabel Deutschland. Zudem erfolgt die Einrichtung des Internet- und Telefonanschlusses durch entsprechend ausgebildete Fachkräfte – ohne zusätzliche Kosten für den Service vor Ort. www.kabel-deutschland.de

beruflichen Karriere blickt der Technologieexperte auf den Aufbau von Geschäftsbereichen in führenden Unternehmen wie Ericsson und Atos Origin zurück.

www.funkwerk-ec.com

mobilcom-debitel und Media-Saturn arbeiten weiterhin zusammen

Die zum freenet Konzern gehörende mobilcom-debitel AG und die Media-Saturn Deutschland GmbH haben vereinbart, dass die exklusive Zusammenarbeit bis zum Ende des Jahres 2013 fortgesetzt wird. Die mobilcom-debitel AG wird mit Ausnahme von Produkten der Telefónica O2 Germany weiterhin exklusiv die Mobilfunkprodukte der Netzbetreiber T-Mobile, Vodafone und E-Plus sowie eigene Angebote in allen Media Märkten und Saturn-Häusern in Deutschland anbieten. Dies demonstriert nach eigener Einschätzung des Unternehmens die Bedeutung der freenet Group als drittgrößter Mobilfunkanbieter für den Mobilfunk-Vertrieb im deutschen Handel. mobilcom-debitel als Service-Provider sei in der Lage, durch seine netzunabhängige Beratung seinen Kunden und Vertriebspartnern einen attraktiven Mehrwert zu bieten, hieß es in einer Pressemitteilung. www.mobilcom-debitel.de

Telekom startet günstige Daten-Flatrates für ihre Prepaid-Kunden

Mit Xtra Handy DayFlat und Xtra Handy Flat bietet die Telekom ihren Prepaid-Kunden jetzt zwei attraktive Optionen für das vernetzte Leben unterwegs. Xtra Kunden sind damit beim mobilen Surfen, Mailen oder Networking so flexibel wie beim Telefonieren. Die Option Xtra Handy DayFlat soll den Einstieg ins mobile Surfen erleichtern. Sie empfiehlt sich für Prepaid-Kunden, die nur gelegentlich

mit dem Handy aufs Internet zugreifen. Mit der Xtra Handy DayFlat können sie dabei mit bis zu 384 kbit/s das Internet nutzen. Der Tagesnutzungspreis beträgt 99 Cent; die Flat gilt je Kalendertag, also von 0 bis 24 Uhr. Xtra Handy DayFlat ist in den neuen Tarifen Xtra Card, Xtra Non-stop und Xtra Click, die jeweils ein Startguthaben von bis zu 15 Euro enthalten, voreingestellt. Die Option lässt sich auch zu allen bestehenden Xtra Tarifen zubuchen. An die Prepaid-Kunden der Telekom, die öfter surfen und mailen wollen, wendet sich die Option Xtra Handy Flat. Der Monatspreis von 9,95 Euro sorgt für volle Kostenkontrolle. Nutzer können per Smartphone oder Handy mit UMTS-Geschwindigkeit, also einer Bandbreite von bis zu 384 kbit/s, aufs Internet zugreifen. Xtra Handy Flat ist sowohl zu den aktuellen als auch zu allen früheren Xtra Tarifen zubuchbar. www.telekom.de

Telekom erhöht das Tempo in der Tarifline Call & Surf Mobile

Die Telekom hat in der gesamten Mobilfunk-Tarifline Call & Surf Mobil die maximale Bandbreite fürs mobile Surfen und Mailen erhöht – und das fast um den Faktor zehn. Ob Neu- oder Bestandskunden, Nutzer der Tarife können jetzt mit bis zu 3,6 Mbit/s statt wie bisher mit höchstens 384 Kbit/s per Smartphone zum Beispiel im Internet surfen, Kontakte über soziale Netzwerke pflegen oder E-Mails übertragen. Dabei bleiben die Grundpreise unverändert. Sie beginnen nach wie vor bei 19,95 Euro monatlich für den Call & Surf Mobil XS inklusive einem vergünstigten Handy. Darüber hinaus erhöht die Telekom auch das Spitzentempo der Speed Option: Statt mit bislang maximal 14,4 Mbit/s sind neue und bisherige Kunden mit entsprechendem Endgerät damit ab sofort mit bis zu 21,6 Mbit/s online. Diese Übertra-

gungsrate steht seit Jahresanfang in Deutschland in großen Teilen des UMTS-Netzes der Telekom zur Verfügung. Die Speed Option kostet 9,95 Euro monatlich und ist zu den Tarifpaketen Complete Mobil L und XL zubuchbar. www.telekom.de

ENO nimmt Produkte von Navigon ins Portfolio auf

Bereits im letzten Jahr hat ENO einiges getan, um den Bereich Navigation und Telematik auszubauen. Jetzt sind auch die Produkte von Navigon Teil des Portfolios geworden. Navigon ist einer der weltweit führenden Anbieter qualitativ hochwertiger Navigationsgeräte, die sich durch innovative Technologie und Design auszeichnen. Daneben bietet das Unternehmen Navigationssoftware für Smartphones und professionelle Navigationslösungen für den Erstausrüstermarkt der Automobilhersteller an. „Mit den Geschäftsfeldern Mobility und Automotive passen sie genau in unser Angebot. Als einer der etablier-



ten Anbieter der Navigationsbranche haben wir sie aufgenommen, um dem Handel ein noch umfangreicheres Portfolio bieten zu können“, erläuterte Dirk Baumung, Produktmanager Navigation und Telematik bei ENO. Mehr Informationen zu den Produkten gibt es unter shop.eno.de oder beim persönlichen Ansprechpartner bei ENO. Spezielle Fragestellungen beantworten die Telematik-Experten Jochen Grothuesheitkamp, Daniel Weinans und Ina Scholten vom ENO-Vertrieb. www.eno.de

Herweck zieht für 2010 sehr erfreuliche Bilanz

Beim traditionellen Herweck Neujahrsempfang haben die Vorstände Dieter Philippi und Jörg Herweck vor versammelten Mitarbeitern die Geschäftszahlen präsentiert. Den Angaben zufolge war das Geschäftsjahr 2010 mit 160 Millionen Umsatz das erfolgreichste seit Gründung der Firma Herweck im Jahr 1985.

„Der Handel vertraut Herweck. Wir konnten im Jubiläumsjahr unsere Marktposition nicht nur behaupten, sondern weiter ausbauen. Die Zeichen stehen bei uns weiter auf Expansion. Mit einer deutlichen Umsatzsteigerung 2011 wollen wir an den Erfolg anknüpfen. Eine Erweiterung der Logistikkapazität ist in Planung“, sagte Vorstand Jörg Herweck.

