

POS-MAIL

März 2011

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

12. Jahrgang • 51612


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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Die Erfüllung
einer Vision:
Home Entertainment
ohne Grenzen.

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



Produktgestaltung: Loewe Design/Design 3

LOEWE.

Riesenchance für den Handel

Millionen Geräte müssen ersetzt werden

Die analoge
Satelliten-
übertragung
endet am
30.04.2012

Der Countdown läuft –
nur noch 423* Tage bis zur Analogabschaltung

* Stand: 1. Februar 2011

Wenn diese Ausgabe von PoS-MAIL erscheint, sind es noch rund 420 Tage bis zur Abschaltung des analogen Fernsehempfangs über Satellit. Der Termin für die Abschaltung der analogen Übertragung steht mit dem 30. April 2012 fest, und zwar unwiderruflich. Aus heutiger Sicht lässt sich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit sagen, dass am

Doch gönnt man dem Thema einen zweiten Blick und betrachtet die aktuellen Marktzahlen, erkennt man die Dimension der Aufgabe, die von Industrie, Handel und Handwerk in diesen 14 Monaten zu stemmen ist. Eindeutige Aussagen zur Zahl der betroffenen

Haushalte gibt es zwar nicht, doch aus verschiedenen Stellungnahmen lässt sich eine ungefähre Größenordnung herauslesen. So schätzte beispielsweise Dr. Peter Charissé, Geschäftsführer der Anga Cable, Anfang Februar die Zahl der analogen Satellitenhaus-

1. Mai 2012 viele Zuschauer vor einem schwarzen TV-Bildschirm sitzen werden. Nämlich diejenigen, bei denen es nicht gelungen ist, sie rechtzeitig mit den notwendigen Komponenten für den digitalen Satellitenempfang auszustatten. Auf den ersten Blick scheinen 420 Tage, also mehr als ein Jahr, ein langer Zeitraum zu sein.

halte, die bis zum Frühjahr des nächsten Jahres mit digitalen Empfangsgeräten ausgestattet werden müssen, auf mehr als fünf Millionen. Matthias Dienst, Vorstand der AG SAT, erklärte zum selben Zeitpunkt: „Von den insgesamt 16,3 Millionen TV-Haushal-

ten, die ihre Programme via Astra empfangen, sind knapp 80 Prozent digital. Die restlichen rund 3,6 Millionen Fernsehhaushalte in Deutschland, die ihre Programme noch analog empfangen, müssen umstellen.“ Und Pano Joakimidis, Leiter Marketing Inland/Vertrieb

mottoii
Toshiba Partnerprogramm



mottoii
Toshiba Partnerprogramm



Beratung ohne Wert?

Seit Anfang des Jahres wirbt Medimax mit einer neuen Kampagne. Sie soll, so Geschäftsführer Martin C. Rusterholz, der Tatsache Rechnung tragen, dass Konsumenten sich beim Einkauf von Fernseher, Waschmaschine, Handy und Computer mehr wünschen als reine Preisauskünfte und sich so von anderen reinen preisgesteuerten Werbeauftritten abheben. Das ist eine gute Idee.

Und das Ergebnis erscheint im ersten Schritt durchaus gelungen: Die provokative Aussage „Null Prozent Rabatt“ fällt sofort ins Auge und zielt mit der Ergänzung „Wer ständig Rabatt geben kann, war vorher zu teuer“ gekonnt auf den marktschreierischen Wettbewerb.

Leider wird das gute Konzept nicht konsequent durchgehalten, denn schon unten auf der Titelseite der Beilage heißt es: „Bei Medimax erhalten Sie alle Produkte zum Dauertiefstpreis. Dies garantieren wir Ihnen, denn wenn Sie den gleichen Artikel bei gleicher Leistung innerhalb von 14 Tagen in einem Fachmarkt Ihrer Region günstiger finden, erstatten wir die Differenz, und weil unsere Mitarbeiter mehr als nur die Preise kennen, profitieren Sie bei Medimax zudem von kompetenter Beratung.“

Diese Aussage ist leider weniger positiv als der „Null-Prozent-Rabatt“-Ansatz. Denn Medimax signalisiert: Man kann kompetent beraten und trotzdem der Billigste sein. Und das ist, wie Kaufleute wissen, schlichtweg falsch. Kompetente Beratung kostet Geld, denn weder die Zeit der Mitarbeiter noch ihre Ausbildung gibt es umsonst – für den Fachhandel nicht, und deshalb für die Kunden auch nicht. Und das ist auch gut so. Denn Beratung ist etwas wert, sie steigert den Wert des verkauften Produkts, weil sie die Voraussetzung dafür ist, dass die Kunden die volle Leistungsfähigkeit dieser Produkte auch wirklich nutzen können.

Es wird Zeit, dass diese Wahrheit auch in der Werbung deutlich gesagt wird, damit die Konsumenten auf den ersten Blick erkennen können, dass im qualifizierten Einzelhandel tatsächlich eine Leistung verkauft wird und nicht nur ein Preis.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

bei WISI, ging im Dezember von rund vier Millionen analogen Satellitenhaushalten aus. Schon allein diese Zahlen beeindrucken. Aber sie spiegeln nur einen Bruchteil der Realität wider. „Denn wir rechnen im Schnitt pro analogem Haushalt mit zwei Receivern“, meinte Dienst. Dadurch verdoppeln sich die oben genannten Zahlen. „Dazu kommen außerdem noch rund 40.000 analoge Kopfstellen, zum Beispiel in Hotels, Krankenhäusern und Wohnheimen“, so Dienst. Wie man es also dreht und wendet, selbst im günstigsten Fall müssen bis zum 30. April 2012 noch rund 7,2 Millionen Geräte ausgetauscht werden – also zirka 18.000 Stück pro Tag in den verbleibenden Werktagen.

Zu beachten ist dabei, dass der 30.4.2012 der absolut letzte Termin zur nahtlosen Umstellung ist. Es ist davon auszugehen, dass einige Fernsehsender aus wirtschaftlichen Gründen die analoge Übertragung schon früher einstellen und ihr Programm nur noch



digital verbreiten werden. Von der Umstellung betroffen sind die folgenden Fernsehsender: DasErste (inklusive aller Landessender), ZDF, SAT 1, RTL, RTL 2, Vox, Pro Sieben, kabeleins, BR alpha, 3Sat, Arte, Kika, Phoenix, Channel 21, Sixx, Comedy Central, Eurosport, Dmax, HSE24, N24, nickelodeon, n-tv und QVC.

Wer empfängt analog und wer digital?

Ob sie von der Analogumstellung betroffen sind, können die Haushalte ganz einfach über den Videotext erfahren: Bei DasErste, ZDF, ProSieben, RTL, SAT 1 und dem Bayerischen Fernsehen informiert die Videotextseite 198 über den aktuellen Status. Erscheint dort ein Hinweis zur Abschaltung des



Unter www.klardigital.de befindet sich ein Onlineportal, das zahlreiche Informationen zum Thema Analogabschaltung bereithält.

analogen Satellitensignals, empfangen die Zuschauer noch analog oder nutzen Kabelfernsehen. Im ersten Fall besteht dringender Handlungsbedarf, denn dann läuft der Countdown unvermeidlich. Erhält der Fernsehzuschauer dagegen die Mitteilung „Sie empfangen bereits digital“, braucht er sich um das Thema Analogabschaltung nicht weiter zu kümmern. Das gilt auch für Kabel-

kunden, denn hier obliegt es den Kabelnetzbetreibern, Hauseigentümern, Wohnungsgesellschaften etc., rechtzeitig die technischen Maßnahmen zu ergreifen, um weiterhin den problemlosen Fernsehempfang zu ermöglichen.

Auch Radioprogramme werden abgeschaltet

Mit der Abschaltung des Analogfernsehens wird auch die Empfangsmöglichkeit des Astra Digital Radios und der analog verbreiteten Hörfunkprogramme zugunsten des DVB-S-Standards abgeschaltet. Die Hörfunkprogramme der ARD und alle privaten Radioangebote werden dann über Astra 19,2 Grad Ost in CD-Qualität übertragen; einzelne Sendungen werden in Dolby Digital 5.1 gesendet.

Nur Zusatzangebote sind kostenpflichtig

Grundsätzlich wird der digitale Satellitenempfang nach dem 30. April 2012 kostenlos angeboten. Lediglich individuell vom Zuschauer gewählte Zusatzangebote müssen gegebenenfalls bezahlt werden. Dazu gehören



Für den Handel gibt es Informationsbroschüren (Bild links) und Thekendispenser, die bei klardigital angefordert werden können.

„Jede Empfangssituation ist individuell“

Die Umrüstung auf digitalen Empfang ist nicht so einfach, wie es sich vielleicht anhört. Es genügt nicht, nur ein paar Komponenten auszutauschen. Jede Empfangssituation bei den Kunden ist individuell und erfordert entsprechend eine individuelle, kompetente Beratung. Einige Beispiele für das, was für den Kunden zur Auswahl steht: SAT-ZF-Verteilung, Einkabel-Lösung, Kopfstelle usw.

Auch wenn die Aufforderung schon mehrfach erfolgt ist, man kann sie nicht oft genug wiederholen: Wer bis kurz vor dem Abschalttermin wartet, riskiert Engpässe bei den Komponenten und, was noch wichtiger ist, vergeudet für den Zuschauer viele Tage ohne die Vorteile des digitalen Programms. Hauptargument dabei ist die Tatsache, dass es hochauflösende Programme (HDTV) nur digital gibt.

Matthias Dienst, Vorstand der AG SAT



„Unglaubliche Chance für den Handel“

Für Fachhandel und -handwerk bietet die Analogabschaltung eine unglaubliche Chance. Geht man von durchschnittlich zwei TV-Geräten pro Haushalt aus, ergibt sich allein bei den Empfangsgeräten ein Absatzpotential von sieben Millionen Stück. Nicht eingerechnet sind öffentliche Einrichtungen wie Krankenhäuser oder Hotels. Hinzu kommen Satellitenanlagen, LNB und Kopfstellen, die ebenfalls auszutauschen sind.

Das Marktpotential für Handel und Handwerk ist riesig: Sieben Millionen Empfangsgeräte, das sind gut 800 Millionen Euro Umsatz, den es zu



machen gilt. Angesichts des Trends zu hochwertigen HD-Receivern und TV-Geräten mit integrierten HD-Tunern ist dieses Potential wahrscheinlich noch höher. Ganz abgesehen von Empfangs- und Verteilanlagen, die in dieser Umsatzeinschätzung noch nicht enthalten sind. Insgesamt ist die Analogabschaltung eine einmalige Chance für Handel und Handwerk. Wer jetzt auf seine Kunden zugeht und sie mitnimmt, kann nur gewinnen.

Je früher mit der Umstellung begonnen wird, desto besser. Es gibt keinen Grund zu warten! Im Gegenteil: Aufgrund der zunehmenden Nachfrage

könnte es sogar zu Engpässen bei Geräten und Komponenten kommen. Zudem bietet digitales Fernsehen dem Zuschauer schon jetzt eine Vielzahl an Vorteilen: Angefangen bei der besseren Bild- und Tonqualität, über die höhere Programmvierfalt und HDTV bis zu 3D-TV und weiteren Zusatzdiensten.

Wichtig ist es, den Kunden für den Abschalttermin zu sensibilisieren. Informationen durch die Fachbetriebe sind dabei wesentlich. Sie sind der Schlüsselfaktor, denn dem Fachmann vertraut man. Es beginnt mit der Frage, ob überhaupt umgerüstet werden muss. Und wenn ja: Welche Komponenten und Geräte müssen ausgetauscht werden? Welche Anforderungen hat der Kunde? Durch kundenorientierte Beratung, fachmännische Umsetzung und Service kann sich der Fachhandel im Wettbewerb positionieren, Kunden gewinnen und letztlich binden. Am Ende steht ein deutlicher Mehrwert für Verbraucher und Handel. Der ZVEI-Fachverband Satellit & Kabel und seine Mitgliedsfirmen unterstützen den Fachhandel und begleiten die Zeit bis zum Abschalttermin mit Kommunikationsmaßnahmen und maßgeschneiderten Schulungen, bei denen Branchenexperten umfangreiche Informationen für den Endspurt zur Digitalisierung geben. Darüber hinaus setzen alle Marktbeteiligten verstärkt auf Informationskampagnen, um die Analogabschaltung vorzubereiten.

Herbert Strobel, Vorsitzender ZVEI-Fachverband Satellit & Kabel und Geschäftsführer ASTRO Strobel Kommunikationssysteme GmbH

zum Beispiel einige Programme, die in HD ausgestrahlt werden, oder die unterschiedlichsten Pay-TV-Angebote.

Mehrertrag durch gute Beratung

In die Tasche greifen muss der Konsument dagegen für die Geräte, sofern er nicht schon digital-taugliches Equipment besitzt. Hier liegt die große Chance für den Handel, durch gute Beratung zusätzlichen Umsatz und Mehrertrag zu erwirtschaften. Denn um digitale Satellitenprogramme nutzen zu können, benötigt der Fernsehzuschauer einen Receiver (als Set-Top-Box oder bereits im Fernsehgerät integriert), der für den digitalen Satelliten-Empfangsweg geeignet ist.

