

POS-MAIL

Februar 2012

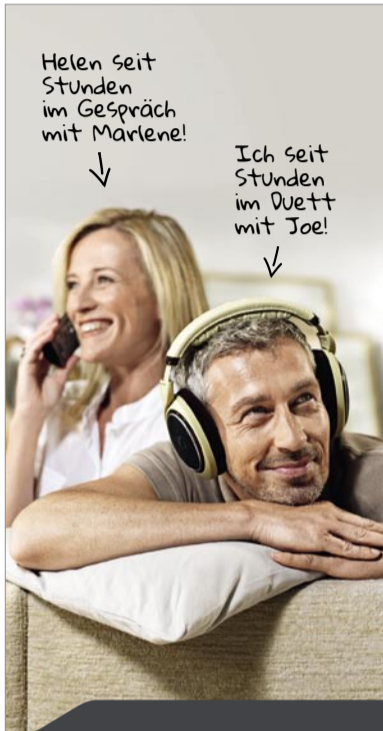
ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

13. Jahrgang • 51612



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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Helen seit
Stunden
im Gespräch
mit Marlene!

Ich seit
Stunden
im Duett
mit Joe!

SO KLINGT DAS LEBEN

Der **HD 598** ist einer von fünf Top-Modellen unserer neuen Produktauswahl „my selection“ speziell für die Zielgruppe 50plus. Zur Unterstützung unserer Kampagne „So Klingt das Leben“ bieten wir dem Fachhandel umfangreiche POS-Materialien, die er je nach individuellem Bedarf bestellen kann. Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an den Sennheiser Vertrieb oder an Ihren Großhändler.



my selection

AUDIO
KLANGURTEIL 75 PUNKTE
PREISLEISTUNG SEHR GUT 10/10



SENNHEISER



OLED, UD, 3D, Smart TV: LG setzt Meilensteine für 2012

Mit einer Neuheitenflut präsentierte LG zum Jahresauftakt selbstbewusst und innovativ auf der CES die Trends und Produktentwicklungen rund um das Thema hochauflösende und zukunftsweisende Fernsehtechnologien. Dabei stellte das Unternehmen unter anderem ein 55 Zoll großes Fernsehgerät mit OLED-Display (Organic Light Emitting Diode – organische Leuchtdioden) vor, das gleich zweifach als bester Fernseher und bestes Gadget der Show ausgezeichnet wurde. Im Mittelpunkt des Messeauftritts standen außerdem Neu-

heiten aus den Bereichen 3D- und Ultra Definition (UD) TV. Und natürlich ist LGs TV-Welt smart. Neben ausgefeilten Technologien legt das Unternehmen auch bei den neuesten Produktentwicklungen wieder einmal Wert auf anwenderfreundlichen Bedienkomfort mit samt Gesten- und Sprachsteuerung sowie ein formschönes Design. So wurden beispielsweise Displayrahmen auf ein absolutes Minimum reduziert und stehen so der hochintensiven Wirkung von 3D-Effekten nicht mehr im Wege.

„LG blickt auf eine außerordentlich erfolgreiche CES 2012 zurück. Sowohl das Design als auch die Bildqualität unseres 55EM9600 OLED TV und unseres Portfolios überhaupt haben die Messebesucher und Fachjournalisten ausnahmslos begeistert“, so Michael

Wilmes, Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH. „Die ‚Best of Show‘-Auszeichnungen machen uns stolz, sind aber gleichzeitig auch Ansporn, den von uns eingeschlagenen Weg in Zukunft konsequent weiterzugehen. Mit

unserem OLED TV haben wir einen ersten Meilenstein für 2012 gesetzt, es wird nicht der letzte bleiben.“ Mit dem 55EM9600 präsentierte LG auf der CES die Zukunft der TV-Technologie, wie es seitens des Unternehmens heißt.

Im Gegensatz zu anderen OLED-Geräten arbeitet das Display mit einer 4-Farb-Pixel-Darstellung und „Color Refiner“. Diese Algorithmen sorgen für eine sehr hohe Bildqualität mit einer natürlichen und präzisen Wiedergabe von leuchtenden Farben. Laut LG ist

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics

- Unterhaltungselektronik
- Informationstechnologie
- Telekommunikation
- Infotainment • Fotobranche

Sind Sie an unserem monatlich erscheinenden, kostenlosen Newsletter interessiert? Dann senden Sie uns eine E-Mail: pos@cat-verlag.de



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



> DIE TL868G-SERIE

Unsere neue TL-Serie bieten Ihnen und Ihrer Familie den günstigen Einstieg in die 3D-Full-HD-Unterhaltung.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite www.toshiba.de/consumer

TOSHIBA
Leading Innovation >>>



Innovationen in Sicht

Die CES 2012 vom 10. bis 13. Januar in Las Vegas war ein guter Jahresauftakt für die Hightech-Branche. Denn in den vollgestopften Hallen haben die großen Hersteller zum Sprung in die nächste Dimension der digitalen Unterhaltungselektronik angesetzt, und das nicht nur wegen der immer größeren interaktiven Angebote, die den Besitzern von Smart TVs über das Internet zur Verfügung gestellt werden (und mit denen eines Tages hoffentlich auch der Fachhandel Geld verdienen kann). Auch nicht nur wegen der explodierenden Zahl netzwerkfähiger Geräte, die geradezu nach kompetenter Beratung durch qualifizierte Fachhändler schreien – denn von selbst wird sich das vielbeschworene „vernetzte Heim“ bei Otto Normalverbraucher und Lieschen Müller nicht installieren.

Nein, es besteht auch Hoffnung auf handfeste Produkte für ebenso handfeste Umsätze. Die einen betreffen den lange vernachlässigten Audio-Bereich: Guter Ton ist wieder ein Thema. Und den großen Herstellern fällt dazu mehr ein als nur ein Soundbar unter dem Flachbildschirm oder ein Dock für das Smartphone bzw. den MP3-Player. Die neuen Soundsysteme klingen nicht nur gut, sondern sind häufig auch Designerstücke, die in modernen Wohnumgebungen gut aussehen. Zum Lifestyle gehört heute ein guter Ton.

Auch im TV-Segment geht es mit Innovationen weiter – das macht zumindest Hoffnung auf ein neues Premium-Segment, in dem sich wieder Geld verdienen lässt. Die OLED-TVs von LG und Samsung beeindruckten mit faszinierender Bildqualität, ebenso wie die neuen höher aufgelösten Bildschirme, die die 4-, 8- oder gar 36-fache Auflösung von HDTV bieten. Bleibt zu hoffen, dass über die immer leistungsfähigeren Netzwerke auch entsprechende Inhalte bereitgestellt werden.

In jedem Fall gilt: Die CES hat gezeigt, dass sich der Hightech-Fachhandel auf das Jahr 2012 und auf die IFA freuen kann – schon jetzt.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer

eine vergleichbare Farbqualität mit LED- und LC-Display-Panels technisch nicht zu erreichen. Zudem bietet die 4-Farb-Pixel-Darstellung eine höhere Farbtreue im Vergleich zum RGB-Verfahren. Der „Color Refiner“ gewährleistet die Farbkonsistenz für einen breiteren Blickwinkel mit Hilfe eines Algorithmus zur Optimierung von Farbschattierungen und -tönen. OLED-Displays überzeugen außerdem mit einer wesentlich schnelleren Wiedergabe von Bewegungsabläufen. „Durch unsere enge Zusammenarbeit mit LG Display konnten wir ein TV-Gerät entwickeln, das alle Vorteile der OLED-Technologie vereint und dabei wesentlich günstiger in der Fertigung ist als herkömmliche OLED-TVs“, so Michael Wilmes. Der OLED-TV von LG, der ab dem dritten Quartal 2012 verfügbar ist, arbeitet nicht nur mit hochmoderner Technologie, er beeindruckt auch durch seine ästhetische Gestaltung. Durch das sogenannte Slim and Narrow Bezel-Design besitzt der Fernseher ein elegant-minimalistisches Äußeres: Mit einem Gewicht von gerade einmal 7,5 kg und einer Tiefe von nur 4 mm wirkt der große Bildschirm sehr filigran. Das Technik-Magazin CNet hat den 55EM9600 darum mit dem „Best of CES Award“ als besten Fernseher der Messe und als bestes Gadget der Show ausgezeichnet.

Cinema 3D und smartes Fernsehen

Ein weiteres TV-Flaggschiff, das LG auf der CES erstmals einem breiten Publikum präsentierte, war der 3D UD TV (Ultra Definition) mit einer Bildschirmdiagonale von fast 214 cm (84 Zoll). Mit zunehmendem Angebot und verbesserter Qualität von 3D-Inhalten wächst auch die Nachfrage nach großen Bildschirmen, die ein realistischeres und intensiveres 3D-Entertainment-Erlebnis ermöglichen. Der neue 3D UD TV von LG soll diesen Anwenderansprüchen gerecht werden. Das Gerät bietet mit acht Millionen Pixeln beste Bildqualität mit einer Auflösung von 3.840 x 2.160. In Verbindung mit dem extrem schmalen Display-Rahmendesign von LG überzeugt der 3D UD TV mit dem modernsten 3D-Erlebnis außerhalb eines Kinos. Darüber hinaus können die Benutzer mit der 3D-Tiefensteuerung die 3D-Darstellung individuell anpassen. 3D Sound Zooming produziert dazu ein dreidimensionales Klangerlebnis, das an die Qualität von Heimkinosystemen herankommt. Über den Bildschirm können die Zuschauer unter anderem auf das



„Neben einem konsumentenfreundlichen 3D- und Smart-TV-Angebot setzen wir 2012 auch in den Bereichen Displaytechnologie und Design neue Maßstäbe. Das haben wir bereits auf der CES deutlich gemacht“, so Michael Wilmes, Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH.

Smart-TV-Angebot von LG zugreifen, das aus mehr als 1.200 Apps besteht und ihnen Zugang zu einem stetig wachsenden Angebot an Premium-Content-Services eröffnet – so auch zur 3D Zone, in der die Benutzer aus einer Fülle von 3D-Filmen auswählen können. Der integrierte 2D-zu-3D-Konverter sorgt für einen praktisch unbegrenzten Nachschub an 3D-Inhalten.

LG hat die aktuellen Cinema 3D Smart-TVs, Monitore und Projektoren mit neuen und überarbeiteten Technologien und Features optimiert. Dazu zählt auch

Überzeugende Netzwerktechnik

Die neuen Cinema 3D Smart-TVs von LG bieten eine Vielzahl von Anschlussmöglichkeiten: Die neueste Option ist dabei die WiFi-Technologie, die die einfache und schnelle Verbindung von TVs und PCs ohne Kabel- oder Internet-Anschluss gewährleistet. Smart Share Plus eröffnet den Konsumenten Zugang zu Inhalten, die auf externen Geräten wie PCs, Tablet-Rechnern und Smartphones gespeichert sind. Das Feature beinhaltet zusätzlich die Screen Share-Funktion für das Streaming von TV-Content zu externen Wiedergabegeräten über eine WLAN-Verbindung.

Die Dual Play-Funktion nutzt die theoretischen Grundlagen der 3D-TV-Technologie, um das ultimative Spielvergnügen zu ermöglichen. Im Gegensatz zum üblichen Split-Screen, bei dem sich jeder Spieler auf seine Hälfte des Bildschirms konzentrieren muss, erzeugt die Dual-Play-Funktion von LG in Verbindung mit der Dual-Play-Brille zwei vollständig getrennte Vollbilder. 3D Sound Zooming produziert dazu einen Ton, der mit der Position und der Bewegung der verschiedenen Objekte auf dem Bildschirm synchronisiert ist. Damit werden die fesselnden Bilder durch einen



das voll ausgereifte Smart-TV-Angebot, das jetzt durch noch mehr Nutzerkomfort ergänzt wird. Die Smart-TV-Plattform von LG wurde verbessert und mit einer integrierten Suchfunktion für einen einfacheren und schnelleren Zugang zu Inhalten erweitert. So können jetzt gängige Schlüsselwörter für die Suche in der umfassenden Smart-TV-Palette verwendet werden. Zusätzlich zu den grundlegenden Kommunikationsfunktionen erlauben Social Networking Services (SNS) von LG Smart-TV den Zuschauern, die Inhalte, die sie sehen, zu „teilen“ oder zu „ liken“.

ebenso packenden Sound unterlegt. „LG arbeitet beständig daran, Zuschauer auf der ganzen Welt davon zu überzeugen, dass 3D und Smart TV die Zukunft sind und nicht nur ein vorübergehender Hype“, so Michael Wilmes.

Kluge Fernbedienung

Mit der Magic Remote hat LG eine neue Fernbedienung vorgestellt, mit der sich die Bedienung der Cinema 3D Smart-TVs noch komfortabler gestalten lässt. Dank der Einbindung von Spracherkennungstechnologie in die Magic Remote können die Nutzer jetzt



Mit der Magic Remote ist die Bedienung der Cinema 3D Smart-TVs noch komfortabler. Die Fernbedienung hört auf Sprachbefehle und steuert den Fernseher mit Gesten.

Text wie beispielsweise Suchbegriffe auch per Sprachkommandos eingeben und so das Browsen mit dem Smart-TV insgesamt beschleunigen. Zudem lassen sich Kommandos auch als physische Magic Gestures eingeben, das heißt, die Konsumenten können ihren Cinema 3D Smart-TV mit einfachen Arm- oder Handgelenksbewegungen steuern. Mit Hilfe des Bedienrads in der Mitte der Magic Remote können die Anwender in den unterschiedlichen Menüs und Apps rasch auf- und abscrollen und so schneller ihre Auswahl treffen. Die Pointing-Funktion ermöglicht es, einfach mit der Magic Remote Richtung Fernseher zu zeigen und eine Auswahl zu treffen, indem der Cursor auf dem Bildschirm verschoben wird. Mit der Pointing-Funktion können sich die Anwender durch das gesamte Smart TV-Bediensystem von LG bewegen, ohne unterschiedliche Knöpfe und Pfeiltasten verwenden zu müssen. Neben den vier Steuerfunktionen ist die Magic Remote auch mit einer 3D-Taste ausgestattet, die die Umwandlung von 2D zu 3D per einfachem Knopfdruck aktiviert. Dank ihres ergonomisch geschwungenen Designs lässt sich die Magic Remote besser greifen und liegt angenehmer in der Hand.

3D-Designerbrillen

Im ersten Quartal 2012 wird LG eine neue 3D-Brillenkollektion auf den Markt bringen. Highlight ist eine gemeinsam mit dem renommierten Eyewear-Designer Alain Mikli entwickelte 3D-Brille. Die neuen 3D-Brillen – die F310, der Brillenclip F320 und die Alain Mikli F360 – sind, laut LG, noch leichter und angenehmer zu tragen. Dank ihres besseren Designs mit gebogenen Gläsern und einer klaren Linienführung haben die 3D-Pola-

Ansehen von 3D-Filmen genutzt werden, denn Cinema 3D arbeitet mit denselben FPR- und RealD-Technologien, wie sie auch in Kinos verwendet werden.

3D-Soundtechnologie

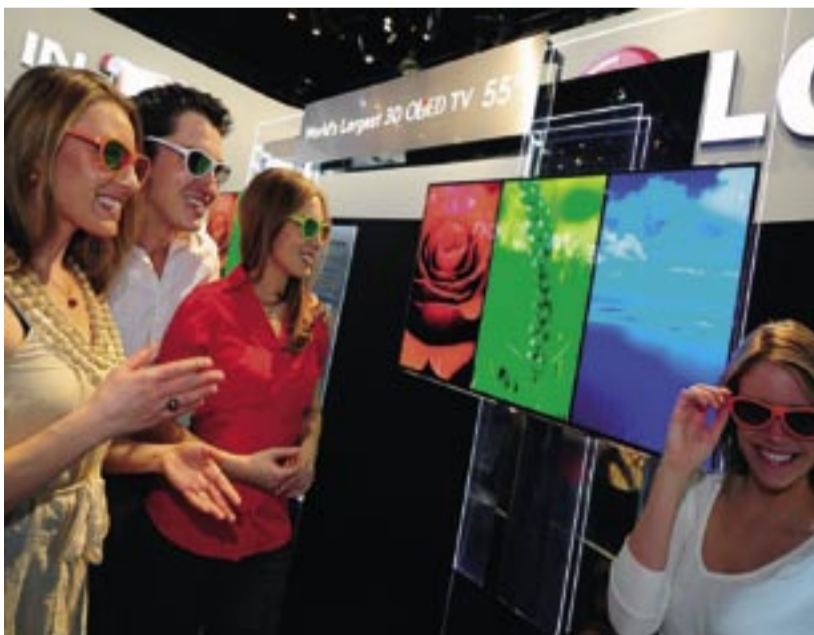
Großes Kino braucht natürlich auch guten Sound. Auf der CES hat LG vier neue Heimkinosysteme vorgestellt – ausgestattet mit der neuesten 3D-Soundtechnologie des Unternehmens. Von den vier neuen 3D Sound Home Theater Modellen, deren Einführung für das erste Halbjahr



Für den guten 3D Sound bringt LG im ersten Halbjahr dieses Jahres vier neue 3D Sound Home Theater Modelle auf den Markt. Das erste dieser Modelle – das LG BH9420PW – wurde auf der CES der Öffentlichkeit vorgestellt.

risationsbrillen somit den Sprung von einer lästigen Notwendigkeit zum schicken Accessoire geschafft. Das sogenannte Halbrand-Design der F360, das gemeinsam mit Alain Mikli entwickelt wurde, wirkt äußerst sportlich; zudem ist die Brille mit nur 16 Gramm sehr leicht. Die Gläser der F360 sind gebogen und decken praktisch das gesamte Gesichtsfeld ab, wodurch die Bewegungsfreiheit des Trägers vor dem Fernseher weiter vergrößert wird. Wie alle 3D-Brillen von LG kann die modische F360 auch im Kino für das

2012 geplant ist, wurde das LG BH9420PW als erstes auf der CES 2012 der Öffentlichkeit präsentiert. Es arbeitet mit der von LG selbst entwickelten 3D Sound Zooming-Technologie, die den Ton laufend mit der Position und Bewegung der 3D-Bilder auf dem Bildschirm eines Cinema 3D Smart-TVs synchronisiert. Die Bilder und der Sound in realitätsgetreuer 3D-Qualität lassen die Betrachter direkt in die Handlung auf dem 3D-Fernseher eintauchen. Zur Erzeugung der großen Soundtiefe nutzt 3D Sound Zoo-



LGs neue 3D-Brillen sind nicht nur funktional, sondern auch designorientiert.

ming einen komplexen Algorithmus, der die unterschiedliche Tiefe zahlreicher Objekte auf dem Bildschirm des 3D-TVs analysiert.

Das 9.1-Lautsprechersystem des LG BH9420PW erweitert die 5.1-Kanäle eines herkömmlichen Heimkinosystems mit vier zusätzlichen Upright 3D Speakern; die packende 3D-Soundqualität wird dadurch noch intensiver. Denn die 3D-Standlautsprecher geben den Klang zur Decke ab und fluten so den Raum auch vertikal mit Sound. Gleichzeitig verteilt ein 360-Grad-Reflektor innerhalb jedes aufrechten 3D-Lautsprechers den Klang in alle Richtungen und schafft so eine Akustik wie in einer Konzerthalle. Die Sound Field Expansion-Technologie nutzt zudem den speziellen DSP Algorithmus von LG für 3D-Effekte zur Erweiterung des horizontalen Klangfeldes und arbeitet harmonisch mit den 3D-Standlautsprechern zusammen. So wird ein sehr intensives

360-Grad-Sounderlebnis geschaffen. Durch die Ausweitung des Audio-„Sweet-Spots“ fühlen sich die Zuschauer immer mitten ins Geschehen versetzt, unabhängig vom Standort.

Um den Nutzern ein möglichst umfassendes 3D-Vergnügen zu bieten, ist das LG BH9420PW Smart-TV-fähig. Damit hat jeder Standard-3D-Fernseher Zugang zum Smart-TV-System von LG, das aus einer wachsenden Zahl von 3D-Inhalten besteht. Die Inhalte werden als Premium-Content-Service und Apps – beispielsweise 3D Zone von LG – zur Verfügung gestellt.



POS-MAIL INHALT

UE-Aktuell	... 4
UE-Neuheiten	... 5, 9
Satellitentechnik	... 6
2012 wird das Jahr der Vernetzung – Samsung überwindet Grenzen	... 7



Vorstandsvorsitzender Oliver Seidl sieht Loewe gut aufgestellt – „Über eine Million Möglichkeiten“ ... 8



GfK Imaging Summit 2011 – Konvergenzen ohne Grenzen ... 10

Sony mit neuer TV-Generation: Crystal LED-Display und Online Entertainment ... 11

Thomas Menneking, Vice President Field Sales, Sky: „Ein wirklich tolles Produkt“ ... 12



Gute Stimmung bei Grundig: „Wachstum durch Qualität“ ... 13

CES 2012 in Las Vegas mit Rekordbeteiligung – Alles smart ... 14



Neu von Sennheiser – High-End-Kopfhörer in offener Optik ... 16

Der Bose-Profi geht von Bord: Ulrich Kremp im Ruhestand ... 16

Im März in vier deutschen Städten – Amicom on Tour ... 17

CarMedia ... 18

TK-Nachrichten ... 19

TK-Neuheiten ... 20

Multizellen-System von Gigaset Communications – Neue DECT-Lösung für Profis ... 21

Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi – Die Netzwerker ... 22

Neue Kenwood HiFi-Systeme mit USB- und iPhone/iPod-Anschlüssen: Für anspruchsvolle Musikfans ... 22

Wagners Welt ... 27

PoS-MAIL online: Ihr aktuelles Update ... 27

Impressum ... 27



UE



Pos Aktuell

Loewe plusTage

Loewe hatte eine Woche lang ein dickes Extra-Plus an Unterhaltung für zu Hause im Angebot. Bei den Loewe plusTagen, vom 20. bis 28. Januar 2012, wurden vier Produkt-Innovationen vorgestellt, die jeweils im Paket mit einem zusätzlichen Highlight angeboten werden – darunter je nach Kombination u. a. mit einem iPod Touch 32 GB oder einem iPad 2 von Apple. Mit der Assist Media App kann sich der Anwender die Fernsehzeitung sparen: Alle Sender, alle Programm-Informationen sind als attraktiver Electronic Programme Guide (EPG) auf dem iPad verfügbar – inkl. individualisierbarer Favoriten-Auswahl. Antippen genügt: Schon zeigt das Loewe TV-Gerät das gewünschte Programm. Durch bloßes Antippen wird auch die Sofort-Aufnahme gestartet oder die Aufnahme einer späteren Sendung programmiert. Die Kompakt-Anlage Loewe SoundBox begeistert mit konkurrenzloser Klangqualität, intuitiver Bedienbarkeit und einer Vielzahl an Individualisierungsoptionen. Der Loewe AirSpeaker spielt drahtlos Musik von allen Apple Geräten wie z. B. dem iPhone – dank integrierter Apple Airplay Technologie; auch diese Loewe Produktneuheit überzeugt mit bisher unerreichter Soundqualität in ihrer Klasse sowie

mit Farb- und Materialvielfalt für jede Stimmung und Vorliebe. Außerdem präsentiert Loewe mit der Loewe SoundVision ein neuartiges Produktkonzept unter den Audio-Stand-Alone-Anlagen: 7,5-Zoll-Touch-Display mit völlig neuartiger, spektakulärer Benutzerführung; Loewe MusicDetector Funktion zur Identifizierung von Songs aus allen Quellen; Netzwerkfähigkeit inkl. WLAN; iPod/iPhone-Dock, Digital-/Web-/FM-Radio, CD; Individualisierbarkeit durch große Intarsien; und nicht zuletzt: sechs Lautsprecher, davon zwei Subwoofer im edlen Aluminium-Gehäuse. Zum Auftakt der Aktionswoche hatten über 150 Fachhandelspartner in Deutschland ihre Kunden und Interessenten zu einem exklusiven „plus-Abend“ eingeladen. Am 19. Januar 2012 wurde bei diesen Fachhändlern gleichzeitig gefeiert. Es gab Home Entertainment zum Hören und Staunen – plus kleine Köstlichkeiten in außergewöhnlicher Zusammenstellung sowie Cocktail-Klassiker. www.loewe.de

Takao Hiramoto ist neuer Präsident bei der OKI Data Corporation

Die OKI Data Corporation hat Takao Hiramoto, bislang stellvertretender

Präsident, zum Präsidenten ernannt. Hiramoto hat seine neue Funktion zum 1. Januar 2012 aufgenommen. Sein Vorgänger, Harushige Sugimoto, wechselt in den Vorstand und übernimmt dort die Position des Direktors. Anlässlich seiner Ernennung zum Präsidenten sagte Hiramoto, er baue vor allem auf den ursprünglichen „Unternehmensgeist“, der OKI nicht zuletzt zum weltweit ersten und heute führenden Hersteller von Drucklösungen auf Basis der LED-Technologie gemacht hat. Die globalen Vertriebs- und Produktionskapazitäten, die von Komponenten bis zum Endprodukt reichen, sollen laut Hiramoto weiter ausgebaut werden. Ein wichtiges Kriterium bleibe auch zukünftig die Reputation der OKI Geräte als qualitativ hochwertige und robuste Produkte, so Hiramoto. www.oki.de

Robert Nienhaus neuer Projektleiter bei Shopmacher

Die Shopmacher erweitern ihr Team: Neuer Online-Projektleiter in Gescher ist Robert Nienhaus. Er bringt zehn Jahre Erfahrung als Entwickler mit und soll unter anderem Mandanten-Pro-



Robert Nienhaus

jekte leiten und deren Qualität hinsichtlich Timing und Budget sicherstellen. Der neue Projektleiter arbeitete vor seinem Einstieg bei den Shopmachern für verschiedene Unternehmen als freiberuflicher Trainer, Entwickler und Projektmanager – auch mit Kommunikations- und Personalverantwortung. Unter anderem war er für Rent-A-Byte und Micobuss in Essen sowie für Axis24 in Dinslaken tätig. Parallel zu seiner Arbeit schließt der angehende Bachelor of Science sein Studium im Bereich Angewandte Informatik/Systems Engineering ab. Zu den Aufgaben von Nienhaus bei den Shopmachern gehört es, Projekte des Unternehmens für seine Auftraggeber zu leiten und neben der Qualität vor allem Termingenauigkeit und Einhaltung von Budgetplanungen sicherzustellen. Darüber hinaus soll er interne Prozesse optimieren und die einzelnen Unternehmensbereiche miteinander vernetzen und koordinieren. Außerdem soll er die Arbeitsabläufe straffen und den Projekt-Teams mittelfristig ein Portfolio an Modulen bereitstellen, aus denen sich nach dem Baukastenprinzip individuelle Lösungen für eine Online-Filiale schnell und kostengünstig realisieren lassen. www.shopmacher.de