Ein weiteres Ziel ist Stärkung und Ausbau der Netzvermarktung. Bereits im zweiten Halbjahr 2010 begann Herweck unter anderem mit einer Roadshow, die sich ausdrücklich an den Mobilfunkfachhandel richtet. Mit dem Namen Perspectives mobile knüpfte Herweck erfolgreich an die seit 2003 etablierte, jährlich in Kitzingen stattfindende Fachhandelsmesse Perspectives an.

„Mit der Perspectives mobile zeigen wir in enger Kooperation mit unseren Partnern, den Netzbetreibern, wohin die Reise in der Mobilfunkbranche geht. Diesen Kurs werden wir fortsetzen und damit neue Arbeitsplätze im Unternehmen schaffen. Kurzfristig ist zum Beispiel die Stelle Leiter Netzvermarktung zu besetzen“, führte Herweck aus. Die nächste Perspectives mobile findet am 3. Februar in Essen statt.

Auch der Ausbau des Geschäfts im Bereich ITK-Systeme/Unified Communication wird durch weitere Maßnahmen unterstützt. Das Team ITK-Systeme plant im zweiten Halbjahr 2011 zusammen mit den wichtigsten Partnern die bundesweite Roadshow „Perspectives Systems“.

www.herweck.de

INNOVATION INNOVATION INNOVATION INNOVATION INNOVATION INNOVATION

Es gibt Millionen Innovationen.
Echte Innovationen erkennen Sie an diesem Siegel:

Hersteller haben noch bis zum 28. Februar 2011 die Möglichkeit,
ihre Markenprodukte zu nominieren.



plusaward.de



TK



Neu für Entertain bei der Telekom: Die beiden Media Receiver 303 (oben) und 102.



Media Receiver 303 der Telekom bietet Kapazität bis zu 500 Gigabyte

Die Telekom hat den Media Receiver 303 angekündigt, der als Festplattenrekorder durch sein modernes Design auffällt. Darüber hinaus ist das Gerät wesentlich kompakter als sein Vorgänger. Die Telekom bietet den Media Receiver 303 in den Gehäusefarben Schwarz und Weiß; die weiße Variante ist als Limited Edition verfügbar. Technisches Highlight ist der integrierte HDD-Rekorder (HDD, Hard Disc Drive) mit einer Kapazität von 500 GB. Das reicht, um beispielsweise 120 Stunden lang Serien, Filme oder Dokumentationen in HD oder 310 Stunden lang in SD aufzuzeichnen. Dazu genügt ein Knopfdruck auf die besonders benutzerfreundlich gestaltete Infrarot-Fernbedienung. Das Gerät lässt sich bei Bedarf über einen PC mit Internetzugang oder über ein internetfähiges Handy fernprogrammieren. Eine weitere Entertain Hardware-Neuheit neben dem Media Receiver 303 ist der Media Receiver 102. Diese besonders kleine Settop-Box emp-

fielt sich Entertain Kunden vor allem als Zweitgerät, wenn ein Media Receiver mit Rekorder bereits vorhanden ist. Mit dem Media Receiver 102 ist auch ein komfortabler Zugriff auf die Online-Videothek gewährleistet.

Mit beiden Modellen haben Kunden Zugriff auf alle verfügbaren Sender und andere Angebote von Entertain. Die Receiver unterstützen HDTV und bieten unter anderem HDMI-Anschlüsse. Firmware-Updates erfolgen automatisch via DSL. Nutzer können das laufende Programm jederzeit anhalten, zurückspulen und zu einem beliebigen Zeitpunkt weiterlaufen lassen. Beide Geräte bieten einen elektronischen Programmführer mit 14tägiger Programmübersicht. Die Receiver sind ab Februar erhältlich.

Firmware-Updates erfolgen automatisch via DSL. Nutzer können das laufende Programm jederzeit anhalten, zurückspulen und zu einem beliebigen Zeitpunkt weiterlaufen lassen. Beide Geräte bieten einen elektronischen Programmführer mit 14tägiger Programmübersicht. Die Receiver sind ab Februar erhältlich.

www.telekom.de

Speedport W 723V der Telekom vereint Modem und Telefonanlage



Der neue Speedport W 723V der Telekom vereint Breitband-Modem für Internet und Entertain, WLAN-Router, DSL-/VDSL-Modem und Telefonanlage für Internet- oder Festnetztelefonie in einem Gehäuse. Er unterstützt die moderne ADSL- und VDSL-Technik und damit Bandbreiten von bis zu 50 Mbit/s. Nutzer können über den Speedport W 723V gleichzeitig surfen und telefonieren sowie fernsehen mit Entertain – das Gerät sorgt dabei für eine optimale Aufteilung der verfügbaren Bandbreite. Der Speed-



port W 723V unterstützt neben dem DECT-Standard Cat-iq > 2.0 auch Voice over IP und empfiehlt sich daher für DSL-Anbindungen, die komplett internetbasiert sind (All-IP-Technik).

Über den Speedport W 723V lassen sich bis zu 32 PCs, Laptops, Drucker, Festplatten oder andere Geräte über WLAN anschließen. Mit dem WLAN-Standard IEEE 802.11a/b/g/n erreicht er Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 300 Mbit/s. Neben WLAN stehen vier LAN-Anschlüsse und eine USB 2.0-Schnittstelle zur Verfügung. Für WLAN-Netzwerke und den Zugriff auf das Internet bietet das Gerät zahlreiche Sicherheitsvorkehrungen. Dazu zählen eine integrierte Firewall und die Verschlüsselung per WEP-, WPA- oder WPA2-Standard (WPA, Wi-Fi Protected Access).

An DSL-Anschlüssen der Telekom ist die Firmware automatisch auf dem neuesten Stand. In diesem Fall konfiguriert der Speedport auch Internetzugang und Internettelefonie automatisch. Darüber hinaus verfügt das neue Gerät über viele Komfortfunktionen für das Telefonieren über das Festnetz (Standard- oder Universal-Anschluss) oder das Internet (VoIP). Für den Einsatz als Telefonanlage lassen sich neben DECT-Telefonen bis zu zwei analoge Endgeräte mit Kabel (Telefon, Telefax oder Anrufbeantworter) an die a/b-Ports des Speed-

LG P970 Optimus Black mit Nova-Technologie



Superflach, superhell und super energiesparend: Geht es nach dem Hersteller, dann steht das neue Android-Modell LG P970 Optimus Black für eine neue Form der Superlative bei Smartphones. So soll das Nova-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 10,2 Zentimetern die hellste, klarste und deutlichste Anzeige auf einem Mobiltelefon-Display garantieren – selbst bei direkter Sonneneinstrahlung. Mit einer Leuchtdichte von 700 cd/m² setzt das Nova-Display neue Standards. Dank seiner größeren Helligkeit und reinen Weißtönen, die eine kontrastreiche Schwarz-Weiß-Darstellung ermöglichen, bietet das neue Smartphone den Anwendern mehr Komfort beim Surfen im Internet, Lesen von E-Mails und Verfassen von Dokumenten. Das Nova-Display bietet aber nicht nur eine höhere Leuchtkraft, sondern sorgt darüber hinaus für eine deutliche Reduzierung des Energieverbrauchs. Im Vergleich zu einer herkömmlichen LCD-Anzeige benötigt das Display 50 Prozent weniger Strom. Auch AMOLEDs verbrauchen laut LG doppelt so viel Energie wie ein Nova-Display für die Darstellung eines hauptsächlich weißen Bildschirms. In Verbindung mit dem 1500-mAh-Akku des LG P970 Optimus Black steht den Nutzern genügend Energie für ihre täglichen Anforderungen selbst bei maximaler Helligkeitseinstellung zur Verfügung. Das schlanke 9,2 mm-Design und das Gewicht von 109 Gramm sowie die elegante Linienführung mit abgerun-



deten Kanten machen die Neuheit zum Handschmeichler. Mit der Rückseite des Geräts, die nach außen flach zuläuft, wirkt das Profil von sechs Millimetern noch einmal schlanker.