Hier hat der Handel eine gute Möglichkeit des Hochverkaufs, wenn er dem Kunden die vielfältigen Ausstattungsvarianten erläutert. So können zum Beispiel Geräte angeboten werden, die HDTV-fähig sind, und wer ver-

schlüsselte Programme empfangen will, benötigt einen Receiver oder ein TV-Gerät, der/das HD-tauglich oder mit einer CI-Schnittstelle ausgestattet ist. Sollen Sendungen auch aufgezeichnet werden oder will der Zuschauer die Funktion zeitversetzten Fernsehens nutzen, benötigt er ein Gerät mit integriertem Festplattenrecorder oder ein Gerät, das über Schnittstellen den Anschluss externer Aufzeichnungs- und Speichergeräte ermöglicht. Beachtenswert ist, dass für jedes TV-Gerät, das nicht mit einem integrierten Digitalreceiver ausgestattet ist, ein eigener Receiver benötigt wird.

Für einige Sendungen ist PMT-Tauglichkeit nötig

Wichtig für das Gespräch mit dem Kunden ist zudem, dass für den Empfang verschiedener digitaler Landes- und Regionalprogramme (etwa NDR, BR, MDR, WDR sowie die Regionalsendungen von SAT 1 und RTL) ein Digital-Empfänger

(Set-Top-Box) bzw. ein TV-Gerät mit eingebautem Receiver mit der Funktion dynamischer PMT-Steuerung (Programm Map Table) erforderlich ist. Nicht alle auf dem Markt befindlichen Digiteempfänger unterstützen diese Funktion. Ob sein Receiver PMT-tauglich ist, kann der Endkunde testen, indem er (per manuellem Sendersuchlauf) das Programm „Test-R“ aus Astra 19,2 Grad Ost einstellt. Erscheinen dann im Minutentakt wechselnd die Programme arte und Phoenix, ist das Gerät PMT-tauglich.

Eine neue Antenne wird nicht benötigt

Positiv für den Kunden ist, dass er zum Empfang digitaler Programme keine neue Sat-Antenne benötigt und die vorhandene auch nicht neu auszurichten braucht. Er sollte jedoch überprüfen, ob der an seiner Schüssel installierte LNB (Low Noise Block Amplifier, der Konverter im Brennpunkt der Parabolantenne) digital-tauglich ist. Dazu müsste er sowohl Programme im Low-End-Bereich (10,7–11,75 GHz) als auch im sogenannten High-End-Bereich (11,8–12,75 GHz) empfangen.

Bei LNBs, die älter als zwölf Jahre sind, kann davon ausgegangen werden, dass sie nicht digital-tauglich sind. Digital-taugliche LNBs zeigen nach Anschluss eines Digitalreceivers und einem Sendersuchlauf mehrere hundert Programme an.

Erscheinen nur wenige Sender im Verzeichnis, wird ein sogenannter Universal LNB benötigt. Diesen gibt es in verschiedenen Ausführungen, je nachdem, ob der Nutzer daran ein, zwei, vier oder beliebig viele Receiver anschließen will. www.klardigital.de



Auf der Anga Cable vom 3. bis 5. Mai in Köln wird die Analogabschaltung bei vielen Ausstellern ein Schwerpunktthema sein. Auch das Kongressprogramm der Messe setzt sich damit auseinander. So steht am Mittwoch, 4.5., um 10 Uhr unter der Moderation von Werner Lauf, Unternehmensberater und Publizist, das Thema „Analoger Switch Off, Digitalisierung und HD: Auf der Roadmap für Kabel und Satellit“ auf dem Programm, und am Donnerstag, 5.5., um 14.30 Uhr heißt es unter der Moderation von Prof. Dr. Claus Adams, SCTE, Chapter-President Central Europe: „Der analoge ‚Switch Off‘ auf dem Satellit: Jetzt umrüsten“.

PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia PluralMedia – Die Schnellen können's!

Weit über 1.000 Unternehmer haben bereits PluralMedia Berater in ihren Betrieben ausbilden lassen – es sind wie so oft die professionellen Betriebe, die auch hier wieder schneller waren. Dabei bleiben viele Potentiale ungenutzt.

„Survival of the Fittest“ bedeutet im Sinne der Darwin'schen Evolutionstheorie das Überleben der bestangepassten Individuen (Wikipedia). Branchenexperten sind sich einig, dass die Handelslandschaft in den nächsten Jahren einer noch stärkeren Umwälzung unterliegt, als dies ohnehin schon seit einigen Jahren der Fall ist. „Das Kunstwort ‚Dynerxität‘ trifft die derzeitige Entwicklung. Zusammengefasst aus Dynamik und Komplexität beschreibt es die Situation der Händler: Immer schneller sollen immer neue und komplexere Produkte verkauft werden. Jeder Unternehmer muss jetzt die Entscheidung treffen, ob die Zukunft für ihn Chance oder Risiko darstellt. Seine Chance kann der Händler aber nur nutzen, wenn er fit dafür ist. Wenn Fitness laut Darwin also Anpassung an Digitalisierung, Vernetzung und sinkende Handelsmargen bedeutet, dann bedeutet Fitness neben sich änderndem Produktportfolio, erweitertem Dienstleistungsangebot vor allem eines: Kompetenz,“ so Dr. Ralph Metternich, PluralMedia Kommunikation.

Kompetenz der Mitarbeiter aber ist eine Investition, die – wie jede andere Investition – finanziellen Einsatz erfordert. „Geldausgabe für immaterielle Güter“ – damit tun sich nicht nur die Endkunden schwer, die ungern für Service des Händlers zahlen. Auch der Händler selbst steht Ausgaben in die Qualität der Mitarbeiter kritisch gegenüber. Dabei lässt er wichtige Möglichkeiten ungenutzt. Dr. Metternich: „Die InfoTip Academy ist als Fortbildungsinstitut staatlich anerkannt. Die staatlichen Fördermaßnahmen, die in jedem Bundesland möglich sind, können den finanziellen Eigenanteil des Händlers meist auf ein überschaubares Maß reduzieren. Der Händler oder Mitarbeiter muss den Antrag letztlich natürlich selbst ausfüllen, aber auf www.pluralmedia.de unter: Service / Förderung stehen Informationen bereit, und das PluralMedia Team hilft gern mit Rat weiter.“

Um die Entscheidung des Händlers für PluralMedia noch einfacher zu machen, wurde zugunsten der Betreuungsqualität das PluralMedia Team weiter vergrößert, und für die Schnellen werden zusätzliche Kursformate angeboten, die eine zügigere Zertifizierung ermöglichen. Informationen sind unter pluralmedia.de, der InfoTip Academy in Hattingen oder bei den Kooperationszentralen jederzeit abrufbar.

„Hunde zum Jagen tragen, das werden auch die Kooperationszentralen nicht unbegrenzt leisten können“, so Dr. Metternich unter Berufung auf Gespräche mit Entscheidern der Kooperationen. Ein professioneller Fachhandelsbetrieb hängt letztlich vom Unternehmertum ab. Und das „ist mehr als Unternehmensgründung und effiziente Nutzung von Ressourcen, es schließt kreative Elemente wie Identifizierung von (Markt-)Chancen, das Finden von neuen (Geschäfts-)Ideen und deren Umsetzung in Form von neuen Geschäftsmodellen ein“ (Wikipedia).

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



POS-MAIL INHALT

HbbTV: Standard für interaktives Fernsehen ... 4
Satellitentechnik ... 5
Aktuell ... 6

Im Gespräch mit Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics GmbH, über Samsung Smart TV ... 8



Highlights der Samsung Roadshow 2011 ... 9
Im Gespräch mit Werner Graf, Geschäftsführer Panasonic Deutschland, über 3D, Internet-TV und Hausvernetzung ... 10

ConLife 2011 – Konferenz und Ausstellung für vernetztes Leben ... 11

Erster Consumer Full-HD 3D-Camcorder von JVC ... 12
UE-Neuheiten ... 13

Gute Stimmung auf dem MWC 2011 in Barcelona ... 14

VideoWeb bietet Handelspartnern neue HDTV-Welten ... 16

Sonys neuer Chef, Rick Londema, stellt sich dem Handel vor ... 17

Herwecks Perspective mobile in Essen ... 17

Euronics setzt auf „Superlativ Strategie“ ... 18



Telefunken Storage startet durch ... 19

Premium AV-Receiver von Pioneer ... 19

Sony Handycams mit herausragenden Innovationen ... 20

TK-Nachrichten ... 22

Amicom zeigt in Leipzig mobiles Infotainment im Cockpit ... 23

Informationstechnologie ... 24

Sony Kopfhörer für jeden Anspruch ... 25

Kleinanzeigen ... 26

Impressum ... 26

HbbTV: Standard für interaktives Fernsehen

Am 1.7.2010 hat das HbbTV-Konsortium, bestehend aus mittlerweile über 60 Mitgliedern, die Spezifikationen für HbbTV bekanntgegeben. HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) heißt die Technologie, die Internetinhalte auf den TV-Bildschirm bringt und das Fernsehgerät somit zu einem interaktiven Medium macht. HbbTV soll in Zukunft Zusatzinformationen und Unterhaltungsangebote über Rundfunk und Breitbandnetze (daher „Hybrid“) liefern. Erste Geräte sind in Deutschland verfügbar.

Bislang kennt der TV-Zuschauer den Videotext am Fernseher als zusätzliche Infoquelle. Zwar gibt es von verschiedenen Herstellern diverse Einzellösungen für Zusatzinformationen am TV-Bildschirm, aber für eine weitreichende Verbreitung und umfassende Unterstützung von TV-Sendern ist ein einheitlicher Standard praktisch unumgänglich.

HbbTV kann mit gutem Recht als der „bessere Videotext“ bezeichnet werden. Denn HbbTV leistet alles, was mit der alten Teletext-Technik nicht möglich war. Es ist schnell und dank Internetverbindung (Voraussetzung) interaktiv. Zudem bietet HbbTV unbegrenzt viele Möglichkeiten für Inhalte aller Art. Angefangen von Text, über hochauflösende Bebilderung, bis hin zu Videos. Damit wird HbbTV den Ansprüchen der Konsumenten von heute besser gerecht. Bisher bieten die Hersteller eigene Systeme, die die Verschmelzung des Fernsehprogramms mit dem Internet ermöglichen sollen. Samsung taufte sein Internet-TV-System „Internet@TV“, Philips „Net-TV“ und Panasonic „Viera cast“. HbbTV könnte zukünftig das Unterfangen der Fusion von Internet und TV ergänzen, stark vereinfachen und beschleunigen. Denn die Technologie ist eine mit der Industrie, Softwareherstellern, TV-Sendern und Forschung gemeinsam beschlossene Spezifikation bzw. Standard. „HbbTV verknüpft die Rundfunk- und Breitbandtechnik nahtlos miteinander, um Internetinhalte und Fernsehen auf Abruf zusätzlich zu den traditionellen linearen Fernsehprogrammen bereitzustellen“, so Dr. Klaus Illgner-Fehns, Direktor des Instituts für Rundfunktechnik.

HbbTV-Voraussetzungen

Zur Nutzung von HbbTV gibt es zwei Voraussetzungen, die erfüllt werden müssen. Benötigt werden ein HbbTV-Empfänger und ein Breitband-Internetanschluss. Im Oktober 2009 hat das Unternehmen „Humax“ als erstes einen Receiver für Satellit mit HbbTV-Unterstützung herausgebracht. Mittlerweile hat sich die



Anzahl der Receiver, die HbbTV unterstützen, deutlich erhöht. Auch TV-Geräte, die HbbTV bereits von Hause aus unterstützen oder updatefähig sind, kommen im Laufe dieses Jahres auf den Markt – einige wenige sind auch schon lieferbar. Derzeit sind Sat-Receiver mit HbbTV-Funktion u. a. von Humax, Videoweb, Smart oder TechniSat (siehe Kasten) erhältlich. Philips will seine TV-Geräte mit Net-TV-Funktion per Software-Update fit für HbbTV machen. Im Zuge der CES in Las Vegas hat Sony eine neue Generation Bravia angekündigt. Die Geräte der NX720-Serie sollen neben HbbTV-Unterstützung 3D-fähig sein und einen neuen Bild-Chip namens „X-Reality“ beherbergen. Loewe bietet für seine Geräteserie Connect ein HbbTV-fähiges Update. Toshiba bringt mit dem Modell 55ZL1 noch im ersten Quartal dieses Jahres eines der ersten HbbTV-fähigen Fernsehgeräte auf den Markt. LG, Samsung und Sharp haben für das laufende Jahr ebenfalls HbbTV-fähige Geräte bzw. -Updates angekündigt. Der Anwender hat somit in Zukunft die Wahl: entweder einen Receiver mit HbbTV oder ein neues Fernsehgerät, das die HbbTV-Funktion unterstützt. Um die volle Bandbreite an Möglichkeiten zu nutzen, die HbbTV bietet (insbesondere Interaktivität), ist ein Breitbandanschluss erforderlich. Dieser kann über DSL, VDSL oder Kabel realisiert werden. Empfohlen wird ein Anschluss mit einer Geschwindigkeit von mindestens 2.000 KBit/s.