Microsoft CeBIT Messestand 2012

Microsoft zeigt sich auf der CeBIT im „Metro“-Design

Microsoft stellt das Thema Design in den Mittelpunkt seines diesjährigen CeBIT-Auftritts. Mit dem Motto „Microsoft Heartbeat – The Power of Design“ unterstreicht das Unternehmen seinen ganz- und einheitlichen Plattform-Ansatz und macht ihn emotional erlebbar. Der Schlüssel zu den wichtigsten Trends in der IT liegt im Zugang. Das Design – sowohl das Interface zum Nutzer als auch das Zusammenspiel von verschiedenen Anwendungen, Systemen und Devices „im Hintergrund“ – spielt dabei die entscheidende Rolle. Klare Linienführung, reduziert auf das Wesentliche: Die alten Tugenden der Bauhaus-Welt werden zum prägenden Element im Umgang mit Microsoft Software und sorgen für unmittelbaren Nutzwert. Mit „Metro“ hat Microsoft erstmals eine unverwechselbare Designsprache definiert, die vom Windows Phone über Xbox 360 bis zum kommenden Windows 8 auf Tablets und PCs ein durchgängiges Microsoft-Erlebnis über alle Plattformen verspricht. Die neue Design-Philosophie von Microsoft wird sich im komplett neuen Standkonzept in Halle 4, Stand A 26, widerspiegeln. Die Besucher erwartet ein Messestand komplett im Metro-Design. Im Zentrum steht eine Centerstage mit überdimensionaler Multiwall. Auf dieser interaktiven Displaywand setzen die Elemente des Metro-Designs zahlreiche Showelemente und Programmpunkte in Szene. Auf dem CeBIT-Stand von Microsoft sind insgesamt mehr als 50 Partner vertreten, die ihre auf Microsoft Tech-

nologien basierenden Lösungen vorstellen. www.microsoft.de

Der Trainliner schult vor Ort

„Abverkauf durch Promotoren ist wichtig – dauerhafte Nachhaltigkeit sichere dies aber nicht!“, so die wichtigste Erkenntnis der Promotion-Agentur Schiller und Schiller nach mehr als 30 Jahren Praxis am PoS. Denn nur wenn Marktmitarbeiter gut geschult und ausreichend begeistert seien, wäre auch ein beständiger Abverkauf außerhalb der Promotion-Tage erzielbar. Damit habe die Agentur auch auf Industrieseite langfristig zufriedene, weil wirtschaftlich erfolgreiche, Kunden. Als logische Konsequenz daraus entwickelte Schiller und Schiller ein nachhaltiges Schulungsformat. Das Ergebnis heißt: Trainliner. Der Trainliner ist ein amerikanischer Schulbus und hat eine Innenraumfläche von 25 qm. Der Trainliner fährt direkt vor den Markt, kann individuell auf jeden Industriepartner gebrandet werden und damit Verkaufspersonal in die jeweilige Markenwelt „entführen“. Drei Trainer, die sich in allen Bereichen der Consumer Electronics und Home Appliances bestens auskennen, sind mit an Bord des Busses. Erfolgreich war Schiller und Schiller mit diesem Konzept bereits für die Firma Kodak unterwegs. Corinna Milling, Trade Marketing & Marcom Manager DACH, war „vollkommen überwältigt vom positiven Feedback zu der Schulungstour. Die Begeisterung der Handelspartner und des Vertriebsteams war überragend“, heißt es seitens der Agentur. www.trainliner.de



Branchen-Termine Februar bis März 2012

- 4.–5.2. **expert-Frühjahrsbörse**, Hannover
- 4.–5.2. **High End on Tour**, Darmstadt
- 10.–14.2. **ambiente**, Frankfurt am Main
- 14.2. **Philips Event – „Ein Tag mit Philips“**, Hamburg
- 23.–24.2. **Panasonic Convention**, Hamburg
- 27.–29.2. **Euronics Kongress**, Leipzig

Wertgarantie Regio Treff

- 14.2. Berlin-Charlottenburg, Ratskeller
- 21.2. Lörrach, Hotel JFM
- 22.2. Donaueschingen, Gasthof zum Rössle
- 23.2. Rottenburg, Best Western Hotel Convita
- 28.2. Offenburg, Schwarzwaldhotel Gengenbach
- 29.2. – 1.3. **Business Forum Imaging Cologne 2012 – Congress-Centrum Nord**, Koelnmesse. Unter dem Motto „Memories are more... INTERACTIVE“ ist das Business Forum Imaging Cologne das photokina Event für Hersteller, Bilddienstleister und Fotohandel. www.bfi-photokina.de

1.3. **Mobile World Congress**, Barcelona

Philips Event – „Ein Tag mit Philips“

- 1.3. Potsdam, 6.3. München,
- 26.3. Köln, 29.3. Mainz

6. – 10.3. **CeBIT 2012 – Messe Hannover**. Mit dem Schwerpunkt „Managing Trust“ will die CeBIT 2012 vom 6. bis 10. März in Hannover das Thema Vertrauen und Sicherheit in der digitalen Welt in den Mittelpunkt stellen. Das Schwerpunktthema ist das Ergebnis eines umfangreichen Themenfindungsprozesses, in den die Deutsche Messe AG neben Experten aus aller Welt, Top-Managern der internationalen ITK-Branche sowie der verschiedenen Anwenderindustrien erstmals auch die Consumer-Gemeinde einbezogen hat. www.cebit.de

9.–11.3. **Ringfoto Frühjahrsmesse**, Erlangen

Samsung Roadshow, „Zusammen weitergehen“

- 12.–13. 3. Ludwigsburg
- 15.–16.3. Frankfurt am Main
- 19.–20.3. Hamburg
- 26.–27.3. NRW (Ort wird noch bekanntgegeben)
- 30.3. Berlin
- 23.–25.3. **ElectronicPartner Jahrestagung**, Düsseldorf

Samsung unterstützte die 2012 Winter Youth Olympic Games

Höchstleistung, Respekt und Freundschaft – diese olympischen Werte standen im Zentrum der Innsbruck 2012 Winter Youth Olympic Games, die vom 13. bis 22. Januar 2012 zum ersten Mal ausgetragen wurden. Als langjähriger weltweiter Olympischer Partner war Samsung auch bei diesem besonderen Sportereignis als offizieller Mobilfunk-Ausrüster dabei. Mit der Unterstützung unterstrich das Unternehmen sein sportliches sowie soziales Engagement und half aktiv dabei, den jungen Leistungssportlern ein unvergessliches Erlebnis zu bereiten. Samsung ist davon überzeugt, dass Sport die Menschen zusammenführt und über alle nationalen und kulturellen Grenzen hinweg verbindet, heißt es seitens des Unternehmens. Neben dem olympischen Engagement unterstützt Samsung auch den englischen Fußballverein FC Chelsea, den FC Bayern München und den Leichtathletik Dachverband IAAF. Seit 2003 agiert das Unternehmen außerdem als Hauptsponsor der jährlich stattfindenden Deutschen Fechtmeisterschaften und fördert die Nachwuchsausbildung am Olympiastützpunkt Taubertal bei Taubertal. Im Breitensport setzt sich Samsung als Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) im Rahmen der Festivals des Sports ein. www.samsung.de



UE

Loewe App für iPad

Mit der Loewe VideoNet App erweitert Loewe seine Home Entertainment Systeme über das iPad. Die Loewe VideoNet App erlaubt dem Nutzer einen unkomplizierten Zugang zu Videos im Netz. Sie streamt die aktuellsten Sendungen, Web-Shows, Screencasts und Podcasts ohne Umweg direkt auf die Loewe Flachbildfernseher oder auf das iPad. Mit der Loewe Assist Media App werden keineswegs nur Standardfunktionen einer Fernbedienung – wie das Umschalten oder die Lautstärkenregelung eines Loewe TVs – durch das iPad ausgeführt. Vielmehr steht dem Benutzer eine Senderliste zur Verfügung, die sofort das laufende Programm der digitalen Sender anzeigt.

Über den Loewe Partner Gracenote liefert der elektronische Programmführer (EPG) der Premiumklasse ausführliche Informationen über einen Film oder eine TV-Serie. Neben einer kurzen Inhaltszusammenfassung werden nicht nur die mitwirkenden Akteure angezeigt, sondern sogar ähnliche TV-Inhalte empfohlen. Sobald sich eine interessante Sendung gefunden hat, kann das TV-Gerät mit nur einem Klick sofort auf den gewünschten Sender umgeschaltet werden. Natürlich kann der EPG auch einfach nur als digitale Programm-

zeitschrift dienen. War der EPG bis vor kurzem ausschließlich für Fernsehgeräte verfügbar, kann er nun in einer Premium-Version direkt vom iPad abgerufen werden und das Fernsehprogramm komfortabel vorselektiert werden. Ist der Nutzer von einem Film oder einer Sendung begeistert, kann er sich spontan entscheiden, den Content via iPad auf der integrierten Festplatte, dem DR+ Archiv, des Loewe Fernsehers aufzunehmen. Mit One-Touch-Recording ist das problemlos für aktuell oder demnächst ausgestrahlte Sendungen möglich. Voraussetzung ist, dass sich das TV-Gerät im Aktiv-Modus befindet und im gleichen WLAN-Netz wie das iPad angemeldet ist. Ebenso sind persönliche Liebessender leicht auf dem individualisierbaren Dashboard, der Startseite der „Fernbedienung“, speicherbar. So kann schnell auf den gewünschten Sender geschaltet werden. Außerdem ist das MediaNet des Loewe Fernsehers in die Loewe Assist Media App integriert, so dass auch die darin befindlichen Apps vom iPad aus aufrufbar sind. Ein zusätzliches Highlight für User in Deutschland ist die integrierte maxdome-Information. Via iPad kann alles Wissenswerte über die Filme des größten deutschen Online-Video-Portals eingeholt werden. Anschließend können ausgewählte Filme oder Serien über den Loewe Fernseher

ausgeliehen und angesehen werden. Die Loewe Assist Media App ist mit allen internetfähigen Loewe LED-Fernsehern ab 32 Zoll kompatibel. Voraussetzung ist, dass am TV die entsprechende Softwareversion installiert ist. Damit ist die Funktion auch für bereits ausgelieferte Flat-TVs verfügbar, die nun um eine weitere Dimension reicher werden. Die Loewe Assist Media App ist ab sofort in zahlreichen Sprachversionen im AppStore verfügbar. So wird die Loewe Welt mit der neuen Loewe App noch vernetzter und noch komfortabler. www.loewe.de

Onkyo bringt Heimkino-Receiver mit neuartigen Technologien

Onkyo hat die Herstellung der weltweit ersten Heimkino-Receiver mit InstaPrevue und MHL (Mobile High-Definition Link)-Technologien von Silicon Image angekündigt. Die InstaPrevue-Technologie erlaubt erstmals eine Bild-in-Bild-Vorschau aller angeschlossenen HDMI- und MHL-Geräte in Echtzeit. Damit können Nutzer ein Echtzeitvorschauenfenster ansehen und auswählen, um zwischen Blu-ray-Disc oder DVD-Spieler, ihrer Spielkonsole oder jedem anderen HDMI- oder MHL-Gerät umzuschalten. MHL ist der schnell wachsende HD-Audio/

Video-Verbindungsstandard, der es mobilen Geräten erlaubt, unkomprimiertes 1.080p Video mit bis zu acht Audiokanälen – unterstützt durch HDCP Content Protection – über eine Fünfdrahtlösung zu übertragen. Neben der Stromversorgung ermöglicht die MHL-Verbindung zusätzlich die Steuerung des Mobilgerätes mit der existierenden Fernbedienung des Heimkino-Receivers. www.de.onkyo.com

3D-Fernseher von Xoro

Die MAS Elektronik AG, der deutsche Hersteller von Home Entertainment-Produkten der Marke Xoro, stellt mit dem Xoro HTL 4770 3D ihren ersten 3D-Fernseher vor. Der HTL 4770 3D arbeitet mit Polarisationstechnik (FPR Type 3D). Die passiven Brillen sind nach Angaben des Herstellers leicht. Sie benötigen keine Batterien und müssen nicht aufgeladen werden. Vier 3D-Brillen sind bereits im Lieferumfang enthalten. Zum Funktionsumfang des Fernsehers gehören



HD-DVB-T-Empfang mit elektronischem Programmführer und USB-Festplattenrecorder, ein HD-Media Player, ein analoger Kabel-TV-Tuner und USB2.0- sowie CI-Schnittstelle. Die unverbindliche Preisempfehlung des HTL 4770 3D beträgt 799 Euro. www.xoro.de

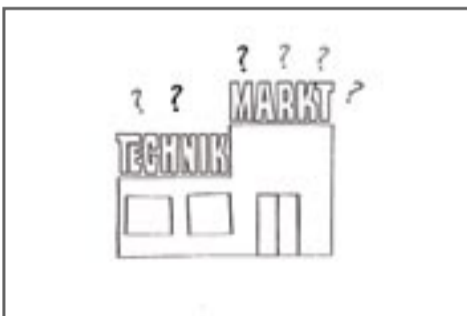
Rovi MediaGuide für Toshiba Smart-TVs

Toshiba setzt bei seinen neuen Smart-TVs der Modelle für 2012 auf den innovativen MediaGuide von Rovi als weiterentwickelte Alternative zum bisherigen Standard-EPG. Der Guide zeichnet sich durch zahlreiche Suchoptionen und eine Vielfalt zusätzlicher Inhalte aus. So werden ausführliche Informationen zu Schauspielern, Fernsehsendungen und Filmen, eine umfassende Bildergalerie, Links zu über zweieinhalb Millionen Beschreibungen von TV-Programmen, 120.000 Profile von Prominenten und Infos zu TV-Sendungen ab dem Jahr 1960 geboten. Der MediaGuide lässt sich ganz einfach über die „Guide“-Taste auf der Fernbedienung oder via Toshiba Places aktivieren. Das Feature wird zum Start in den neuen Geräten der Modellreihen RL, SL, TL, UL, VL und XL verfügbar sein. Die Nutzung des Rovi TotalGuide setzt eine bestehende Internetverbindung des Smart-TVs voraus. www.toshiba.de

TRAINLINER®

TRAINS BRAINS

In 4 Schritten zu mehr Erfolg!



Schulungsbedarf?



Unsere Lösung: der Trainliner



Raus aus dem Markt und rein in den individuell gestalteten Trainliner



Das Ergebnis: Perfekt geschulte Mitarbeiter, die nach unserem Besuch genau eines wollen: **Verkaufen, verkaufen, verkaufen!**

Trainliner buchen und Umsatz steigern.

www.trainliner.de



TechniSat schaltet Gourmet-Portal im Isio- Vision! Themenportal frei

In TechniSats IsioVision! Themenportal steht jetzt mit dem Gourmet-Portal ein neuer Dienst bereit. Redaktionell aufbereitet finden Isio-Nutzer Links zu den Bereichen Magazine, Speisen und Getränke, Kaffee, Tee und Gewürze, Pralinen und Schokolade sowie Whisky und Zigarren. Per Knopfdruck kann der Nutzer des Isio-Vision! Themenportals sich so gezielt zu den gewünschten Themen informieren. Geboten werden unter anderem Restaurant-Ranglisten, Rezepte, Einkaufsmöglichkeiten, Wissenswertes und Informatives. TechniSat setzt bei den internetfähigen Isio-Geräten auf ständige und schnelle Erweiterung der angebotenen Internetdienste sowie maximale Themenvielfalt. Außerdem hat der Nutzer die Möglichkeit, jede beliebige Webadresse einzugeben und mit einem Knopfdruck zu seinen Favoriten hinzuzufügen. Dadurch kann jeder Nutzer seine Internetliste nach eigenem Gusto individualisieren. www.technisat.de

Via Satellit durch die Leonardo da Vinci Ausstellung „schlendern“

Am 16. Februar können Kunstliebhaber aus ganz Europa im Rahmen von Leonardo Live an einem via Satellit übertragenen HD-Spaziergang durch die ausverkaufte, spektakuläre Ausstellung „Leonardo da Vinci – Maler am Mailänder Hof“ in der Londoner National Gallery teilnehmen. Eutelsat Communications ist mit der New Yorker BY Experience

und PhilGrabskyFilms Partner dieser einzigartigen Übertragung. Die am Vorabend der Ausstellungseröffnung aufgezeichnete 100-minütige Dokumentation überträgt Eutelsat am 16. Februar an die angeschlossenen Kinos. Der HD-Rundgang durch die Ausstellung in der Nationalgalerie präsentiert eine einzigartige Kollektion an noch nie in einer Ausstellung gemeinsam gezeigten Gemälden und Zeichnungen des Künstlers. Darunter befinden sich Meisterwerke, die zu anfällig für den Transport sind. Der britische Kunsthistoriker und Rundfunksprecher Tim Marlow gibt vertiefende Informationen und interpretiert die Werke.

Die HD-Signale überträgt der Eutelsat-Satellit Atlantic Bird 3 an Kinos in Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Norwegen sowie in Luxemburg und in der Schweiz. Dieser Satellit bedient bereits heute mehr als 600 für entsprechende Übertragungen ausgerüstete Kinos in ganz Europa.

Leonardo Live ist ein erneutes Beispiel dafür, wie qualitativ hochwertige Satellitenübertragungen die Reichweite einzigartiger kultureller Ereignisse vergrößern. www.eutelsat.de

TechniSat startet Endkunden-Gewinnspiel zum 25-jährigen Bestehen

Technisat verlost anlässlich des 25-jährigen Bestehens immer am 25. Tag des Monats einen attraktiven Preis. Im Januar gab es einen hochwertigen Digitalfernseher TechniVision 22 HD zu gewinnen. Bis zum Ende des Jahres finden Kunden auf der TechniSat-Homepage ein Gewinnspiel. Nach einer kurzen Registrie-

Wisi präsentiert sich auf der 9. FTTH Konferenz in München

Wisi präsentiert am Stand S18 auf der 9. FTTH Konferenz (14. bis 16. Februar) in München FTTH (Fiber-to-the-Home) Lösungen und Produktneuerheiten für den Auf- und Ausbau der TV-Kopfstellen und Netze der nächsten Generation. Durch das Zusammenwachsen von Breitband und Broadcast wandelt sich der TV-Markt im rasanten Tempo. Für die Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg jedes Netzbetreibers wird es zukünftig entscheidend sein, hochauflösendes Fernsehen sowie Multimediadienste auf allen verfügbaren Endgeräten in jedem Netz bereitzustellen. Mit dem Partner IP.Netcom stellt Wisi mit seiner umfassenden „Multi Screen“ Content Management Lösung AiMS eine Antwort auch für FTTH Netze vor.

Mit dem AiMS Content Management System kann ein Netzbetreiber seinen Kunden TV- und Multimediadienste auf unterschiedlichen Endgeräten über die gleiche Plattform bereitstellen. AiMS stellt die Dienste im korrekten Layout und der entsprechenden Auflösung auf Flatscreens, PCs, Mobiltelefonen, Tablets und Set-Top-Boxen mit der jeweils höchstmöglichen Bandbreite dar. Unter dem Motto „Any video in any network with any device at any time“ kann der Nutzer die Dienste auf seinem Tablet oder Mobiltelefon überallhin mitnehmen. Zur Gesamtlösung gehören Wisi-Produkte für das Verarbeiten und den Transport hochauflösender digitaler TV-Signale. Dabei setzt Wisi auf seine innovativen Kopfstellensysteme wie etwa Chameleon und Tangram für Broadcast TV und IPTV sowie analoge und digitale Glasfaser-Übertragungssysteme.

Das Kopfstellensystem Chameleon ist universell einsetzbar, ob in klassischen TV-Verteilnetzen oder Multi Screen Applikationen. Die Chameleon-Module sind vollständig flexibel per Software konfigurierbar. Das Konzept bietet dem Netzbetreiber dadurch Investitions-

sicherheit. Software-Bausteine von Chameleon sind unter anderem DVB-Modulatoren für die unterschiedlichen Signalwege, Transmodulatoren, IP- und ASI-Streamer sowie Remultiplexer.

Mit der weiteren Digitalisierung der Netze werden Videosignale zunehmend per IP übertragen. Für die Einspeisung in analoge Accessnetze wie RF Overlay oder HFC ist somit die Umwandlung in QAM, PAL und FM notwendig. Wisis Produktfamilie Tangram ist eine High-density-Plattform, mit der sich diese „Edge“ Anwendungen (Edge QAM, Edge PAL und Edge FM) kostengünstig realisieren lassen. Das System bietet alle notwendigen Funktionen für den Einsatz in professionellen Netzen wie Redundanz für Netzteile, 1+1 und n+1 Redundanz, SNMP Schnittstelle, Wechsel aller Module und der Lüfter im Betrieb u. v. m.

Für den Zuführungs- und Accessbereich zeigt Wisi seine Accessplattform Optopus. Das modular aufgebaute System ist äußerst flexibel, zeichnet sich durch hohe Dichte aus, ist sehr zuverlässig und eignet sich sowohl für den Einsatz in FTTH Netzen für RF Overlay und RF over Glass als auch für HFC-Anwendungen. Die auf dem Optopus Portfolio basierende RF Overlay Lösung besteht aus einer umfassenden Familie optischer 1550 nm Sender und Verstärker. Diese erfüllen insbesondere die Anforderungen der „Blast-and-Split Architekturen“, wie sie in Point-to-Point oder PON Netzen verwendet werden.

Speziell für FTTH in Kabelnetzen bietet Optopus alle notwendigen Komponenten und Module für den Aufbau eines RF over Glass Netzes. RF over Glass ist die ideale FTTH Technologie für Kabelnetzbetreiber durch die Verwendung der gängigen Übertragungsformate aus dem HFC Umfeld wie PAL, DVB und Docsis.

www.wisi.de

rung muss der Kunde eine Frage richtig beantworten und nimmt so am Gewinnspiel teil.

Das Jahr 2012 steht für TechniSat ganz im Zeichen des Firmenjubiläums. Deshalb werden neben dem Gewinnspiel zahlreiche weitere Marketingaktionen für Händler und Kunden durchgeführt. Neben Sonderpreisen und Gewinnspielen wird es Veranstaltungen und vieles mehr geben. www.technisat.de

Neues, hochwertiges Koaxialkabel von Wisi für Sat- und BK-Installationen

Wisi präsentiert mit dem MK 91 ein neues, hochwertiges Koaxialkabel (6,5 mm) mit technischen Spitzenwerten für den flexiblen Einsatz bei Sat- und BK-Installationen. So beträgt die Dämpfung des MK 91 auf 100 Meter lediglich rund 28 dB bei 2.000 MHz. Das Koaxialkabel übertrifft zudem das Schirmungsmaß der Klasse A und garantiert mit Werten von 110 dB die störungsfreie Signalübertragung in allen Einsatzszenarien.

Das neue Koaxialkabel ist mit einem Innenleiter aus reinem Vollkupfer für besseren Gleichstromwiderstand ausgestattet, der in ein physikalisch geschäumtes, alterungsbeständiges Dielektrikum eingebettet ist. Ein dreifach abgeschirmter Außenleiter sorgt mit geklebter Al/Pet-Folie für eine einfache Montage ohne Verrutschen. Das extrem dichte Al/Sn-Geflecht garantiert zudem eine gleichmäßige Bedeckung des Kabels und somit

eine hervorragende Abschirmung. Mit Standardnormmaßen von 6,5 mm Durchmesser beim PVC-Außenmantel eignet sich das MK 91 vor allem für die passgenaue Installation mit Wisi-Steckersystemen sowie handelsüblichem Verbindungszubehör. Eine auf das Kabel aufgedruckte Meterangabe unterstützt die Montage des neuen Wisi-Koaxialkabels. Der Vertrieb des MK 91 erfolgt in Folienverpackung zu 100 und 250 Meter sowie zu 500 Meter auf einer Kunststofftrommel.

Deutlich erleichtert wird der Einsatz des MK 91 durch den neuen Kabelabroller MB 01 A von Wisi. Dessen leichtgängige Mechanik ermöglicht das einfache Auf- und Abwickeln des Kabels. Das stoß- und schlagfeste PVC-Gehäuse des Abrollers sorgt zudem für den Schutz des Koaxialkabels gegen Schmutz und Beschädigung beim Transport und auf der Baustelle. Ein robuster Tragegurt unterstützt den komfortablen und leichten Transport des MB 01 A. www.wisi.de

Bei skyDSL gibt es jetzt Satelliten-Internet zum DSL-Preis

Während man Satelliten-Internet der Berliner skyDSL Deutschland GmbH schon seit langem zum Einstiegspreis von 14,90 Euro nutzen kann, bieten die Spezialisten für Highspeed-Internet aus dem All nun auch ihren Hochgeschwindigkeits-Komplettanschluss zum DSL-Preis von 39,90 Euro an. Für diesen Preis beinhaltet der Komplettanschluss neben dem

Internetzugang mit bis zu 10 Mbit/s im Download und bis zu 2 Mbit/s im Upload auf Wunsch auch einen Telefonanschluss. <http://de.skydsl.eu/>

Sis Live baut Ressourcen auf den Satelliten W3C und Atlantic Bird 1 aus

Sis Live, Betreiber der größten Satelliten-Uplink-Flotte in Europa und führender britischer Dienstleister für TV-Übertragungen, baut seine ständig verfügbaren Ressourcen auf Satelliten der Eutelsat Communications aus. Beide Unternehmen unterzeichneten dazu ein Kapazitätsabkommen für Atlantic Bird 1 und den neuesten Eutelsat-Satelliten W3C.

Das Abkommen hat eine mehrjährige Laufzeit. Es umfasst den Zugang auf eine Kapazität von 144 MHz auf dem Satelliten W3C sowie 36 MHz auf Atlantic Bird 1. Sis Live profitiert dabei von einer Ausleuchtzone, die sich über Großbritannien und ganz Europa erstreckt und sich ausgezeichnet für das Bereitstellen umfassender TV-Übertragungsdienste eignet. Sis Live ergänzt damit sein Portfolio an ständig verfügbaren Übertragungskapazitäten und kann so den umfassenden Bedarf von TV-Sendern für die Top-Ereignisse des Fernsehjahres 2012 decken. Hierzu gehören neben dem UK Diamond Jubilee, den Olympischen Sommerspielen London, den Paralympischen Spielen auch die Formel Eins, das Wimbledon Tennisturnier, die European Tour Golf und die Fußball-Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine. www.sislive.tv

Sky Deutschland knackt die 10-Mio.-Marke

Sky Deutschland hat im vierten Quartal 2011 die bisher höchste Reichweite seit Beginn der AGF-Ausweisung im April 2011 erreicht. Insgesamt zehn Millionen unterschiedliche Seher nutzten zwischen Oktober und Dezember das Programmangebot von Sky. Bei den zehn Millionen Sehern wurden die Zuschauer berücksichtigt, die mindestens eine Minute auf einem der Programme des Sky Angebots verweilten. Neben den 2,857 Millionen Sky Kunden sind darin auch Nicht-Abonnenten enthalten, die das Programm von Sky im Rahmen der Freischaltung von Sky Sport News HD oder als Gäste in Sky Haushalten verfolgten.