Das LG P970 Optimus Black unterstützt Wi-Fi Direct für die schnelle Übertragung von Daten zu anderen Geräten. Zudem bietet das neue Android-Smartphone eine Reihe von intelligenten Funktionen für den einfachen und schnelleren Zugriff auf relevante Apps und Inhalte. Das Optimus User Interface (UI) 2.0 ermöglicht den Anwendern den direkten Zugriff auf Nachrichten, E-Mails und verpasste Anrufe mit nur einer Fingerberührung auf dem gesperrten Display. Die Gestensteuerung unterstützt auch intuitive Kommandos wie Hochheben, Schütteln und Antippen, um Anrufe entgegenzunehmen, in den Kameramodus zu schalten oder Musik zu genießen. Ebenfalls ein Novum ist die Ausstattung mit einer Frontkamera mit 2 Megapixeln Auflösung. Alle Features des LG P970 Optimus Black sind auf der Android 2.2 Froyo Plattform mit der Möglichkeit zum zukünftigen Upgrade auf Android 2.3 Gingerbread verfügbar. Nach einem Upgrade auf Android Gingerbread können die Nutzer Videogespräche mit höherer Qualität über die 2-Megapixel-Frontkamera des Gerätes führen. Das LG P970 Optimus Black wird voraussichtlich ab März 2011 auf dem deutschen Markt verfügbar sein. Der Preis wird zum Marktstart bekanntgegeben.

www.lg.de

Sony Ericssons neue Smartphone-Generation



Sony Ericsson hat das neue Smartphone Xperia arc vorgestellt. Das jüngste Mitglied der Xperia-Familie vereint extravagantes Bogendesign mit Sony-Technologien und Multimediafunktionen auf Basis der neuesten Android-Version 2.3. Das Xperia arc ist der erste Vertreter einer neuen Generation von Xperia-Smartphones im neuen Jahr. Die konkave Rückseite verleiht dem Smartphone, das an der schmalsten Stelle 8,7 mm misst und damit eines der dünnsten Smartphones der Welt ist, seinen Namen. Im Inneren des Xperia arc stecken neueste Sony-Technologien: Durch die eingebaute Mobile Bravia Engine mit Kontrast- und Farboptimierung zeigt das Smartphone natürliche und scharfe Bilder auf dem 4,2 Zoll Reality Display mit Multitouch. Mit Sonys preisgekröntem Exmor R Sensor gelangen zudem hochwertige Fotos und HD-Videos selbst bei schlechten Lichtverhältnissen. Die Lichtempfindlichkeit wird durch den Sensor im Vergleich zu herkömmlicher Bauweise verdoppelt und sorgt so für sattere Farben und weniger Bildrauschen. Dank des HDMI-Anschlusses können diese Aufnahmen, wie auch das Handy-Menü, direkt auf dem Fernseher betrachtet werden. Das Xperia arc verbindet Basisfunktionen mit schnellem Internet und großer Unterhaltung. Zudem sorgt der Zugang zu den Google Mobile Services und über 100.000 Anwendungen (Apps) aus dem Android Market für ein individuelles Benutzererlebnis. Das Sony Ericsson Xperia arc (Quad-Band/EDGE) unterstützt UMTS/HSPA und wird im Lauf des ersten Quartals in Midnight Blue und Misty Silver erhältlich sein.



www.sonyericsson.de

port W 723V anschließen. Kostenfreie interne Gespräche sind ebenso möglich wie internes und externes Vermitteln, Rückfragen, Halten oder Makeln. Der Speedport W 723V ist ab Februar erhältlich. www.telekom.de

DeTeWe Ultra Range bietet DECT-Reichweite bis zu 2,4 Kilometer



DeTeWe führt mit der neuen Ultra Range Technologie Produkte ein, die den Empfangsbereich auf das bis zu Achtfache der normalen DECT-Reichweite vergrößern. Bis zu 2.400 Meter im Freien und 400 Meter in Gebäuden sind mit dieser Technologie erzielbar. Bei der Ultra Range Technologie wird das von einer Ultra Range-Basis ausgesendete DECT-Signal durch Signalverstärker (Repeater) empfangen und eine weitere „DECT-Zelle“ gebildet. An einer Ultra Range-Basis können bis zu sechs Signalverstärkerprodukte angebunden werden, wodurch sich eine maximale Reichweite von bis zu 2,4 km ergibt. Als Ultra Range Basis dient dabei das DeTeWe BeeTel 950. Das DeTeWe BeeTel 900 CR (Repeater mit Mobilteil) sowie das DeTeWe BeeTel 900 REP stellen die Signalverstärker Produkte dar. Für den anspruchsvollen Einsatz im Freien ist auch die Kombination mit dem besonders robusten und nach dem IPx7-Standard geschützten schnurlosen Out-

door-DECT-Mobilteil DeTeWe BeeTel 2000c möglich. Die Ultra Range Technologie stellt zwei Kanäle zur Verfügung, wodurch entweder ein externes und ein internes Gespräch, oder zwei interne Gespräche geführt werden können. Die Telefone der Ultra Range Serie bieten eine entfernungsabhängige Eco Mode Strahlungsreduzierung. Mögliche Einsatzbereiche mit besonderen Anforderungen an die Telefonreichweite und Geräteströmigkeit sind zum Beispiel öffentliche Einrichtungen, Sportparks, Freibäder, Bauunternehmen, Gärtnereien, landwirtschaftliche Betriebe, Schulen und Universitäten oder auch Privathaushalte die nach einer sinnvollen Lösung von einem Indoor- und Outdoor-telefon suchen.