Unterschiede zwischen HbbTV und IPTV

Die Hauptvorteile von HbbTV liegen darin, dass es Zusatzdienste und

Vorteile, die sonst nur IP-basierten Lösungen (IPTV) vorbehalten sind, mit klassischen TV-Angeboten vereint. Zusatzangebote und ein hochauflösender „Videotext“ können so für alle TV-Übertragungswege, also SAT, DVB-T und Kabel, verfügbar gemacht werden. Da aber zur vollständigen Nutzung von HbbTV sowieso ein Breitband-Internetanschluss nötig ist, bietet sich IPTV als alternative Möglichkeit an. IPTV erlaubt ebenfalls die Nutzung interaktiver Features und aller modernen TV-Services. Dazu gehören zum Beispiel: elektronische Programmzeitzungen, zeitversetztes Fernsehen, Video-on-Demand, Zugriff auf TV-Archive mit vielen Sendungen der letzten Tage (T-Entertain), Fernprogrammierung des Videorecorders via Internet, HDTV (via VDSL), Zugriff auf bestimmte



Internetangebote wie Ebay oder Wetter per Fernbedienung (nur T-Entertain). Der Vorteil: Für IPTV gibt es nur einen Anbieter für Telefon, Internet und TV. Zudem ist IPTV bereits seit 2006 in Deutschland auf dem Markt und gilt langsam als technisch „erwachsen“. Im Gegensatz zu HbbTV ist IPTV jedoch nicht kostenlos. Doch fairerweise muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass HbbTV auch nicht ganz kostenlos ist. Denn der Internetanschluss muss ebenfalls mit einbezogen werden. Für die Nutzung von HbbTV muss nicht extra gezahlt werden. Die TV-Sender verstehen das Angebot als Mehrwertleistung, wie z. B. auch die Internetauftritte. Möglich ist, dass in Zukunft einige spezielle, besondere Dienstleistungen kostenpflichtig beigemischt werden. Ein weiteres denkbare Szenario ist die Verknüpfung von Werbung, wie es auch von „normalen“ Internetseiten bekannt ist. Je nach Anbieter kostet IPTV dagegen zwischen ca. 5 und 20 Euro monatlich. Der Preis bewegt sich somit im Bereich von Kabel-TV.

IPTV ist nur mit DSL-Komplettpaketen vom jeweiligen Anbieter verfügbar. Einzig die Deutsche Telekom bietet mit „Entertain pur“ einen Tarif nur mit Telefonanschluss und IPTV ab 25 Euro. Die Preise für Komplettpakete mit schnellem Internet inklusive Telefonflatrate liegen bei ca. 35–60 Euro.

Standard mit guter Prognose

Das Münchner Beratungsunternehmen Mücke, Sturm & Company hat kürzlich eine Szenario-Analyse zur Entwicklung des Hybrid Broadcast Broadband TVs (www.hbbtv-infos.de) veröffentlicht. Analysiert wurde, wie HbbTV derzeit positioniert ist und welche Faktoren für einen Erfolg gegenüber anderen internetfähigen TV-Geräten erforderlich sind. Zum Vergleich wurden die fünf konkurrierenden Anbieter Youview, Google TV, Yahoo, Connected TV, Apple TV und ActVila herangezogen. Das Ergebnis: HbbTV verspreche den meisten Erfolg. Es setze auf einen offenen, auf bestehende Technologien aufbauenden Standard, der von vielen Unternehmen der Branche getragen werde. Keine starren, unternehmenseigenen Gerüste, sondern vor allem die Möglichkeit, unbegrenzt viele Benutzeroberflächen verfügbar zu haben, zeichne HbbTV im Vergleich zu Google, Apple und Co aus. Von diesem freien Marktansatz würden alle profitieren, heißt es weiter, vom Endgerätehersteller über TV-Sender bis hin zum Onlineportal und E-Commerce Anbieter. Das Best-Case-Szenario, also jene Szenerie, die am günstigsten für HbbTV ausfallen würde, sagt eine Verbreitung von 23 Millionen HbbTV-fähigen Empfangsgeräten bis 2014 voraus. Eine gewaltige Menge im Vergleich zur gegenwärtigen Abdeckung.

Erster Hybrid-Receiver von TechniSat wird ausgeliefert

TechniSat hat mit der Auslieferung seines ersten Hybrid-Receivers Digit Isio S1 an den Fachhandel begonnen. Der Receiver bietet neben vielfältigen Multimedia-Funktionen umfangreiche Internetfunktionen und kann sowohl Sendungen via DigitalSat in SD- als auch in HD-Qualität empfangen. Neben dem Empfang digitaler TV- und Radioprogramme via DigitalSat in SD- und HD-Qualität kann der Digit Isio S1 auch auf IP-basierte interaktive Dienste wie zum Beispiel Mediatheken zugreifen. Freies Browsen im Internet und das Abrufen von Video-on-Demand-Angeboten sowie HbbTV sind ebenfalls möglich. Des weiteren bietet der Receiver über das TechniSat-eigene Isio Live! Portal zahlreiche interaktive Dienste wie etwa den Empfang von Internet-Radiostationen. In der Rubrik Service sind Schritt für Schritt Videos zu finden, die Wissenswertes über wichtige Gerätefunktionen verständlich erklären. Darüber hinaus kann innerhalb Isio Live! künftig auf weitere Portale zu diversen Themen zugegriffen werden. Zudem können über den Receiver Zusatzapplikationen (Apps) abgerufen und genutzt werden. Das Gerät ist mit einer App-Leiste mit fünf frei definierbaren Apps ausgestattet. Weitere Apps werden folgen. Für den Empfang von Pay-TV verfügt der Digit Isio S1 über ein integriertes Conax-Entschlüsselungssystem und zwei Smartcard-Leser und kann somit zum Beispiel auch das Pay-TV Angebot von MTV unlimited empfangen. Darüber hinaus ist der Receiver mit zwei integrierten CI+ Schnittstellen ausgestattet und somit für zusätzliche Angebote weiterer Anbieter (z. B. HD+ und Sky) vorbereitet. Über die integrierte Ethernet-Schnittstelle (wahlweise über WLAN-Adapter) lässt sich der Digit Isio S1 in ein Heimnetzwerk integrieren. Durch UPnP (Universal Plug & Play) kann der Digit Isio S1 in einem vorhandenen Heimnetzwerk sowohl als UPnP-Server als auch als UPnP-Client integriert werden. Das Gerät kann auch als digitaler Videorecorder mit Timeshift-Funktion eingesetzt werden. Darüber hinaus ist der Digit Isio S1 mit der TechniFamily Funktion ausgestattet. Über diese Funktion können passwortgeschützte Nutzer-Profile angelegt werden. Der in Deutschland entwickelte und produzierte Receiver hat eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 369,99 Euro und ist in den Farben Schwarz und Silber erhältlich.





SAT

Martina Rutenbeck wird Geschäftsführerin bei Eutelsat

Eutelsat hat die Geschäftsführung in Deutschland erweitert: Martina Rutenbeck ist jetzt neben Volker Steiner Geschäftsführerin der Eutelsat Services & Beteiligungen GmbH, Köln. Das Unternehmen ist eine 100prozentige Tochter der Eutelsat S.A., Paris, und als Holdinggesellschaft u. a. Mutter der Eutelsat visAvision GmbH. Zugleich verstärkt der bisherige Finance



Martina Rutenbeck

und Marketing Direktor Alessandro Lanfranconi die Geschäftsleitung der Eutelsat visAvision GmbH. Diese betreibt mit dem KabelKiosk die führende digitale Plattform zur Versorgung deutscher und europäischer Kabelnetzbetreiber mit über 120 Free- und Pay-TV-Programmen.

Rutenbeck ist seit 2004 für Eutelsat tätig und hat den Aufbau des Kabel-Kiosks in Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg und Dänemark maßgeblich vorangetrieben. Sie stieß von der Unternehmensberatung SMC in Kronberg zu Eutelsat. Dort war sie



Alessandro Lanfranconi

als Partner und Senior-Berater tätig. Zuvor hatte sie verschiedene Leitungsfunktionen bei der Deutschen Telekom in den Geschäftsbereichen Kabel, Digital-TV und Multimedia inne. Ihre berufliche Laufbahn begann Rutenbeck als Marketingmanagerin in der Satellitenbranche. Lanfranconi ist seit 2006 bei der Eutelsat visAvision GmbH. Zuvor war er drei Jahre als Unternehmensberater der Berliner Atlas Management für Eutelsat tätig. Seine berufliche Laufbahn begann er nach einem erfolgreichen Doppelstudium der Volks- und Betriebswirtschaft an der Universität Bonn im Marketingcontrolling in der Mazda-Europazentrale in Leverkusen.

www.eutelsat.com/deutsch/

Software-Update macht HDTV-Digitalfernseher von TechniSat fit für HD+

Durch ein Software-Update sind die TechniSat Full-HD Digitalfernseher HDTV 46, HDTV 40, HDTV 40 Plus, HDTV 32, HDTV 32 Plus sowie der HDTV 32 E für HD+ geeignet. Zum Empfang von HD+ mit diesen Fernsehmodellen benötigt man ein spezielles HD+ CI-Modul sowie eine entsprechende HD+ Karte. Zusätzlich zu den freien und unverschlüsselten HD-Programmen wie Das Erste, ZDF HD, Arte HD und Servus TV HD empfangen die Besitzer der entsprechenden Geräte nun auch die verschlüsselten HD+ Programme RTL HD, SAT.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, kabel eins HD, SPORT1 HD, RTL II HD und sixx HD. Das erforderliche CI-Modul kann über die HD+ Website (www.hd-plus.de) bestellt werden. Das Software-Update ist kostenfrei und steht ab sofort zum Download auf der TechniSat Website (www.technisat.de) zur Verfügung. In den nächsten Tagen wird die Software auch als Sat-Update verfügbar sein und kann von Kunden auf Wunsch automatisch via Satellit auf ihr Gerät heruntergeladen werden. Hierzu muss lediglich die Funktion „Software Aktualisierung“ im Gerätemenü aufgerufen werden. Alle bereits im Markt befindlichen Digitalfernseher der genannten Modellreihen lassen sich über dieses Software-Update für den Empfang von HD+ updaten.

www.technisat.de

Feinschmecker-Sender BonGusto ist ab sofort über Eutelsat KabelKiosk zu empfangen

Der Eutelsat KabelKiosk hat sein Programmangebot erneut ausgeweitet: BonGusto, der exklusive TV-Sender für Feinschmecker, startete am 15. Februar auf der führenden Programm- und Dienstleistungsplattform für digitale Kabelnetze. Damit ist BonGusto nun erstmals umfassend in den Kabelnetzen der KabelKiosk Kooperationspartner verfügbar und erzielt somit einen signifikanten Reichweitenzuwachs. Die KabelKiosk-Verbreitung von BonGusto erfolgt über die Themenpakete Lifestyle, Doku & News sowie im großen Unterhaltungspaket FamilyXL. Abonnenten dieser Pakete können BonGusto nach einem Sendersuchlauf auf ihrem digitalen

Kabelreceiver ohne Zusatzkosten empfangen. BonGusto ist Deutschlands einziges Vollprogramm, das sich rund um die Uhr den Themen Essen, Trinken und Genießen widmet. Der Sender serviert spannende Kochshows, aufwendig produzierte Dokumentationen sowie Rezeptideen aus aller Welt – zum größten Teil in deutscher Erstaussstrahlung. Mit einem breiten Programmangebot, das von bodenständigen Rezepten am Themenabend „Klassisch lecker“ bis zu internationalen Highlights bei „Grenzenlos köstlich“ reicht, ist bei BonGusto Abwechslung in der Fernsehküche garantiert.

www.kabelkiosk.de

Neue Opticum Receiverserie ermöglicht auch den Empfang von Programmen in Full-HD

Opticum, Receiverhersteller und Spezialist für preisgünstige Empfangstechnologien, hat mit der Auslieferung der im Dezember angekündigten 9600er HDTV-Receiverserie begonnen. Die mit modernem Full-HD Chipsatz ausgestatteten Modelle HD 9600 PRIMA, HD TS 9600 Prima sowie HD 9600 mini erlauben die Wiedergabe von klassischen als auch hochauflösenden TV-Inhalten. Der flexible Comboreceiver