„Zehn Millionen Zuschauer in den vergangenen drei Monaten sind ein sensationeller Wert. Sie sind ein klarer Beleg für das stetig wachsende Interesse am hochwertigen und exklusiven Programmangebot von Sky und das enorme Potenzial für neue Abonnenten“, erklärte Brian Sullivan, CEO Sky Deutschland. „Ebenso bemerkenswert ist die breite Verteilung des Seherkreises auf alle vier Sky Pakete sowie der große Zuspruch, den das marktführende HD-Angebot von Sky erfährt. Dies macht deutlich, dass die Attraktivität von Sky weit über unser großartiges Live-Sportprogramm hinausgeht.“

Neben den hochkarätigen Livesport-Übertragungen zählte im zurückliegenden Quartal unter anderem die Sonderprogrammierung aller acht Harry-Potter-Filme sowie der Weihnachtssender Sky Christmas HD im Rahmen des Film Pakets zu den Highlights. Darüber hinaus erreichte auch das Sky Welt Paket mit Sky Krimi und den Partnersendern von Sky hervorragende Werte. Paketübergreifend trug auch das marktführende HD-Angebot von Sky Deutschland, das mittlerweile 42 Sender in hochauflösender Bildqualität umfasst, erheblich zum hohen Zuschauerzuspruch bei.

Einen wichtigen Anteil am neuen Spitzenwert hatte auch der Start von Sky Sport News HD. Der erste 24-Stunden-Sportnachrichtensender in Deutschland und Österreich ging am 1. Dezember auf Sendung und ist noch bis zum 19. Januar auch ohne Sky Abonnement frei empfangbar.

www.sky.de

2012 wird das Jahr der Vernetzung Samsung überwindet Grenzen

Auf der CES in Las Vegas hat Samsung Ausblick auf das neue Produktsortiment 2012 gegeben. PoS-Mail sprach mit Kai Hillebrandt, Business Director CE der Samsung Electronics GmbH, über wegweisende Bedienkonzepte, vernetzte Produktwelten und die daraus resultierenden Absatzchancen für den Handel.

PoS-MAIL: Herr Hillebrandt, die CES in Las Vegas hat das neue Jahr für die UE-Branche eingeläutet. Welches ist Ihr persönliches Highlight der Messe?

Kai Hillebrandt: Mein Favorit ist ganz klar unser neuer Samsung Smart TV ES8090. Als erster TV-Hersteller haben wir eine neuartige Sprach- und Gestensteuerung in einen Fernseher integriert, welche die Interaktion mit dem Fernseher völlig verändern wird. Statt das TV-Gerät bisher ausschließlich über die Fernbedienung zu steuern, können Anwender so in Zukunft zusätzlich mit Wörtern und Handbewegungen den Fernseher bedienen. Während der Verbraucher sein Wohnzimmer betritt, kann er zum Beispiel auf Zuruf den Samsung Smart TV starten.

Wir wollen, dass Smart TV in jeder Hinsicht ein Erlebnis für den Zuschauer ist und sehen für die Zukunft noch viel Potenzial in diesem Bedienkonzept.

Für unsere Handelspartner hat die Sprach- und Gestensteuerung ebenfalls ein hohes Potenzial. Viele Kunden werden während des Verkaufsgesprächs überrascht reagieren, wenn der Verkäufer mittels Sprachbefehl den Sender wechselt.

PoS-MAIL: Wird die klassische Bedienung den vielen modernen Funktionen nicht mehr gerecht?

Kai Hillebrandt: „Die im vergangenen Jahr erfolgreich eingeführten Samsung Smart TVs können

viel mehr als herkömmliche Fernseher. Das Mehr an Funktionen darf aber nicht zu Lasten der Bedienbarkeit gehen, weshalb wir auch in Bezug auf die Steuerung umdenken müssen.

Neben innovativen Bedienkonzepten gehört dazu auch die Entwicklung intuitiver Nutzeroberflächen. So haben wir zum Beispiel mit Smart Hub eine übersichtliche Oberfläche geschaffen, die alle Inhalte zentral zugänglich macht und einfach zu bedienen ist.

Das Smart Hub haben wir für die neuen TV-Modelle komplett überarbeitet. In Kombination mit dem erstmals in einem Samsung Fernseher eingesetzten Doppelkern-Prozessor ist es nicht nur deutlich schneller, sondern ermöglicht zum Beispiel auch die parallele Nutzung mehrerer Apps, ähnlich wie man es bereits von Smartphones her kennt.

PoS-MAIL: Im letzten Jahr hat Samsung viele Geräte miteinander vernetzt, um zum Beispiel Inhalte drahtlos auszutauschen – wird der Vernetzungstrend 2012 anhalten?

Kai Hillebrandt: Die Art der Mediennutzung hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Verbraucher wollen alle Arten von Inhalten sowohl unterwegs als auch zu Hause genießen – sei es auf dem Smartphone, Tablet oder Fernseher. Wir sind fest davon überzeugt, dass dieser Trend 2012 das bedeutendste Thema der UE-Branche wird. Darauf ist Samsung optimal vorbereitet.

Auf der CES haben wir mit AllShare Play eine wegweisende Technologie vorgestellt, mit welcher die Gerätevernetzung auch über das heimische Netzwerk hinaus auf Knopfdruck möglich ist. So können zum Beispiel Verbraucher in ihrem Urlaub mit der Digitalkamera fotografieren und zu Hause geben Freunde die Fotos wenige Augenblicke später auf ihrem Samsung Smart TV wieder – AllShare Play überwindet klassische Grenzen. Weiterer Bestandteil des neuen Kon-

zepts ist ein kostenloser Online-Speicher, auf den alle AllShare Play-fähigen Geräte direkt zugreifen können.

Beliebte Fotos, Videos oder Songs laden Anwender einfach in ihren persönlichen Speicher und rufen sie vom TV, Smartphone oder Notebook ab. AllShare Play feiert auf dem neuen Samsung Smart TV ES8090 Premiere und wird in viele weitere Neuheiten integriert.

PoS-MAIL: Welches Potenzial birgt das neue AllShare Play für den Handel?

Kai Hillebrandt: Das Thema Vernetzung können unsere Handelspartner im Beratungsgespräch verkaufsfördernd einsetzen und am PoS demonstrieren. Zum Beispiel kann mit dem neuen AllShare Play eine auf dem Smartphone geöffnete Website auf Knopfdruck am großen TV-Bildschirm dargestellt werden, während das Smartphone gleichzeitig zur praktischen Fernbedienung wird. Dabei stellt das Smartphone dank Wi-Fi Direct eine direkte Verbindung mit dem Fernseher her. Zudem spielt es keine Rolle mehr, ob sich die zu vernetzenden Geräte innerhalb des Netzwerks befinden – der Verbraucher muss sich darüber keine Gedanken mehr machen. Wir werden unsere Handelspartner optimal auf diese und weitere Neuheiten mit intensiven Schulungen vorbereiten und sie bestmöglich beim Abverkauf unterstützen.

Die Samsung Roadshow 2012 ist die ideale Gelegenheit, diese spannenden Themen und unser neues Sortiment zu erleben. Hierzu lade ich alle unsere Partner herzlich ein.

PoS-MAIL: Vielen Dank für dieses Gespräch.



Samsung SMART TV

Ausblick: Die Samsung Smart TV-Highlights 2012

Samsung Smart TV ES8090. Der erste Samsung Fernseher mit integrierter Sprach- und Gestensteuerung wechselt zum Beispiel auf Zuruf den Sender oder reagiert auf Handbewegungen. Dank des leistungsstarken Doppelkern-Prozessors können Anwender mehrere Smart TV-Apps starten und komfortabel zwischen ihnen umerschalten. Die Smart Hub-Oberfläche wurde komplett überarbeitet und lässt sich ebenfalls mit der neuen Sprach- und Gestensteuerung bedienen.



Samsung Smart TV ES8090

Samsung Smart TV ES7090. Die Designalternative: Mit seinem transparenten Rahmen ist der neue Samsung Smart TV ES7090 die erste Wahl für Kunden, die ein dezentes Design den markanten silbernen Linien der Serie ES8090 vorziehen. Ganz gleich, ob auf dem eleganten Kreuzfuss stehend oder an der Wand montiert – der Samsung ES7090 hält sich dezert im Hintergrund und lenkt den Blick des Zuschauers auf das Wesentliche: Das brillante TV-Bild, praktische Apps und vielfältige Multimediainhalte.



Samsung Smart TV ES7090

Samsung Roadshow 2012

Unter dem Motto „Zusammen weiter gehen“ präsentiert Samsung in sieben deutschen Städten die neuen Produkt-Highlights aus den Bereichen Audio/Video, Digital Imaging, Home Appliances, Telecommunication Network, IT Solutions Printing, Display, Mobile Computing und IT Storage. Auf der Roadshow gibt Samsung außerdem den Startschuss für die diesjährige Trainingsoffensive.

München: **6.–7. März** • Ludwigsburg: **12.–13. März**
Frankfurt: **15.–16. März** • Hamburg: **19.–20. März**
NRW*: **26.–27. März** • Berlin: **29.–30. März**
Leipzig: **2.–3. April**

*Ort wird noch bekanntgegeben



Kai Hillebrandt, Business Director CE Samsung Electronics GmbH

Vorstandsvorsitzender Oliver Seidl sieht Loewe gut aufgestellt

„Über eine Million Möglichkeiten“

Mit dem Einstieg des neuen Gesellschafters LaCie und Veränderungen im Management sorgte Loewe in den letzten Wochen des vergangenen Jahres für Gesprächsstoff. Der Kronacher Premium-Hersteller sieht sich nach diesen Maßnahmen trotz der verhaltenen Umsatzentwicklung im Vorjahr gut aufgestellt: kurze Entscheidungswege, eine erweiterte Produktpalette und eine Kommunikationsoffensive sollen für neues Wachstum sorgen. PoS-MAIL hat mit dem Loewe Vorstandsvorsitzenden Oliver Seidl über die Perspektiven für das Unternehmen gesprochen.



Loewe Vorstandsvorsitzender Oliver Seidl: „Die Partnerschaft von Loewe mit dem Fachhandel ist einzigartig.“

PoS-MAIL: Herr Seidl, mit Veränderungen im Management und dem Einstieg eines neuen Gesellschafters hat Loewe in den letzten Monaten des vergangenen Jahres für viel Gesprächsstoff gesorgt. Muss sich der Hightech-Fachhandel um Ihr Unternehmen Sorgen machen?

Oliver Seidl: Bei Loewe haben wir personell wie organisatorisch, von der Produktseite wie beim Marktauftritt, die Weichen auf künftiges Wachstum gestellt. Wir arbeiten in vielen Bereichen mit internationalen Partnern zusammen. Der Einstieg des französischen Netzwerkspezialisten LaCie bietet uns vielfältige Möglichkeiten der Kooperation im operativen Geschäft.

PoS-MAIL: Welche Synergieeffekte erwarten Sie vom Einstieg des französischen Storage- und Netzwerk-Spezialisten LaCie?

Oliver Seidl: Synergien sehen wir im wesentlichen auf drei Ebenen:

zum einen auf der Produktseite, wo die spezielle Kompetenz von LaCie bei Netzwerkspeichern und bei der Cloud-Technologie den Nutzen des Loewe Home Entertainment Systems sinnvoll erweitern kann; zum anderen im internationalen Vertrieb und beim globalen Einkauf.

PoS-MAIL: Die digitale Consumer Electronics Branche entwickelt sich zur Zeit sehr dynamisch. Dabei bekommt das Zusammenspiel zwischen mobilen und stationären Geräten eine immer größere Bedeutung. Kann ein vergleichsweise kleines Unternehmen wie Loewe mit dem Innovationstempo der CE-Giganten überhaupt mithalten?

Oliver Seidl: Unsere besondere Stärke ist die Elektronik-Kompetenz, die zu bester Bild- und Klangqualität sowie einfachster Steuerung der kompletten Home Entertainment Anlage führt. Dass wir hier gut unterwegs sind, belegt eine Fülle von Testsiegen und Auszeichnungen, die wir gerade in den letzten Monaten erhalten haben. Zu einem unverwechselbaren Loewe System werden unsere Produkte aber durch das hohe Maß an Individualisierung. Unsere Kunden haben über eine Million Möglichkeiten, sich in Technik und Design ihr individuelles Home Entertainment System zusammenzustellen. Kein anderes Unternehmen bietet ein vergleichbares Angebot. Und gerade Premium-Kunden schätzen die perfekte Integration dieses Systems in die persönliche Wohnlandschaft.

PoS-MAIL: Das Geschäft mit Fernsehgeräten ist zur Zeit von einem rasanten Preisverfall betroffen. Warum sollte Ihrer Meinung nach der



Auch bei Audio-Produkten wie dem Soundvision setzt Loewe auf Individualisierung und Design.



Loewe Produkte werden immer wieder ausgezeichnet, z. B. erhielt der Individual 46 Compose 3D TV den EISA-Award.

Fachhandel auf eine Premium-Marke wie Loewe setzen?

Oliver Seidl: Mit Loewe hat der qualifizierte Fachhandel ein unverwechselbares Sortiment, das auskömmliche Margen ermöglicht. Er kann zudem in besonderer Weise seine Beratungs- und Service-

Kompetenz ausspielen, wenn es darum geht, seinen anspruchsvollen Kunden maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. In diesem Umfeld zählen Leistung sowie verlässliche Partnerschaft. Loewe ist in dieser Partnerschaft mit dem Fachhandel einzigartig. Wir bieten bestes Bild und besten Klang bei größter Individualität und –

Loewe im vierten Quartal 2011 wieder profitabel

Loewe konnte im vierten Quartal 2011 ein positives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 1,2 Mio. Euro erzielen. Durch die Belastungen in den ersten Monaten des vergangenen Geschäftsjahres lag der Umsatz im Gesamtjahr 2011 (01.01. – 31.12.2011) mit 274,3 Mio. Euro allerdings um 11% unter dem Wert des Vorjahres von 307,3 Mio. Euro. Aufgrund des gesunkenen Umsatz- und Produktionsvolumens erzielte Loewe im Geschäftsjahr 2011 insgesamt ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -10,5 Mio. Euro (Vorjahr: -5,3 Mio. Euro). Trotz des negativen Ergebnisses gelang es Loewe durch strikte Kostendisziplin und gutes Working Capital Management, den Finanzmittelbestand zum 31. Dezember 2011 auf mehr als 25 Mio. Euro erheblich zu verbessern. „Damit haben wir eine hervorragende finanzielle Basis, die unsere Wachstumsziele im laufenden Geschäftsjahr unterstützt“, so Vorstandsvorsitzender Oliver Seidl.

Loewe erzielte im Geschäftsjahr 2011 wie im Vorjahr eine Bruttomarge von 22,8%. Aufgrund der Geschäftsentwicklung in den ersten drei Quartalen 2011 hatte das Unternehmen entschieden, das Zukunftsprogramm „Fast Forward“ weiter zu intensivieren. Nachdem in den letzten Monaten die Produktentwicklung erfolgreich neu organisiert, der Vertrieb personell verstärkt und die internen Prozesse weiter verbessert wurden, kamen die neuen Home Entertainment Systeme und Audiodesign Lösungen termingerecht im vierten Quartal 2011 auf den Markt. Darüber hinaus hat die konzeptionelle Überarbeitung zweier TV-Gerätelinien die Bruttomarge in den letzten Monaten 2011 deutlich verbessert. Sie stieg von 23,6% in der Vorjahresperiode um 0,8 Prozentpunkte auf 24,4% im vierten Quartal 2011. „Insgesamt ist es uns im vierten Quartal 2011 gelungen, die Basis für einen erfolgreichen Turnaround zu legen“, betonte Seidl.

Auch wenn die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen Europas vor allem das Loewe Geschäft im Ausland belasten könnten, bietet der Markt für Unterhaltungselektronik im Premiumsegment nach Einschätzung des Managements mittelfristig gute Chancen. Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet Loewe deshalb mit einem Umsatzwachstum und einer deutlichen Ergebnisverbesserung.

gemeinsam mit dem Handel – bei bester Beratung und bestem Service. Das kann niemand anderes, und das ist auch seinen Preis wert.



PoS-MAIL: Welche Strategie empfehlen Sie Ihren Fachhandelpartnern, um Loewe Produkte erfolgreich zu verkaufen? Welche Unterstützung bieten Sie dafür an?

Oliver Seidl: Unsere Partner setzen zusammen mit uns auf die Kraft der faszinierenden Premiummarke Loewe. Sie ist die gemeinsame Basis unseres Geschäftes. Dazu muss die Erlebniskette zum Endkunden über alle Bereiche perfekt geschlossen sein. Von der Werbung bis zum Auftritt im Fachgeschäft muss der Kunde Loewe konsistent und authentisch erleben können. Dazu bieten wir Schulungen unserer Fachhandels-Akademie ProCollege genauso an wie Kommunikationsmaßnahmen, in die wir den Handel aktiv einbeziehen. Die Kampagne beispielsweise zu den Loewe plusTagen im Januar beinhaltet Infos zu allen teilnehmenden Händlern.

PoS-MAIL: Sie haben bereits im vergangenen Jahr damit begonnen, Ihr Produkt-Portfolio zum Beispiel durch Neuheiten im Bereich Audio zu erweitern. Welche Schwerpunkte werden Sie in Ihrem Sortiment im Jahr 2012 setzen?

Oliver Seidl: Unser neues Audio-design-Sortiment kommt hervorragend im Markt an. Wir erschließen unseren Handelspartnern und uns damit ein ganz neues Marktsegment. Darüber hinaus schaffen wir mit Preispunkten ab 499 Euro einen attraktiven Einstieg in die Premiumwelt von Loewe. Diesen Weg werden wir weiter ausbauen. Darüber hinaus werden wir im Frühjahr eine neue Fernsehgeräteleihe in den Markt einführen, die preislich und von der Ausstattung her neue Maßstäbe setzen wird.

PoS-MAIL: Vielen Dank für dieses Interview.



UE

Metz erweitert TV-Linie Caleo

Die erfolgreiche Metz Caleo-Familie ist um eine weitere Displaygröße erweitert worden. Der Caleo 42 LED 200 Media twin R wird seit Januar 2012 auch mit 107-cm-Bildschirmdiagonale (42 Zoll) ausgeliefert. Das Zusammenspiel von energieeffizienter LED-Bildtechnologie, ausgereifter 200-Hertz-Technik und mecavision HD+-Technologie erfüllt höchste Ansprüche an die Bildqualität. Die Farbdarstellung beeindruckt durch Brillanz und Kontrastreichtum. Bewegungen wirken natürlich, und auch schnelle Kameraschwenks meistert der Caleo 42 mit Bravour. Bestechend scharfe HDTV-Bilder können über zwei integrierte Dreifach-Tuner (DVB-T/-C/-S2) über Kabel- und Satellitenempfang ohne zusätzliche Set-Top-Boxen empfangen werden. Mit dem Metz Media System wird der Caleo 42 zum zentralen Element des Heimnetzwerks. Der neue Media Player ermöglicht den digitalen Austausch von Film-, Foto- und Musikdateien zwischen dem Fernseher und beliebig vielen digitalen Komponenten im Heimnetzwerk. Über eine Ethernet-Verbindung kann der Caleo auf die Datenspeicher anderer digitaler Komponenten wie Notebook, PC oder Netzwerkfestplatte (NAS) zugreifen und archivierte Filme, Bilder oder Musik über den Fernseher abspielen. Zudem ermöglicht das Metz Media System den Zugriff auf USB-Speichermedien, die über den USB-Anschluss mit dem Fernseher verbunden sind. Neben den zahlreichen Streaming Funktionen bietet das Metz Media System auch die Möglichkeit, den neuen Fernsehstandard Hybrid Broadcast Broadband TV



– kurz HbbTV – zu nutzen. HbbTV bietet spannende Zusatzinformationen zu aktuellen Programminhalten, die der Fernsehzuschauer über den roten Knopf der Metz Fernbedienung abrufen kann. Auch die Mediatheken der TV-Sender können vom Zuschauer direkt über den Caleo genutzt werden. Sendungen, die der Zuschauer verpasst hat, können so auch Tage später noch nachträglich über den Fernseher angesehen werden. Auch die grafische Darstellung des Videotextes aller HbbTV-Sender ist moderner und übersichtlicher. Außerdem werden zusätzliche Programm- und Serviceinformationen bereitgestellt. Besonders außergewöhnlich sind die vielfältigen Aufnahmemöglichkeiten des Caleo 42. Über den 750 GB Digital-Recorder lassen sich Aufnahmen von bis zu 150 Stunden in HDTV-Qualität und sogar bis zu 750 Stunden in herkömmlicher SD-TV-Qualität aufzeichnen, auch wenn der Fernseher im Standby-Modus ist oder ein anderer Kanal läuft. Die Steuerung ist über das gewohnte Metz Bedienmenü kinderleicht. Dank des Metz Media Systems lassen sich Aufnahmen per Knopfdruck auch auf externen Speichermedien archivieren. www.metz.de

GEAR4 bringt AirZone Series 1 mit AirPlay-Technologie

GEAR4 hat die Einführung des AirZone Series 1 bekanntgegeben. Es handelt sich hierbei um einen modernen und kurvenreichen Lautsprecher mit integrierter AirPlay-Technologie von Apple. AirPlay sorgt für ein Klangerlebnis in neuer Dimension, indem Benutzer Musik von ihrem Apple Gerät oder mit iTunes von einem Mac oder PC aus drahtlos durchs ganze Haus streamen können. Ohne das Gerät anzudocken, wird AirZone einfach mit einem WiFi-Netzwerk verbunden und so drahtlos Musik gehört. Mit AirZone wird Multitasking zum Kin-

Neun neue Camcorder von JVC – darunter fünf mit WLAN-Funktionalität

JVC startet mit neun neuen HD Everio Camcorder-Modellen im Preisbereich zwischen 249 Euro und 699 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen) ins Jahr 2012. Darunter befinden sich fünf Modelle der E-Serie, je zwei Modelle der EX- und VX-Serie sowie das Spitzenmodell aus der GX-Serie. Fünf der neuen Camcorder sind WLAN-fähig. Alle Neuheiten kommen im Februar oder März auf den Markt. Ihnen allen gemeinsam sind die Bildqualität in Full-HD (1.920 x 1.080/50p) sowie die Funktionen Zeitrafferaufnahme, Gesichtserkennung, Auto-REC, Intelligent AUTO und Super LoLux für Aufnahmen bei extrem wenig Licht, die K2-Technologie und das Zoom-Mikrofon. Alle Modelle speichern die Filme im AVCHD-Format und in Standard Definition (das Einstiegsmodell GZ-E10 nur im AVCHD-Format). Bis auf die beiden Einstiegsmodelle bieten die Camcorder darüber hinaus die Funktion Lächel-Erkennung und Lächel-Aufnahme. Außerdem sind diese sieben Modelle mit einer Fotofunktion ausgestattet, die Fotos mit zwei, drei oder, beim Topmodell GZ-GX1, fünf Megapixeln ermöglicht. Allen Neuheiten gemeinsam ist weiterhin die Bildstabilisierung, die bei den drei Modellen im oberen Preisbereich optisch erfolgt (bei allen anderen digital). Die beiden preiswertesten Modelle GZ-E10 und GZ-E15 kommen mit einem 2,7"/6,9 cm LC-Display auf den Markt, das Topmodell ist mit einem 3,5"/8,9 cm großen Touchmonitor ausgestattet, und die übrigen Neuheiten haben ein berührungsempfindliches 3"/7,6 cm großes Touchscreen-LCD. Herausragendes Gerät unter den Neuheiten ist das Topmodell GZ-GX1. Dieses bietet über die bereits erwähnten Ausstattungsmerkmale hinaus ein lichtstarkes (F1:1,2) Zehnfach-Zoomobjektiv und einen Zehn-Megapixel-CMOS-Sensor. Hervorzuheben sind hier außerdem das Filtergewinde, Mikrofon-Eingang und Zubehörschuh sowie der Kopfhörer-Ausgang. Der GZ-GX1 lässt sich zudem per Fernbedienung steuern. Mit den neuen Camcordern bringt



JVC auch neues Zubehör auf den Markt. Dabei handelt es sich um zwei HDMI-Kabel, mit denen sich die Aufnahmen in hoher Qualität auf kompatiblen TV-Geräten und Monitoren präsentieren lassen, Ladegeräte, Akkus und Bereitschaftstaschen. Letztgenannte werden auch gemeinsam in zwei sogenannten Starter Kits angeboten. www.jvc.de

derspiel – man hält im wahrsten Sinne des Wortes alles in der Hand, um Musik durchs ganze Zuhause oder Büro zu streamen, und kann nebenbei den täglichen Aufgaben nachgehen. Mit AirZone kann man ultimative Audioqualität erleben und seine Lieblingssongs genießen. Dank herausragendem Sound und Design macht AirZone auch in anspruchsvol-

ler Umgebung eine gute Figur. Der Lautsprecher verfügt über ein eigenes FM-Radio, sechs Audio-Equalizer-Einstellungen, einen eingebauten Verstärker und eine Fernbedienung. An der AirZone Dockingstation können iPod, iPhone oder iPad geladen und über einen Line-in-Eingang andere Abspielgeräte angeschlossen werden. AirZone Series 1 ist zu einem

Preis von 249,99 Euro inkl. MwSt. ab Februar 2012, unter anderem auch über www.GEAR4.com, erhältlich.



Gigaset

Einfach erfolgreich

Unsere Testsieger Gigaset E500 und E500A

Profitieren Sie vom Erfolg unserer Telefone. Ordern Sie einfach die Sonderwerbemittel dafür im Händler-Extranet.