Für die neue DeTeWe Ultra Range sind verschiedene Komponenten erhältlich: Die Basiseinheit DeTeWe BeeTel 950 bietet einen digitalen Anrufbeantworter und Akku-Reserven für 168 Stunden Standby oder zehn Stunden Gesprächszeit. Das DeTeWe BeeTel 900 CR ist ein Mobilteil mit Ladeschale und integriertem Repeater. Repeater und Mobilteil mit Ladeschale sind mit dem DeTeWe BeeTel 900 REP und dem DeTeWe BeeTel 900c auch einzeln erhältlich.

Mit dem BeeTel 2000c bietet DeTeWe auch ein robustes DECT-Telefon (IPx7-Standard) für den Outdoor-Einsatz an. www.detewe.de

Wenn ein Kult-Produkt zum Ärgernis wird

Neue Produkte aus dem Hause des US-Herstellers Apple werden sehr schnell mit dem Attribut „Kult“ versehen. Doch spätestens seit ich meiner Frau ein iPad zu Weihnachten geschenkt habe, frage ich mich, ob schickes Design zum Kult reicht. Denn für uns hat sich das Gerät im großen und ganzen als Ärgernis entpuppt.

Soll heißen: Den ursprünglich angedachten Zweck erfüllt das iPad in keiner Weise. Der Zweck war dieser: Meine Frau mag Kochsendungen und die ein oder andere Daily Soap. Das iPad erschien als das ideale Gerät, um verpasste Sendungen in den Mediatheken der verschiedenen TV-Sender abrufen oder interessante Rezepte nachkochen zu können. Dachte ich.

Und dachte falsch: Genau diese Anwendungen funktionieren nämlich nicht. Zumindest dann nicht, wenn zur Darstellung der Streams oder der Dokumente die Programme Adobe Flash bzw. Adobe Reader erforderlich sind. Die laufen nämlich nicht auf dem iPad. Und das finde ich einigermaßen befremdlich. Meine Frau übrigens auch. Schließlich handelt es sich bei diesen Programmen nicht um Spezial-Software für irgendwelche High-Tech-Insider-Anwendun-

gen, sondern sie gehören seit den frühen 90er Jahren zum Standard in der digitalen Welt. Von der Adobe-Allergie des iPads erfährt man als Benutzer leider erst, wenn man das Gerät gekauft und für die Inbetriebnahme eingerichtet hat. In der Produktbeschreibung bei Apple habe ich diese Information jedenfalls nicht gefunden. Im Gegenteil: Dort wird vollmundig davon gesprochen,

dass das iPad „perfekt für Videos aller Art [ist] – von HD-Filmen und Fernsehsendungen bis zu ... Musikvideos“. Stößt man dann allerdings online auf eine Seite, etwa in der ARD-Mediathek, für deren Darstellung

Apple bis auf weiteres keine passende Software für das iPad zur Verfügung stellt. Basta. Da tröstet es wenig, wenn sich im Internet Apple und Adobe gegenseitig die Schuld für diesen Zustand zuweisen.

Aber ich hätte ja gewarnt sein können, denn der iPad-Ärger begann bereits bei der Bestellung: Im Apple-Online-Shop wurde das Gerät mit dem Hinweis „Versandfertig innerhalb 24 Stunden“ angepriesen. Erst nach Abschluss der Bestellung erhielt ich die Information, dass das iPad vermutlich innerhalb der nächsten

neun bis 14 Tage eintreffen würde. Meine per E-Mail versandte Frage an die Apple-Pressestelle, ob das Gerät per Fahrrad-Rikscha aus China angeliefert würde, hart bis heute einer Antwort. Das finde ich besonders frustrierend, weil ich so glücklich und stolz war, nach langem Suchen überhaupt eine kostenlose Kontaktmöglichkeit zu Apple gefunden zu haben.

Dr. Herbert Päge



Mal eben mit Flash eine verpasste TV-Sendung anschauen, mit dem Reader ein PDF-Dokument öffnen? Pustekuchen. Nicht mit Apples iPad.



Flash 10 benötigt wird, muss man eine bittere Erfahrung machen: Nach dem Klick auf den Button zum Herunterladen erscheint nur die Information, dass Adobe aufgrund der restriktiven Politik von

Flash 10 benötigt wird, muss man eine bittere Erfahrung machen: Nach dem Klick auf den Button zum Herunterladen erscheint nur die Information, dass Adobe aufgrund der restriktiven Politik von

Sennheiser CXC 700: In-Ear-Hörer mit aktiver Lärmreduzierung



Sennheiser erweitert mit dem CXC 700 seine Travel Linie um einen In-Ear-Hörer mit aktiver Lärmreduzierung. Technologische Neuerung ist das innovative NoiseGard/digital. Es bietet Reisenden die Auswahl zwischen drei Antischall-Profilen – jeweils optimiert für die unterschiedlichen Umgebungsgeräusche unterwegs. Mit der wegweisenden digitalen Technologie bleiben Vielflieger und Reisebegeisterte ungestört von Schienenlärm, Turbinendröhnen und Lautsprecherdurchsagen und können so besser „abschalten“.

Ganz gleich, wo sich der Nutzer befindet, NoiseGard passt den neuen CXC 700 auf Knopfdruck an die jeweilige Umgebung an. Modus 1 absorbiert insbesondere tieffrequenten Lärm (100 bis 400 Hertz) wie beispielsweise Motorengeräusche von Zügen, Bussen oder kleineren (Propeller-)Passagierflugzeugen.

Modus 2 fokussiert den Lärmausgleich auf Geräusche im mittleren Frequenzbereich (400 bis 3.000 Hertz), die vor allem durch Klimaanlagen in großen Passagierflugzeugen oder Bürogebäuden entstehen.

Über einen besonders breiten Frequenzbereich (100 bis 3.000 Hertz) wirkt Modus 3, der die Antischall-Leistung im mittleren

und tieffrequenten Bereich kombiniert. So können Geräuschkulissen mit verschiedenen Lärmkomponenten, wie sie zum Beispiel auf Flughäfen, Bahnhöfen oder U-Bahnstationen auftreten, effektiv ausgeglichen werden – wenn auch mit etwas geringerer Leistung als bei den beiden ersten Modi.

Damit auch bei ausgeschalteter NoiseGard-Funktion die Hörfreude garantiert ist, sorgt die bewährte Sennheiser-Akustik für ein detailreiches, ausgeglichenes Klangbild mit einem Übertragungsbereich von 20 bis 21.000 Hertz.