HD TS 9600 Prima empfängt zusätzlich die über DVB-T ausgestrahlten Programme. Dank nutzerfreundlichen Features, wie zum Beispiel einer integrierten Aufnahmefunktion und Netzwerkschnittstelle, sorgen die Geräte für komfortablen TV-Genuss bei starkem Preis-/Leistungsverhältnis. Alle Modelle ermöglichen den Empfang von freien sowie verschlüsselten Programmen via Satellit, in hochauflösender und Standardqualität. In Conax verschlüsselte Angebote können direkt per Smartcard-Einschub entschlüsselt werden, weitere Pay-TV-Angebote per Common Interface Modul. Durch die USB-Anschlüsse lassen sich die Receiver als Festplattenrecorder nutzen, einschließlich der Funktion des zeitversetzten Fernsehens. Bei den Modellen HD 9600 Prima und HD TS 9600 Prima lässt sich je ein externes Speichergerät

an Gerätefront und -rückseite unabhängig voneinander betreiben, unter anderem zum gleichzeitigen Aufzeichnen einer Sendung, während man Fotos, Musik oder bereits gespeicherte TV-Sendungen wiedergibt. Alle drei Geräte bieten die Grundfunktionen eines digitalen HD-Satellitenreceivers, etwa einen elektronischen Programmführer. Zusätzlich sind die Geräte mit einer Netzwerkschnittstelle ausgestattet, die die Nutzung von Twitter direkt über das Fernsehgerät erlaubt, einen oder zwei optische S/PDIF Anschlüsse für optimalen Raumklang sowie eine HDMI-Schnittstelle. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten: Opticum HD 9600 Prima: 169 Euro, Opticum HD TS 9600 Prima: 179 Euro, Opticum HD 9600 mini: 139 Euro.

www.opticum-gmbh.de

MAS Elektronik AG nimmt neue Set-Top-Boxen der Marke Xoro ins Programm

Nachdem die MAS Elektronik AG, der deutsche Hersteller von Home Entertainment-Produkten der Marke Xoro, den HRS 8500 erfolgreich in den Markt eingeführt hat, folgte jetzt der Xoro HRS 8520. Diese free-to-air HD Set-Top-Box vereint einen HD DVB-S Empfänger, Recorder und Media-Player in einem Gerät. Mit der USB-Schnittstelle können Video- (MPEG-1, MPEG-2, MPEG-4, H.264), Bild- und Musikdateien von USB-Speichermedien abgespielt werden. Der HRS 8520 unterstützt AVI, MKV, VOB, MP4 und TS Video Containerformate. Bilder werden in den Formaten JPEG, Bitmap (BMP) und PNG



angezeigt. Musikstücke können in den Formaten MP3, WMA, AAC und Wave abgespielt werden. DVB-S Programme in SD oder HD können direkt auf USB-Speichermedien aufgenommen werden (PVR Ready). Auch zeitversetztes Fernsehen (Time-Shift) ist möglich. Nach Update unterstützt der HRS 8520 FAT32 auch NTFS Speichermedien.

Ebenfalls neu ist der SD DVB-S Empfänger Xoro HRS 3500, der auf die Set-Top-Boxen HRS 3000 und HRS 3400 folgt. Das Gerät vereint free-to-air DVB-S Empfänger, Recorder und Media-Player in einem Gehäuse. Mit der USB-Schnittstelle können Video- (MPEG-1, MPEG-2), Bild- und Musikdateien von USB-Speichermedien abgespielt werden. Außerdem können Programme direkt auf ein USB-Speichermedium aufgenommen werden (PVR Ready). Mit einem angeschlossenen USB-Speicher ist außerdem zeitversetztes Fernsehen (Time-Shift) möglich. Zur weiteren Ausstattung gehören die RGB-Videoausgabe bei SCART, Speicherplatz für 4.800 Kanäle, 64 vordefinierte Satelliten und der digitale Tonausgang. Das Zubehör besteht aus Fernbedienung und Garantiekarte. Der Xoro HRS 3500 ist ab sofort in Schwarz mit glänzender Front verfügbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 59 Euro.

www.xoro.de

Dream präsentierte auf der Cabsat in Dubai erstmals seine Linux-basierte DM7020 HD

Dream Multimedia, Anbieter Linux-basierter Set-Top-Boxen, hat der Öffentlichkeit Anfang Februar auf der Cabsat in Dubai erstmals den Prototyp der DM7020 HD vorgestellt. Die HDTV-Dreambox zeichnet sich insbesondere durch ihr flexibles Tuner-Konzept aus. Sie ist mit zwei Steckplätzen für Plug&Play-Tuner ausgestattet, so dass der Kunde die Dreambox für digitalen

Empfang der HD+ Sender UFS 931sw/HD+

Inkl. HD+ Karte für 1 Jahr freigeschaltet

Analogabschaltung zum 30. April 2012



Der UFS 931 hat das Entschlüsselungssystem für die HD+ Plattform bereits integriert. Eine für ein Jahr freigeschaltete HD+ Karte ist ebenfalls im Lieferumfang. Der übersichtliche Kathrein-EPG ermöglicht das Planen von Aufnahmen.

Stand-by-Leistung < 1 Watt

Kathrein-EPG

HDMI™-Kabel inklusive

KATHREIN-Werke KG
Postfach 10 04 44
Anton-Kathrein-Str. 1-3
D-83004 Rosenheim
Tel. 08031 184-0
Fax 08031 184-306
<http://www.kathrein.de>

KATHREIN
Antennen · Electronic

Sat-, Kabel- und Antennenempfang nutzen kann. Ab Werk wird sie mit einem austauschbaren DVB-S2-Tuner bestückt, der zweite Steckplatz bleibt frei. An der Vorderseite bietet die DM7020 HD ein OLED-Display. Hinter einer Frontblende verbergen sich je zwei Common-Interface- und Smartcard-Schächte sowie einer von insgesamt drei USB-Anschlüssen. Wie die übrigen HDTV-Dreamboxen basiert auch die DM7020 HD auf dem von Dream Multimedia entwickelten Betriebssystem Enigma2. Auf der Rückseite sind neben zwei weiteren USB-Anschlüssen ein HDMI-Ausgang, ein 10/100-Mbit-Ethernet-Anschluss und zwei Scart-Buchsen sowie ein eSATA-Anschluss für die Verbindung zu einer externen Festplatte zu finden. Darüber hinaus kann die Box auch mit einer internen 3,5-Zoll-Festplatte ausgerüstet werden. Die DM7020 HD soll im zweiten Quartal in den deutschen Handel kommen. Eine UVP steht noch nicht fest.

www.dream-multimedia-tv.de

UE



PoS Aktuell

Neuer Vertriebsleiter bei Kenwood Electronics Deutschland

Hicham Azzaoui ist neuer Vertriebsleiter bei Kenwood Deutschland. Er tritt die Nachfolge von Thorsten Godulla an, der in die Geschäftsleitung wechselte.



Hicham Azzaoui

Azzaoui ist seit 2003 für Kenwood tätig. Er betreute zunächst mehrere Jahre als Produktmanager das Car und Home HiFi-Portfolio. Zudem kümmerte sich der gelernte Dipl.-Kaufmann zunehmend um die Vertriebsplanung, bis er zuletzt den Vertriebsbereich Automotive auf- und ausbaute. Zum Team des neuen Kenwood-Vertriebsleiters gehören sieben Außendienst-Mitarbeiter in Deutschland sowie jeweils einer in Österreich und der Schweiz.

www.kenwood.de

Enox mit neuem Service-Angebot

Enox bietet ab sofort für seine LED-TV-Range „Black Forest Line“ 3 Jahre Herstellergarantie, die über einen Door-to-Door-Service (Reparatur inklusive Abholung und Bringdienst) abgewickelt wird. „Um die hohe Qualität unserer LED-TVs zu unterstreichen, bieten wir unseren Kunden ab sofort nicht nur die gesetzlichen zwei, sondern drei Jahre Herstel-

lergarantie an. Diese wird im Reparaturfall mit einem bequemen Abhol- und Bringservice durchgeführt, so dass der Verbraucher sich nicht um den Versand kümmern muss“, so Ole Anton Bieltvedt, Gründer und CEO von Enox. „Auch die Bestellung unserer Produkte haben wir vereinfacht und bieten nun auch eine Bestellhotline für den Kauf via Telefon an.“ Hinter Enox verbirgt sich die junge, deutsche Marke der „Enox World Prime Consumer Electronics Supply GmbH“ mit Sitz in Hamburg. Ole Anton Bieltvedt startete die Marke im Jahr 2005 mit dem Ziel, gute Qualität zu einem konkurrenzfähigen Preis anzubieten. Neben Soundsystemen liegt der Fokus vor allem auf hochwertigen LED-TVs.

www.enox-deutschland.de

LG senkt Kosten für Hotline

Unter der neuen Rufnummer 01803-11 54 11 beantworten LG-Mitarbeiter alle Fragen rund um LG-Produkte und -Services und leiten die notwendigen Schritte ein, wenn es um eine Reparatur geht. Statt bisher 14 Cent kostet der Telefonservice ab sofort nur noch 9 Cent die Minute. Von Montag bis Freitag von 8 bis 18.30 Uhr kümmern sich die LG Servicemitarbeiter der Hotline um die Kundenanliegen. Der Live-Chat, erreichbar über die Website www.lg.com/de/support, beantwortet ebenfalls an Werktagen von 8.30 bis 18 Uhr Fragen. „Wir schulen unsere Mitarbeiter regelmäßig hinsichtlich technischer Kompetenz und Serviceorientierung“, so Ulrich Albanus, Leiter Service bei der LG Electronics

Deutschland GmbH. „Das Feedback unserer Kunden bestätigt uns, dass unsere kontinuierlichen Investitionen bei den Kunden ankommen.“ www.lge.de

Alain Mikli entwirft 3D-Brille in Zusammenarbeit mit LG

Der Brillendesigner Alain Mikli hat mit LG eine komfortable 3D-Brille entworfen. Neben dem hohen Tragekomfort zeichnet sich die Brille durch formschönes Design aus. Nach neuesten ergonomischen Gesichtspunkten gestaltet, gewährleistet die neue LG 3D-Brille ultimativen Tragekomfort. Durch die optimale Gewichtsverteilung kann sie über einen längeren Zeitraum ohne Ermüdungserscheinungen getragen werden. Ein von Mikli und LG entworfener und patentierter Nasensteg sorgt zudem für eine optimale Passform. www.lg.com/de

Gelungener Start für 3D

Die CE-Branche ist im Jahr 2010 noch erfolgreicher in die 3D-Zukunft gestartet, als es die Prognosen der Marktforscher erwarten ließen: Nach den jüngsten Marktdaten der gfu – Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH, Frankfurt, wurden bis zum Jahresende 2010 178.000 3D-tüchtige Fernsehgeräte in Deutschland verkauft. Erst im Juni 2010 hat die Markteinführung von 3D-Geräten in größerem Umfang begonnen. Und schon wenig später lagen die monatlichen Absatzzahlen regelmäßig mehr als fünfmal so hoch wie die Verkäufe von HD-ready-Geräten

im Jahr 2004, als die HD-Technik in Deutschland an den Start ging. Bemerkenswert hoch erscheinen die Absatzzahlen von 3D-tüchtigen Fernsehgeräten auch deshalb, weil die 3D-Ausstattung bisher ausschließlich den höherwertigen Modellen mit über 100 Zentimeter großen Bildschirmen vorbehalten ist. In den kommenden Monaten wird die 3D-Technik auch in Geräteklassen mit kleineren Bildschirmen Einzug halten.

Damit schafft die Industrie die Basis für eine noch schnellere Entwicklung des 3D-Marktes. Zudem werden Weiterentwicklungen der 3D-Brille dafür sorgen, dass auch die Nachfrage nach diesem unverzichtbaren Accessoire rasch steigen wird: Die jüngsten Modelle sind besonders leicht und bieten immer mehr Tragekomfort. Darüber hinaus engagiert sich die Industrie in Initiativen zur Standardisierung von 3D-Brillen. So dürfte sich der Markt in absehbarer Zeit auch für Modelle von Drittanbietern öffnen. 3D-Fans können dann mit einer noch größeren Angebotsvielfalt und besonders attraktiven Preisen rechnen. Darüber hinaus zeichnet sich ein rasch wachsender Markt an 3D-Bildquellen ab.