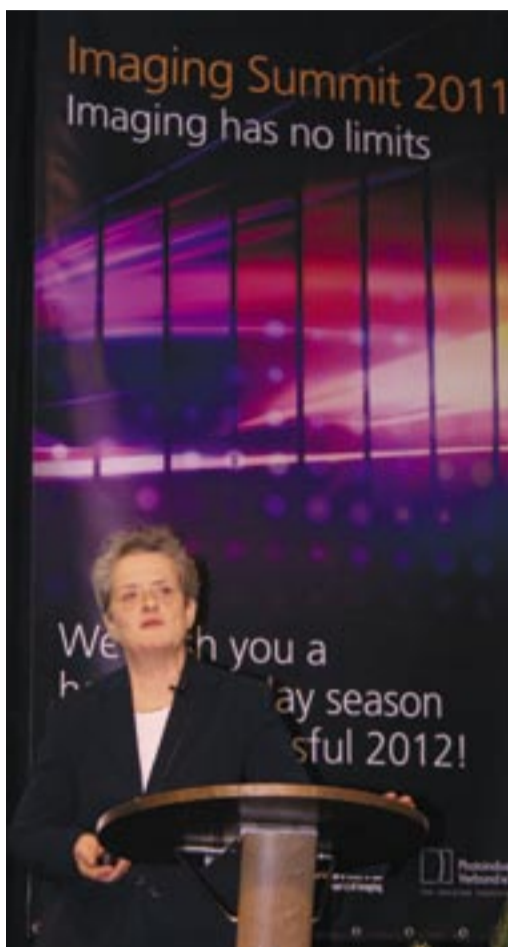


GfK Imaging Summit 2011

Konvergenzen ohne Grenzen

Um den wachsenden Einfluss von Smartphones und sozialen Netzwerken auf die Imaging Branche ging es beim Imaging Summit 2011, der vom Marktforschungsunternehmen GfK Retail and Technology gemeinsam mit den photokina Veranstaltern Koelnmesse und Photoindustrie-Verband in Nürnberg organisiert wurde. Unter dem Motto „Imaging has no limits“ (Imaging hat keine Grenzen) diskutierten internationale Experten und deutsche Branchenvertreter aktuelle Trends in Technologie und Marketing.

Im hart umkämpften Markt für Consumer Electronics ist das Imaging-Segment (nur Hardware) 2011 mit einem weltweiten Umsatzrückgang von 2 Prozent noch gut davongekommen. Negative Zahlen aus West- (minus 4 Prozent) und Osteuropa (minus 3 Prozent), China (minus 6 Prozent) und Japan (minus 17 Prozent) standen Wachstumsraten von 16 Prozent in Lateinamerika und 7 Prozent in Indien gegenüber. Auch in einigen afrikanischen Ländern und im Mittleren Osten steigt die Nachfrage nach Kameras. Mehr als 4,4 Milliarden Bildaufnahmegeräte sind nach Erhebungen der GfK weltweit in Gebrauch, mehr als 900 Millionen davon in Europa. Ein Blick auf die Kategorien zeigt die drastisch verschobenen Schwerpunkte: So belief sich die Zahl der im Einsatz befindlichen Digitalkameras auf 413 Mil-



Marion Knoche, Global Director Imaging GfK Retail and Technology: „Das Ausstattungsmerkmal Netzwerkfähigkeit existiert bei Kameras praktisch nicht.“

lionen (Europa: 135 Millionen), die der Camcorder auf 51 Millionen (Europa: 13 Millionen) und die der fotofähigen Smartphones auf 3,96 Milliarden (Europa: 780 Millionen).

Kompaktkameras unter Druck

Nach der Erholung im Jahr 2010 dürfte 2011 auf dem weltweiten Kameramarkt mit einem Gesamtvolumen von 140 Millionen Stück nur noch eine Wachstumsrate von 1 Prozent erreicht worden sein. Sie ist vor allem der weiterhin steigenden Nachfrage nach Systemkameras zu verdanken, deren Anteil am Gesamtmarkt 2011 auf 13 Prozent stieg (2010: 11 Prozent), vornehmlich durch die steigende Nachfrage nach kompakten Systemkameras ohne Spiegel, die allerdings nicht zu einem Rückgang bei den klassischen Spiegelreflexmodellen führte. Dagegen nahm der Verkauf digitaler Kompaktkameras in den ersten neun Monaten 2011 weltweit um 2 Prozent ab.

Ein Blick auf einzelne Märkte legt dabei nahe, dass der wachsende Absatz fotofähiger Mobiltelefone sich auf den Verkauf von Kompaktkameras auszuwirken beginnt: denn den mäßigen Wachstumsraten bzw. Rückgängen im weltweiten Kameramarkt stehen 127 Prozent Wachstum bei Smartphones

gegenüber. Diese Geräte werden der wachsenden Bedeutung sozialer Netzwerke besonders gut gerecht, erklärte Marion Knoche, Global Director Imaging bei GfK Retail and Technology: „Das Ausstattungsmerkmal Netzwerkfähigkeit existiert bei Kameras praktisch nicht.“

Liz Cutting vom amerikanischen GfK-Partnerunternehmen NPD zeigte die Konsequenzen dieser Entwicklung: In den USA fotografiert bereits ein Drittel der jungen Mütter – eine für die Imaging-Branche besonders wichtige Zielgruppe – mit Smartphones, und 25 Prozent drucken die damit aufgenommenen Bilder auch aus bzw. lassen sie ausdrucken.

Bedrohung für den Kameramarkt?

Ob Smartphones die Nachfrage nach Kameras beeinträchtigen können, wurde bei einer Podiumsdiskussion von Vertretern aus Fotohandel, Industrie und Marktforschung diskutiert. Die Kamerahersteller hätten an Innovations-tempo verloren, stellte Andreas Wahlich, Marketingleiter von Samsung Digital Imaging, selbstkritisch fest, erwartete aber einen drastischen Anstieg netzwerkfähiger Digitalkameramodelle innerhalb der nächsten zwei Jahre. Dagegen wollte Nikon Vertriebschef Uwe Keuchel solche Entwicklungen von der Nachfrage durch die Konsumenten abhängig machen. Die Kamera, so der Nikon Manager, sei nur eines der vielen Ausstattungsmerkmale von Smartphones. Dagegen könnten sich Kamerahersteller bei ihren Geräten voll auf die Bildqualität konzentrieren.

Diese Qualität, konterte der amerikanische Experte Don Franz (Photo Imaging News), lasse sich allerdings heute auch durch Software verbessern. Dabei, so ergänzte JP Wollersheim, Group Product Manager Windows Phone bei der Microsoft Inc., komme es besonders auf intuitiv zu bedienende Nutzeroberflächen an, die der Microsoft Manager wenig überraschend vor allem bei Windows 7 und Windows Phone lokalisierte.

Für Panasonic richtete Sven Dabelstein, Senior Manager Product Marketing Digitalkameras bei Panasonic Europe, noch einmal den Blick auf den Konsumenten, denn die Bedürfnisse sind seiner Ansicht nach je nach Zielgruppe unterschiedlich. Panasonic werde sich im Smartphone-Segment zurückmelden und auch für die Vernetzung von Smartphones und Digitalkameras sorgen, versprach Dabelstein.

Multifunktionale Geräte

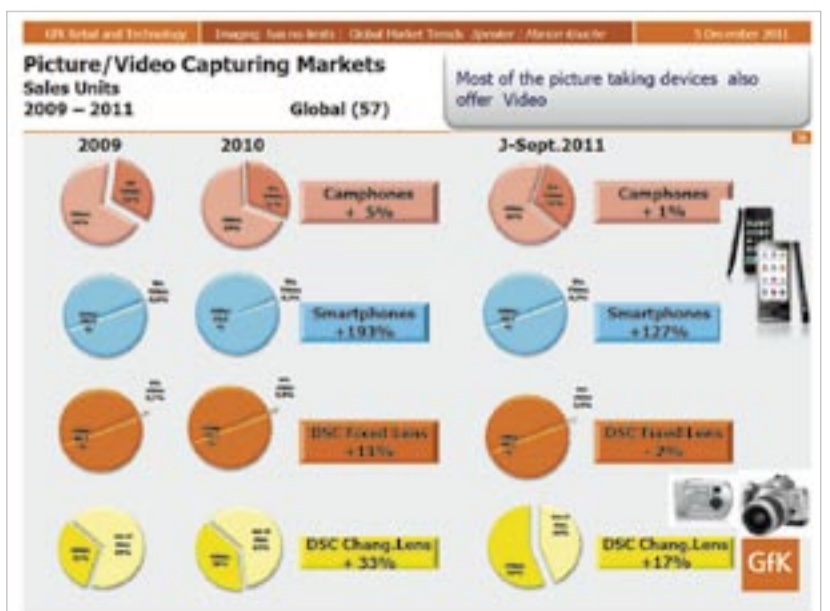
Die digitale Revolution werde dazu führen, dass multifunktionale Geräte den Technikmarkt dominieren. Das sagte der frühere Europa-Chef von Minolta, Akio Miyabayashi, in einem Gastvortrag voraus. Tablet Computer und Smartphones seien die besten Beispiele dafür. Eine besondere Rolle werden dabei nach Ansicht von Miyabayashi soziale Medien und der universelle Zugriff auf Inhalte über die Cloud spielen. Anstelle von Hardware entscheide sich der Erfolg eines Unternehmens in Zukunft in seiner Software-Kom-

petenz; es werde vor allem darum gehen, die richtigen Anwendungen zu ermöglichen, sagte Miyabayashi voraus.

Nach Ansicht von Darren Johnson, Regional Director & Vice President EAMER bei Kodak, ist die steigende Bedeutung sozialer Netzwerke eine Chance für den Einzelhandel. Zwar sinke die Bedeutung von Standardprints, die Nachfrage nach Fotobüchern und wertschöpfungsstarken Bildprodukten nehme aber zu. Und diese Bildprodukte, so der Kodak Manager, werden in Zukunft verstärkt im Einzelhandel hergestellt. Möglich werde das durch Kiosks, die direkt mit digitalen Plattformen wie Facebook verbunden sind. In Deutschland beispielsweise sind 40 Prozent der insgesamt 10.000 installierten Kodak Kiosks facebookfähig; bis zum Ende des ersten Quartals 2012 sollen es 70 Prozent werden. Und die sollen nicht nur Standardprints drucken. 50 Prozent der Umsätze im Bilder-geschäft, so ist Johnson sicher, werden im Jahr 2014 mit Premium-Produkten gemacht.



Rund 4,4 Milliarden Aufnahmegeräte für Fotos sind weltweit in Gebrauch. Fast 4 Milliarden davon sind Mobiltelefone.



Während die Verkaufszahlen von Smartphones explodieren, geht der Absatz von Kompaktkameras zurück.



Der frühere Minolta Europa-Chef Akio Miyabayashi rechnet damit, dass in Zukunft nicht die Entwicklung von Geräten, sondern die Software ausschlaggebend für den Erfolg eines Herstellers ist.

Sony mit neuer TV-Generation

Crystal LED Display und Online Entertainment

Auf der International Consumer Electronics Show (CES) hat die Sony Corporation die Entwicklung der nächsten Generation von TV-Geräten angekündigt: „Crystal LED Display“. Zudem hat das Unternehmen mehrere neue Bravia Modelle vorgestellt, die dank intelligenter neuer Funktionen die Vernetzung mit Notebook, Tablet, Smartphone und Co. erleichtern.

Auf der Messe zeigte Sony einen Full-HD-Prototypen mit Crystal LED Display und einer Bilddiagonalen von 140 Zentimetern. Der Fernseher verfügt über das erste 55 Zoll große selbst leuchtende Display, das Leuchtdioden (LEDs) als Lichtquelle nutzt. Normalerweise wird das LCD-Display von LEDs im Rahmen oder auf der Rückseite des TV-Geräts angestrahlt. Bei dem Prototypen von Sony leuchtet das Display von allein – mit den Dioden als Lichtquelle. Das von Sony selbst entwickelte „Crystal LED Display“ nutzt für jedes Pixel kleinste Leuchtdioden – in den Farben Rot, Grün und Blau (RGB). Das sind insgesamt rund sechs Millionen Dioden für einen Full-HD-Fernseher. Die RGB LED sind als Lichtquelle direkt auf der Vorderseite des Displays angebracht. So wird das abstrahlende Licht optimal genutzt. Das Ergebnis: Die Bilder bieten einen hohen Kontrast – sowohl in heller als auch in dunkler Umgebung. Die Skala der darstellbaren Farben ist größer im Vergleich zu herkömmlichen Displays. Die Reaktionszeit des Fernsehers, also die Zeit, die er benötigt, um von einem Bild zum nächsten zu wechseln, ist deutlich kürzer. Außerdem ist die Bildqualität mit der neuen Technologie nicht mehr abhängig vom Blickwinkel. Auch von der Seite bleibt das Bild scharf und kontrastreich. Praktisch ist zudem, dass die „Crystal LED Display“-Technologie sehr gut für die

Produktion großer TV-Geräte geeignet ist. Das im Rahmen der CES gezeigte Modell verfügt über einen rund 3,5-mal höheren Kontrast bei hellem Umgebungslicht von rund 100 Lux. Die Farbskala ist rund 1,4-mal größer und die Reaktionsgeschwindigkeit des Displays rund 10-mal höher als bei den Bravia LCD-Fernsehern, die Sony im Jahr 2011 auf den Markt gebracht hat. Anwendungsmöglichkeiten für die neue Technologie sieht Sony sowohl im Professional- als auch im Consumer-Bereich. Die Entwicklung des „Crystal LED Displays“ wird parallel zu der von OLED Displays vorangetrieben. Wann die „Crystal LED Display“-Technologie marktreif sein wird, ist derzeit noch offen.

Die neue intelligente Bravia-Reihe

Bessere Bildqualität, ein schwerelos anmutendes Design und Online-Entertainment der Extraklasse: Das macht, laut Sony, die neuen Bravia LCD-Fernseher aus. Sie können den Action-Film vom PlayStation Spiel unterscheiden. Sie analysieren das Online-Video von YouTube anders als den Blockbuster auf Blu-ray-Disc. Sie erkennen Gesichter, Formen und Konturen in jeder einzelnen Filmszene: Die neuen Bravia LCD-Fernseher wissen, was der Zuschauer sieht – noch bevor es der Bildschirm zeigt. Nur wenige Milli-



Crystal LED Display Prototyp von Sony

sekunden zur intelligenten Bildanalyse reichen aus, um das Bild zu interpretieren und grundlegend zu verbessern. Verantwortlich für den kurzen Blick in die Zukunft, der die ausgefeilte Bildverbesserung erst möglich macht, ist die Rechenleistung des neuen, weiterentwickelten X-Reality Bildprozessors. Ihn gibt es in zwei Varianten: X-Reality in der Einstiegs- und Mittelklasse – X-Reality PRO mit noch mehr Power für die Highend-Produkte.

Ganz gleich, ob mit oder ohne PRO, ist X-Reality auch der Garant für gute dreidimensionale Bilder. Die neue sogenannte „automatische 3D-Tiefen-Anpassung“ sorgt für die richtige Tiefenwirkung und für mehr Schärfe. Auch hier analysiert der Bildprozessor im TV-Gerät 3D-Inhalte von der Blu-ray-Disc anders als Videos vom Camcorder oder aus dem Internet. Alle neuen internetfähigen TV-Modelle haben WLAN integriert. Das bedeutet: Sie nehmen ohne lästiges Kabel Verbindung zum Internet auf. Damit öffnet sich für alle Besitzer eines neuen Bravia LCD-Fernsehers von Sony das Tor zu einem umfangreichen Unterhaltungsprogramm abseits der regulären TV-Sender. Für Freunde der guten Unterhaltung bietet Sony im Entertainment Network die Services „Music Unlimited“ und „Video Unlimited“. Der cloud-basierte Musikstreaming Service „Music Unlimited“ bietet unmittelbaren Zugang zu derzeit über zehn Millionen Songs, die alle direkt aus dem Internet angehört werden können. Mit einem Premium-Abonnement lassen sie sich in eigenen Playlisten individuell zusammenstellen. Die Basis-Variante gewährt Zugang zu Musikkanälen, die nach verschiedenen Genres wie Jazz, Rock oder Klassik geordnet sind. Mit „Video Unlimited“ hat Sony zudem eine eigene Online-Videothek im Angebot. Schon nach wenigen Klicks auf der Fernbedie-

nung bietet der Service Zugriff auf aktuelle Blockbuster und Filmklassiker aller großen Hollywood Studios – in Standard Definition (SD), High Definition (HD) und sogar 3D. Die Services anderer Anbieter runden das Portfolio im „Sony Entertainment Network“ ab: Klassik-Fans finden hier die Konzerte der Berliner Philharmoniker. Diejenigen, die Unterhaltung suchen, werden bei ausgewählten Videos der Mediatheken von ProSieben, SAT.1 und kabeleins fündig. News gibt es bei der Tagesschau oder Bild.de. Wer einen Kino-Film sucht, der nicht im „Video Unlimited“ Sortiment zu finden ist, wird wiederum bei Lovefilm fündig. Der Video on Demand-An-

bieter rundet die Auswahl an Videos auf den neuen Bravia LCD-Fernsehern ab. Der Zugang zu Twitter, Facebook und Skype ist bei den neuen TV-Modellen von Sony mittlerweile selbstverständlich.

Die neuen Modelle kommen in diesem Frühjahr mit folgenden Bilddiagonalen in den Handel: Bravia EX555-Serie (Größen: 22 und 26 Zoll), Verfügbarkeit: ab ca. April 2012; Bravia HX755-Serie (Größen: 32, 37, 40, 46, 55 Zoll), Verfügbarkeit: ab ca. März 2012; Bravia HX855-Serie (Größen: 40, 46, 55 Zoll); Bravia EX655-Serie (Größen: 32, 40, 46 Zoll), Verfügbarkeiten: ab ca. Mai 2012. www.sony.de

Sony mit neuen „Google TV“-Produkten

Mit dem neuen Netzwerk Media Player NSZ-GS7 und dem neuen Blu-ray Player NSZ-GP9 „powered by Google TV“ wächst zusammen, was zusammengehört. Informationen aus dem Internet verschmelzen mit dem TV-Programm. Das bedeutet: Wer im Suchfenster der neuen Produkte einen Begriff eingibt, erhält innerhalb von Sekunden alle relevanten Links zu passenden Online-Angeboten und Sendungen aus dem aktuellen TV-Programm. Wer mag, lässt sich auf dem Fernsehschirm in einem Fenster Webseiten oder Apps anzeigen, während das TV-Programm im großen Fenster weiterläuft. Dank der Rechenpower der beiden Boxen werden normale Internetseiten schnell und flüssig dargestellt – inklusive Flash Anwendungen. Zusätzlich stehen tausende Applikationen für Spiele, Musik, Sport und Nachrichten zum Abruf bereit. Bereits heute sind rund 150 speziell für die TV-Nutzung entwickelte Apps integriert. Via HDMI-Kabel werden Blu-ray-Player oder Mediabox mit dem TV-Gerät verbunden. Die Informationen zum TV-Programm erhalten die Player über eine externe Set-Top-Box mit Kabel- oder Satelliten-Empfänger. Ist die Verbindung zum Internet hergestellt, kann es ohne Umwege losgehen. Zur Ausstattung gehört keine gewöhnliche Fernbedienung, sondern ein Controller, der speziell für die Nutzung von TV und Internet entwickelt wurde. Auf der einen Seite befindet sich ein Touchpad, mit dem sich der Mauszeiger komfortabel steuern lässt. Die andere Seite bietet eine hintergrundbeleuchtete, vollständige Tastatur zur schnellen Eingabe von Suchbegriffen. Ein Mikrofon zur Sprachsteuerung und der „3 Axis Motion Sensor“ machen die Universalfernbedienung zu einem intelligenten Eingabe-Instrument in der Hand des Nutzers. „Wir sind begeistert von der engen Zusammenarbeit mit Sony bei Google TV und freuen uns, den Nutzern in diesem Jahr viele neue Produkte in verschiedenen Ländern anbieten zu können“, sagt Mario Queiroz, Vice President Product Management, Google TV.



Mit „Video Unlimited“ hat Sony zudem eine eigene Online-Videothek im Angebot. Schon nach wenigen Klicks auf der Fernbedienung bietet der Service Zugriff auf aktuelle Blockbuster und Filmklassiker aller großen Hollywood Studios – in Standard Definition (SD), High Definition (HD) und sogar 3D.

Thomas Menneking, Vice President Field Sales, Sky: „Ein wirklich tolles Produkt“

Wenige Wochen, nachdem Sky Deutschland die Kooperation mit Microsoft bekanntgegeben hatte (siehe PoS-MAIL 11/2011, S. 10), launchte das Entertainment-Unternehmen mit Sky Sport News HD einen neuen Sender. Im Gespräch mit PoS-MAIL zog Thomas Menneking, Vice President Field Sales, eine erste Bilanz des neuen Angebots und berichtete außerdem darüber, welche Sky Produkte besonders gut bei den Kunden ankommen und welche Incentives Sky den Händlern zu bieten hat.

PoS-MAIL: Herr Menneking, am 1. Dezember hat Sky Deutschland den ersten Sportnachrichtensender in Deutschland und Österreich gestartet. Welche Auswirkungen hat dieser neue Sender für den Vertrieb?

Thomas Menneking: Sky Sport News HD ist redaktionell eines der Vorzeigeprodukte von Sky und ein Muss für jeden Sportfan. Auch aus Vertriebsicht handelt es sich um ein wirklich tolles Produkt. Der neue Sender ist gerade für den PoS ideal geeignet: immer aktuell, mit interessantem Programm rund um die Uhr, und in brillanter HD-Qualität. So können

der deutschen Medienlandschaft zu etablieren.

PoS-MAIL: Sieht man seit Sky Sport News HD auch eine Änderung in den Verkaufszahlen?

Thomas Menneking: Das Interesse an Sky ist gerade im Handel nach wie vor hoch. Sicherlich trägt auch Sky Sport News HD dazu bei. Mit dem neuen Sender lösen wir einmal mehr unser Versprechen ein, den Abonnenten ein ganz besonderes Fernseherlebnis zu bieten. Abgesehen davon haben wir viele andere Produkt-Highlights, mit denen unsere Händler die Kunden überzeugen können.



Thomas Menneking, Vice President Field Sales, Sky Deutschland

unsere Handelspartner allen Interessenten die Vorzüge von Sky auf einen Blick präsentieren. Sky Sport News HD funktioniert übrigens auch gut ohne Ton.

PoS-MAIL: Wie kommt Sky Sport News HD denn bisher bei den Zuschauern an?

Thomas Menneking: Sehr gut. Inzwischen gibt es schon eine Fangemeinde von täglich über 200.000 Zuschauern. Während der unverschlüsselten Ausstrahlungsphase bis zum 19. Januar hatten wir insgesamt über zwei Millionen Seher. Schon nach so kurzer Zeit zeigt sich Sky Sport News HD richtig erwachsen und dabei frisch, innovativ und professionell. Ich denke, es ist uns gelungen, etwas ganz Neues in

Auch in puncto Händlerbetreuung sind wir inzwischen optimal aufgestellt.

PoS-MAIL: Wie sieht die Vertriebsstruktur bei Sky denn genau aus?

Thomas Menneking: Seit März 2011 ist unsere Vertriebsstruktur zweigeteilt, ein Teil des Vertriebsteams kümmert sich uneingeschränkt um die Belange des Fachhandels, während der andere Teil die Großfläche betreut. Der Fokus liegt auf mittelständischen Unternehmen und Fachhändlern, die durch den Ausbau des Vertriebs profitieren und gestärkt werden sollen. Über 40 Mitarbeiter sind ausschließlich für die Betreuung des Fachhandels zuständig. 20 weitere Mitarbeiter stehen für die Großfläche zur Ver-



Mit Sky Sport News HD hat Sky Deutschland einen neuen Sender gestartet, der von Anfang an sehr gut bei den Zuschauern angekommen ist.

fügung. Durch diese Struktur wollen wir spezifischer auf die Gegebenheiten eingehen, mehr Kundennähe schaffen und den Mehrwert der Produkte von Sky noch besser herausstellen.

PoS-MAIL: Wie viele Händler werden von der Vertriebsmannschaft derzeit betreut?

Thomas Menneking: Mit Fachhandel und Großfläche haben wir aktuell über 5.000 Händler in der Betreuung.

PoS-MAIL: Und wie spornen Sie Ihre Händler an, gibt es zum Beispiel Provisionsmodelle?

Thomas Menneking: Ja, seit diesem Jahr gibt es ein neues Provisionsmodell. Das heißt konkret: Sky Händler erhalten eine höhere Provision, wenn sie einen Sky+ Receiver verkaufen und einen extra Bonus für HD. Unsere Kunden sind mit Sky+ äußerst zufrieden, die Weiterempfehlungsrate liegt bei über 90 Prozent. Daneben steht bei uns HD dieses Jahr besonders im Fokus. Entsprechend stark incentivieren wir den Verkauf dieser Produkte im Handel.

PoS-MAIL: Was ist denn das Besondere an Sky+?

Thomas Menneking: Sky+ ist HD-Receiver und Festplattenrecorder in einem. Sky+ gibt unseren Kunden die volle Entscheidungsfreiheit über ihr Fernsehprogramm. Während man ein Programm sieht, kann man ein anderes aufnehmen, das laufende

Programm anhalten oder zurückspulen – alles auf Knopfdruck. Alle, die einen Sky+ Receiver haben, können mit Sky Anytime außerdem jederzeit eine Videothek auf Abruf nutzen und sich die besten Filme sowie attraktives Sport- und Unterhaltungsprogramm ins Wohnzimmer holen.

PoS-MAIL: Wenn ich mich jetzt für ein Sky HD-Abo entscheiden würde, wie viele Sender könnte ich dann in HD-Qualität empfangen?

Thomas Menneking: Egal ob Live-Sport, packende Dokumentationen oder brandneue Film-Highlights, wir bieten eine fantastische Programmvielfalt von derzeit mehr als 40 HD-Sendern. Im Basispaket Sky Welt sind bereits sieben HD-Sender ohne Aufpreis enthalten, so dass jeder Sky

spiel erfolgreich mit der Firma Metz zusammen. Wir halten dieses traditionelle Unternehmen für eine starke Marke im Fachhandel, die für ihre hohe Qualität sowie Zuverlässigkeit und ein stabiles Vermarktungskonzept bekannt ist.

PoS-MAIL: Wenn Sie einen Blick auf die nächsten zwölf Monate wagen...

Thomas Menneking: ... bin ich äußerst zuversichtlich, und das aus gutem Grund. Sky hat sich im letzten Jahr durch den klaren Fokus auf Programm, Innovationen und Kundenservice äußerst positiv entwickelt und alle wesentlichen Zahlen – von Abonnentenwachstum über Umsatzsteigerung bis zur Kündigungsrate – maßgeblich verbessert. Mit Sky Go, Sky Anytime oder Sky Sport News



Mit den Receivern von Sky+ kann man derzeit mehr als 40 Sender in HD-Qualität empfangen.

Abonnent in den Genuss des hochauflösenden Fernsehens kommt – Appetit auf mehr ist garantiert.

PoS-MAIL: Gibt es in Ihrem Vertrieb auch Kooperationen, zum Beispiel mit Fernsehherstellern?

Thomas Menneking: Selbstverständlich. Wir arbeiten zum Bei-

HD haben wir ein wahres Innovationsfeuerwerk gezündet. Diesen Weg wollen wir weiter beschreiten. Eines kann ich garantieren: Unsere Abonnenten können sich auch 2012 auf tolle Produkte und ganz besondere Fernsehmomente freuen.

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



Grundig war im Januar mit einer Roadshow in mehreren deutschen Städten vor Ort. Zum Auftakt lud das Unternehmen die Fachpresse Mitte Januar nach Nürnberg ein, um einen Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr zu werfen und die Unternehmensstrategie für 2012 vorzustellen.