Seine handliche Größe und das ergonomische Design ermöglichen, dass der CXC 700 problem-



Der neue Sennheiser In-Ear-Hörer CXC 700 bietet drei unterschiedliche NoiseGard/digital Modi.

los unterwegs eingesetzt werden kann. So kann der Reisende entweder entspannt Musik hören oder mit aktiviertem NoiseGard vollkommene Ruhe genießen. Bedient wird der CXC 700 über eine ins Kabel integrierte Kontrolleinheit: Hier lassen sich nicht nur die drei NoiseGard-Profile einstellen

Signal angezeigt. Für den richtigen Sitz und eine optimale passive Lärmdämpfung ist der CXC 700 mit Ohr-Adaptoren in drei unterschiedlichen Größen ausgestattet. Dank des mitgelieferten Inflight-Adapters und eines 6,35-mm-Klinkenadapters kann der Hörer sowohl an portable Abspielgeräte



Neben einem kleinen Transport-Case gehören auch ein Membranschutz, ein Reinigungswerkzeug sowie eine AAA-Batterie mit zum Lieferumfang.

len und die Lautstärke regulieren, sondern auch die Sennheiser TalkThrough-Funktion aktivieren. Diese ermöglicht Gespräche mit dem Sitznachbarn oder dem Flugpersonal, ohne den In-Ear-Hörer herausnehmen zu müssen. Der Wechsel zwischen den NoiseGard-Profilen und die TalkThrough-Aktivierung werden durch ein akustisches und ein optisches

als auch an Inflight-Entertainment-Systeme angeschlossen werden. Das 1,4 Meter lange Kabel bietet in jeder Situation ausreichend Bewegungsfreiheit. Neben einem kleinen Transport-Case gehören auch ein Membranschutz, ein Reinigungswerkzeug sowie eine AAA-Batterie mit zum Lieferumfang.

www.sennheiser.de

POS-MAIL-LESERBEFRAGUNG

IHRE TEILNAHME HAT SICH GELOHNT!

GEWINNER
Michaela Höller-Nelde
51143 Köln



Sharp LC-19SH7E-BK

Der Aquos LC-19SH7E-BK von Sharp zeichnet sich durch kristallklare LCD-Bildqualität in hoher HD-ready-Auflösung aus. Zudem ist die LED-Serie mit Super Edge LED Backlight-Technologie besonders stromsparend.



Samsung BD-C6900 R45

3D-Filme von Blu-ray in bester Bildqualität werden zur Realität mit dem 3D-Blu-ray-Player BD-C6900 von Samsung. Der Blu-ray-Player entführt den Zuschauer mitten in das Filmgeschehen und erlaubt vielseitige Möglichkeiten in der Heimkino-Vernetzung.



Philips SRT9320

Die SRT9320 von Philips ist eine intelligente Universal-Fernbedienung, die nur die tatsächlich benötigten Tasten anzeigt und bis zu 20 Geräte aus einer Liste von 300.000 Geräten steuern kann. Dank des beleuchteten Tastenfelds können alle Geräte auch im Dunkeln bedient werden.

Samsung HF1000

Diese komfortable Bluetooth-Freisprecheinrichtung für den Einsatz im Pkw oder Büro lässt sich bei Bedarf schnell an der Sonnenblende befestigen und bietet sehr lange Gesprächs- und Standbyzeiten.



GEWINNER
Jürgen Bub
36163 Poppenhausen



Telefunken T9HD

Entertainment für unterwegs: Der Multimedia-Player T9HD von Telefunken bietet bis zu 20 Stunden Foto-Shows, Filme oder Musikgenuss sowie bis zu 10 Stunden Videospaß.

JVC GC-FM2B

Der Full-HD-Pocket-Camcorder aus dem Hause JVC ist der ideale Begleiter in allen Lebenssituationen. Der Kleine schafft Videoaufzeichnung in 1.920 x 1.080 Full-HD und 5-Megapixel-Fotos.

GEWINNER
Werner Mayer
74182 Obersulm



GEWINNER
Heiner Niggemeyer
33154 Salzkotten

Novero Lexington

Das Bluetooth-Headset vereint eleganten Stil und höchste Funktionalität. Die edle Optik wird bestimmt durch den Clip aus gebürstetem Edelstahl und eine hochglänzende Klavierlack-Optik.

GEWINNER
Siegfried Burghoff
42499 Hückeswagen



Bose Lifestyle T10

Mit seinen Direct/Reflecting Cube Speaker Arrays füllt das Lifestyle System den Raum mit beeindruckendem Surround Sound und macht Filme, Musik und Sportübertragungen zum echten Live-Erlebnis. Bis zu sechs HD-Video-Quellen – ob Blu-ray-Disc-Player, Kabelbox oder Spielkonsolen – können daran angeschlossen werden. Die kleinen Lautsprecher arbeiten mit einem versteckt platzierbaren Acoustimass Modul zusammen. Dessen exklusive Technologie lässt eine emotionale Intensität entstehen, wie man sie aus dem Kino oder dem Theater kennt.

Glückwunsch!
**DIE
GEWINNER
STEHEN
FEST!**

GEWINNER
Sonja Groß
28309 Bremen



Motorola DEFY

Der perfekte Begleiter für den rauen Alltag: kratzfest, wassergeschützt und staubdicht. Der 3,7 Zoll Touchscreen ist nahtlos in die Front eingelassen und wird durch Corning-Gorilla Glass vor äußeren Einflüssen geschützt.

GEWINNER
Jennifer Trappen
53721 Siegburg



HTC HD7 exklusiv von O2

Kontakte mit Microsoft Outlook und Windows Live synchronisieren, Lieblingsvideos gestochen scharf von unterwegs ansehen oder Xbox-Games spielen. Mit diesem exklusiv von O2 angebotenen Windows Phone 7 Gerät ist dies das reinste Vergnügen.

2010

GEWINNER
Dirk Mahrenholz
15306 Seelow



AVM FRITZBox 7390

Vereinigt superschnelle Datenübertragung und schnurloses Telefonieren in einem Gerät. Über den Mediaserver sind Filme, Musik und Bilder auch bei ausgeschaltetem Computer im Netzwerk verfügbar.



Motorola Backflip

Das Smartphone überrascht mit seinem Flip-Design, dem praktischen Touchpad Backtrack und Motoblur. Motorolas mobilem Dienst für soziale Netzwerke. Auf dem 3,1-Zoll-Display macht es Spaß, mit dem HTML-Browser in UMTS-Geschwindigkeit oder über WLAN online zu gehen.

GEWINNER
Sascha Ditrach
40883 Ratingen

GEWINNER
Erich Kestler
97332 Volkach

Telekom Sinus A602 Touch (vTech)

Bei diesem Schnurlostelefon ist nicht nur die Optik herausragend, sondern auch die Bedienung über das Touchpanel. Per Bluetooth können sogar bis zu vier Handys mit dem Gerät gekoppelt werden.

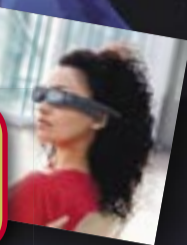
Acer C20 Digitalprojektor

Pico Projektor, der in jede Hosentasche passt. Die native WVGA-Auflösung (854 x 480 Pixel) im 16:9-Format und das Kontrastverhältnis von 2.000:1 sorgen für detailgetreue Projektionen in leuchtenden Farben.