Schon jetzt sind nahezu alle neuen Blu-ray-Player 3D-tauglich. Führende Hersteller haben zu Beginn des neuen Jahres eine breite Palette an 3D-tauglichen Camcordern und Foto-Kameras angekündigt. Und für das ganz große private 3D-Kino gibt es bereits eine wachsende Zahl an Projektoren, die spektakuläre dreidimensionale Bilder mit voller HD-Auflösung auf die Leinwand werfen. „3D-Bilder werden in der Welt der elek-

tronischen Medien ihren festen Platz erobern“, fasst Rainer Hecker die Erfahrungen der letzten Monate zusammen. „Der CE-Industrie ist im vergangenen Jahr ein sehr guter Start in diese Richtung gelungen.“ www.gfu.de

Neuer Leiter IT Key Account bei Samsung

Norbert Minner (49) leitet ab sofort das IT Key Account Team bei Samsung und ist für die Produktsegmente Displays, Digital Printing, IT Storage sowie Mobile Computing zuständig. Minner berichtet direkt an Roland Schwyer, Director IT Cluster. Mit der neu geschaffenen Position baut Samsung den Vertrieb weiter aus und stärkt die Zusammenarbeit mit Kunden und dem Fachhandel. Roland Schwyer, Director IT Cluster Samsung, hat Ende 2010 das Key Account Programm in Deutschland ins Leben gerufen. Auf Basis des Programms und durch die Integration der Großkunden wird das Team rund um Minner strategische Partnerschaften und Wachstumsallianzen schaffen. Norbert Minner kann auf 25 Jahre Erfahrung in der IT Branche sowie im Vertrieb zurückblicken. So sammelte er bei Compaq Computer als Vertriebsleiter umfassende Kenntnisse in der Betreuung von Großkunden und Konzernen sowie im Vertrieb und Partnermanagement, die er als Vertriebsleiter für Großkunden in Deutschland bei Dell vertiefte. Eine weitere berufliche Station in seiner Laufbahn war AEG Olympia, wo Minner ebenfalls für den Vertrieb zuständig war. Zuletzt verantwortete er als Director Enterprise Accounts and Public Sector EMEA das Key Account-Geschäft für die DACH-Region bei Lenovo. www.samsung.de

expert Frühjahrstagung 2011: Zentrales Thema Heimvernetzung

Die Entscheidung, das Thema Heimvernetzung in diesem Jahr bewusst in den Mittelpunkt der expert Frühjahrstagung (5.–7. Februar 2011) in Hannover zu stellen, hat sich laut expert AG ausgezahlt. „Unsere in die Tagung gesetzten Erwartungen haben sich mehr als erfüllt“, resümiert Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. Deutlich über 1.000 „Experten“ nutzten das Angebot, sich im Rahmen der Messe einen umfassenden Überblick über die neuesten Entwicklungen und den aktuellen Stand der Technologie rund um das vernetzte Haus zu verschaffen. Einen besonderen Schwerpunkt legte expert auch weiterhin auf die Aspekte Fortbildung und Service und präsentierte auf der Hausmesse das aktuelle Leistungsspektrum der expert Akademie. Auch hier nahm das Thema Hausvernetzung aufgrund seiner Komplexität eine Sonderstellung ein: „Schließlich wird der Händler in puncto Beratungskompetenz zukünftig stärker gefordert sein, um seinen Kunden intelligente, vernetzte Lösungen aus einer Hand anbieten zu können“, erklärt Volker Müller. Für die speziellen Anforderungen der vernetzten Welt bietet die expert Akademie gemeinsam mit dem Partner PluralMedia fundierte Fortbildungsmaßnahmen für die Fachberater und Servicemitarbeiter vor Ort. www.expert.de

Branchen-Termine März bis April 2011

28.2. – 25.3. Energize – die LG Roadshow 2011

LG bringt Anfang 2011 die Energie in den Handel – unter dem Motto „Energize“ startet die diesjährige LG Roadshow der beiden Business Units Home Entertainment (HE) und Home Appliance (HA) Ende Februar in Berlin. Mit sechs Städten hat die Tour 2011 einen weiteren Stop hinzugewonnen: Neben Berlin, München, Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg können sich dieses Jahr auch Fachhändler aus Leipzig zu den neuen Produkten von LG informieren.

Florian Rosenberg, Sales und Marketing Director Home Entertainment, und Peter Körsgen, Director Home Appliance bei der LG Electronics Deutschland GmbH, präsentieren mit ihren Teams Partnern, Händlern und Kunden die Innovationen, Highlight-Geräte und Verkaufsargumente aus erster Hand.

Die Termine im Überblick

- 28.2.–1.3., Berlin (Label 2)
- 3.–4.3., Leipzig (Da Capo)
- 10.–11.3., München (Postpalast)
- 14.–15.3., Frankfurt (Westhafen Pier 1)
- 21.–22.3., Düsseldorf (Eventhalle Neuss)
- 24.–25.3., Hamburg (Magnushall)

Weitere Informationen zur Roadshow erhalten Kunden und Partner bei ihrem jeweiligen Sales-Kontakt oder Außendienstmitarbeiter. <http://www.lge.de>

1. – 5.3. CeBIT 2011, Messegelände, Hannover

Der Branchentreffpunkt Nr. 1 wartet mit einer Vielfalt aktueller Fach- und Trendthemen auf. Mit der Unterteilung in CeBIT pro, CeBIT gov, CeBIT life und CeBIT lab führt die CeBIT Anbieter und Anwender auf vier spezialisierten Plattformen optimal zusammen. Zusätzlich bietet sie wieder ein hochinteressantes und vielseitiges Kongress- und Vortragsprogramm. <http://www.cebit.de>

2.2. – 1.4. Samsung Inspire the world – die Samsung Fachhandels-Roadshow 2011

Smart-TV – das Trend-Thema der CE-Branche in 2011, steht in diesem Jahr im Fokus der Fachhandels-Roadshow von Sam-

sung. Zudem stellt Samsung Innovationen seiner Business Bereiche Digital Imaging, Hausgeräte und ITK sowie die verbundenen Partner-Programm-Lösungen vor. Anmeldungen zur Samsung Roadshow 2011 sind seit dem 7. Februar möglich:

„Turn on tomorrow“ Roadshow Termine

- 3.–4.3., Hamburg, Schuppen 52
- 21.–22.3., Bochum, Jahrhunderthalle
- 10.–11.3., Frankfurt/Offenbach, Halle K39
- 24.–25.3., München, MVG Museum
- 14.–15.3., Dresden, Zeitenströmung
- 31.3.–1.4., Stuttgart, Neue Messe
- 17.–18.3., Berlin, Stadion-Berlin

Anmeldung unter: <http://www.samsung.de/inspire-the-world>

12. – 13.3.

High End On Tour – Millennium Hotel & Resort Stuttgart Die High End on Tour bietet Musik auf höchstem Klangniveau. Sowohl Technikbegeisterte wie auch Musikliebhaber kommen bei diesem grandiosen Freizeiterlebnis der Extraklasse auf ihre Kosten. Von Plattenspielern, Röhrenverstärkern, High-Tech-Lautsprechern, Blu-Ray-Laufwerken, modernen Multimediasystemen, bis hin zu Musikservern und Netzlaufwerken wird alles Wesentliche vertreten sein. <http://www.highendsociety.de>

9. – 13.4.

Amicom 2011 – Messe Leipzig

Parallel zur Amicom finden mit der Amitec – Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service – und der Amistyle – Die Messe für Car-Styling, Individualisierung, Umrüstung und Service – zwei weitere Messen mit dem Fokus Aftersales statt. <http://www.amicom-leipzig.de>

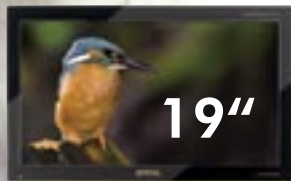
12.4. – 26.5.

Unter dem Motto „**Philips unlimited Roadshow 2011**“ geht Philips ab April mit einer großen Roadshow auf Tour durch Deutschland und Österreich. Ziel ist, den Einkäufern und Verkäufern des Handels die Produktneuheiten von Consumer Lifestyle zu demonstrieren, aber auch intensiv zu erklären.

„Philips unlimited Roadshow 2011“

- 12.–15.4., Hamburg
 - 4.–5.5., Stuttgart u. Nürnberg
 - 4.–5.5., Leipzig
 - 9.–11.5., Berlin
 - 17.–18.5., Mainz
 - 23.–25.5., Düsseldorf
 - 25.–26.5., München
- <http://www.philips.de>

Haben Sie einen guten Riecher?



EVP* 299,- €



EVP* 349,- €



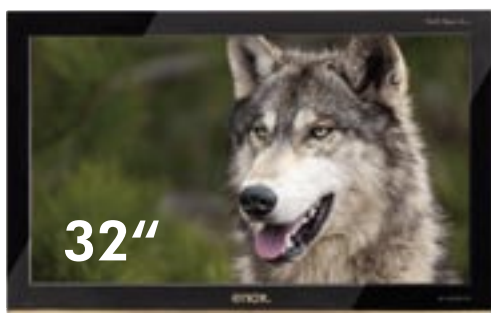
EVP* 399,- €



EVP* 349,- €

EVP* 399,- €

EVP* 449,- €



EVP* 699,- € / 120 Hz Display



EVP* 999,- € / 120 Hz Display



**3 Jahre
Garantie**

Wir bieten: Stabile Preise, maximale Gewinne

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

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

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

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

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

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

Händler und Handelsvertreter:

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

Großhändler und andere Großkunden:

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

Enjoy Life with ENOX!!

* Empfohlener
Verkaufspreis

Television

Home
Entertainment

Security
Systems

Wireless
Communication

enox.[®]
enjoy electronics

Unterhaltung in ihrer intensivsten Form

Samsung Smart TV schafft mitreißende Erlebnisse

Auf der Roadshow 2011 im März stellt Samsung seine neue TV-Kategorie Samsung Smart TV vor. PoS-MAIL sprach mit Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics GmbH, über das neue Fernseherlebnis und die damit verbundenen Chancen für den Fachhandel.

PoS-MAIL: Herr Wienands, auf der Roadshow präsentieren Sie „Samsung Smart TV“ – was können wir uns darunter vorstellen?

Hans Wienands: Durch neue technologische Entwicklungen haben sich die Anforderungen der Menschen stark gewandelt. So sind zum Beispiel Smartphones zu ständigen digitalen Begleitern in der Lebenswelt zu Hause oder unterwegs geworden und werden von uns ganz selbstverständlich genutzt. Wir wollen verschiedenste Inhalte abrufen oder mitgestalten und unsere schönsten Momente mit Freunden oder der Familie teilen. Wir bei Samsung haben uns Gedanken gemacht, wie wir diesen veränderten Be-

dürfnissen gerecht werden können. Das Ergebnis ist unsere neue TV-Kategorie Samsung Smart TV, mit der wir erstmals die Erwartun-



Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics GmbH



gen der Endverbraucher in allen Belangen erfüllen: Nutzer tauchen mit Samsung Smart TV in ein mitreißendes, gemeinschaftliches Ereignis ein und erleben Unterhaltung in ihrer intensivsten Form.

PoS-MAIL: Wo genau liegen die Unterschiede zu einem konventionellen Fernseher?

Hans Wienands: Im Vergleich zu einem herkömmlichen TV-Gerät sehen Zuschauer nicht nur ihre Lieblingssendung in brillanter Qualität, sondern sie erleben zusätzlich vielfältige Multimedia-Inhalte. Hierfür lässt sich der smarte Fernseher einfach und intuitiv mit dem Internet sowie dem Heimnetzwerk verbinden. So greifen Nutzer auf individuelle Online-Angebote wie soziale Netzwerke oder Video-Dienste zu oder rufen ihre persönlichen Inhalte ab – alles komfortabel über eine intuitiv zu bedienende Oberfläche namens Smart Hub. Dort ist auch die intelligente Stichwortsuche Search All integriert: Nach Eingabe eines Suchworts zeigt der Fernseher sofort alle passenden Wunschinhalte an, egal ob Video-Clips aus dem Internet, Bilddateien vom Notebook oder mitgeschnittene TV-Sendungen.

PoS-MAIL: Geht es bei Samsung Smart TV ausschließlich um Inhalte und wie Nutzer diese erleben?

Hans Wienands: Samsung Smart TV ist viel mehr als nur ein

intuitiv zu bedienender Fernseher mit Zugang zu Online- und Offline-Inhalten. Unsere neue TV-Kategorie ist als ganzheitliches Konzept zu verstehen.

Ein Samsung Smart TV bietet Nutzern ihre Wunschunterhaltung in der bislang besten Samsung Bild- und Tonqualität – auch in 3D. Dank des einzigartigen Designkonzepts „One Design“ fügen sich die Geräte nahtlos in jede Wohnumgebung ein. So hat beispielsweise unser neuer LED TV D8090 einen extrem schmalen Rahmen von gerade einmal fünf Millimetern – damit zieht er am PoS alle Blicke auf sich.

Mit Samsung Smart TV geben wir dem Handel aber noch weitere überzeugende Verkaufsargumente an die Hand. Zum Beispiel bieten unsere neuen TV-Geräte Tuner für alle Empfangsmöglichkeiten und haben nutzerfreundliche Funktionen wie eine Videorecorder-Funktion für Festplatte oder USB-Stick bereits integriert. Zusatzgeräte mit weiterem Stromverbrauch entfallen.

PoS-MAIL: Wie helfen Sie dem Handel, sich auf die neue TV-Kategorie vorzubereiten?

Hans Wienands: Um dem Handel die Vielzahl von Möglichkeiten der neuen Samsung Smart TVs zu verdeutlichen und ihn bestens auf das Verkaufsgespräch vorzubereiten, haben wir ein neues Zertifizierungs-Programm aufgesetzt. In einer Kombination von mehreren Online-Trainings, inter-

Die Stationen der Samsung Roadshow 2011

- 3.3./4.3.**
Hamburg, Schuppen 52
- 10.3./11.3.**
Frankfurt/Offenbach, Halle K39
- 14.3./15.3.**
Dresden, Zeitenströmung
- 17.3./18.3.**
Berlin, Station-Berlin
- 21.3./22.3.**
Bochum, Jahrhunderthalle
- 24.3./25.3.**
München, MVG Museum
- 31.3./1.4.**
Stuttgart, Neue Messe

aktiven Online-Tutorials und Vor-Ort-Workshops wird der Handel in bezug auf die Funktionen von Samsung Smart TV und Installation der Geräte geschult. So werden teilnehmende Verkäufer zu Samsung Smart TV-Spezialisten und Techniker zu Samsung Smart TV-Experten.