Im Jahr 2011 konnte Grundig in allen Geschäftsbereichen weiter wachsen. Im gleichen Zeitraum, in dem der deutsche Fernsehgerätemarkt stückzahlmäßig um 3,4 Prozent zugelegt hat, konnte sich Grundig um 52,4 Prozent steigern. Bei der wertmäßigen Entwicklung, die im gesamten TV-Markt um 4,3 Prozent rückläufig war, legte Grundig um 47,5 Prozent zu. Insgesamt konnte das fränkische Traditionsunternehmen von Januar bis November 2011 in Europa ein Plus von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr verbuchen. Bei Grundig Deutschland liegt die Steigerung sogar bei 41 Prozent. „2011 war ein gutes und erfolgreiches Jahr für uns. Für 2012 gilt für uns weiterhin der Leitsatz ‚Wachstum durch Qualität‘ in allen Bereichen“, so Murat Sahin, Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH.

Sport Sponsoring

Mitte vergangenen Jahres wurde Grundig „Offizieller Technologiepartner der Bundesliga“. Damit war das Grundig Logo in der Saison 2011/2012 und ist in der Saison 2012/2013 fester Bestandteil der audiovisuellen Berichterstattung zur 1. und 2. Bundesliga. Egal ob Eröffnungsspiel, Rückrundenauftritt oder Relegationsspiele – das Grundig-Logo ist als sogenanntes Insert in den Grafiken der Berichterstattung immer live mit von der Partie. Als offizieller

Technologiepartner der Bundesliga stattet Grundig zudem die Produktionstochter der Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL), Sportcast GmbH und die DFL-Zentrale mit aktuellen Grundig TV-Modellen aus. „Die Partnerschaft mit der Deutschen Fußball Liga sichert uns ganzjährige, intensive Aufmerksamkeit“, so Christian Struck, Director Brand Management der Grundig Intermedia GmbH. „Das Sponsoring ist eine logische Fortsetzung unserer Maßnahmen zur Weltmeisterschaft im vergangenen Jahr wie dem Werbespot ‚Nichts verpassen‘ oder unseren TV-Sondereditionen.“ Das Thema Fußball

Grundig vertreibt Home Appliances exklusiv über den Fachhandel

Ab sofort bietet auch Grundig Home Appliances ein exklusives Sortiment ausschließlich über den qualifizierten Fachhandel an. Das umfasst sowohl Produkte aus den Bereichen Men's Care, Beauty Care, Wellness, Floor Care und Kitchen. Dabei punktet die Premium Selection nicht nur durch elegantes Aussehen und leichte Bedienbarkeit, sondern auch durch sehr hohe Qualitätsansprüche. Deshalb gibt Grundig auf diese Produkte vier statt zwei Jahre Qualitätsgarantie. Doch damit nicht genug: Grundig gewährt zudem 30 Tage ab Kauf eine Geld-zurück-Garantie. Die Grundig Premium Selection sichert Fachhändlern ab sofort den Zugriff auf ein exklusives Produktprogramm im Bereich Home Appliances. Mit Kaufanreizen wie einer Qualitätsgarantie von vier Jahren bietet Grundig gute Margen auf ein breites Produktportfolio für höchste Ansprüche. „Wir vertrauen auf die Zuverlässigkeit und Top-Qualität unserer Produkte. Diese Sicherheit wollen wir vor allem mit der neuen Premium Selection an unsere Kunden weitergeben“, so Michael Geisler, Director Home Appliances der Grundig Intermedia GmbH. „Durch die 30-Tage-Geld-zurück-Garantie und eine doppelte Garantielaufzeit geben wir dem Fachhandel zusätzliche Verkaufsargumente an die Hand. Die neue Premium Selection werden wir mit einem aufmerksamkeitsstarken Logo, Prospekten und weiteren Materialien für die individuelle Werbemaßnahmen der Händler unterstützen.“

Gute Stimmung bei Grundig „Wachstum durch Qualität“

begleitet das Unternehmen auch in diesem Jahr. So wird das Logo-Sponsoring zudem durch die Integration des Grundig Logos auf der Schiedsrichtertafel des 4. offiziellen Schiedsrichters sowie etlichen Print- und Online-Maßnahmen flankiert. Auch in seinem aktuellen TV-Spot verknüpft Grundig Technik und Fußball. In „The Cube“ ist der Zuschauer mitten in einem riesigen Zauberwürfel, der eine Arena aus hundert Grundig LED- TVs entstehen lässt. Das Besondere: Wie bei einem echten Rubik's Cube drehen und wenden sich auch im Würfel des Image-Spots einzelne Grundig TVs und lassen so völlig neue Spielsituationen und überraschende Momente entstehen. Die Stars des Spots sind neben den Grundig Fernsehern unter anderem Mladen Petric und Heiko Westermann – beide aktive Profispieler des Hamburger Sportvereins. „Unsere Partnerschaft mit der DFL ist ein wichtiger Pfeiler, um unseren Erfolgskurs fortzusetzen“, weiß Murat Sahin, Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH. „So stärken wir unsere Bekanntheit innerhalb der riesigen Fußball-Fangemeinde. Denn der deutsche Fußball sorgt nicht nur deutschlandweit, sondern auch international für Begeisterung. Technik und Sport sind ein starkes Team. Mit der Grundig-Technik werden wir die Bundesliga-Berichterstattung unterstützen. Zudem sorgen wir mit unserem

Portfolio an TV- und Audio-Produkten – das wir in der kommenden Saison natürlich ausbauen werden – auch für die richtige Bundesliga-Atmosphäre zu Hause.“ Grundig macht seine Partnerschaft mit der Deutschen Fußball Liga bei seinen portablen Audio-Topsellern nun auch am PoS sichtbar. Im auffälligen Verpackungsdesign mit Fußball-Motiv und dem Bundesliga-Grundig-Partnerlogo kommen ab Februar 2012 mehrere tragbare Grundig Audio Geräte in den Handel. Das Verpackungsdesign mit grünem Stadionrasen und offiziellem Ligaball macht klar: Mit den beiden Grundig Internetradios Cosmopolit 3F WEB SP und Cosmopolit 3F+ WEB iP SP mit iPhone-Dockingstation hat jeder Fan den direkten Draht zum Fußball-Hörgenuss. Bei einer Auswahl von über 16.000 Internet-Radiosendern ist garantiert der richtige Verein live „on air“ dabei. Kabellose Musikwiedergabe ist dank Audiostreaming über PC via WLAN möglich. Der neue sportliche Cosmopolit 3F+ WEB iP SP kann neben Internet- und UKW-Radiosendern erstmals auch DAB+ empfangen. Ebenfalls neu ist das Modell Mini 62 SP, der Movie- und Music Player MPixx 1200 SP sowie die handlichen Modelle Music 51 und Music 51 DAB + SP.

Neue White Line Modelle

Seit Januar 2012 erweitern ein 26 Zoll und ein 46 Zoll LED-TV die bestehende Grundig White Line. Getreu ihrer Bezeichnung verbinden auch die beiden neuen Modelle technische Finesse mit modernem Aussehen in der Trendfarbe Polarweiß. Die TV-Modelle mit LED Backlight Technologie, 26 VLE 8100 WG und 46 VLE 8160 WL, überzeugen mit HD-Triple-Tuner, USB-Recording und DLNA-Zertifizierung. Fernseherlebnisse in 3D und der Zugriff auf jede Menge Apps dank Smart-Inter@ctive-TV sind beim 46 VLE 8160 WL jetzt auch in Weiß im Großformat möglich. Mit 400 Hertz Picture-Perfection-Rate bietet der 46-Zöller der Grundig White Line zudem scharfe Bilder in Full-HD auch bei schnell bewegten Bildinhalten. Damit umfasst die Grundig White Line Modelle in 22“, 26“, 32“, 40“ und

46“. Auf einer Bildschirmbreite von 117 Zentimetern bietet der weiße 46-Zöller 46 VLE 8160 WL von Grundig brillante 3D-Erlebnisse. Das Beste aus dem Internet: Dank ausgewählter kostenloser Applikationen (Apps) lassen sich über den neuen 46-Zöller der Grundig White Line mit Smart Inter@ctive TV schnell und komfortabel Informationen zu den Themen „Health“ und „Lifestyle“ sowie aktuelle News beziehen. Auch Video-, Radio- und Social-Media-Dienste sowie HbbTV sind bei dem Grundig Fernseher an Bord. Der empfohlene Verkaufspreis für die beiden neuen Modelle beträgt: 549 Euro (26“) und 1.099 Euro. www.groundig.de

Horst Nikolaus ist Geschäftsführer Vertrieb bei Grundig



Horst Nikolaus ist mit Wirkung zum 1. Januar 2012 zum Mitglied der Geschäftsführung der Grundig Intermedia GmbH bestellt worden. Die Geschäftsführung besteht damit aus Murat Sahin (Vorsitzender) und Horst Nikolaus (Vertrieb). Nikolaus ist für den Vertrieb in Deutschland, Österreich und in den Niederlanden verantwortlich. Seit sechs Jahren ist Horst Nikolaus bereits als Director Sales für die Grundig Intermedia GmbH tätig. In seiner neuen Position als Geschäftsführer Vertrieb wird er die langfristige Wachstumsstrategie von Grundig weiter vorantreiben und die Zusammenarbeit mit den Partnern intensivieren. „Horst Nikolaus kennt das Unternehmen Grundig von Grund auf. Er ist seit 1988 bei Grundig tätig und hat die Entwicklung des Unternehmens maßgeblich vorangetrieben und geprägt“, so Murat Sahin, Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH. „Mit Horst Nikolaus haben wir eine dynamische und schlagkräftige Führungskraft zum Geschäftsführer Vertrieb berufen, dem der Handel großes Vertrauen entgegenbringt.“



Die CES 2012, die vom 10. bis 13. Januar in Las Vegas stattfand, platzte aus allen Nähten. Über 3.100 Aussteller – mehr als je zuvor – präsentierten ihre Produkte auf einer Nettofläche von ca. 175.000 qm. Auch die Zahl der Besucher erreichte mit 153.000 ein neues Rekordniveau, 34.000 von ihnen kamen aus dem Ausland. Wichtigstes Thema war das Leben zu Hause und unterwegs – vom Fernseher über Smartphones, Tablets und PCs bis zum Kühlschrank, der Waschmaschine und dem Auto ist praktisch alles „smart“, also vernetzt.

Die Messestände der CES standen nicht nur im vollgepfropften Las Vegas Convention Center, sondern auch in den großen Ballrooms des daneben liegenden Las Vegas Hilton und in Form von Sonderschauen („TechZones“) im Venetian/Sands Expo-Center ca. drei Kilometer entfernt. Hier waren u. a. die auf Foto und Imaging konzentrierte PMA@CES und der Bereich High-End Audio angesiedelt. Zwischen dem Venetian und dem Las Vegas Convention Center gab es regen Pendelbus-Verkehr, der die streckenweise beängstigenden Menschenmassen relativ (!) gut bewältigte. 30 bis 45 Minuten musste man aber vorsichtshalber pro Fahrt einkalkulieren.

Der Ansturm

Während auf den Ausstellungsflächen im Venetian/Sands eher gediegene Business-Atmosphäre vorherrschte, ging im Las Vegas Convention Center buchstäblich die Post ab. Streckenweise konnte man meinen, alle 150.000 Besucher hielten sich gleichzeitig in

den Messehallen auf, die Hälfte davon am Samsung-Stand. Dieser Andrang machte es zur Herausforderung, wirklich etwas zu sehen und zu entdecken, zumal sich eine wirkliche Struktur des Angebotes nicht erkennen ließ. Die Großen der Unterhaltungselektronik wie LG, Panasonic, Samsung und Sony sind traditionell in der entsprechend überfüllten Central Hall angesiedelt, ebenso Kamera-Anbieter wie Canon, Casio, Fujifilm und Nikon; Olympus begnügte sich mit einem Konferenzraum. Kodak war mit einem respektablen Stand in den Südhallen angesiedelt, wo auch zahlreiche Zubehörlieferanten und kleinere Anbieter sowie Spezialisten ausstellten.

Breites Angebot

Das Kürzel CES steht zwar für Consumer Electronics Show, aber die Organisatoren – der amerikanische Verband Consumer Electronics Association (CEA) mit seinem rührigen Chef Gary Shapiro – haben in den letzten Jahren mit Erfolg zahlreiche weitere Bran-

chen nach Las Vegas gebracht, die in irgendeiner Weise etwas mit Netzwerktechnologien zu tun haben. Dazu gehört natürlich der Mobilfunk- und IT-Sektor, in dem Branchengiganten wie LG, Samsung oder Sony ohnehin aktiv sind. Sony gab anlässlich der CES bekannt, das vor kurzem zu 100% übernommene Joint Venture Sony Ericsson zukünftig als Sony Mobile Communications weiterzuführen und die Smartphones des Unternehmens unter der Marke anzubieten. Andere Anbieter aus dem Mobilfunkbereich mit großen Ständen waren zum Beispiel Motorola und Nokia; die Firmen fügten ihrer vor kurzem eingeführten Palette von Smartphones mit Windows-Phone-Oberfläche das Nokia 900 hinzu.

Einen großen Auftritt hatte in Las Vegas auch die Autoindustrie, denn auch bei vielen Kraftfahrzeugen geht heute immer mehr über das Netz. Das gilt natürlich vor allem für den Bereich Navigation, aber auch für ortsbezogene Mobilfunkdienste, Fahrer-Assistenz-Systeme und elektrisch betriebene

Autos. Stark war auch die Präsenz der Autoindustrie bei den CES Keynotes, einem Vortragsprogramm, in dem führende Branchenmanager Stellung zu aktuellen Themen nehmen. Dort trat zum Beispiel Daimler Benz Vorstandsvorsitzender Dieter Zetsche auf, ebenso wie Top-Manager von AT&T, Facebook, Ford, GE, Walmart und Xerox, um einige zu nennen. Den Eröffnungsvortrag am Vorabend der CES hielt wie in den letzten Jahren Microsoft-Chef Steve Ballmer – zum vorerst letzten Mal, denn der IT-Gigant will sich von der CES zurückziehen. Ballmer nutzte seinen Auftritt dazu, für die nächste Generation von Windows zu werben, die im Herbst auf den

Markt kommen soll. Dabei blieb fraglich, ob die Zuhörer, die zum Teil mehrere Stunden für die Ballmer Keynote angestanden hatten, wirklich damit zufrieden sein konnten, dass dem Microsoft-Chef auf die Frage nach seiner Vision für die digitale Zukunft lediglich die drei Worte „Windows, Windows, Windows“ einfielen.

Die Trends

In dem Gemischtwarenladen CES wirkliche Trends auszumachen, ist gar nicht einfach. Die wichtigsten Produktneuheiten stellen wir in dieser Ausgabe vor. Dass die Digitaltechnik zur vernetzten Gesellschaft führt, ist inzwischen nicht mehr neu. Die Möglichkei-



Smart TVs bieten – wie hier bei Samsung – immer mehr interaktive Anwendungen. Einige Modelle können mit Sprache und Gesten gesteuert werden. Deshalb gehört auch eine eingebaute Kamera zum Gerät.



Polaroid als Kamera-Innovator: Das Unternehmen stellte auf der CES als Weltneuheit eine 3-fach-Zoom-Digitalkamera mit Android-Oberfläche vor, die es dank WLAN-Verbindung besonders einfach macht, Bilder sofort über digitale Medien zu versenden. Auch Apps können eingesetzt werden.



ten, dass Menschen sozusagen von jedem Ort auf alle möglichen Inhalte zugreifen, werden aber immer schneller und komfortabler. Dafür sorgt neben den allgegenwärtigen Smartphones und Tablet Computern eine explodierende Zahl netzwerkfähiger Geräte, bei denen zwar der Fernseher im Mittelpunkt steht, aber im Grunde der gesamte Haushalt betroffen ist. Panasonic arbeitet sogar an der „Smart City“, bei der alle Lebensbereiche, von der Arbeit über die Freizeit bis zur Sicherheit und der intelligenten Nutzung von Energie, mit Netzwerktechnologien unterstützt werden.

TV-Innovationen

Im vernetzten Haushalt soll der Fernseher eine Schlüsselrolle spielen. Zwar geht es allen großen Spielern darum, Inhalte zu jeder Zeit und überall auch auf Smartphones, Tablets, PCs und Notebooks zugänglich zu machen, das Tor zur digitalen Unterhaltung und Information soll dabei aber das TV-Gerät sein. In der neuen TV-Generation erhöht sich darum die Rechenleistung der eingebauten Prozessoren dramatisch: Dual-Core Rechner gehören bereits bei verschiedenen Herstellern zur Ausstattung. Samsung kündigte sogar einen TV-Rechner mit vier Kernen an. Damit werden die Vor-

aussetzungen geschaffen, dass die Konsumenten von ihrem Fernseher aus nicht nur Programme und Filme schnell abrufen, sondern auch soziale Netzwerke besuchen, ihre Erinnerungen anschauen und mit anderen teilen sowie rasante Spielerlebnisse verwirklichen können.

Dabei wird die gute alte Fernbedienung in Zukunft durch neue Steuerungsmethoden abgelöst. So werden zum einen Smartphones und Tablets eingesetzt, zum anderen geht es aber auch ganz ohne zusätzliche Geräte: Denn die Fernseher der Zukunft



Toshiba demonstrierte auf der CES Fernseher in Quad FHD: Die Auflösung ist um den Faktor 4 höher als Full-HD und liefert besonders scharfe Bilder.

werden auf Zuruf reagieren oder mit Gesten gesteuert und deshalb mit eingebauten Kameras und Mikrofonen ausgestattet.



Mit einem 45" großen OLED-TV setzte LG auf der CES einen deutlichen Akzent auf das Thema Bildqualität.

3D war in Las Vegas kein besonderes Thema mehr, denn es gehört heute zur Standard-Ausstattung eines Smart TV, und die Hersteller dieser Geräte sorgen selbst dafür, dass immer mehr Programme zur Verfügung stehen, egal, ob die Sender mitspielen wollen oder nicht. Dafür geht es immer häufiger um noch bessere Bildqualität in 2D und 3D, denn mit HDTV ist längst nicht das letzte Wort gesprochen: Toshiba zeigte an seinem Stand „Super HDTV“ mit vierfacher Full-HD-Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln, Sharp präsentierte ein 85“-Display mit 36-facher HDTV-Auflösung. Mit solchen Bildschirmen lassen sich, entsprechenden Input vorausgesetzt, nicht nur ganz neue Qualitäten der Filmwiedergabe realisieren; sie sind auch zur brillanten Präsentation hochauflöster



Nachdem im letzten Jahr der CES Stand noch ganz im Zeichen von 3D stand, setzte Panasonic in diesem Jahr ebenfalls auf das Zauberwort „Smart“ und führte „Smart Viera“ als neue Dachmarke ein.

Fotos bestens geeignet, auch wenn es nur wenige Menschen geben wird, die für einen digitalen Bilderrahmen im Großformat zur Zeit fünfstelligen Beträge ausgeben möchten.

Eine weitere faszinierende TV-Innovation heißt OLED: Die organischen Leuchtdioden bieten auch im HDTV-Standard eine Farbbrillanz und Schärfe, die es so noch nicht gab. LG und Samsung zeigten OLED-TVs in der bislang utopischen Bildschirmgröße von 55“, die wohl noch in diesem Jahr auf den Markt kommen werden. Samsung nennt seine Technologie beim „Ultimate TV“ Super-OLED, weil diese Technologie

häufiger drahtlos mit Soundsignalen versorgt werden können.

Auch vernetzt: Weiße Ware

Im Bereich Haushaltsgeräte ging es auch in Las Vegas vornehmlich um das Thema Energieeffizienz, aber auch um Netzwerkfähigkeit. Die Steuerung von Waschmaschine, Trockner, Kaffeeautomat oder Herd via Smartphone und Tablet ist dank einschlägiger Apps keine Zukunftsmusik mehr. Das vernetzte Heim reicht längst bis in den Waschkeller, auch wenn manches Großgerät inzwischen so schick ist, dass man es auch im Wohnzimmer aufstellen könnte. Eine besonders praktische Innovation, die ganz ohne WLAN und Apps auskommt, sei herausgegriffen: LG stellte einen neuen Kühlschrank vor, der in einem speziellen Fach eine Dose Bier innerhalb von fünf Minuten auf die passende Trinktemperatur herunterkühlt. Das ist doch mal eine lebensnahe Weiterentwicklung, die dem Chronisten

noch besser gefallen würde, wenn das Fach groß genug für eine Flasche Weißwein wäre.

Quo vadis CES?

Die CES 2012 war ohne Zweifel eine beeindruckende Veranstaltung. Allerdings müssen die Verantwortlichen aufpassen, dass die schiere Größe nicht zum Problem wird. Es ist nicht jedermanns Sache, eine Dreiviertelstunde auf den Shuttle-Bus warten zu müssen und anschließend weitere zwei Stunden zu benötigen, um einen Platz im Restaurant zu ergattern. Auch die Themenvielfalt sollte überdacht werden: Wieviel Sinn macht es, jeden Lebensbereich, der von digitalen Technologien betroffen ist, in eine einzige Messe zu integrieren? Autos, Fernseher, Waschmaschinen, Kameras, Geräte für Wellness und Gesundheit, Solarzellen und Erdwärme mögen gemeinsam haben, dass in den entsprechenden Sys-



Ein neues Segment im umkämpften Notebook-Markt sind die besonders kompakten Ultra-Notebooks, hier von Samsung.

temen Chips und Sensoren verbaut werden. Anwendungen, Vertriebswege und Geschäftsmodelle gehen aber weit auseinander. Das sorgt für Verwirrung, erschwert den Überblick und macht den Messebesuch anstrengend, zumal sich eine wirkliche Struktur des Angebotes nicht erkennen lässt. Mal sehen, wie es im nächsten Jahr aussieht: Dann findet die CES vom 8. bis 11. Januar in Las Vegas statt.



Auch Samsung stellte auf der CES einen 55" großen OLED-TV vor. Die Samsung Geräte kommen ohne vorgeschaltete Farbfilter aus und sollen nach Aussage des Herstellers noch schärfere und farbreinere Bilder liefern als herkömmliche OLED Bildschirme.



Mit einem neuen Google TV Controller und dem Google TV Blu-ray-Player NSZ-GP9 will Sony noch mehr Internet-Inhalte auf die Fernseher bringen. Einführungstermin: voraussichtlich Sommer dieses Jahres.



Neu von Sennheiser High-End-Kopfhörer in offener Optik

Mit dem HD 700 hat der Audiospezialist Sennheiser auf der CES einen neuen Premium-Kopfhörer vorgestellt, der in komplett offener Bauweise erstklassige Klangeigenschaften mit innovativem Design verbindet. Auf eine Abdeckung der Ohrmuscheln wurde komplett verzichtet.

Der neue Sennheiser Kopfhörer HD 700 zeichnet sich durch eine ungewöhnliche offene Bauweise aus.

Die Ohrmuscheln des HD 700 sind so konstruiert, dass die gerichtete Schallwelle leicht schräg aufs Ohr trifft. Dadurch soll ein beeindruckend natürliches Hörerlebnis entstehen. Das ungewöhnliche Aussehen begünstigt nicht nur einen transparenten Klang, sondern gibt zugleich die Sicht auf das „Herz“ des Kopfhörers frei, den 40-mm-Duofol-Wandler. Dieser sorgt mit seinem leistungsstarken Neodym-Magneten für eine detailgetreue Audiowiedergabe von 10 bis 42.000 Hz.

„Damit keine Partialschwingungen die akustischen Eigenschaften des Kopfhörers beeinträchtigen, wurde, wie bereits beim Referenzkopfhörer HD 800, der hochwertige Wandler in ein Präzisionsgewebe aus Edelstahl eingebettet, erklärte Axel Grell, Senior Acoustical Engineer bei Sennheiser. „Zum

Patent angemeldet ist die neue Formgebung des Gewebes, welches die geschwungene Linie der Membran fortsetzt. Die dadurch entstehende Wölbung verringert das Luftvolumen unter der Membran, sorgt so für eine noch präzisere Kontrolle der Membranbewegung und damit einen erheblich verringerten Klirrfaktor.“

Eine weitere kleine Innovation ist ein belüftetes Magnetsystem. Die Idee ist einfach: „Durch die Auf- und Abbewegung der Membran entsteht im Gehäuse des Magnetsystems ein Luftstrom, der die Membran in minimale Taumelbewegungen versetzt“, so Grell. „Exakt definierte Löcher im Gehäuse, die direkt unter dem Magneten positioniert sind, ermöglichen eine gezielte Führung dieses Stroms. Dadurch werden die Taumelbewegungen der Mem-

bran auf ein Minimum reduziert.“ Das Ergebnis kann sich hören lassen: Mit einem Klirrfaktor von weniger als 0,03 Prozent (bei 1 kHz und 105 dB Schalldruckpegel) erzeugt der HD 700 brillante Höhen, präzise Tiefenwiedergabe und ein klares Klangbild. Einbrüche im Bassbereich werden durch die zum Patent angemeldete mehrschichtige Bauweise des Kopfbands wirkungsvoll unterdrückt.

Eine puristische Formensprache und die schwarz-silberne Farbgebung verleihen dem High-End-Hörer eine elegante Ausstrahlung mit einem Hauch von technischem Look. Die aus hochwertigem Mikrofaser-Gewebe gefertigten Ohrpolster sorgen für ein angenehmes Tragegefühl.

Der neue HD 700 wird ab März erhältlich sein.

CES Innovations Award für RS 220



Auf der CES ausgezeichnet: Der High-End-Kopfhörer RS 220.

Für seinen digitalen Funkkopfhörer RS 220 gewann Sennheiser in Las Vegas einen der begehrten CES Innovations Design and Engineering Awards, mit denen auf der CES innovative Consumer Electronics Produkte in 32 Kategorien gewürdigt werden. Die Entscheidung fiel durch eine Jury aus führenden Industriedesignern, Ingenieuren und Vertretern der Fachpresse.

Der High-End-Kopfhörer RS 220 nutzt das Verfahren des Direct Sequence Spread Spectrums (DSSS), das die Frequenz des Ausgangssignals spreizt, um den Einfluss von Übertragungsstörungen auf die Klangqualität zu minimieren. Das System überträgt die digitalen Signale unkomprimiert über eine stabile 2,4-GHz-Verbindung. Das funktioniert mit Audiosignalen aus praktisch allen Quellen, denn der RS 220 ist mit einem analogen, einem koaxial-digitalen sowie einem optisch-digitalen Eingang ausgestattet. Damit können auch mehrere Audioquellen zugleich an den Sender des Kopfhörers angeschlossen werden. Zudem bietet der Loop-Through-Modus die Möglichkeit, den Sender in eine bestehende Verbindung zwischen einer Audioquelle und einem weiteren Gerät einzubinden.