Carl Zeiss Cinemizer Plus

Das private Kino immer dabei: Mit der Cinemizer Plus können Videos vom iPhone oder iPod in bester Qualität betrachtet werden, wo immer man sich auch befindet. Der Anwender erhält den visuellen Eindruck eines 45 Zoll großen Fernsehers in zwei Meter Entfernung.



GEWINNER
Michael Pehlke
19288 Ludwigslust

GEWINNER
Annette Ulrich
63667 Nidda

GEWINNER
Wolfgang Fleischer
26419 Schortens

General Electric X5

Hochleistungs-Superzoom GE-Digitalkamera X5 in professionellem Design mit den neuesten, intuitiven High-Tech-Features und leicht verständlicher, intuitiver Bedienung.



Panasonic Lumix DMC-FS11EG

Eine superkompakte Kamera mit neuem 5x-Weitwinkel-Zoom 28-140 mm, intelligenter Automatik und HD-Video 1.280 x 720. Zur Ausstattung gehört auch ein 9,6 cm (2,7") großer LCD-Monitor mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln.

GEWINNER
Barbara Kaes
51149 Köln



Sony NEX-3

Sonys NEX-3 bietet DSLR-Bildqualität, ohne Gewicht und Größe einer echten DSLR-Kamera. Dank austauschbarer Objektive erzielt man mit ihr beeindruckende Bilderergebnisse. Dabei ist die Kamera ganz unkompliziert in der Bedienführung.

GEWINNER
Dirk-W. Naas
47799 Krefeld



GEWINNER
Raymo Weinkauf
04924 Bad Liebenwerda



Toshiba 40XL748

Die XL-Serie von Toshiba zeichnet sich durch ihr einzigartiges Design nach Entwürfen von Jacob Jensen, ein schlankes Gehäuse und die im Rahmen integrierte Touch-Control-Bedienung aus. Die technische Ausstattung lässt keine Wünsche offen.



GEWINNER
Ulrik Geulen • 53111 Bonn

Pioneer XW-NAV1

Das XW-NAV1 von Pioneer ist eine All-in-One-Lösung für die vielseitigen Ansprüche von Musik- und Videofans. Nahezu jedes Format kann damit genutzt werden: Es können ganz einfach ein iPod, iPhone, ein tragbarer Musikplayer oder ein USB-Speichergerät angeschlossen werden.

Garmin nüvi 2360

High-Tech-Navi mit 3D-Kreuzungsansicht und detaillierter Darstellung von Straßenschildern und erlaubter Höchstgeschwindigkeit. Die neue nüRoute Technologie sorgt für besonders intelligente Routenführung.



GEWINNER
Rainer Wasmuth • 34414 Warburg

Navigon 40Plus

Top-Navigationsgerät mit 4,3"-Display, aktivem Fahrspurassistenten und Navigon Reality View. Text-to-Speech und das One Click Menü erleichtern die Bedienung. Telefonieren ist per Bluetooth möglich.



GEWINNER
Werner Ende • 82041 Oberbiberg

Falk S450

3D-Geländeansicht und Echt-Sicht Pro bieten eine extrem realitätsnahe Darstellung. Die lernende Navigation navigiert tages- und uhrzeitabhängig auf den optimalen Strecken. Mehr Informationen durch Reiseführer und Guided Tours. Inklusive dreimonatigem kostenlosen Verkehrsdienst TMCpro.



GEWINNER
Peter Wienhöfer • 42103 Wuppertal

Becker Ready

Das besonders flache Gerät kommt im schicken tiefschwarzen Gehäuse mit aktuellem Kartenmaterial für 43 Länder und echter 3D-Geländeansicht. Fahrspurassistent mit 3D-Kreuzungsansicht hilft beim Abbiegen. Becker BestTracks liefert auf Knopfdruck bis zu drei Alternativrouten.



GEWINNER
Rose Benninghoff • 46535 Dinslaken

GEWINNER
Manfred Kempe
09623 Frauenstein

Siemens Gigaset S795

Der Testsieger der Stiftung Warentest und red dot Designpreisträger bietet einen integrierten Anrufbeantworter mit bis zu 45 Minuten Aufzeichnungszeit, brillante Akustik mit Komfort-Freisprechen, ein Adressbuch für 500 Einträge und ein 1,8" TFT-Farbdisplay.



GEWINNER
Sascha Bachmann
08289 Schneeberg

Samsung CLX-3185FW

Der vielseitige 4-in-1-Drucker CLX-3185FW von Samsung ist ein Multitalent. Ob Präsentation für die Besprechung drucken oder Lieblingsfotos scannen und an die Familie senden – für den Allrounder alles kein Problem.



Bitkom organisiert Sonderausstellung auf der CeBIT Milliardengeschäft Cloud Computing

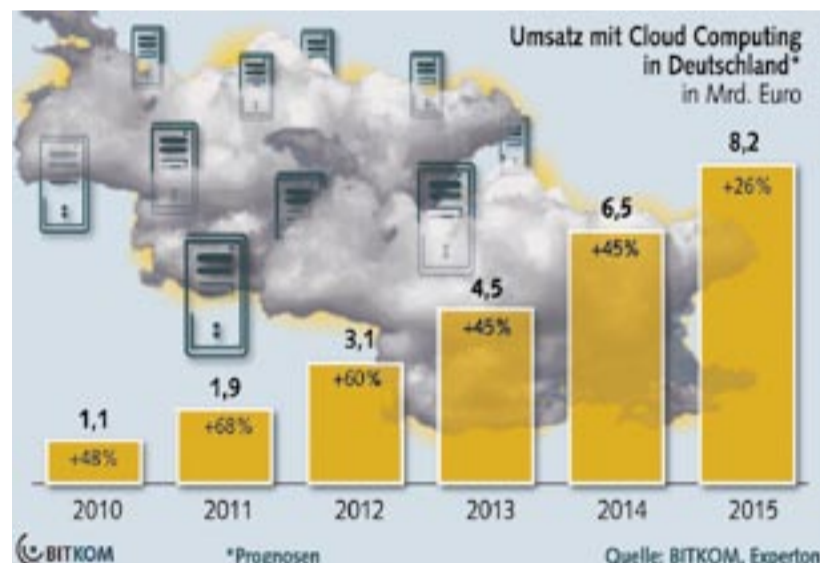
Die Zahlen des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) sprechen eine eindeutige Sprache: Cloud Computing, das Arbeiten in der virtuellen Wolke, wird in den kommenden Jahren rasant zu einem Milliarden-Markt anwachsen. So prognostiziert der Bitkom auf der Grundlage einer aktuellen Studie einen Umsatzanstieg mit Cloud Computing in Deutschland von 1,14 Milliarden Euro im vorigen Jahr auf 8,2 Milliarden Euro im Jahr 2015.