Auf der Roadshow im März geben wir bereits einen Vorgeschmack auf Samsung Smart TV. In einem „Smart World“-Workshop lernen Fachhändler die innovativen Funktionen der neuen TV-Kategorie kennen und sammeln erste Erfahrungen. Wir freuen uns auf Sie!



Die sechs umsatzbringenden Vorteile von Samsung Smart TV

• Bild- und Tonqualität

Das beste Samsung TV-Bild aller Zeiten in 2D und 3D sowie ein 3D-Sound, der das Erlebnis noch intensiver wirken lässt.

• Design

Außergewöhnliche Designkonzepte, die sich nahtlos in jede Umgebung einfügen und die Inhalte in den Mittelpunkt rücken.

• Anwendungen

Mit der Smart Hub-Oberfläche greifen Nutzer auf persönliche Dateien oder Inhalte aus dem Internet zu und teilen sie per Knopfdruck.

• Bedienbarkeit

Einfache Installation dank integriertem Handbuch, intuitive Steuerung per Touch-Fernbedienung und selbsterklärende Bedienung.

• Vernetzbarkeit

Integrierter WLAN-Adapter und bis zu drei USB-Schnittstellen bieten vielseitige Anschlussmöglichkeiten.

• Eco

Dank optimierter LED-Beleuchtung und energieeffizientem Produktdesign sind Samsung Smart TV-Produkte sehr sparsam.

Digital Imaging:

So macht Fotografieren Spaß

Mit vielseitigen Vernetzungsfunktionen und einzigartigen Bedienkonzepten fügen sich Digitalkameras von Samsung nahtlos in die modernen Lebenswelten der Verbraucher ein und eröffnen völlig neue Möglichkeiten, das digitale Leben zu gestalten.



Eins werden mit der Kamera

Mit dem intuitiven Bedienkonzept i-Function der kompakten Systemkamera NX11 von Samsung rückt das Kameraobjektiv in den Mittelpunkt der Bedienung: Ein Handgriff des Fotografen genügt, und schon sind zum Beispiel Blende, Verschlusszeit oder einzelne Szenenprogramme ausgewählt. So hält der Nutzer jederzeit spontan das Motiv seiner Wahl fest, ohne die Kamera abzusetzen und den Blick auf das Wesentliche zu verlieren. Die brillanten Aufnahmen können Nutzer auch bei starker Sonneneinstrahlung kristallklar auf dem AMOLED-Display wiedergeben und so ihre schönsten Momente aufs Neue erleben.



Vielseitig vernetzt und leicht bedient

Samsungs SH100 ist die ideale Lösung für alle, die immer und überall vernetzt sein wollen: Über das integrierte WLAN können Nutzer ihre Fotos zum Beispiel direkt in soziale Netzwerke wie Facebook, Picasa und YouTube hochladen oder ihren Freunden und der Familie E-Mails schicken. Bedient wird die SH100 über das innovative, nutzerfreundliche Bedienkonzept Smart Touch 3.0: Ein Fingerwisch auf dem großen Display genügt und schon sind wichtige Einstellungen wie Kontrast oder Helligkeit vorgenommen oder vielfältige Foto-Effekte aktiviert.



Highlights der Samsung Roadshow 2011



Zuwachs bei den kleinen Flitzern

Auf sehr leisen Rollen nimmt Samsungs neuer Staubsaugerroboter den Kampf mit Staub und Schmutz auf. Wie seine kleinen Geschwister SR-8855 und SR-8845 wird auch der NaviBot Silencio auf seiner Reinigungsmission von einer integrierten Kamera und dem intelligenten Visionary Mapping System unterstützt. Im Vergleich sorgt der Neue jedoch noch schneller für ein sauberes Ergebnis und nimmt Tierhaare besonders zuverlässig auf. Dabei macht der NaviBot Silencio auch noch eine gute Figur: Im eleganten, schwarzen Design befreit er Teppichböden, Dielen und Fliesen von Flusen und Staubflocken.

Home Appliances:

Smarte Haushaltshilfen

Energieeffizienz und Bedienkomfort zeichnen Samsungs Innovationen im Hausgeräte-Bereich aus. Mit intelligenten Technologien und stilvollen Designkonzepten beweist Samsung: Haushalt kann richtig Spaß machen!

Ein Erfolgsmodell geht in Serie

Umweltschonend waschen mit Schaum – das können Verbraucher bald mit einer Vielzahl an Samsung Waschmaschinen. Denn Samsung Home Appliances integriert die zukunftsweisende „Schaum Aktiv“-Technologie in diesem Jahr auch in neue und bereits bestehende Serien. Gleichzeitig erweitert das Unternehmen das „Schaum Aktiv“-Line-up um 6-, 7-, 8-, 9- und 12-Kilogramm-Modelle. Mit diesen Geräten reinigen Konsumenten ihre Kleidung bereits bei niedrigen Temperaturen schonend und gründlich. Und dank des polsternden Schaumteppichs und der bewährten Diamond Pflegetrommel wird auch empfindliche Kleidung sanft gepflegt.



Sparsames Raumwunder

In der Kühl-Gefrier-Kombination RL-60GGERS finden Lebensmittel richtig viel Platz. Denn durch die clevere Anordnung der Bauteile und dank dünner Seitenwände bietet das erste Modell der neuen „Grand Cru“-Serie bis zu 50 Liter mehr Nutzinhalt als vergleichbar große Geräte. So können Gastgeber zum Beispiel für die nächste Party viele zusätzliche Flaschen im Inneren verstauen – ohne dass der RL-60GGERS seine schlanken Außenabmessungen verliert. In Verbindung mit No-Frost kühlt die Kühl-Gefrier-Kombination in Energieeffizienzklasse A++. Besonderes Highlight ist das innovative Smart Eco System: Der integrierte Kompressor kommt erst dann zum Einsatz, wenn der Sensor den Anstieg von Temperatur und Feuchtigkeit registriert. Auf diese Weise senkt Samsung nochmals den Stromverbrauch. Im Sommer wird die „Grand Cru“-Serie um das Modell RL-60GQERS mit Smart Eco System ergänzt, das in Verbindung mit No-Frost die Energieeffizienzklasse A+++ erreicht.



Im Gespräch mit Werner Graf, Geschäftsführer Panasonic Deutschland über 3D, Internet-TV und Hausvernetzung

3D-Technologie, Internet-TV und CE-relevante Heimvernetzung werden für den Handel und die Verbraucher im laufenden Jahr wichtige Themen sein. Panasonic machte sowohl auf der CES in Las Vegas als auch während der Panasonic Convention Mitte Februar in London deutlich, dass das Unternehmen auf diese Entwicklung bestens vorbereitet ist. Diese Einschätzung bekräftigte auch Werner Graf, Geschäftsführer Panasonic Deutschland, in einem Gespräch mit PoS-MAIL.

„Panasonic unternimmt entscheidende Schritte“

„Wir sehen drei große Trends, die bereits jetzt, aber vor allem in nächster Zeit, für gesteigertes Verbraucherinteresse und Umsatz im Handel sorgen werden: die weitere Verbreitung der 3D-Technologie, die Verschmelzung von TV und Internet sowie die Vernetzung elektronischer Geräte im eigenen Haus“, so Werner Graf, Geschäftsführer Panasonic Deutschland.

PoS-MAIL: Herr Graf, laut aktuellen Geschäftszahlen ist Panasonic mit viel Rückenwind ins Jahr 2011 gestartet. Wird dieser Trend Ihrer Meinung nach anhalten?

Werner Graf: Tatsächlich hat Panasonic zum Ende des letzten Jahres nicht nur absolute Umsatzrekorde in der deutschen Firmengeschichte erzielt, sondern auch seine Marktanteile deutlich erhöht und hier ebenfalls neue Rekordmarken gesetzt. Für uns ist das ein gutes Zeichen. Wir stellen damit fest, dass wir mit unseren Produktentwicklungen die Bedürfnisse der Verbraucher treffen und sich unsere intensive Fachhandelsunterstützung für alle Seiten auszahlt. Mit diesem Rückenwind sind wir hochmotiviert ins neue Jahr gestartet und wollen auch 2011 weitere Erfolge verzeichnen. Im Rahmen der CES in Las Vegas und auf der Panasonic Convention in London haben wir unseren Handelspartnern eindrucksvoll gezeigt, mit welchen Mitteln wir das erreichen wollen.

PoS-MAIL: Was sollte der Handel nach Ihrer Meinung 2011 im Blick haben?

Werner Graf: Wir sehen drei große Trends, die bereits jetzt, aber vor allem in nächster Zeit, für gesteigertes Verbraucherinteresse und Umsatz im Handel sorgen werden: die weitere Verbreitung der 3D-Technologie, die Verschmelzung von TV und Internet sowie die Vernetzung elektronischer Geräte im eigenen Haus. Bestätigt werden wir in unserer Strategie durch aktuelle Einschätzungen der Gesellschaft für Unter-

haltungs- und Kommunikationsforschung gfu, die kürzlich das Umsatzvolumen für Consumer-Electronics-relevante Heimvernetzung für 2010 mit knapp 10 Milliarden Euro bezifferte. Ein Blick auf unser aktuelles Produktangebot macht deutlich, dass immer mehr Geräte vernetzungsfähig sind. Und auch im Bereich 3D-Technologie haben wir die Nase vorn: Umfassender als jeder andere Elektronikhersteller deckt Panasonic mit seinen 3D-Lösungen die gesamte Bandbreite der 3D-Technologie ab – von der Produktion der dreidimensionalen Inhalte, über das professionelle Authoring und Encoding sowie die erstklassige Wiedergabe. Dieses Know-how spiegelt sich in jedem unserer 3D-fähigen Pro-

dukte wider. Aber die TV-Geräte werden nicht nur 3D-fähig, sondern durch ihre Internetanbindung auch zum Fenster in die Welt.

PoS-MAIL: Und was erwartet uns dieses Jahr Neues im Bereich 3D?

Werner Graf: Mit dem weltweit ersten 3D-Camcorder für Endverbraucher und dem 3D-Wechselobjektiv für die erfolgreichen Lumix G Systemkameras haben wir im letzten Jahr dafür gesorgt, dass jeder die Möglichkeit bekommt, eigene 3D-Inhalte zu erstellen. Mittlerweile verfügen wir über das breiteste Angebot an 3D-fähigen Endverbraucher-Camcordern.

Und auch unsere Lumix Neuerscheinungen TZ22 und FT3 bieten jetzt eine 3D-Aufnahmeoption für

räumliche Fotos. Gleichzeitig setzt Panasonic bei der Wiedergabe von realistischen 3D- und exzellenten 2D-Aufnahmen mit der NeoPlasma-Technologie weiterhin Standards. Die neuen NeoPlasma-Flachbildfernseher sind optimal für die Wiedergabe von 3D-Filmen geeignet und damit zugleich auch hervorragende 2D-Geräte.

Darüber hinaus wird die Auswahl an 3D-Flachbildfernsehern um modisch-flache, energieeffiziente LED-LCD-Geräte erweitert. So findet jeder Verbraucher das passende Modell für seine individuellen Bedürfnisse.

Neu sind auch der 3D-Blu-ray Disc-Player DMP-BDT310 und das 3D-Heimkinosystem SCBTT770, welches unter anderem über die beeindruckende Cinema Surround Plus Funktion verfügt.

PoS-MAIL: Was können Händler und Verbraucher konkret im Bereich Heimvernetzung und Internet-TV von Panasonic in 2011 erwarten?

Werner Graf: Panasonic hat bereits vor vielen Jahren begonnen, die unterschiedlichen Unterhaltungselektronik-Produkte miteinander zu vernetzen. Angefangen bei der Verbindung von Fernsehern und A/V-Systemen durch das Fernbedienungskonzept Viera Link, über die Integration von DLNA-Zertifizierung und WiFi-Option bis zur Wiedergabe von Fotos und Filmen via SD-Speicherkarte und Viera Image Viewer. Nun haben wir einen weiteren großen Schritt getan: Zahlreiche unserer neuen Viera LCD- und Plasma-Fernseher verfügen über Viera Connect, eine erheblich weiterentwickelte Netzwerk-Technologie, basierend auf unserem erfolgreichen Viera Cast. Viera Connect macht den Fernseher zur Multimedia-Zentrale und bietet News, Videos, Musik, Spiele sowie Soziale Netzwerke direkt im Wohnzimmer. Über den zukünftig verfügbaren Viera Connect Marktplatz lässt sich das Angebot zudem ständig erweitern und individuellen Bedürfnissen anpassen – ähnlich der App-Stores, wie man sie von Smartphones kennt. Insgesamt ist das nach unserer Meinung eine große Chance für den Handel, Verbraucher mit nutzwertigen Funktionen anzusprechen und zu überzeugen. Wir werden ihn dabei wie gewohnt intensiv unterstützen.