Der Bose-Profi geht von Bord

Ulrich Kremp im Ruhestand

Nach 37 Jahren bei und für Bose ist Ulrich Kremp, der dem Profi-Geschäft des Soundspezialisten in Deutschland jahrzehntelang ein Gesicht gegeben hat, Ende 2011 in den Ruhestand getreten. Kremp war bis 2009 verantwortlicher Manager der Professional Division der Bose GmbH; in den letzten zwei Jahren übernahm er europaweite Funktionen, um der Bose Professional Sound Division zukünftiges Wachstum zu sichern.

Der bekennende Saarländer und diplomierte Wirtschaftsingenieur Ulrich Kremp kam 1974 als vierter fest angestellter Mitarbeiter zur gerade etablierten Bose GmbH. In den ersten Aufbaujahren bewährte er sich als erfolgreicher Allrounder. „Es gab nichts, was er nicht gemacht hätte. Er hat alles gemacht, und er hat es mit Exzellenz gemacht“, würdigte Bose Geschäftsführer Anton

Schalkamp seinen langjährigen Wegbegleiter. Von Anfang an habe der Teamplayer Ulrich Kremp mit seiner Kompetenz, seiner Kreativität sowie der ihm eigenen Loyalität und Beharrlichkeit überzeugt.

Als verantwortlicher Manager der Professional Sound Division baute Kremp den Geschäftsbereich von der anfänglichen „One



Man Show“ zu einem Erfolgsteam mit mehr als 25 Mitarbeitern aus. Dabei führte er in mehr als drei Jahrzehnten das Bose Profi-Geschäft weitsichtig und zielsicher durch viele herausfordernde und oft wechselhafte Marktbedingungen – vom Ver-

kauf über den Musikalienhandel, das Installationsgeschäft bis zum hochkomplexen und sehr anspruchsvollen Profi-Business heute. Denn inzwischen bietet Bose Hightech-Systeme mit Lautsprechern und Leistungsverstärkern an, die ganze Stadien, Theater oder Konferenzzentren beschallen können.

Auch in der Vertriebspolitik zeigte Kremp Profil: Das Bose ProPartner Konzept, das zunächst in Deutschland und später in allen anderen europäischen Bose Märkten Grundlage des erfolgreichen Profi-Geschäfts wurde, trägt wesentlich seine Handschrift. Bereits 1996 erkannte Kremp die Zeichen der Zeit und nahm die Einführung des erfolgreichen Bose Partner 2000 Ver-

triebskonzepts als Anstoß, gemeinsam mit seinem Management-Team ein ebenso beispielhaftes Zukunftskonzept für die Professional Sound Division zu gestalten.

Nicht zuletzt deshalb wurde Kremp 2009 nach Übergabe der Deutschland-Verantwortung an seinen langjährigen Verkaufsführer Martin Becker ausgewählt, dabei zu helfen, mit dem Start der wegweisenden Produkte RoomMatch und PowerMatch das zukünftige Wachstum der Bose Professional Sound Division europaweit zu sichern. Diese Herausforderung betrachtete Kremp als Krönung seines langen und erfolgreichen Berufslebens.

„Ulrich Kremp kam als Profi, und er geht als Profi“, resümierte Anton Schalkamp in seiner Laudatio. „Er hat dem Profi-Geschäft ein Gesicht gegeben. Es war mir eine Freude und eine Ehre, mit ihm zusammenarbeiten zu dürfen.“

Im März in vier deutschen Städten Amicom on Tour

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Oder anders ausgedrückt: Den Fachhandel auf einer Vier-Stationen-Roadshow quer durch Deutschland gezielt auf neue Produkte aufmerksam machen und die Lust auf den Besuch der Amicom im Juni in Leipzig wecken – das will die Amicom on Tour, die im März attraktive Standorte in Hamburg, Köln, Erfurt und Stuttgart ansteuert.

Mit der Roadshow setzt die Leipziger Messe GmbH drei Monate, bevor auf dem Leipziger Messegelände das Messetrio AMI, Amicom und Amitec seine Pforten öffnet, ein neues Veranstaltungsformat für Handels- und Servicepartner der In-Car-Elektronik-Branche um. Das Konzept der Veranstaltungsreihe, die dem Handel nicht nur Gelegenheit zum Ordern und zum Sammeln von Informationen gibt, sondern auch Geschmack auf den Besuch der

Ausstellern der Amicom haben wir das Konzept für diese gemeinsame Roadshow entwickelt, um aktuelle Produkteinführungen und die für den Handel sehr wichtigen Bestellzyklen im zeitigen Frühjahr optimal zu unterstützen“, so Kober. „Mit der Amicom on Tour starten wir zudem einen Spannungsbogen, der mit der Amicom in Leipzig seinen Höhepunkt findet. Insofern ergänzen sich die Roadshow und die Branchenmesse optimal.“

Verbindliche Zusagen

Verbindliche Zusagen zur Teilnahme an der Amicom on Tour liegen bereits von Audio Design, Audiotechnik Dietz, Clarion, Hama, JVC, Kenwood, Maestro Badenia, Magnat, Pioneer und Silent Coat vor. Der offizielle Anmeldeschluss bei der Leipziger Messe für die Roadshow ist der 31. Januar; es ist aber davon auszugehen, dass Unternehmen, die sich in den ersten Februartagen doch noch kurzfristig für eine Teilnahme entscheiden können, nicht abgewiesen werden. Nähere Auskünfte zu einer Teilnahme gibt Projektreferentin Ulrike Funda unter Telefon 0341-678-8225 bzw. E-Mail u.funda@leipzigermesse.de.

Voraussetzung für die Zulassung zur Teilnahme an der Roadshow ist zum einen die verbindliche Anmeldung für die Branchenmesse Amicom. Zum anderen

müssen sich die Unternehmen verpflichten, an allen vier Tour-Stationen anzutreten. Für die Präsentation werden den Ausstellern vier Standalternativen zwischen 12,5 Quadratmetern und 75 Quadratmetern angeboten.

Rundum-Service

In den dazugehörigen Paketen ist die Ausstattung des Standes mit wichtigen Elementen wie Teppichboden, Wänden, Licht, Tischen, Stühlen und Prospektständer(n) enthalten. Auf die Ausstellung von Fahrzeugen müssen die Unternehmen während der Amicom on Tour ebenso verzichten wie auf Shows und Events. „Damit sich die Aussteller von Beginn an ausschließlich auf ihre Kunden konzentrieren können, übernehmen wir die komplette Organisation der Tour und sorgen für einen beispiellosen Rundum-Service“, sagte Funda im Gespräch mit PoS-MAIL.

Dieser Service beinhaltet unter anderem die Erstellung eines gemeinsamen Werbemittels zur Ansprache der Handels- und Servicepartner, die Registrierung der Fachbesucher im Vorfeld, die Einrichtung eines Empfangsbereichs mit Informationen und Garderobe sowie den Transport von Equipment und Ausstellungsstücken



zwischen den einzelnen Standorten. „Zudem wird es ein durchgängiges Catering für Besucher und Standpersonal geben“, so Funda, „und bei Bedarf können die Aussteller auch auf einen Schulungsraum für bis zu 50 Teilnehmer zurückgreifen.“

Gebündelte Informationen

Die Tour bietet dem Fachhandel die einzigartige Möglichkeit, sich gebündelt und an einem nahe gelegenen Ort über Neuheiten der Branche zu informieren, mit Vertretern der Industrie, Geschäftspartnern und Kollegen auszutauschen sowie direkt zu ordern. Die bereits vorliegenden Zusagen der beteiligten Firmen gewährleisten eine hohe Qualität des Angebots.



Auf der Amicom wird es wieder attraktiv ausgestattete Fahrzeuge zu sehen geben. Während der Amicom on Tour heißt es dagegen für Autos: „Wir müssen draußen bleiben.“

„Mit der Amicom on Tour bauen wir die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit mit der In-Car-Elektronik-Branche weiter aus. Die ausstellenden Unternehmen können dem qualifizierten Fachpublikum ihre Neuheiten und aktuellen Sortimente in einem günstigen Orderzeitraum präsentieren und neue Handels- und Servicepartner gewinnen“, fasste Kober zusammen. Der Fachhandel wiederum profitiere von kurzen

das Messeangebot. Und auch bei der Amicom zeigt das wachsende Interesse der Aussteller, dass die Entscheidung der Leipziger Messe, diese Veranstaltung parallel zur AMI ins Leben zu rufen, richtig war.

www.amicom-leipzig.de/ontour

Wichtige Daten zur Amicom on Tour 2012

Die Roadshow Amicom on Tour der Leipziger Messe startet am 12. März im Schuppen 52 in Hamburg. Am 15. März gastiert die Roadshow im E-Werk Köln, bevor sie am 19. März im Congress Center Erfurt Station macht. Ihren Abschluss findet die Amicom on Tour am 22. März in der Phoenixhalle in Stuttgart.

Die Öffnungszeiten an allen vier Standorten sind von 12.00 bis 23.00 Uhr. Der Eintritt ist ausschließlich eingeladenen Fachbesuchern vorbehalten. Alle Teilnehmer der Roadshow präsentieren sich zudem vom 2. bis 6. Juni als Aussteller auf der Amicom in Leipzig.

Fachhändler können sich ab sofort in der geschlossenen Facebook-Gruppe „Amicom on Tour“ austauschen.

Auskünfte für Unternehmen, die sich kurzfristig als Aussteller an der Amicom on Tour beteiligen wollen, erteilt Projektreferentin Ulrike Funda unter Telefon 0341-678-8225 bzw. E-Mail u.funda@leipzigermesse.de.



Matthias Kober, Projektdirektor der Amicom

europäischen Leitmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation vom 2. bis 6. Juni in Leipzig machen soll, entwickelte die Leipziger Messe auf Initiative der Hersteller.

Matthias Kober, Projektdirektor der Amicom, erläuterte die Gründe für das neue Veranstaltungsformat. „Auf Wunsch und in enger Abstimmung mit marktführenden

Amicom widmet sich dem „vernetzten Auto“

Seit ihrer Premiere im Jahr 2010 hat sich die Amicom bereits als europäische Leitmesse für die gesamte In-Car-Elektronik-Branche etabliert. In diesem Jahr erweitert die Messe ihr Angebot um innovative Themen, die derzeit den gesamten Consumer Electronics Markt beeinflussen. Dazu gehören die Nutzung von Tablet-PCs, Mobile Computing, Cloud Computing und Apps. Mit dieser Erweiterung ihres Themenspektrums positioniert sich die Amicom noch deutlicher als Branchenmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation. „Integration und Konnektivität von tragbaren Geräten sind zwei wesentliche Herausforderungen für die In-Car-Elektronik-Branche. Mit der Themenerweiterung der Amicom setzt die Leipziger Messe auf ein wichtiges Zukunftsthema“, bekräftigte auch Alexander Klett, Geschäftsführer der European Mobile Media Association (EMMA). Im Fokus stehen dabei nicht nur neue Hard- und Software, sondern auch die Schnittstellen zwischen Multimediaprodukt und Fahrzeug.

www.amicom-leipzig.de



**Bettina Eichhammer
verantwortet PR bei
Blaupunkt Telematik**

Bettina Eichhammer ist jetzt für die Public Relations bei Blaupunkt Telematics verantwortlich. Die Redakteurin bringt für diese Aufgabe rund 15 Jahre Erfahrung in Unternehmenskommunikation und Journalismus mit. Als Redakteurin hat Eichhammer mehrere Jahre bei verschiedenen



TV-Sendern und Zeitungen gearbeitet, bevor sie unter anderem in internationalen Konzernen in der Unternehmenskommunikation tätig war. Die Zusammenarbeit im jetzigen Unternehmen erfolgt eng mit den Verantwortlichen von Blaupunkt Telematics. Eichhammer wird unter anderem Pressemitteilungen erstellen und damit Journalisten bei Print-, TV- und Onlinemedien bedienen.

www.blaupunkt-telematik.de

**Neue Garmin App stellt
Live-Services für Android
Smartphones bereit**

Garmin hat die Android-App Smartphone Link vorgestellt. Sie stellt die Live-Services für Navigationsgeräte (PNDs) bereit. Smartphone Link stellt eine Verbindung zwischen jedem bluetoothfähigen Garmin nüvi ab dem Jahr 2012 und einem Android Smartphone her und ermöglicht die Kommunikation sowie den Datenaustausch zwischen den beiden Geräten. nüvi-Nutzer können damit ihr Navigationsgerät über ihren Handy-Datentarif mit zusätzlichen Live-Services ausstatten, ohne Kosten für einen weiteren Datentarif. Garmin Smartphone Link ist gratis im Android Market erhältlich und umfasst mehrere kostenlose Live-Services wie zum Beispiel Wetterinformationen in Echtzeit oder myGarmin Messaging. Zusätzlich können verschiedene Premium-Inhalte wie Verkehrsinformationen, Wetterdaten und Kraftstoffpreise kostenpflichtig abonniert werden.



Garmin Smartphone Link funktioniert auf allen bluetoothfähigen PNDs von Garmin ab dem Jahr 2012 sowie den nüvis 2495LMT, 2595LMT, 3490LMT und dem ganz neuen nüvi 3590LMT. Für die bestehenden Modelle ist lediglich ein kostenfreies Software-Update notwendig. Die App ist ab März 2012 kostenlos im Android Market erhältlich. Die Kosten der einzelnen Live-Services stehen noch nicht fest und werden mit Verfügbarkeit der App bekanntgegeben.

www.garmin.de

**Garmin erweitert das
Sortiment mit der
neuen nüvi-Serie 35xx**

Garmin hat die neue nüvi-Serie 35xx vorgestellt. Das erste Gerät dieser Serie ist das nüvi 3590LMT. Dieses Flaggschiff-Produkt fällt optisch durch sein edles, schlankes Design und ein 5"/12,7 cm großes Glasdisplay auf. Es ist eines der Highlight Produkte 2012 des Unternehmens und bietet eine Fülle an Features wie beispielsweise das Softwarepaket Guidance 3.0, den Verkehrsinformationsdienst 3D Traffic und das lebenslange Karten-Update nüMaps Lifetime.

Außerdem ist es mit der neuen Android-App Smartphone Link kompatibel. Das nüvi 3590LMT bietet mit dem Softwarepaket Guidance 3.0

eine schnellere, intuitivere Benutzeroberfläche sowie eine raschere



und genauere Suche und Navigation. Die von Garmin eigens entwickelte PhotoReal 3D-Kreuzungsansicht zeigt auf dem großen Display Straßenschilder und Kreuzungen entlang der Strecke realistisch und detailgetreu an und markiert an Autobahnkreuzen und Ausfahrten die richtige Fahrspur gut sichtbar auf dem Display. Darüber hinaus hat Garmin als Bestandteil des Softwarepaketes Guidance 3.0 das Feature myTrends. Es merkt sich häufig angefahrne Ziele automatisch und „errät“ das aktuelle Fahrziel, ohne dass der Fahrer die Routenführung aktiviert. Damit der Fahrer zügig an sein Ziel kommt, anstatt im Verkehr stecken-zubleiben und Zeit und Kraftstoff zu verschwenden, ist das nüvi 3590LMT mit dem Verkehrsinformationszentrum Garmin 3D Traffic ausgerüstet. Ohne zusätzliche Gebühren informiert das Navigationsgerät über aktuelle Verkehrsbehinderungen und bietet alternative Routen an. Es kombiniert „historische“ und „aktuelle“ Daten

sowie eine „dynamische“ Routenberechnung und kann somit wesentlich präziser den zu erwartenden Verkehr darstellen.

Die historischen Verkehrsflussdaten liefern unterschiedliche Geschwindigkeitsprofile für Wochentage und Tageszeiten. Gleichzeitig berechnet Garmin 3D Traffic die Route und Ankunftszeit dynamisch, so dass letztere genauer angezeigt wird. Das bluetoothfähige nüvi 3590LMT wird voraussichtlich ab März zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 329 Euro erhältlich sein. www.garmin.de

**Krämer Automotive
Systems GmbH
hat eine neue Adresse**

Die Krämer Automotive Systems GmbH ist umgezogen und kann nun am neuen Firmensitz in Reutlingen auf mehr als doppelt so große Lager- und Büroflächen zurückgreifen. Das Unternehmen ist ab sofort unter dieser Adresse zu erreichen: Krämer Automotive Systems GmbH, Ludwig-Erhard-Straße 2, 72760 Reutlingen. Die neuen Telefonnummern lauten (die Durchwahlen sind gleich geblieben): Telefon 07121-5151-0, Telefax 07121-5151-15.

www.kraemerautomotive.com

Ford zeigt seine Entwicklungen und Ideen für mobilfunk- und cloudbasierte (Daten-)Kommunikation

Ford hat den Besuchern der Consumer Electronics Show in Las Vegas, USA, Anfang Januar einen umfassenden Überblick über seine Aktivitäten zur Verbesserung der In-Car-Elektronik gegeben. Gleichzeitig kündigte der US-Autobauer an, dass sein Vorsitzender, Bill Ford, auf dem Mobile World Congress in Barcelona, Spanien, Ende Februar einen Einblick in die Vision des Unternehmens Ford in Bezug auf innovative Technologien für individuelle Mobilität geben wird. In Las Vegas teilte Ford unter anderem mit, dass man nur ein Jahr, nachdem man die Drei-Millionen-Marke knacken konnte, das viermillionste Auto mit dem In-Car Infotainment-System Sync verkauft habe. Dieses wird in Zusammenarbeit mit Microsoft entwickelt. Ford Sync wird in diesem Jahr weltweit erhältlich sein. Innerhalb der nächsten drei Jahre sollen insgesamt neun Millionen Kunden auf der ganzen Welt das System im Einsatz haben.

Auf der CES stellte Ford außerdem die neue Version von Sync Destinations vor. Die kostenfreie mobile App für die Nutzer von Sync Services ermöglicht es Ford-Fahrern, über ihr Smartphone einfach Zielbestimmungen an ihr Fahrzeug zu senden. Über den zusätzlichen Ford Sync AppLink können Fahrer über Sprachsteuerung von unterwegs Verkehrsmeldungen für ihr

angestrebtes Ziel nutzen. Ebenso können Nutzer Verkehrseignisse melden und in Echtzeit mit der Sync Destinations-Community teilen. Sämtliche Daten können nach und nach vom Smartphone auf das Fahrzeug übertragen werden.



Bill Ford

Telenav stellte in Las Vegas mit Scout einen personalisierbaren Navigations-Service für Ford Sync AppLink bereit. Sync AppLink wird für ausgewählte Ford-Modelle verfügbar sein. Das Programm ermöglicht Fahrern den Zugang zu diversen Smartphone-Apps über Sprachsteuerung und Bedienungselemente am Lenkrad. Mit der neuen Version der NPR Smartphone-App können Ford-Fahrer

über Sync AppLink und Sprachsteuerung auf Wunsch ihre Lieblingsradioprogramme und -sender hören. Als erster Automobilkonzern ermöglicht Ford Autofahrern einfachen sprachgesteuerten Zugang zur iHeart Radio-Applikation über Ford Sync AppLink. iHeartRadio, ein führender Service für digitales Radio von Clear Channel Radio, ermöglicht Nutzern ein flexibel anpassbares Hörerlebnis in einem kostenfreien und vollständig integrierbaren Service: Über 800 der beliebtesten Live Broadcast- und Digitalradio-Stationen aus 150 Städten in den USA sowie auf die Vorlieben der Nutzer abgestimmte Radiosender bieten Nutzern eine größere und intelligentere Song-Auswahl, verbesserte Nutzerkontrolle und Social Media-Integration.

**Bill Ford präsentiert in
Barcelona die Ideen
der Automobilindustrie**

Auch auf dem World Mobile Congress (WMC) in Barcelona wird Ford aktiv: Bill Ford, der Vorsitzende der Ford Motor Company, wird dort am 27. Februar die Möglichkeiten und Chancen für moderne Mobilität thematisieren. Sein Vortrag gibt einen Einblick in die Vision des Unternehmens Ford in Bezug auf innovative Technologien für individuelle Mobilität. Mit Ford wird auf der einflussreichen Technologie-Konferenz erstmals in der Geschichte des WMC eine füh-



In Barcelona zeigt Ford unter anderem den Evos Concept.

rende Persönlichkeit aus der Automobilindustrie zum Thema Mobilität sprechen. Ford wird in Barcelona unter anderem diskutieren, wie moderne Fahrzeugtechnologie die individuelle Mobilität trotz zunehmenden Straßenverkehrs in einer urbanisierten Welt weiter ausbauen und zugleich verbessern kann. Ford hat bereits mobilfunkbasierte Fahrzeug-zu-Fahrzeug-Kommunikation entwickelt. Diese Technologie ist Teil einer langfristigen Strategie zur datentechnischen Vernetzung von Kraftfahrzeugen in der Zukunft. Auf der Konferenz wird Ford außerdem den Evos Concept präsentieren, der die Vision von der nahtlosen Ver-

bindung zwischen Fahrzeug und Fahrer Wirklichkeit werden lässt. Möglich wird dies beispielsweise dank cloudbasierter Informationen. Der Evos Concept erkennt seinen Nutzer und passt sich selbstständig dessen fahrerischen Vorlieben an. Das Ergebnis ist ein individuelles Fahrvergnügen sowie ein hohes Maß an Effizienz und intelligenter Sicherheit. Auf dem WMC 2012 wird Ford außerdem Sync zeigen. In Verbindung mit MyFord Touch soll dieses System die Kommunikation des Fahrers mit dem Fahrzeug und seiner Umgebung auf ein neues Niveau heben. www.ford.de



TK

Herweck Roadshow Perspectives Systems 2012 startet im Februar

Die Herweck Roadshow Perspectives Systems 2012 richtet sich auch in diesem Jahr wieder vorrangig an Systemhäuser und ITK-Fachhändler, die sich mit der Implementierung von Kommunikationslösungen in Unternehmen beschäftigen. Zusammen mit den wichtigsten Industriepartnern präsentiert Herweck Sehens- und Erlebnenswertes aus der konvergenten Lösungswelt. Die Perspectives Systems macht Station am 15. Februar in Roggenburg (zwischen Ulm, Augsburg und Kempten) im Kloster Roggenburg und am 18. April 2012 in Leipzig im Globana Airport Hotel. Die Perspectives Systems findet jeweils in der Zeit von 16.00 bis 19.00 Uhr statt. Neben der Vorstellung der Herstellerlösungen an Messständen wird es ein moderiertes Forum mit weiterführenden Informationen und kurzen Vorträgen geben. Im Anschluss an die Veranstaltung lädt Herweck zum weiteren Networking beim Dinner-Buffer ein. Die Veranstaltung ist für Fachhändler kostenlos. Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit erhält der interessierte Fachhändler unter Telefon 06849/9009-110 oder -112.

www.herweck.de

AVM auf der CeBIT 2012 mit neuen Fritz!Boxen und neuem Fritz! Dienst

Zur CeBIT 2012 präsentiert der Berliner Kommunikationsspezialist AVM in Halle 13, Stand C48, eine Vielzahl von Produktneuheiten. Dazu gehören zwei neue Fritz!Box-Modelle für den LTE-Mobilfunk sowie der neue Dienst MyFritz!. Fritz!Box 6842 LTE und Fritz!Box 6810 LTE setzen beide auf ein neues, speziell für den LTE-Einsatz entwickeltes elegantes Design.

Die neuen LTE-Modelle vereinen alle für die Kommunikation wichtigen Funktionen in einem Gerät: LTE-Funk, WLAN N, LAN-Anschluss, Netzwerkspeicherfunktion, Telefonanlage und DECT-Basisstation. So lassen sich die Möglichkeiten von LTE im Heimnetz voll ausschöpfen. Premiere feiert der neue Dienst MyFritz!. Mit ihm bietet AVM einen einfachen und sicheren Zugriff auf die persönliche Fritz!Box. Dort gespeicherte Fotos, Musik und Dokumente lassen sich weltweit, auch mit Smartphone und Tablet, abrufen. www.avm.de

Thomas Freude ist neuer Geschäftsführer bei Telekom Deutschland

Thomas Freude ist zum Geschäftsführer Technischer Service der Telekom Deutschland berufen worden. Er löst Dietmar Welslau, Geschäftsführer Personal, ab, der den Technischen Service seit 1. Oktober 2011 kom-



Thomas Freude

missarisch geleitet hatte. Freude übernimmt das Amt zunächst zusätzlich zu seiner aktuellen Position als Geschäftsführer Telekom Shops (TSG) bei Telekom Deutschland. In dieser Funktion hat er die TSG zu einem wichtigen Vertriebs- und Servicekanal mit nachhaltigem Geschäftserfolg entwickelt. Außerdem hat die Deutsche Telekom entschieden, dass ab 1. März das bis-

her eigenständige Ressort Telekom Shops innerhalb der Geschäftsführung von Telekom Deutschland mit dem Vertrieb zusammengeführt wird. Dies bedeutet, dass Dr. Dirk Wössner als Geschäftsführer Vertrieb die Verantwortung für die TSG zusätzlich zu den übrigen Vertriebskanälen übernehmen wird. www.telekom.de

GrünHausEnergie GmbH verkauft jetzt Ökostrom bei mobilcom-debitel

Privat- und Gewerbekunden können ab sofort auch in den Shops von mobilcom-debitel zu der GrünHausEnergie GmbH wechseln. Die Tarife des Mülheimer Ökostromanbieters werden ab sofort über das bundesweite Netz mit über 550 Filialen des Telekommunikationsunternehmens angeboten. Aufgrund einer Vertriebsvereinbarung mit der Media-Saturn Deutschland GmbH sichert dies auch die Präsenz in Elektronik- und Flächenmärkten. Vertragspartner ist die MFE Energie GmbH, die sich auf die Vermarktung von Strom und Gas im stationären Handel spezialisiert hat. Neben den direkten Vertragsabschlüssen erhalten die Interessenten in den Shops Informationen über die Herkunft des zertifizierten Ökostroms und werden zu den Tarifen beraten. Der Strom von GrünHausEnergie GmbH stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien, ist TÜV-zertifiziert, besitzt das ok-power-Label und erhielt von Öko-Test die Auszeichnung „sehr gut“.