Beim Cloud Computing erfolgt die Nutzung von IT-Leistungen in Echtzeit über Datennetze (in der „Wolke“) anstatt auf lokalen Rechnern. Das Umsatzwachstum in diesem Bereich liegt laut Bitkom-Vorhersage bei durchschnittlich 48 Prozent pro Jahr. Damit werden in fünf Jahren etwa zehn Prozent der gesamten IT-Ausgaben in Deutschland auf diese Technologie entfallen. Laut den Experten-Prognosen entfällt etwa die Hälfte des Umsatzes auf die sogenannten Cloud Services, vor allem die Bereitstellung von Programmen (Software as a Service/ SaaS).

„Der Markt explodiert“

„Der Markt für Cloud Computing explodiert förmlich“, sagte Bitkom-Vizepräsident René Obermann. „Wir sehen eine echte Revolution in der Bereitstellung und Nutzung von IT-Leistungen. Bereits in wenigen Jahren werden viele Unternehmen dank Cloud Computing ohne hausinterne Rechenzentren auskommen.“ Aus Sicht des Bitkom ist die Bedeutung von Cloud Computing mit der Einführung des PCs oder des Internets vergleichbar. Und

auch die Gerätehersteller sehen neue Chancen. So meinte beispielsweise Steve Ballmer, CEO von Microsoft: „Cloud Computing Technologien eröffnen Industrie, Handel und öffentlicher Verwaltung in Deutschland ein erhebliches Potential, innovativer und damit wettbewerbsfähiger zu wer-



Der High-Tech-Verband Bitkom sieht für Cloud Computing große Wachstumsschancen.

den.“ Gerade kleine und mittelständische Unternehmen könnten laut Ballmer vom Cloud Computing profitieren, weil sie kostengünstig Zugang zu modernster Software bekommen. Private Internetnutzer verwenden schon heute täglich Cloud-Lösun-

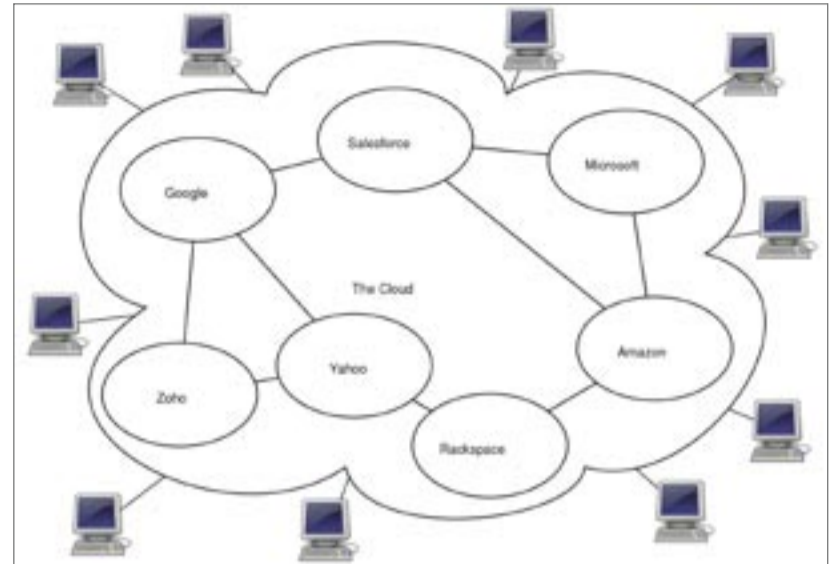
gen, ohne es zu merken. Das Hochladen und Speichern von Fotos bei sozialen Online-Netzwerken, der Versand von Nachrichten über einen webbasierten E-Mail-Dienst oder die Nutzung von Suchmaschinen sind Anwendungen in der Cloud.

Bei Unternehmen und anderen professionellen IT-Anwendern laufen die meisten Programme dagegen heute noch auf lokalen Rechnern. „Eine Umstellung auf Cloud-Services hat für die Anwender große Vorteile“, so Obermann. „Sie sind kostengünstiger, weil sie standardisiert sind und nutzungsabhängig abgerechnet werden

können.“ Unternehmen werden flexibler, können schneller wachsen und ihre Ideen kostengünstig umsetzen. Sowohl die Anbieter als auch die Anwender von IT müssen die Chancen des Cloud Computing nutzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

CeBIT-Ausstellung

Eine der Aktivitäten, mit denen der Bitkom versucht, das Thema Cloud Computing stärker ins Blickfeld potentieller Nutzer zu rücken, ist die Sonderausstellung Cloud Computing, die der High-tech-Verband auf der CeBIT 2011 organisiert. „Die CeBIT 2011 steht unter dem Motto ‚Work and Life with the Cloud‘. Die Cloud Computing World wird der zentrale Anlaufpunkt auf der Messe zu diesem Thema“, erklärte Thomas Mosch, Mitglied der Geschäftsleitung beim Bitkom. Die CeBIT sei als weltweit größte ITK-Messe die ideale Plattform für Aussteller,



Beim Cloud Computing können Nutzer auf eine Vielzahl von Anwendungen zurückgreifen, die von unterschiedlichen Anbietern in der virtuellen Welt des World Wide Web angeboten werden.

Graphik: wikipedia/Sam Johnston

um das Cloud Computing in allen Facetten zu beleuchten und zu vermarkten. „Die zugrundeliegende Technologie ist nicht neu, doch die Konsequenzen von Cloud Computing für die Geschäftsmodelle von IT-Anwendern und -Anbietern können gar nicht hoch genug eingeschätzt werden“, so Mosch.

Bitkom-Leitfaden

„Cloud Computing – Was Entscheider wissen müssen“ ist der Titel eines 116seitigen Leitfadens, der vom Bitkom herausgegeben wurde. Der Fokus der Publikation liegt auf den geschäftlichen Herausforderungen, den Geschäftsmodellen und der Integrierbarkeit von Cloud-Lösungen in die Geschäftsprozesse. Im Vordergrund stehen dabei die strategischen und wirtschaftlichen Aspekte. Der Leitfaden umfasst sieben Kapitel. Entscheider finden im Kapitel 1 die wesentlichen Aussagen über die Relevanz von Cloud Computing für ihr Business. Kapitel 2 zeigt den Einfluss von Cloud Com-



puting auf Wertschöpfungsketten. Im Kapitel 3 werden wesentliche Faktoren erörtert, die die Diffusionsgeschwindigkeit von Cloud Computing bedingen. Kapitel 4 ist juristischen Fragestellungen vorbehalten. Einsatzszenarien und -beispiele für Cloud Computing werden im Kapitel 5

erläutert, während Kapitel 6 den Zusammenhang zwischen Cloud Computing und anderen Technologieentwicklungen beleuchtet. Eine Checkliste rundet den Leitfaden im Kapitel 7 ab. Er kann unter www.bitkom.org/de/themen/61492_66139.aspx als 4,2 MB große PDF-Datei heruntergeladen werden. www.cloud-practice.de

The Cloud Award 2011

T-Systems Multimedia Solutions und die IT-Profits 7.0 (Business-Forum für IT-, Mobile- und Webservices am 11./12. Mai in Berlin) prämiieren gemeinsam die beliebteste Anwendung in der Cloud. Im Fokus stehen webbasierte Programme, die als Service online zur Verfügung stehen. Die Ausschreibung erfolgt bundesweit. Teilnehmen darf jeder, abstimmen ebenso. Der Cloud Award 2011 ist der bundesweit erste Publikumspreis für SaaS-Angebote in der Cloud.