PoS-MAIL: Herr Graf, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

www.panasonic.de



Internet TV und CE-relevante Heimvernetzung sind neben 3D auch bei Panasonic sehr wichtige Themen in diesem Jahr.



**ConLife 2011 am
29. und 30.6 in Köln**

Konferenz und Ausstellung für vernetztes Leben

Zum zweiten Mal treffen sich Ende Juni in Köln die maßgeblichen Entscheider und Experten, um über die unterschiedlichen Standards, Anwendungsfelder und Nutzenaspekte der Heimvernetzung zu diskutieren und sich über neue Produkte und Geschäftsmodelle auszutauschen. In dieser Breite und Tiefe wird nirgendwo sonst das Thema so intensiv beleuchtet.

Neu zur ConLife 2011: Erstmals wird auch der renommierte 4. IPTV und Web TV Summit am ersten Kongresstag für Manager und Entscheider der deutschen IPTV- und Web TV-Branche innerhalb der ConLife stattfinden. „Das Konferenzprogramm der ConLife ist das hochwertigste und umfassendste, das der angehende Massenmarkt der Heimvernetzung in Deutschland zu bieten hat.“ Mit diesen Worten beschreibt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer Koelnmesse GmbH, das Programm der diesjährigen ConLife.

Auszug aus dem Programm

Referenten im Rahmen der ConLife sind Top-Manager der deutschen Wirtschaft, u. a. von E.ON Metering, Intel, Deutsche Telekom, Goldmedia, Microsoft, Philips Research, RWE Effizienz, Sony Deutschland, Siemens IT Solutions & Services, T-Systems International, Vodafone, ARD und ZDF. Im Mittelpunkt des Interesses stehen Trend- und Servicethemen, die den Markt der Zukunft für vernetztes Leben aus der Sicht des Verbrauchers bewegen. Eröffnet wird die ConLife 2011 am 29.6. von Friedrich Jousen (BITKOM Präsidiumsmitglied und Vorsitzender der Geschäftsführung Vodafone Deutschland). Im Anschluss diskutiert Jousen beim Eröffnungsplenum u. a. mit Hannes Schwaderer (Geschäftsführung Deutschland und Österreich, Intel GmbH) und Dr. Norbert Verwey (Geschäftsführer RWE Effizienz) die Frage: Connected Life als globaler Markt, wo steht Deutschland 2011? Im 1. Track der ConLife – Consumer Electronics – befasst sich u. a. Danny Ullrich (Leiter Marketing Zentraleuropa, NETGEAR Deutschland) mit dem Status Quo, den Herausforderungen und der Zukunft von

Connected Entertainment. Martin Winkler (Commercial Director Consumer Business, Sony Deutschland) referiert darüber, wie CE-Produkte und Online-Services im Wohnzimmer verschmelzen. Der zweite Tag der ConLife 2011 wird eingeleitet mit dem Eröffnungsplenum und der Frage nach der „Killerapplikation – was schafft den Durchbruch zum vernetzten Massenmarkt?“ Dieser Frage nehmen sich Prof. Dr. Arnold Picot (Munich School of Management, Ludwigs-Maximilians-Universität München), Alf Henryk Wulf (Vorstandsvorsitzender, Alcatel-Lucent AG), Carlo Wolf (Vice President Europe, Geschäftsführer Deutschland, CISCO Systems GmbH), Dr. Andreas Bereczky (Produktionsdirektor, ZDF), Dirk Wittkopp (Geschäftsführer IBM Deutschland Research & Development) an. Im 1. Track – Heimvernetzung als Geschäftsmodell – zeigt u. a. Arndt Polifke (Global Key Account Manager Mobile CE und Smart Home Technology, GfK Retail and Technology) Wege für Industrie, Handel und Handwerk auf, den Markt zu pushen. Die beiden Programmtage sind in insgesamt sieben Themenbereiche gegliedert. Neben den genannten Bereichen Consumer Electronics, Heimvernetzung als Geschäftsmodell und IPTV und WebTV Summit ist das Programm in die Themengebiete Gesundheit & Ambient Assisted Living, Energiemanagement und Effizienz, Connected Technologies und Vernetzte Welten in der Praxis aufgeteilt. Die ConLife – Conference and Exhibition for Connected Life – wird seit 2010 von der Koelnmesse in Zusammenarbeit mit dem BITKOM und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie veranstaltet.

www.conlife-cologne.de



STORAGE PRODUCTS

Die digitale Videokassette



SERVICE LINE +49 7644 92699 100 • info@trs-star.com



manufactured by



TRS STAR GmbH • Gewerbestrasse 11 • 79364 Malterdingen • trs-star.com

Erster Consumer Full-HD 3D-Camcorder von JVC

Weltpremiere: 3D in Eigenregie

Mit der Vorstellung des Full-HD 3D-Camcorders GS-TD1 für den Consumer-Markt schlägt JVC ein neues Kapitel im Bereich der Videoaufnahme auf. Erstmals können nun auch Hobbyfilmer eigene 3D-Filme in Full-HD-Qualität erstellen. Eine weitere Besonderheit dabei ist, dass das 3D-Bild bereits auf dem 3D-fähigen Camcorder-Display ohne Brille oder andere Hilfsmittel betrachtet werden kann.

JVCs neuestes Flaggschiff ist mit zwei 3D-HD GT-Objektiven ausgestattet, die mit ihrer enormen Lichtstärke von F1.2 sehr helle und kontrastreiche Bilder ohne Rauschen liefern. In Kombination mit den beiden hintergrundbeleuchteten CMOS-Sensoren (1/4,1 Zoll – 3,32 Megapixel), die neben hoher Auflösung ebenfalls eine außerordentliche Lichtempfindlichkeit aufweisen, liefert der Camcorder brillante HD-Aufnahmen nicht nur unter normalen Aufnahmebedingungen, sondern auch bei Innenaufnahmen und dunklen Szenen. Um die natürliche Dynamik der 3D-Aufnahmen noch weiter zu steigern und dem Filmer mehr Gestaltungsmöglichkeiten zu eröffnen, sind die Optiken als 5fach-Zoomobjektive (optisch) ausgestattet, deren Weitwinkелеinstellung bis zu einer Brennweite von 46,7 mm reicht. Die 3D-Wirkung der Aufnahmen kann natürlich auch direkt am Camcorder mit dem 8,8 cm großen und mit 920.000 Pixeln hochauflösenden 3D-Touchscreen-Suchermontor kontrolliert werden –

ohne jegliche Hilfsmittel, wie z. B. eine 3D-Brille. Die neu entwickelte Bildstabilisierung korrigiert automatisch die Positionen und den Bildversatz der beiden Optiken und sorgt damit für ruhige 3D-Bilder, auch bei Zoomaufnahmen. Eine Umschaltung zwischen 2D und 3D ist mit nur einem Tastendruck möglich. Zusätzlich ist der GS-TD1 mit einem 64 GB großen, internen Speicher ausgestattet. Die Funktionsweise des GS-TD1 ähnelt der des menschlichen Gesichtssinns, d. h. der Camcorder arbeitet mit zwei separaten Objektiven und zwei getrennten Bildwandlern. Anschließend werden die beiden voneinander unabhängigen Bilder parallel durch den Hochgeschwindigkeitsprozessor „FALCONBRIDGE“ für die dreidimensionale Darstellung aufbereitet. Das so entstandene 3D-Bild kann dann ebenfalls ohne 3D-Brille als dreidimensionales Bewegtbild betrachtet werden. Dieses einzigartige, neu entwickelte „LR Independent Format“ bietet ferner den Vorteil, dass Full-HD-Aufnahmen (1.920 x 1.080) mög-

lich sind. Hinzu kommt, dass auf Wunsch auch in anderen Aufnahmemodi gefilmt werden kann, nämlich in dem verbreiteten „Side-by-Side“-3D-Format für AVCHD sowie im konventionellen AVCHD 2D-Format. Nicht nur zu Lande, auch unter Wasser kann der Camcorder mit einem optional erhältlichen Case eingesetzt werden. Aldiana Tauchlehrer Toni Mayer zeigte sich im Rahmen der boot Messe in Düsseldorf in einem Gespräch mit Jürgen Wilkin, General Manager Marketing & Communication, JVC Deutschland GmbH, begeistert von dem neuen 3D-Profi.

3D-Spezialfunktionen

Spezialfunktionen wie z. B. Zeitraffer-aufnahmen erweitern die Einsatzmöglichkeiten des neuen Full-HD 3D-Camcorders von JVC ganz erheblich. Per Zeitrafferfunktion lassen sich kaum sichtbare Abläufe in der Natur oder Produktionsprozesse dreidimensional und in höchster Qualität überaus anschaulich darstellen. Obendrein bietet der GS-TD1 auch eine 3D-Fotofunktion mit interessanten Zusatzfunktionen. So erkennt der Camcorder nicht nur das Lächeln von Personen, sondern sogar die Intensität des Lächelns und zeigt sie entsprechend an. Außerdem lassen sich Serienaufnahmen ohne Begrenzung realisieren. Passend zu dem räumlichen Eindruck, den die 3D-Bilder erzeugen, arbeitet auch die „Audioabteilung“ des GS-TD1. Durch die Ausstattung mit zwei direkt neben den Objektiven angeordneten Mikrofonen wird ein lebendiger 3D-Sound (Biphonic Sound) erzeugt, der seine dreidimensionale Wirkung schon bei der Wiedergabe mit 2-Kanal-Lautsprechersystemen entfaltet.



Benutzerfreundlich

Für die unkomplizierte Bedienung des 3D-Camcorders sind zwei Faktoren verantwortlich: die äußerst kompakte und zylindrische Bauform – der GS-TD1 ist sogar flacher als vorherige 2D-Camcorder – sowie die perfekte Balance, die dank der zentralen Positionierung der Batterie erreicht wurde.

Mit Hilfe der mitgelieferten Everio MediaBrowser Software hat der

Anwender zahlreiche Möglichkeiten, die 3D-Video- und Fotoaufnahmen seines GS-TD1 3D-Camcorders in den verschiedensten Formaten und auf den unterschiedlichsten Datenträgern zu archivieren sowie bequem zu Facebook und YouTube hochzuladen. Die unverbindliche Preisempfehlung (inkl. MwSt.) für den ab März 2011 lieferbaren Full-HD 3D-Camcorder GS-TD1 beträgt Euro 1.799,-.

www.jvc.de

JVC präsentiert Full-HD Kompakt-Camcorder mit Dual-SD-Card-Slots

Gleich in drei Farben (Schwarz, Blau und Rot) bietet JVC seinen neuen Everio Full-HD SD-Card-Camcorder GZ-HM440 an. Der Camcorder überzeugt mit brillanter HD-Bildqualität und einer umfassenden Ausstattung und interessanten Funktionen. Hierzu zählen die kompakte Bauform ebenso wie das auf zwei Steckplätzen für SD-Karten basierende Speicherkonzept. Der Doppelspeicher-Camcorder verfügt über zwei SD-Card-Slots, die für SD-, SDHC- und SDXC-Karten kompatibel sind. Möglich sind AVCHD-Aufnahmen in Ultra High Quality mit 24 Mbit/s (Full-HD – 1.920 x 1.080) sowie in Standard Definition (SD – 720 x 480). Somit kann der Anwender flexibel auf die jeweilige Aufnahmesituation reagieren und die dafür optimale Kombination aus Bildqualität, Aufnahmekapazität und Speichermedium finden. Vor allem das hochwertige Objektiv und der leistungsfähige Aufnahmechip bestimmen die brillante Full-HD-Videoqualität der neuen Einsteiger-Camcorder. Das lichtstarke und speziell für HD entwickelte Konica Minolta HD Objektiv ist als 40fach (!) optischer Zoom ausgelegt und ermöglicht darüber hinaus SD-Aufnahmen mit einem 70fach dynamischen Zoom. Der hintergrundbeleuchtete CMOS-Sensor zeichnet sich durch eine hohe Auflösung, geringes Rauschen und besonders durch seine enorme Lichtempfindlichkeit aus. Damit auch der volle Zoombereich genutzt werden kann und die Bilder auch bei langen Brennweiten nicht verwackelt werden, bietet der Camcorder einen verbesserten Bildstabilisator (A.I.S.). Die meisten Funktionen des Camcorders werden über den neuentwickelten, rahmenlosen und berührungsempfindlichen 2,7“-Touchscreen-Monitor gesteuert. Dank der intuitiven Menüführung ist die schnelle und einfache Bedienung per Fingerberührung sichergestellt. Die unverbindliche Preisempfehlung für den seit Februar 2011 lieferbaren Full-HD SD-Card-Camcorder GZ-HM440 beträgt 349,- Euro (inkl. MwSt.).



Aldiana Tauchlehrer Toni Mayer, rechts, zeigte sich in einem Gespräch mit Jürgen Wilkin, General Manager Marketing & Communication, JVC Deutschland GmbH, begeistert von dem neuen GS-TD1.