Die GrünHausEnergie GmbH ist eine Tochter der Mülheimer Tengelmann-Gruppe und erwartet, mit der Ausweitung der Vertriebskanäle seine Bekanntheit zu erhöhen und seine Marktposition weiter ausbauen zu können. www.gruenhausenergie.de

Geschäftskunden von O2 sind laut TÜV Saarland mit dem Service zufrieden

Selbstständige, Freiberufler, Kleinunternehmer und Mittelständler zeigen sich mit dem Geschäftskundenservice von Telefónica Germany zufrieden. Diese Aussage wird durch das Zertifikat „TÜV Service tested“ des TÜV Saarland belegt. Die Tester befragten rund eintausend O2 Kunden aus diesen Segmenten und vergaben die Note „gut“ (2,0) für Kundenzufriedenheit und Servicequalität. Die O2 Geschäftskunden schätzen demnach besonders die Angebotsvielfalt sowie die Produkt- und Servicequalität ihres Anbieters. Auch für das Engagement und die Freundlichkeit der Mitarbeiter sowie den Service in den Shops gab es Lob. Mit seinen exklusiven Angeboten und Tarifen wie O2 on oder O2 Blue Professional bietet Telefónica Germany seinen Geschäftskunden jederzeitige Erreichbarkeit, Servicequalität und planbare Kosten. Zu den besonderen Leistungen zählen eine 24-Stunden-Hotline, der kostenlose O2 Conference Service und der 48-Stunden-Handy-Austausch bei Bedarf. Außerdem werden die Mittelstandskunden von Telefó-

Herweck im Jahr 2011 weiterhin auf Erfolgskurs

Herweck hat den erfolgreichen Kurs der vergangenen Jahre auch im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2011 fortgesetzt. Der Umsatz des saarländischen Distributors stieg 2011 im Vergleich zum Vorjahr um 30 Prozent auf 210 Mio. Euro. Den Wachstumskurs von Herweck belegen auch steigende Mitarbeiterzahlen. Im Jahr 2011 wuchs die Belegschaft auf 174 Mitarbeiter.

Die Geschäftszahlen wurden beim Herweck Neujahrsempfang von den Herweck Vorständen Dieter Philippi und Jörg Herweck vor versammelten Mitarbeitern bekanntgegeben. „Nach der erfreulichen Entwicklung im Jahr 2011, in dem wir das Ergebnis des Vorjahres noch einmal deutlich steigern konnten, erwarten wir ein stabiles Geschäftsjahr 2012“, meinte Jörg Herweck, Vorstand der Herweck AG. „Wir rechnen auch in einem schwieriger werdenden Marktumfeld damit, dass wir unsere Position weiter ausbauen können.“



Jörg Herweck (l.) und Dieter Philippi

Das kontinuierliche Wachstum des Unternehmens erfordere weitere Investitionen, dies vor allem bei der Logistik, um Warenverfügbarkeit und Liefergeschwindigkeit „auf die nächste Ebene zu bringen“, so Herweck. Die Vorstände Jörg Herweck und Dieter Philippi bedankten sich anlässlich des Neujahrsempfangs ausdrücklich bei den Mitarbeitern für ihr Engagement: „Ohne die Motivation, Fleiß und Zusammenarbeit unserer Teams wäre dieser Erfolg nicht möglich. Unsere Mitarbeiter sind auch weiterhin unsere wichtigsten Erfolgsgaranten.“

Neben der geplanten Logistikerweiterung, die voraussichtlich im dritten Quartal abgeschlossen sein wird, plant Herweck einen umfassenden Dienstleistungskatalog für den Fachhandel, der in mehreren Schritten eingeführt wird. Der erste Schritt wird die Händler bei ihrem Social Media Marketing unterstützen und noch Anfang Februar gelauncht werden.

In der ersten Jahreshälfte sind außerdem weitere Maßnahmen zum Ausbau des Geschäfts im Bereich ITK-Systeme/Unified Communications geplant. Das Team ITK-Systeme wird die bereits 2011 begonnene Roadshow Perspectives Systems fortsetzen.

Im März wird Herweck auf der CeBIT in Hannover Präsenz zeigen, und am 15. Juni lädt das Unternehmen zur zehnten Hausmesse Perspectives nach Kirkel ein. www.herweck.de

nica Germany durch persönliche Kundenbetreuer beraten und unterstützt. www.o2business.de/tuev

übertragen und verbleiben immer auf IT-Systemen von O2, ohne dass Facebook sie einsehen kann. <https://www.facebook.com/o2de>

O2 bietet seinen Kundenservice jetzt auch über Facebook an

O2 bietet seinen kompletten Kundenservice jetzt auch über Facebook an. Dort lassen sich alle Funktionen nutzen wie bei einem Anruf im Service Center. Mit der neuen Anwendung gehört Telefónica Germany weltweit zu den ersten Unternehmen, die ihren kompletten Service direkt auf der Facebook-Seite anbieten. Mit der eigens für dieses Angebot entwickelten App können sich die Kunden bei O2 identifizieren und bekommen ihre Probleme gelöst, ohne dass sie Facebook dafür verlassen müssen. Der Kundenservice startet durch einen Klick auf den Menüpunkt Service/Kontakt bei <https://www.facebook.com/o2de> und die Installation der App. Danach erfolgt einmal die Identifizierung durch eine Abfrage weniger Daten, die nur der Kunde kennen kann.

Alle Anfragen landen sofort im O2 Service Center. Dort können sie in kürzester Zeit beantwortet werden, weil alle notwendigen Kundendaten bereits vorliegen. Die Informationen werden dabei sicher verschlüsselt

Deutsche Telekom schließt neue Partnerschaften für das „vernetzte Haus“

Die Deutsche Telekom hat zwei weitere Partner für Smart Connect gewonnen: Samsung und den Projektierer und Installateur von Fotovoltaiksystemen Winkel Solarsysteme. Smart Connect ist die Plattform für die vielfältigen Anwendungsformen im Rahmen des „vernetzten Hauses“. Zusammen mit allen Partnern will die Telekom die gemeinsamen Standards für die Hausvernetzung entwickeln und setzen. Die Palette von großen Versorgern bis zu kleineren Unternehmen belegt, dass Smart Connect als Standard der Heimvernetzung für Unternehmen jeglicher Größe funktioniert. Die Plattform Smart Connect ist ab Mitte 2012 verfügbar. Kunden brauchen nur die sogenannte Smart Connect Box, die alle Endgeräte im Haus vernetzt, und nur einen Breitbandanschluss für das Internet – ganz gleich, von welchem Anbieter. Die Steuerungssoftware für die einzelnen Geräte bieten die Smart Connect Partner als Apps in einem gemeinsamen Portal an. www.telekom.de

Base führt neuen Tarif Base plus ein

Base startet im Februar den neuen Tarif Mein Base plus. Der neue Kombinationstarif umfasst alle Mobilfunkgespräche ins eigene Netz sowie SMS in alle Netze zum Pauschalpreis von monatlich zehn Euro.

Base senkt damit den bisherigen Gesamtpreis beider Optionen um die Hälfte. Die flexibel wählbaren Optionen für Gespräche in alle Netze bietet Mein Base plus mit deutlich mehr Leistung und zu einem günstigeren Preis. Die Allnet Flat 50 verdoppelt sich für unveränderte fünf Euro monatlich zur Allnet Flat 100. Die Allnet Flat 200 wird zur Allnet Flat 300, kostet mit 15 Euro pro Monat aber fünf Euro weniger als ihre Vorgängerin. Der Preis der Allnet Flat für unbegrenzte deutschlandweite Gespräche ins Festnetz und alle Mobilfunknetze sinkt von 50 auf 30 Euro monatlich. Neues Angebot ist eine Fremdnetz Flat für die Telefonie in ein anderes deutsches Mobilfunknetz nach Wahl für monatlich zehn Euro.

Zusätzlich zu Mein Base plus führt Base zum Februar einen speziellen Tarif fürs Telefonieren in den eigenen vier Wänden ein. Mein Base zuhause soll eine Mobilfunk-Alternative zum Festnetz sein. Im monatlichen Grundpreis von zehn Euro sind eine Sprachflatrate ins deutsche Festnetz sowie eine Festnetznummer bereits enthalten. Nach dem Mein Base Prinzip lassen sich die Optionen Allnet Flat 100, Auslands-Flat 400 oder die Internet Flat XL flexibel dazubuchen, abwählen und wechseln.

Für das mobile Surfen mit Tablet PCs und Notebooks startet Base den Tarif Mein Base internet. Da Nutzer von Tabs und Notebooks fast nie über ihre Endgeräte telefonieren und simsens, verzichtet der Tarif gezielt auf Flatrates für SMS und Telefonie. Die einfache Flexibilität bei der Wahl individuell passender Base Datenflatrates steht im Mittelpunkt.

www.base.de

TK



Das Doro PhoneEasy 515 hat auch eine Kamera

Das Doro PhoneEasy 515 bietet jetzt auch eine Zwei-Megapixel-Kamera mit Vierfach-Digitalzoomfunktion und einem integrierten 12-MB-Speicher für ca. 40 Fotos. Dieser ist jederzeit mit einer microSD-Karte erweiterbar. Die Kamera wird über eine eigene Taste aufgerufen. Die Fotos lassen sich anschließend per MMS-Funktion verschicken. Das Doro PhoneEasy 515



tionen, die nicht benötigt werden, können aus dem Menü ausgeblendet werden. Das integrierte Telefonbuch umfasst bis zu 300 Einträge. Eine Notruftaste ist an der Rückseite des Handys angebracht. Dank der Notruf-Funktion können eigens definierte Kontakte in einer Notrufkontaktliste erfasst werden. Im Notfall werden diese via SMS und abgehendem Anruf informiert. Diese Lösung von Doro bietet den Vorteil, dass der Notruf bei Annahme quittiert werden muss. So wird ausgeschlossen, dass dieser von einem Anrufbeantworter oder einer Mobilbox angenommen wird. Über die OTA Programmierung („Over-the-Air“) ist es möglich, Funktionen wie zum Beispiel die Notruffunktion oder die Kontaktliste von einem zweiten, dafür autorisierten Mobiltelefon aus der Ferne zu programmieren. Das Doro PhoneEasy 515 ist ab sofort in den Farben Weiß und Schwarz inklusive Ladestation zu einem UVP von 119,99 Euro erhältlich. www.ivsgmbh.de

ZTE zeigt neue LTE-fähige Endgeräte

Der chinesische Telekommunikationsanbieter ZTE hat Anfang Januar seine aktuellsten LTE-fähigen mobilen Endgeräte präsentiert. Dazu gehörten das LTE-Smartphone Arthur, die Tablet-PCs LTE V6 und V8, der mobile LTE-Hotspot MF91, die LTE-Datenkarten MF880 und MF821, die LTE-CPE

wartet darüber hinaus mit einem beleuchteten Farbdisplay auf, bei dem Kontrast und Schriftgröße individuell eingestellt werden können. Zudem ist es mit einer SMS-Direktwahltaaste ausgestattet und Hörgeräte-kompatibel (M3/T3). Über Bluetooth lässt es sich mit einem Headset oder einer Induktionsschleife verbinden. Funk-

Sony's erstes eigenes Smartphone heißt Xperia S

Sony hat sein erstes eigenes Smartphone aus der Xperia NXT-Reihe vorgestellt: Das Xperia S steht ganz im Zeichen von High Definition und bietet ein 4,3"/10,9 cm großes HD-Display, eine Zwölf-Megapixel-Kamera für HD-Videoaufnahmen (1.020p) und eine HD-Frontkamera (720p). Als erster Vertreter der nächsten Xperia-Generation ist das Xperia S mit einem 1,5 GHz Dual-Core-Prozessor ausgestattet. Dadurch können HD-Filme flüssig und scharf auf dem ebenfalls



HD-fähigen Reality Display mit Mobile Bravia Engine abgespielt werden. Die eingebaute Zwölf-Megapixel-Kamera mit Sony Exmor R Sensor ermöglicht darüber hinaus, Videos in HD-Qualität zu drehen. Für Schnappschüsse ist die Kamera innerhalb von 1,5 Sekunden aus dem Standby-Modus bereit. Durch einen NFC-Chip (Near Field Communication) ist das Smartphone zusätzlich gewappnet für die Zukunft und die wachsende Anzahl an NFC-Anwendungen und -Services. Dem Nutzer des Xperia S erschließt sich die komplette Sony-Erlebniswelt durch den Zugriff auf Sony Entertainment Network-Dienste. Deren Inhalte lassen sich auf dem Xperia S, dem Fernseher, auf Tablets oder Notebooks nutzen. Per HDMI-Kabel oder kabellos über WLAN können eigene Videos, Fotos, Musik und vieles mehr

von einem Gerät ganz einfach auf ein anderes übertragen und abgespielt werden. Dank der Auszeichnung PlayStation Certified steht für das HD-Flaggschiff auch eine breite Auswahl an Spielen bereit, die laufend erweitert wird. Das Design wird durch ein transparentes Element im unteren Drittel des Smartphones bestimmt. Dieses betont das Display, trennt es optisch von den Antennenkomponenten und soll maßgeblich zum hohen Wiedererkennungswert beitragen. Die Benutzeroberfläche wurde ebenfalls angepasst, um den Ansprüchen des minimalistischen Designs gerecht zu werden. Das Xperia S wird voraussichtlich im Laufe des ersten Quartals in den Farben Schwarz und Weiß für 499 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) mit Android 2.3 (Gingerbread) erhältlich sein. Ein Upgrade auf Android 4.0 (Ice Cream Sandwich) wird im Laufe des zweiten Quartals bereitgestellt. www.blondessushi.de

Neues Festnetztelefon Speedphone 700 von der Deutschen Telekom

Mit dem Speedphone 700 bringt die Deutsche Telekom ein neues Festnetztelefon auf den Markt, bei dem der Nutzer neben den gewohnten Funktionen eines Festnetztelefons auch die Vorzüge des Betriebssystems Android findet. Neben der Nutzung von Internetdiensten kann mit dem Gerät auch auf zahlreiche vorinstallierte Apps zugegriffen werden. Dank eines beleuchteten Touchscreens mit 8,1 cm Bilddiagonale lassen sich alle Funktionen einfach und komfortabel bedienen. Zu den Internetdiensten, auf die Nutzer mit dem Speedphone 700 zugreifen können, gehören neben der E-Mail-Funktion, themenbezogenen Informationsdiensten (RSS-Feeds) und dem persönlichen Online-Adressbuch auch die Anwendung Das Telefonbuch, der Entertainment Programm Manager und das Mediencenter der Telekom. So lassen sich mit dem Speedphone 700 persönliche Inhalte wie beispielsweise Fotos direkt im Mediacenter abrufen. Entertainment Kunden können über das Mobilteil auch ihren Media Receiver programmieren. Im Internet surfen, Webradio hören oder die Wettervorhersage ansehen ist mit dem Speedphone 700 ebenfalls möglich. Das Speedphone 700 ist zunächst auf den Einsatz am Speedport W 723V ausgelegt. Bei allen Internetanwendungen sorgt WLAN-Technik für einen schnellen Datenaustausch zwischen dem Speedphone und dem



Speedport. Ein weiterer Vorteil ist die integrierte HD Voice Technik (HD = High Definition). Durch diese Technik wird eine hohe Sprachqualität bei Gesprächen ermöglicht. HD Voice ist zwischen IP-basierten Telefonanschlüssen der Telekom möglich, wenn die Gesprächsteilnehmer ein HD Voice-fähiges Festnetztelefon nutzen. Weitere Ausstattungsmerkmale des Speedphone 700 sind ein Micro-USB-Anschluss für ein Headset und ein Micro-SD-Kartenslot mit einer 2-GB-Speicherkarte. Hinzu kommen Funktionen wie Freisprechen, Anzeige des Namens und eines zugeordneten Fotos bei bekannten Rufnummern, Halten-, Makeln- und Anklopfen-Funktion oder die Möglichkeit, eine Telefonkonferenz zu führen. Zudem informiert das Telefon über verpasste Anrufe und Nachrichten auf der SprachBox, der kostenfreien Mailbox im Festnetz der Telekom. Das schnurlose Telefon ist mit einem stromsparenden Netzteil für einen energieeffizienten Betrieb ausgerüstet. Das Speedphone 700 ist – wahlweise in Schwarz oder Weiß – ab sofort erhältlich. Im Vertrieb der Telekom kostet es 149,99 Euro oder monatlich 4,95 Euro (in den ersten 24 Monaten) im Telekom Endgeräte Servicepaket. www.telekom.de

MF28D und das Windows Phone Tania. Für das Jahr 2012 plant ZTE die Markteinführung einer ganzen Serie von LTE-fähigen mobilen Endgeräten, unter anderem Smartphones, mobile Hotspots, Tablet PCs und Festnetz-Produkte, um die zunehmende Nutzung des Mobilfunkstandards LTE zu unterstützen. Die neuen Geräte werden durch leistungsfähige High-End-Technologien Audio-, Video- und Touch-Funktionalität bieten.

Im Smartphone-Segment plant ZTE die Erweiterung seiner Produktlinie mit neuen Handys, die mit den neuesten Betriebssystemen und -versionen ausgestattet sind. Im Jahr 2011 konnte ZTE zwölf Millionen Smartphones verkaufen und gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs um 400 Prozent erzielen. Für das Jahr 2012 wird erwartet, dass sich diese Zahl durch einen deutlichen Anstieg der Nachfrage in Europa, Nordamerika, Brasilien und Japan noch einmal verdoppeln wird.

Außerdem liefert ZTE ab sofort den MF60 Mobile Hotspot aus. Bei dem Gerät handelt es sich um den ersten mobil einsetzbaren Hotspot, der eine Übertragungsgeschwindigkeit von bis zu 21,6 Mbit/s ermöglicht. In Deutschland gibt es den MF60 Mobile Hotspot exklusiv bei O2. Das Gerät bietet Anwendern einen mobilen Internetzugang für bis zu acht WLAN-fähige Endgeräte inklusive Notebooks und Musikplayer. www.zte-deutschland.de

BestCool Lautsprecher für Smartphones

BestCool Geoblock heißt ein neuer Bluetooth-Lautsprecher, der in Deutschland von der Designs Tech GmbH in Frankfurt

am Main vertrieben wird. Er kann mit Smartphones und Notebooks ebenso wie mit allen Abspielgeräten genutzt werden, die Bluetooth-kompatibel sind – zum Beispiel Spielkonsolen



– und lässt sich ebenso über ein mitgeliefertes 3,5 mm Klinkenkabel mit anderen Geräten verbinden. Der kom-

pakte Stereo-Lautsprecher sorgt laut Hersteller für ausgezeichnete Klangqualität bei der Wiedergabe von Musik oder Filmen. Ein integrierter Tieftöner verbessert den Bass, der 1.200 mAh starke Akku sowie sechs Watt Nennleistung runden die Ausstattung ab.

Beim Telefonieren über die integrierte Bluetooth Freisprecheinrichtung mit fortschrittlicher Mikrofontechnologie werden Nebengeräusche gefiltert und die Soundübertragung optimiert. Durch die eingebaute Halterung für Smartphones und Tablet-PCs können Benutzer sich während eines Videotelefonats frei bewegen. Die Steuerung des Gerätes erfolgt über ein Touch-Sensitive-Button Bedienfeld. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 70 Euro. www.udesigns.info

Das Swissvoice ePure ist jetzt strahlungsarm

Das Swissvoice ePure zeichnet sich jetzt nicht nur durch sein ausgefallenes Design aus, sondern auch durch einen extrem niedrigen Strahlungswert (SAR-Wert) von 0.010 W/kg. Damit gehört es zu den strahlungsärmsten Telefonen im DECT-Markt. Möglich wurde dies durch die Integration des fulleco-Mode in das Gerät. So schaltet die Strahlungsemission im Standby-Betrieb vollständig ab. Und



auch während des Betriebs ist durch eine permanente Anpassung der Sendeleistung an die Entfernung zur Basisstation sichergestellt, dass nur so viel Strahlung erzeugt wird, wie für eine hochwertige Gesprächsübertragung nötig ist. Die Prüfung durch das unabhängige französische Institut Emitech in Zusammenarbeit mit dem Labor Cofrac ergab den äußerst niedrigen Strahlungswert von 0.010 W/kg. www.ivsgmbh.de

Multizellen-System von Gigaset Communications

Neue DECT-Lösung für Profis

Die Mitarbeiter vieler kleiner und mittlerer Unternehmen wünschen sich schnurlose telefonische Erreichbarkeit auf dem gesamten Betriebsgelände. Dieser Wunsch kann jetzt mit dem neuen N720 DECT IP Multizellen-System von Gigaset erfüllt werden. Die Anlage erlaubt es, bis zu 20 DECT-Basisstationen schnurlos miteinander zu verbinden und ganz einfach zu konfigurieren. Damit sind bis zu 100 Mitarbeiter auf einem Firmengelände mobil erreichbar.

Die Versorgung mit DECT ist flexibel und kostengünstig. „Unsere Kunden machen sich damit unabhängig von der Mobilfunkabdeckung“, sagte Michael Anft, Produktmanager bei Gigaset. Flexibel ist auch die Gesamtlösung, denn die N720 DECT IP lässt sich nahtlos mit einer bestehenden Gigaset-Telefonanlage verbinden. In Zusammenarbeit mit der Gigaset T300 und T500 sorgt das sogenannte Autoprovisioning (automatisierte Freischaltung) sogar dafür, dass die Basisstationen die nötigen Daten selbsttätig aus der



Bis zu 100 Mitarbeiter kleiner und mittlerer Unternehmen sind mit dem neuen N720 DECT IP Multizellen-System von Gigaset über maximal 20 DECT-Basisstationen schnurlos auf dem Firmengelände erreichbar.

Telefonanlage abrufen, sobald sie damit verbunden sind. Die DECT-Stationen selbst sind ebenso einfach zu installieren: Sie müssen lediglich an der Wand oder Decke eines Raumes befestigt und mit einem LAN-Kabel verbunden werden. Eine separate Verkabelung zur Stromversorgung ist nicht erforderlich. „Das

N720 DECT IP Multizellen-System hat als Merkmal PoE, Power over Ethernet, das bedeutet, dass die Stationen ihren – sehr geringen – Betriebsstrom aus dem Datenetzwerk beziehen können“, erläuterte Anft. Bei der Wahl des Anbringungsortes für jede Station hilft ein spezielles Messgerät. Das System kann bis zu 100 Nut-

zer (Nebenstellen) versorgen und bis zu 30 Gespräche gleichzeitig abwickeln. Über jede der maximal 20 Basisstationen lassen sich bis zu acht Gespräche parallel führen. Bewegt sich der Nutzer beim Sprechen, reicht eine Basisstation das Gespräch automatisch und unmerklich an die nächste weiter. Anft: „Jede Basisstation ist so ‚intelligent‘, dass sie erkennen kann, welche der benachbarten Stationen ausgelastet ist und welche über freie Kapazitäten verfügt. Das Gespräch wird jeweils dahin gegeben, wo Kapazität frei ist.“

Sprachübertragung in HD-Qualität

Besonders interessant für Geschäftskunden ist laut Gigaset das Merkmal High-Definition Sound Performance (HDSP), eine Technik, die Sprachübertragung in exzellenter Qualität erlaubt. „Alles, was dazu nötig ist, sind zwei entsprechende Telefone und eine IP-Verbindung“, sagte Anft. „Mit dem Gigaset N720 DECT IP lässt sich HDSP problemlos über DECT nutzen, dazu wird jeweils lediglich ein zusätzlicher DECT-Kanal belegt. Die Anlage wird im HDSP-Modus betrieben und kann bis zu 30 HDSP-Verbindungen gleichzeitig verarbeiten.“

Wie alle Produkte der Reihe Gigaset Pro, die sich an gewerbliche Kunden richtet, zeichnet sich auch das Multizellen-System N720 DECT IP durch eine hohe Kom-

Zur Einführung gibt es das N720 DECT IP zu Sonderkonditionen

Zusammen mit Allnet, Herweck, iTancia, Komsa und Michael Telekom hat Gigaset ein Startpaket mit einem kompletten Setup für ein einfaches Multizell-Projekt geschnürt: Ein DECT-Manager und zwei DECT-Zellen der neuen Multizelle Gigaset N720 DECT IP bilden gemeinsam mit fünf hochwertigen Mobilteilen Gigaset SL610 H Pro ein Paket. „Wir wollen zur CeBIT mit einem preislich sehr attraktiven Angebot im Segment der DECT-Multizellen starten“, meinte Udo Kerger, Vertriebsleiter für Gigaset pro in Deutschland, „quasi als Willkommensangebot an die deutschen Reseller, die ein Produkt dieses Zuschnitts längst von uns gefordert haben.“ Das CeBIT-Aktionsangebot bietet einen Einkaufsvorteil von bis zu 30 Prozent gegenüber der Summe der Einzelpreise und ist ab sofort und bis zum 31. März über die Gigaset pro Händler-Website optionierbar – dort können die Reseller auch gleich den Distributor ihrer Wahl angeben, über den die Produkte letztendlich bezogen werden.

www.gigaset.com/pro

patibilität aus. So arbeitet das System mit DECT-Geräten von Gigaset problemlos zusammen. Der Kunde kann also wählen, ob er lieber mit einem eleganten Gerät telefoniert oder mit einem, das gegen Stöße und Schmutz unempfindlich ist. Gigaset N720 DECT IP ist wie sämtliche Gigaset-Pro-Produkte bei zertifizierten Systemhäusern erhältlich.

IP-Kommunikation für berufliche Anwender

Gigaset bietet mit der pro-Linie seit dem Frühjahr 2011 umfassende IP-basierte Kommunikationslösungen mit einem Portfolio aus Telefonanlagen, Systemtelefonen, IP-DECT-Basen und einer Vielzahl attraktiver Gigaset-Mobilteile. Mit den Telefonanlagen Gigaset T300 Pro und Gigaset T500 Pro und der Palette an Systemtelefonen und DECT-Basen ermöglicht Gigaset eine Vielzahl an Lösungen, die besonders gut aufeinander abgestimmt sind.

www.gigaset.com/de

Kurzinterview mit Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb Deutschland, Gigaset

PoS-MAIL: Herr Cifrain, wie haben sich die Geschäfte der Gigaset Communications GmbH im Jahr 2011 entwickelt?

Dieter Cifrain: In Deutschland haben wir dank der robusten Konjunktur im vergangenen Jahr ein solides und stabiles Geschäft bei weiterhin hohen Marktanteilen erlebt. Die Kunden in Deutschland verlassen sich auf die starke Marke Gigaset, die Qualität „Made in Germany“ widerspiegelt.

PoS-MAIL: Welche Produkte, Technologien und Ausstattungsmerkmale haben im Fokus gestanden?

Dieter Cifrain: 2011 war ein Jahr der Innovationen, ein wichtiges Jahr für Gigaset. Mit neuen Produkten haben wir ein Zeichen gesetzt in unserer Branche. Als Weltneuheit präsentierten wir im Frühjahr den Freisprech-Clip Gigaset L410, der eine neue Qualität in der Bewegungsfreiheit beim Telefonieren gebracht hat. Ebenfalls ein Meilenstein war die erfolgreiche Einführung des weltweit ersten Full-Touch-Telefons für zu Hause – dem Gigaset SL910. Dieses Telefon-Flaggschiff war von Anfang an ein begehrtes und stark nachgefragtes Top-Produkt aus unserem Hause.

PoS-MAIL: Hat sich im vorigen Jahr das Kaufverhalten der

Verbraucher bei Gigaset Produkten zum Beispiel hinsichtlich Design oder Energieeffizienz im Vergleich zu früheren Jahren geändert?