Bewerbung, Teilnahme und Publikums-Voting für den The Cloud Award 2011 erfolgen ausschließlich online. Bewerber für den Award müssen ihre Software as a Service/SaaS-Lösung anhand von sieben Kriterien erfassen. Hierzu zählen: Security, Support, Laufzeit, Funktionsumfang, Sharing, Kosten und Bedienbarkeit. Am Voting kann sich jeder Internet-Nutzer beteiligen, darüber hinaus kommentieren und per Social Media Tools wie Facebook und Twitter weiterempfehlen. Die fünf beliebtesten SaaS-Anbieter werden auf der siebten IT-Profits am 11. Mai in kurzen Impulsvorträgen präsentiert, der Gewinner wird auf der Abendveranstaltung IT-Personalities 2011 ausgezeichnet. Teilnahmeschluss ist der 28. April.

www.theCloudMatrix.org

Microsoft startet „Cloud Power“-Werbekampagne

Wie wichtig das Thema Cloud Computing für die Anbieter entsprechender Services und Produkte ist, beweist derzeit Microsoft. Ende des vorigen Jahres startete das Unternehmen unter dem Titel „Cloud Power“ seine bislang größte Werbekampagne für Geschäftskunden in Deutschland. Mit einem Budget im siebenstelligen Euro-Bereich und einem breiten Media-Mix aus Print, Online, Außenwerbung und Events will Microsoft darin gezielt Geschäftsentscheider mittlerer und großer Unternehmen ansprechen. Die Werbeaktivitäten sind Teil einer globalen Lead-Kampagne aus den USA. In Deutschland fiel der Startschuss für die Kampagne im Rahmen der Microsoft-Initiative „Go Cloud“.



Die Tochtergesellschaft einer expandierenden, international agierenden Unternehmensgruppe besetzt zum nächstmöglichen Zeitpunkt die Position eines

Sales / Key Account Managers (in)

am Standort der deutschen Gesellschaft in NRW.

Geschäftstätigkeit ist der Vertrieb einer innovativen Produktpalette. In dieser spannenden und verantwortungsvollen Position setzen Sie Ihren erfolgreichen Weg fort und können in naher Zukunft eigene Akzente setzen, mit der Perspektive zum

General Sales Manager(in)

Ihre Aufgaben und Verantwortungsbereiche:

- konsequente Entwicklung und Umsetzung der Vertriebsstrategie, ausgerichtet auf die Zielsetzung des Unternehmens
- Betreuung der Key Account Kunden und Ausbau der Vertriebsaktivitäten in weiteren und neuen Absatzkanälen
- zielorientierte Führung der Mitarbeiter im Außen- und Vertriebs-Innendienst
- kontinuierliche Optimierung der Organisationsabläufe
- Erstellung aller vertriebsrelevanten Statistiken und Analysen
- Absatzplanung und Sicherstellung von ertragsorientiertem Mengen- und Umsatzwachstum
- aktive Mitwirkung am Budget
- Sie berichten an die Geschäftsführung

Ihr Profil:

- Sie können ein betriebswirtschaftliches Studium oder eine vergleichbare Ausbildung und gute Ergebnisse im Vertrieb, in der Betreuung von Großkunden und Führung eines Vertriebsteams vorweisen
- Sie sind mit den deutschen Handelsstrukturen vertraut (vorzugsweise in der Consumer Electronics)
- Sie verfügen im Umgang mit Statistiken über sehr gute analytische Fähigkeiten und Kenntnisse in der Bearbeitung neuer Märkte, Branchen und Gebiete
- Sie kommunizieren in Wort und Schrift verhandlungssicher auch in englischer Sprache und besitzen fundierte Kenntnisse in MS Office.

Ihre Leistungsmerkmale:

- umsetzungsorientierter Arbeits- und Führungsstil
- integrative Fähigkeiten und Durchsetzungsstärke
- ausgeprägte Leistungsbereitschaft
- strategisches und diplomatisches Geschick

Kontaktaufnahme unter Angabe der
Chiffre-Nummer 4327152

Vertriebsmitarbeiter(in)

gesucht für die Vertriebsgebiete Ost-Westfalen und südliches Niedersachsen für den Bereich A-Marken Vertrieb CE Retail mit Erfahrungshintergrund „Braune Ware“.

Als der/die ideale Mitarbeiter(in) verfügen Sie über solide Vertriebserfahrung und gute Kontakte im Fachhandels- und Fachmarktbereich. Sie haben einen proaktiven selbständigen Arbeitsstil und überzeugen durch seriöses, bodenständiges Auftreten. Zudem sind Sie zielstrebig, kontaktstark und kundenorientiert, verbunden mit betriebswirtschaftlichem Denken. Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit runden ihr Profil ab.

Wir bieten eine langfristig orientierte Zusammenarbeit in Festanstellung in einem angenehmen und spannenden Arbeitsumfeld.

THOLEN 

Tholen e.K.

Frielingsdorfweg 12 • 45239 Essen

Tel.: + 49 (0) 201 782028 • Mobil: + 49 (0) 171 3330388

E-Mail: rotthaus@tholen.de

Vertriebspartner für: Canton, Humax, Sonos, Navigon, Lexmark

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics...

... Unterhaltungselektronik

... Informationstechnologie

... Telekommunikation

... Infotainment

... Fotobranche

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



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

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90

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

Bankverbindung:
Postbank Essen, Kto. 164 565 438,
BLZ 360 100 43

IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner, Sebastian Lindemann

Redaktion:

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

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 12 v. 1.
Januar 2011

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräßel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben
nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion
wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte

wird keine Verantwortung übernommen.
Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

EsgeltendieallgemeinenGeschäftsbedingungen
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

Samsung hilft Tigern in Not!



Gratis für Sie:

1 Tiger-Design für Ihren Drucker zum selbst Aufkleben



Samsung CLP-320N



Samsung CLP-325W



Samsung CLX-3185FN



Samsung CLX-3185FW



1 Tiger-Mousepad



Mit dem Kauf eines dieser Samsung Modelle unterstützen Sie mit 10,-€ das WWF Projekt „Tiger in Not“.

Wir danken unseren Partnern für die Unterstützung:

Media Markt • Saturn • Euronics • Expert • ElectronicPartner • Alternate.de
Cyberport.de • Neckermann.de • HomeOfHardware.de

Weitere Informationen finden Sie unter: www.samsung.de/tigerinnot



TURN ON TOMORROW