Dieter Cifrain: Beides sind wichtige Eigenschaften, auf die Kunden inzwischen immer mehr Wert legen. Design und Benutzerfreundlichkeit sind seit jeher ausgesprochene Gigaset-Stärken – neben der guten Qualität und den positiven Umwelteigenschaften. Wir sehen gerade deshalb eine starke Loyalität unserer Kunden zur Marke Gigaset.

PoS-MAIL: In vielen Ländern verliert die Festnetz-Telefonie derzeit stark an Bedeutung. Wie sehen Sie diese Entwicklung in Deutschland, und welche Konsequenzen zieht Gigaset daraus?

Dieter Cifrain: Im internationalen Vergleich sind die Deutschen ein Volk von Festnetz-Telefonierern.

Unangefochten führt Gigaset den Markt in Deutschland an. Gleichwohl ist die Entwicklung in anderen europäischen Ländern sehr unterschiedlich. Gigaset stellt sich darauf ein und entwickelt Innovationen, um auch langfristig den Erfolg abzusichern.

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



Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi

Die Netzwerker

Bei den internetfähigen Smart TVs ist Samsung bereits Marktführer. Mit der Vorstellung von vier Kompaktkameras mit integriertem WiFi-Modul auf der CES setzt das Unternehmen jetzt auch auf Smart Kameras. Mit ihnen können

Das Flaggschiff der WiFi-fähigen Samsung Kompaktkamera-Palette ist die neue WB850F; das F steht bei allen Modellen für die WiFi Ausstattung. Sie ist mit einem 16 Megapixel-Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor ausgestattet; das 21-fach Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 23–483 mm (KB äquivalent) bei einer Anfangslichtstärke von F2.8. Videos nimmt die Samsung WB850F im Full-HD-Standard auf.

Ein integriertes GPS-Modul verknüpft Fotos und Videos direkt mit dem Ort der Aufnahme. Eine integrierte Landkarten-Funktion gibt Auskunft über den Schauplatz und weist auf interessante Sehenswürdigkeiten in der Umgebung hin. Zusätzlich hilft eine Kompass-Funktion bei der Orientierung.

Als Sucher und Wiedergabemonitor dient das 7,6 cm große AMOLED Display mit besonders leuchtenden Farben.

Trotz ihrer reichhaltigen Ausstat-

Bilder direkt in soziale Netzwerke wie Facebook, flickr oder YouTube hochgeladen bzw. in der Samsung Cloud gespeichert, gesammelt und gesichert sowie von anderen Samsung Geräten abgerufen werden.

tung ist die WB850F mit 24,9 mm Tiefe durchaus kompakt. Die Kamera ist ab April zum UVP von 349 Euro lieferbar.

Bereits im März kommt die WiFi-Kamera Samsung ST200F auf den Markt. Die 16 Megapixel-Kamera ist mit einem 10fach-Zoomobjektiv (27–270 mm KB äquivalent) ausgestattet und ermöglicht wie das Schwestermodell mit der Samsung Allshare Funktion in den eigenen vier Wänden den Zugriff auf Fotos und Videos mit beliebigen kompatiblen Geräten. Das kompakte Modell ist in den Farben Rot, Schwarz und Violett zum Preis von 199 Euro erhältlich.

High-Zoom-Kamera WB150F

Auch die Zoom-Kamera Samsung WB150F mit einem 14 Megapixel-

sung DV300F mit einem 16 Megapixel-CMOS-Sensor und 5-fach-Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 25 mm (KB äquivalent). Sie ist ab März 2012 in den Farben Schwarz, Rot und Blau zum Preis von 199 Euro (UVP) erhältlich.



Die Samsung ST200F ist eine besonders schlanke Reisekamera mit 10-fach-Zoomobjektiv.



Die mit einem 18-fach-Zoomobjektiv ausgestattete Samsung WB150F lässt sich auf Wunsch auch voll manuell bedienen.



Mit der Samsung DV300F gibt es jetzt auch in der Kamera-Familie mit zusätzlichem Frontdisplay ein WiFi-Modell.



Das neue Samsung Kompaktkamera-Flaggschiff WB850F bietet im handlichen Gehäuse nicht nur volle Netzwerkfähigkeit, sondern auch ein 21-fach-Zoomobjektiv, 16 Megapixel Auflösung und Full-HD-Video. Auf der Rückseite leuchtet ein 7,6 cm großes AMOLED Display.

Neue Kenwood HiFi-Systeme mit USB- und iPhone/iPod Anschlüssen

Für anspruchsvolle Musikfans

Als vor etwa 50 Jahren die ersten HiFi-Komponenten für eine besonders klangvolle Musikwiedergabe den Markt eroberten, bestimmen drei Aspekte maßgeblich die Qualität einer Stereoanlage: Klang, Ausstattung und Verarbeitung. An diese gute alte Tradition knüpft Kenwood jetzt bei der Konzeption des neuen hochmodernen HiFi-Stereo-Systems K-731 an. Ebenfalls neu aus dem Hause Kenwood ist das Micro-System M-616DV.

Das K-731 bietet eine große Auswahl an integrierten und anschließbaren Musikquellen: Bereits eingebaut sind ein CD-Player, der neben konventionellen CDs auch selbstgebrannte Musik- und Daten-Discs abspielt, und ein UKW-Tuner mit RDS und 40 Senderspeichern. Zusätzlich finden an der Front ein USB-Stick oder iPhone bzw. iPod sowie eine analoge Quelle Anschluss. Die Rückseite des kompakten CD-Receivers hält noch einen analogen AUX-Eingang, zwei optische Digitaleingänge und einen USB-Port zur Verbindung mit ei-

nem PC bereit. Dank dieser Optionen lässt sich nicht nur beispielsweise ein Apple Airport Express zum Einspielen von Airplay-Digitaldaten ankoppeln, auch das Streamen der digitalen Musiksammlung direkt von der PC-Festplatte ist ohne großen Aufwand möglich. Neben der Anschlussvielfalt besticht das neue Kenwood-Musiksystem durch seine moderne Technik und eine exzellente Klangqualität. Ein digitaler Verstärker sichert mit seinen 2 x 50 Watt RMS Sinusleistung eine dynamische und kraftvolle Wiedergabe, während

der Kenwood-exklusive „Supreme EX“-Schaltkreis die komprimierten Musiksignale von MP3-, WMA- und AAC-Daten klanglich deutlich wahrnehmbar aufpöppelt. In Kooperation mit den zum System gehörenden Zweiwege Lautsprecherboxen und einem – bei Bedarf und größeren Räumen – optional anschließbaren aktiven Subwoofer liefert das kleine K-731 einen beeindruckend großen HiFi-Sound. Zudem hat die Kenwood-Anlage auch ein edles und überaus robustes Äußeres. Das Gehäuse des nur 245 Millimeter breiten und wahlweise in schwarz oder silberfarben erhältlichen CD-Receivers besteht aus stabilem Metall, die Frontplatte aus 4,5 Millimeter starkem polierten Aluminium. In Verbindung mit dem großen Schönschrift-Display, den unten auf der Front platzierten Tiptasten zur Steuerung der wichtigsten Gerätefunktionen und dem voluminösen, gut dosierbaren Lautstärkereglern gibt die HiFi-Anlage eine gute Figur ab.



Kompakt und leistungsstark

Trotz DVD/CD-Player, iPod-Dock, Radio und USB-Port an Bord ist Kenwoods M-616DV eines der kompaktesten Audio-Video-Systeme überhaupt. Ganze 19 Zentimeter breit und 14 Zentimeter hoch – das sind die Traummaße des neuen Kenwood Systems, das sich in Ausstattung, Leistung und Klangqualität keineswegs hinter selbst deutlich größeren DVD-Anlagen verstecken braucht. Als Programmquellen stehen zum einen der integrierte CD/DVD-Spieler und ein UKW-Radio bereit. Darüber hinaus nimmt sich die M-616DV zahlreicher externer Zuspieler an: einem iPod oder iPhone über das im Gehäusedeckel integrierte Dock, einem Stick über den frontseitigen USB-Anschluss und einer beliebigen analogen Audio-Quelle über den AUX-Ein-

gang. Für ein vielseitiges Audio- und Videoprogramm ist somit gesorgt. Eine klangvolle Wiedergabe garantieren der integrierte 2 x 20 Watt Verstärker und die 21 cm hohen und knapp 14 cm breiten Bassreflex-Lautsprecherboxen. Mit Hilfe separater Höhen- und Bassregler lässt sich der Sound des Systems optimal auf den persönlichen Geschmack der Zuhörer justieren. Der UKW-Tuner der M-616DV verfügt über 20 Senderspeicher, die sich über die serienmäßig mitgelieferte Infrarot-Fernbedienung per Knopfdruck aufrufen lassen. Und dank RDS zeigt der Tuner im hoch auflösenden Punktmatrixdisplay nicht nur die Frequenz oder den Sendernamen, sondern auf Wunsch auch Radiotext oder den Programmtyp (PTY) an. www.kenwood.de

29. Februar – 1. März 2012 in Köln

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

Der photokina Trend-Kongress

Jetzt anmelden!

Sonderkonditionen für den Fachhandel

Die Kamera der Zukunft Das Bildergeschäft der Zukunft

Am 29. Februar und 1. März 2012 präsentiert die photokina das dritte Business Forum Imaging Cologne im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse.

Am 1. März mehrere Vorträge in deutscher Sprache. Simultanübersetzung in deutscher Sprache bei englischsprachigen Vorträgen.

Deshalb müssen Sie dabei sein:

Vortragsprogramm: Die amerikanische Designschmiede Artefact präsentiert das sensationelle Konzept der Kamera der Zukunft.

Für den Dienstleistungsbereich nehmen Manager von Internetfirmen wie Yahoo! und Blurb die kommerzielle Nutzung sozialer Netzwerke in den Blick.

Vertreter der Fotoindustrie zeigen handfeste Geschäftsmodelle für den Fotohandel.

Der Fotohandel selbst kommt ebenfalls zu Wort, unter anderem in einer Podiumsdiskussion.

Ein besonderes Highlight gibt es am 1. März: Der 17-jährige „New Media Enthusiast“ Philipp Riederle erklärt, wie die „Generation Facebook“ Bilder erlebt. Der Schüler kommt mit seinem Podcast „Mein iPhone und ich“ auf rund eine Million Abrufe pro Jahr. Als gefragter Referent erklärt er den Vorständen von Großkonzernen wie Audi, Bertelsmann, BMW, Deutsche Telekom und McDonalds, wie Jugendliche digitale Medien nutzen.

Sponsorenpräsentationen: In der Lobby werden innovative Imaging-Produkte und Dienstleistungen der Sponsoren präsentiert.

Networking: Am Abend des 29. Februar lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der sich die Teilnehmer bei gutem Essen und gepflegten Getränken mit Kolleginnen und Kollegen austauschen und wichtige Lieferanten und Experten treffen können.

Gold-Sponsoren

**Kodak**

Silber-Sponsoren



FUJIFILM

**TETENAL**

1. Tag, Mittwoch, 29. Februar 2012



Eröffnungsvortrag: Olen Ronning, Senior Designer, Artefact, Seattle



WVIL – Ein Konzept für die Zukunft der Fotografie

Die amerikanische Design-Schmiede Artefact, Seattle, WA., zählt Weltunternehmen wie Ebay, Google, HP, HTC, Lenovo, Microsoft und Panasonic zu ihren Kunden. Mit dem kabellosen Sucher- und Wechselobjektiv-System WVIL (Wireless Viewfinder Interchangeable Lens) hat Artefact ein innovatives Kamera-Konzept entwickelt, das die Vorteile digitaler Systemkameras mit dem Leistungsprofil mobiler Kommunikation verbindet.

Das einzigartige Konzept eröffnet völlig neue Möglichkeiten und basiert auf einer offenen Software-Plattform, so dass die Kamera jederzeit mit Apps an neue Anforderungen angepasst werden kann. WVIL ist ein Konzept, das einfache Bedienung und die Stärken moderner mobiler Geräte mit bester Bildqualität und Flexibilität verbindet. Ob dualer Stereo 3D Sensor, das Ultra-Weitwinkel-Panorama- oder 360° Party-Cam Objektiv – mit WVIL ist alles möglich.



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



Imaging Bestseller – mit oder ohne Netzwerke

Hier geht es um die neuesten Verkaufstrends bei Kameras, Smartphones und anderen Imaging-Produkten in Europa, den USA und der Welt. Die Referentinnen zeigen, welche Produktkategorien wachsen und welche abnehmen, diskutieren den Einfluss mobiler Geräte auf den Kamera-Umsatz und identifizieren die Bestseller von heute und morgen.



Darren Johnson, Regional Director und Vice President Retail Systems Solutions, Paper Output Systems and Film Capture EAMER, Eastman Kodak Company



Soziale Netzwerke und Fotografie – ein neues Paradigma

Die Art und Weise, wie die Konsumenten mit ihren Bildern umgehen, ändert sich rasant. Das starke Wachstum der sozialen Netzwerke bietet für Bilddienstleister große Chancen, auf neuen Wegen mit den Kunden in Kontakt zu kommen. Dazu ist es notwendig, sich auf die Veränderungen einzulassen und aktiv auf die Kunden zuzugehen. Mit aktuellen Daten stellt Johnson dar, wie Bilddienstleister in dieser neuen Welt erfolgreich sein können.



Jürgen Motz, Senior Expert Innovations Mail, Deutsche Post DHL



„Social Memories“ – so werden digitale Erinnerungen zum Buch

Mit der App „Social Memories“ bietet die Deutsche Post DHL eine neue Dienstleistung für Facebook-Nutzer an. Auf einzigartige Weise können Konsumenten ihre Facebook-Erlebnisse für immer bewahren: Aus Daten, Aktivitäten und Bildern aus Facebook wird ein ganz persönliches Buch, in dem digitale Erinnerungen in gedruckter Form für immer festgehalten sind.



Alexandra Gebhardt, Chief Social Media Strategist, Inside Media Networks, New York



Neues aus dem Netzwerk: Umsatz mit Innovationen

Wie in den Vorjahren bringt die amerikanische Netzwerk-Spezialistin die neuesten Imaging-Trends in sozialen Netzwerken mit nach Köln. Wie können Bilddienstleister und Fotohändler davon profitieren, dass immer mehr Konsumenten in sozialen Netzwerken mit Bildern kommunizieren? Diese Entwicklung bietet besondere Chancen für Unternehmer, die bereit sind, neue Wege zu gehen. Welche das sein können, zeigt Gebhardt anhand von Beispielen erfolgreicher Konzepte und populärer Apps, mit denen man das Vertrauen der Kunden für zukünftige Umsätze sichern kann.



Jim Lanahan, Senior Vice President, Mobile Story Group, Blurb



Stories. To go.

Die Blurb Mobile App ist eine Anwendung, die es möglich macht, persönliche Geschichten mit unterschiedlichen Medien wie Fotos, Videos, Tonaufnahmen und Text zu erzählen – mit Hilfe von iPhone oder iPad, Tumblr und YouTube. Seit der Einführung im Jahr 2011 haben mehrere Hunderttausend Menschen die kostenlose App heruntergeladen und genutzt, um zu jeder Zeit und von überall ihre Erlebnisse in multimediale Geschichten zu verwandeln und über Facebook, Twitter und E-Mail mit anderen Menschen zu teilen.



Mark Drasutis, Senior Director, EMEA Product Marketing, Yahoo!



Freunde und Features: Neue Chancen durch Foto-Communities

Foto-Communities im Internet sind wichtige soziale Netzwerke. Neue Apps und Technologien machen es einfacher als je zuvor, Bilder in Echtzeit mit Freunden und Verwandten zu teilen. Mark Drasutis, Senior Director, EMEA Produktmarketing bei Yahoo! zeigt, mit welchen Innovationen die Foto-Community flickr ihren Mitgliedern neue Erlebnisse vermittelt. Für Imaging-Anbieter ergeben sich neue Möglichkeiten, ihre Produkte in einer vernetzten Welt zu vermarkten.



Christian Schubert, Business Development Manager, Fujifilm Europe GmbH



„Social Retailing“ – das neue Einkaufserlebnis im Fotohandel

Ein neues Kiosk-Konzept macht es möglich, dass schon das Bestellen von Bildprodukten zu einem „Social Media“ Erlebnis wird. Mit seinem großen Multi-Touch HD-Bildschirm und innovativer 360° Foto-Software wird das Terminal zum Mittelpunkt für Familien und Gruppen, die ihre Bildprodukte und Fotobücher gemeinsam gestalten wollen. Die leichte Verbindung mit Smartphones und Tablets sowie das neuartige Design machen den Kiosk für die „Generation Digital“ attraktiv.

2. Tag, Donnerstag, 1. März 2012



Gastvortrag: Philipp Riederle, New Media Enthusiast, Phipz Media



„Meine Erinnerungen und ich“

Mit seinem wöchentlichen Podcast „Mein iPhone und ich“ führt der 17-jährige Philipp Riederle regelmäßig die Charts bei Apple iTunes an und landet zuweilen vor den Angeboten der großen Medienhäuser. Inzwischen ist aus dem Hobby des Teenagers das Unternehmen Phipz Media mit Sitz in Burgau geworden, und der Schüler erklärt regelmäßig Top-Managern großer Unternehmen die Welt der sozialen Netzwerke und wie man darin mit Jugendlichen kommunizieren kann. Zu seinen Kunden zählten bisher unter anderem Audi, Bertelsmann, BMW, Deutsche Telekom, McDonalds Deutschland, Microsoft, Telefonica O2 und die Universität St. Gallen. In seinem Gastvortrag stellt Philipp Riederle dar, wie Jugendliche ihre Erinnerungen festhalten, mit Bildern kommunizieren und welche Angebote sie von Fotohändlern und Bilddienstleistern erwarten.



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



Der interaktive Konsument

Die digitalen Technologien haben neue Wege geschaffen, wie Menschen ihre Erinnerungen festhalten und mit Bildern kommunizieren. Lösen Smartphones jetzt eine neue Revolution aus? Die Konsumentenstudien des amerikanischen Marktforschungsunternehmens NPD zeigen, wie die „vernetzte Mama“ mit Bildern kommuniziert, ihre Erinnerungen in sozialen Netzwerken nutzt und welche Angebote sie von Bilddienstleistern und Fotohändlern erwartet.



Tommy Bacherle, Category Manager Imaging Products and Services, dm-drogerie markt



Mit Innovationen Nachfrage schaffen

Als größter europäischer Einzelhändler für Bilddienstleistungen und Fotoprodukte spricht dm-drogerie markt seine Kunden auf allen etablierten Vertriebskanälen an: an der Bildertheke mit Produkten aus dem Großlabor, mit Sofortdruck im Geschäft, über das Internet und soziale Netzwerke. Mit innovativen, personalisierten Bildprodukten und zielgerichteten Marketing-Strategien zeigt dm, wie Bilddienstleistungen in der interaktiven digitalen Welt erfolgreich vermarktet werden können.



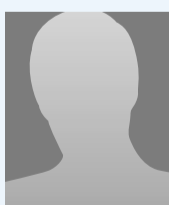
Podiumsdiskussion

Moderator: Martin Wagner, Ringfoto



Wie wird der Fotohandel „cool“?

Die Stärken des Fachhandels liegen in Faktoren wie Vertrauen, Kompetenz und persönlicher Kundenansprache. Jugendliche sehen sich aber am liebsten als „cool“ und wissen mit traditionellen Dienstleistungen wenig anzufangen. Soll der Fotohandel deshalb „cool“ werden, um diese Zielgruppe für sich zu gewinnen? Und welche Angebote können für die Generation Facebook gemeinsam mit den Lieferanten entwickelt werden. Führende Fachhändler, Lieferanten und unabhängige Experten diskutieren über „coole“ Konzepte für den Fotohandel.



Simon Faulkner, EMEA Business Director, Eye-Fi Inc.



Digitale Erinnerungen erleben

Milliarden von Bildern sind in sozialen Netzwerken gespeichert. Jetzt besteht die Herausforderung darin, es den Kunden leicht zu machen, ihre Fotoalben zu verwalten und Bildprodukte zu gestalten. Eye-Fi hat ein umfassendes Konzept entwickelt, wie Konsumenten ihre Bilder aufnehmen, speichern und teilen sowie Bildprodukte gestalten können. Diese Plattform bietet Unternehmen die Möglichkeit, neue Printdienstleistungen anzubieten, die einfach und automatisch genutzt werden können.



Dr. Hans-H. Graen, CEO, F&G Digitalspezialist



Mit alten Bildern Geld verdienen und neue Umsätze sichern

Die meisten Bilddienstleister konzentrieren sich auf gedruckte Bildprodukte und übersehen dabei andere Möglichkeiten für digitale Bilddienstleistungen. Die Digitalisierung von Super 8 und Videofilmen sowie von Milliarden analogen Bildern, die in Schuhkartons und Alben schlafen, ist nicht nur ein profitables Geschäft, sondern eröffnet auch Möglichkeiten, die so gewonnenen Bilddaten in renditeträchtige Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender und Multimedia-Anwendungen zu verwandeln.

Programm

Mittwoch, 29. Februar 2012		Donnerstag, 1. März 2012	
8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation	8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
9:30 – 9:45	Begrüßung	9:30 – 10:15	Gastvortrag: Philipp Riederle , New Media Enthusiast, Phipz Media „Meine Erinnerungen und ich“
9:45 – 10:30	Eröffnungsvortrag: Olen Ronning , Senior Designer, Artefact, Seattle WVIL – Ein Konzept für die Zukunft der Fotografie	10:15 – 11:00	Liz Cutting , Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Der interaktive Konsument
10:30 – 11:15	Liz Cutting , Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Marion Knoche , Global Director, Imaging and Stationary, GfK Retail and Technology Imaging Bestseller – mit und ohne Netzwerke	11:00 – 11:30	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
11:15 – 11:45	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation	11:30 – 12:15	Tommy Bacherle , Category Manager Imaging Products and Services, dm-drogie markt Mit Innovationen Nachfrage schaffen
11:45 – 12:30	Darren Johnson , Regional Director and Vice President Retail Systems Solutions, Paper Output Systems and Film Capture EAMER, Eastman Kodak Company Soziale Netzwerke und Fotografie – ein neues Paradigma	12:15 – 13:00	Podiumsdiskussion Moderator: Martin Wagner , Ringfoto Wie wird der Fachhandel „cool“?
12:30 – 13:15	Jürgen Motz , Senior Expert Innovations Mail, Deutsche Post DHL „Social Memories“ – so werden digitale Erinnerungen zum Buch	13:00 – 14:00	Mittagspause / Sponsorenpräsentation
13:15 – 14:15	Mittagspause / Sponsorenpräsentation	14:00 – 14:45	Simon Faulkner , EMEA Business Director, Eye-Fi Inc. Digitale Erinnerungen erleben
14:15 – 15:00	Alexandra Gebhardt , Chief Social Media Strategist, Inside Media Networks, New York Neues aus dem Netzwerk: Umsatz mit Innovationen	14:45 – 15:30	Dr. Hans-H. Graen , CEO, F&G Digitalspezialist Mit alten Bildern Geld verdienen und neue Umsätze sichern
15:00 – 15:45	Jim Lanahan , Senior Vice President, Mobile Story Group, Blurb Stories. To go.	15:30 – 15:45	Schlusswort und Ausblick
15:45 – 16:15	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation	15:45 – 16:15	Kaffeepause in der Lobby / Sponsorenpräsentation
16:15 – 17:00	Mark Drasutis , Senior Director, EMEA Product Marketing, Yahoo! Freunde und Features: Neue Chancen durch Foto-Communities		
17:00 – 17:30	Christian Schubert , Business Development Manager, Fujifilm Europe GmbH „Social Retailing“ – das neue Einkaufserlebnis im Fotohandel		
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 29.2.+ 1.3.2012

- 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 • 29.2.2012 (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 • 1.3.2012 (inkl. Abendveranstaltung am 29.2.2012)

- 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 1.3.2012

- 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 29. Februar 2012 (außer Tageskarte 1. März 2012). 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 2010/2012, 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 2012 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

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **125,00 EUR/Nacht**
Doppelzimmer inkl. Frühstück: **155,00 EUR/Nacht**
(inkl. zur Zeit gültiger MwSt. und Kulturförderabgabe)

Ibis Köln City Messe Arena ★★

Brügelmannstr. 1, 50679 Köln

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **83,00 EUR/Nacht**
Doppelzimmer inkl. Frühstück: **93,00 EUR/Nacht**
(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

PoS-MAIL ONLINE

Ihr aktuelles Update

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



Täglich frische Branchennews gibt es im Internet unter www.pos-mail.de. Dort finden Sie nicht nur brandneue Produkte, Berichte über Marketing-Aktivitäten oder personelle Veränderungen, sondern auch PoS-MAIL als E-Paper zum Blättern am Bildschirm. Die wichtigsten Nachrichten zusammengefasst erhalten Sie zwischen den Printausgaben über unseren E-Mail Newsletter PoS-

MAIL online. Er erscheint in unregelmäßigen Abständen sozusagen „nach Bedarf“ – wenn Sie PoS-MAIL online in Ihrem Briefkasten haben, können Sie sicher sein, dass etwas Wichtiges passiert ist.

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

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

Sorge um den Lieblingsfeind

Wer mich kennt, weiß, dass ich mich sechs Jahre meines Berufslebens nicht mit Consumer Electronics, sondern mit Fotografie beschäftigt habe, nämlich als Vertriebsleiter bei Fujifilm. Damals hatten wir einen Lieblingsfeind: den gelben Riesen Kodak. Und der hat mich jetzt aus dem Ruhestand aufgeschreckt, weil er einfach in den USA Insolvenz angemeldet hat.

Nun könnte ich mich mit Genugtuung zurücklehnen und sagen: Ich wusste ja schon immer, dass die Grünen besser sind. Das stimmt ja auch, denn Fujifilm ist von einer Insolvenz weit entfernt. Aber trotzdem hat mir die Kodak Nachricht wirklich weh getan. Was machen meine alten Kollegen bei Fujifilm jetzt ohne ihren Lieblingsfeind? Da machen die Erfolge ja nur noch halb so viel Spaß – und mein Ruhestand übrigens auch. Deshalb mein Appell an das amerikanische Kodak Management: Reißt Euch am Riemen und stellt das Ding gefälligst wieder so auf, dass es im Imaging-Markt weiter eine ordentliche Rolle spielt. Dann könnt Ihr wieder Fehlentscheidungen treffen, über die ich mich amüsieren kann. Gönn mir bitte diesen Spaß und verschwindet nicht einfach von der Bildfläche!

Herzlichst Ihr *Wagner*

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: <http://www.pos-mail.de>

Bankverbindung:
Postbank Essen, Kto. 164 565 438,
BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Thomas Blömer, DGPh.

Redaktion:

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

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 13
v. 1. Januar 2012



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635



29. Februar – 1. März 2012, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more ... INTERACTIVE“