UE

Multimedia-Receiver für HbbTV und HD+ von smart

Das Schwarzwälder Technologieunternehmen smart electronic erweitert seine Serie an HbbTV- und HD+-geeigneten Satellitenreceivern und bringt nach dem CX 10 einen weiteren Hybrid-Receiver in den Handel. Der innovative smart VX 10 vereint multimediale Fernsehwelten mit interaktiven Online-Diensten wie Mediatheken oder Communities. Der smart VX 10



empfängt freie sowie verschlüsselte TV- und Radioprogramme in

SD- sowie HD-Qualität. Dank integriertem Zugangssystem für HD+ sowie der beigelegten Smartcard, können auch die hochauflösenden TV-Inhalte der privaten Senderketten zwölf Monate kostenlos wiedergegeben werden. In Verbindung mit einem externen Speicher via USB- oder eSATA-Schnittstelle verwandelt sich der VX 10 in einen digitalen Videorecorder. Fernsehinhalte in klassischer sowie hochauflösender Bildauflösung können einfach und direkt auf dem Speichermedium aufgezeichnet und abgelegt werden. www.smart-electronic.de

Medimax-TV am Point of Sale

Medimax hat deutschlandweit „Medimax-TV“ am PoS installiert und in seinen Funktionen optimiert. Mit speziell entwickelten Inhalten und attraktiven Werbe- und Unterhaltungsmöglichkeiten können Verkaufsberater die Endkunden über Innovationen informieren und individuelle Anfragen klären. Ob 3D- oder Internet-Fernsehen, SD- oder HD-TV: Viele Verbraucher können sich nicht genau vorstellen, was sich hinter diesen Begriffen verbirgt. Das Instore-Fernsehen Medimax-TV ermöglicht es den Fachberatern, über Produktneuheiten zu informieren und gezielt auf die Stärken der einzelnen Geräte einzugehen. Über einen 22-Zoll-Touchscreen können sie dabei verschiedene Inhalte für die gesamte Fernsehwand anwählen. Die Steuerung ist in verschiedene Ebenen wie zum Beispiel „HD-Bildvergleich“ oder „3D-TV“ unterteilt und lässt sich flexibel an technische Innovationen anpassen. So zeigt der Bereich „Games“ die Grafikwiedergabe aller aktuellen Konsolen; neue Modelle sind einfach ergänzbar. Besonders Inhalte wie das laufende „SAT-Programm“ in HD oder „Testbilder“ sollen dafür sorgen, die Wahrnehmung der Kunden zu schärfen und somit die Kaufentscheidung zu erleichtern.

www.medimax.de

Ultimate Ears 300 Sport-Kopfhörer von Logitech



Die neuen Ultimate Ears 300 Kopfhörer von Logitech motivieren Sportler und Fitnessfreunde mit kristallklarer musikalischer Untermalung zu Höchstleistungen. Dank der formbaren Bügel und der Ohrpassstücke in fünf Größen, die sich individuell jeder Ohrmuschel anpassen, sitzen die Ultimate Ears 300 bei jeder Sportart sicher im Ohr. Die Ultimate Ears 300 Kopfhörer funktionieren mit iPhone und iPod, BlackBerry, anderen MP3-Playern, tragbaren DVD-Playern, Handheld-Spielen und Notebooks mit einer 3,5-mm-Buchse. Die Logitech Ultimate Ears 300 Kopfhörer bzw. die Headset-Variante Ultimate Ears 300vi sind ab sofort zum empfohlenen Einzelhandelspreis von 49,99,- (UVP) bzw. 59,99 Euro (UVP) verfügbar. www.logitech.com

„Music Unlimited“: Neuer Online-Service von Sony



Ab sofort gibt es „Music Unlimited powered by Qriocity“ auch in Deutschland. Ab 3,99 Euro im Monat können alle internetfähigen Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray-Player, Heimkino-Systeme und die PlayStation 3 auf über sechs Millionen Hits und Klassiker zugreifen. Neben Vaio Notebooks kann auch jeder beliebige PC das „Music Unlimited“-Angebot von Sony abrufen. Der „Music Unlimited“-Service steht den Nutzern in zwei verschiedenen Varianten zur Verfügung: Das Basis-Angebot für 3,99 Euro im Monat ermöglicht den Zugriff auf Dutzende individueller Musik-Kanäle – eingeteilt in Genres wie Rock, Klassik oder Jazz. Zudem besteht die Möglichkeit, seine Favoriten nach jeweiliger Stimmung auszuwählen. Hier stehen maßgeschneiderte Kanäle für Party, Entspannung und Co. zur Auswahl. Das Premium-Angebot für 9,99 Euro monatlich gibt den Nutzern volle Freiheit bei der Suche nach ihren Lieblings-Songs, die jeder nach Belieben in persönlichen Playlists zusammenfassen kann. Außerdem können jederzeit die ständig aktualisierten Top 100 verschiedener Länder abgerufen werden. In dieser Variante lässt „Music Unlimited“ keine Wünsche offen. Die Plattform erkennt und analysiert die Vorlieben ihres jeweiligen Abonnenten und gibt dementsprechend passenden Titeln bei der individuellen Zusammenstellung der Musik-Channels den Vorzug. Je mehr Musik man hört, desto genauer funktioniert die automatische Auswahl. Egal ob Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray-Player, VAIO Notebook oder PlayStation 3: Alle Songs werden ausnahmslos auf das jeweilige Gerät gestreamt. Das bedeutet: Die Musikdateien bleiben permanent auf der Qriocity-Plattform im Internet und werden nicht heruntergeladen. Einmal sortiert, stehen Playlists daher immer und überall identisch zur Verfügung und müssen nicht auf jedem Gerät neu sortiert werden. Geplant ist, „Music Unlimited“ nach und nach auch für neue Geräte von Sony wie zum Beispiel Walkman MP3-Player oder Mobiltelefone mit Android-Betriebssystem zu öffnen. Damit stünde das riesige Musik-Archiv von Sony nicht nur im Wohnzimmer, sondern auch unterwegs zur Verfügung. Nach „Video on Demand“ ist „Music Unlimited“ der zweite Online Service der „Qriocity“-Plattform. Bereits im November 2010 war „Video on Demand powered by Qriocity“ gestartet. Hier stehen hunderte Kinofilme aller großen Hollywood- und nationaler Studios zum Ausleihen auf Knopfdruck bereit. In Zukunft soll die „Qriocity“-Plattform um neue Services erweitert werden. Die bestehenden werden kontinuierlich ausgebaut. www.sony.de

Connected Platform für Android von Rovi



Rovi Corporation hat bekanntgegeben, dass seine Connected Platform-Technologie vorportiert auf Android-Basis verfügbar ist. Die Rovi Connected Platform gründet auf einer Heimnetzwerk-Technologie, mit der CE-Hersteller ihre tragbaren Geräte, Handys oder Tablet-Produkte auf Android-Basis schnell und einfach mit anderen Endgeräten verbinden können. Musik-, Foto- und Videodateien, die auf einem Android-Gerät mit Rovi Connected Platform gespeichert sind, können über das Heimnetzwerk des Nutzers auf vernetzten Geräten wie digitalen Fernsehapparaten, Set-Top-Boxen, digitalen Videorecordern, PCs mit Windows 7 und NAS-Speichern (Network-Attached Storage) per Streaming ausgetauscht und wiedergegeben werden. Über die Connected Platform für Android haben Anwender außerdem direkt von ihrem eigenen Android-Gerät aus Zugriff auf verbundene Geräte und können Verwaltungsfunktionen nutzen. Zusätzlich können persönliche, gekaufte oder aufgenommene Inhalte, die sich auf dem PC oder im NAS-Speicher befinden, direkt zum Android-Mobilgerät gestreamt werden. www.rovicorp.com

LEIPZIG 9.-13. APRIL 2011

Erleben Sie auf dem Leipziger Messegelände parallel zur **AMICOM** die **AMISTYLE** – die neue Messe für Car-Styling, Individualisierung, Umrüstung und Service und die **AMITEC** – die Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service.

SICHERN SIE IHREN PREISVORTEIL
mit dem Onlineticket – 7,50 EUR statt 9 EUR!



AUDIO • INFOTAINMENT • NAVIGATION

die führende Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug

- Treffen Sie 100 Hersteller und Marken mit Innovationen, Trends und aktuellen Sortimenten
- Mit allen Sinnen dabei sein – Live-Einbauten sehen, Sound-Contests hören und ein buntes Bühnenprogramm genießen

Wir informieren Sie gern!

per Telefon: +49 341 678-8220 oder

per E-Mail: info@amicom-leipzig.de



www.amicom-leipzig.de

Gute Stimmung auf dem Mobile World Congress 2011

Neuigkeiten aus Barcelona

Will man sich über Aktuelles und Trends in der Mobilfunkbranche informieren, bietet der Mobile World Congress in Barcelona dazu eine ideale Gelegenheit. Auch die 2011er-Auflage präsentierte in den acht Hallen des Messegeländes Fira de Barcelona wieder zahlreiche Neuigkeiten und Neuheiten. Wichtigste Themen waren der Ausbau des breitbandigen Mobilfunks in der vierten Generation, Vernetzungsszenarien und damit neu entstehende Anwendungsmöglichkeiten in der Consumer Electronics, im Gesundheitswesen, in der Logistik etc. und natürlich Applikationen, mit denen die Nutzer Smartphones und Tablet PCs an ihre individuellen Wünsche und Bedürfnisse anpassen können.

Einen weiteren Schwerpunkt bildeten – wie immer – die Geräte-Neuheiten. Hier wurden, nachdem bereits auf der CES in Las Vegas mehrere Dutzend Tablet PCs zu sehen waren, weitere Premieren in dieser recht jungen Geräte-kategorie vorgestellt. Man darf gespannt sein, ob Prognosen, wie sie beispielsweise von Forrester

Dass einige Geräte – dies gilt auch für Smartphones – das Zeug zum Verkaufsschlager haben, wurde in Barcelona an vielen Ständen demonstriert. Zu den auffälligsten Neuheiten gehörten die beiden 3D-fähigen Produkte, die der koreanische Hersteller **LG** als weltweit erste Geräte sowohl im Smartphone- als auch im Tablet PC-



Research (24,1 Millionen verkaufte Geräte in den USA in diesem Jahr) oder der Consumer Electronics Association (CEA; 23 Prozent Marktwachstum in Europa) gemacht werden, tatsächlich eintreffen, und wer am Ende Spaß an diesem Geschäft hat. Interessant dürfte zudem die Frage sein, welche Anbieter sich durchsetzen werden.

Markt zeigte: Mit dem LG P920 Optimus 3D und dem LG V900 Optimus Pad führte LG zwei Geräte vor, die jeweils mit zwei Kameras und einem Dual-Core-Prozessor ausgestattet sind und so „echte“ 3D-Fotos und Videos aufnehmen und schnell



Gedränge auf den Gängen: in einigen Hallen des MWC 2011 ein alltäglicher Anblick.



Mitte Februar war das Messegelände Fira de Barcelona wieder Anziehungspunkt für die internationale Mobilfunkwelt.

verarbeiten können. Während die 3D-Aufnahmen des Pads ausschließlich über ein kompatibles Fernsehgerät betrachtet werden können, ermöglicht der spezielle 10,9 cm LCD-Touchscreen des Smartphones die 3D-Wiedergabe sogar ohne weitere Hilfsmittel. Bilder und Videos in 2D oder 3D lassen sich mit beiden Geräten per HDMI 1.4-Verbindung und DLNA einfach und komfortabel auf DLNA-kompatible Produkte übertragen.



Zusätzlich können selbstgedrehte 3D-Clips im Handumdrehen auf den neuen 3D-Channel von YouTube geladen werden. Dazu gab LG in Barcelona eine entsprechende Kooperationsvereinbarung bekannt.

Auch bei **Samsung** gibt es demnächst ein neues mobiles Device in Tablet PC-Form: Nach dem mit einem 7"/17,8 cm Display ausgestatteten ersten Samsung Galaxy Tab, das im Herbst 2010 auf den Markt kam, folgte in Barcelona mit dem Galaxy Tab 10.1 ein Tablet mit einem 10,1"/25,7-cm-Monitor. In dem Android 3.0 Gerät arbeitet ein 1 GHz Dual-Core Prozessor. Zur weiteren Ausstattung gehören eine Acht-Megapixel-Kamera und Stereo-Surround-Lautsprecher. Zur schnellen Datenübertragung und zum Surfen im Internet stehen HSDPA+, Bluetooth 2.0 und Wi-Fi 802.11 a/b/g/n bereit.

Mit dem Galaxy 2 II führte Samsung außerdem das mit 8,49 mm weltweit dünnste Smartphone vor. Das Gerät arbeitet mit dem

konnte der Betrachtungswinkel erhöht werden, und bei direkter Sonneneinstrahlung soll die Bildschirmanzeige besser lesbar sein.

Zwei Prozessoren sorgen für schnelle Datenverarbeitung, zum Beispiel beim Einsatz der 8-Megapixel-Fotokamera oder



Betriebssystem Android 2.3 (Gingerbread) und sorgt mit einem Display des neu entwickelten Typs Super AMOLED Plus für ein, so der Hersteller, bislang bei einem Smartphone unbekanntes Seherlebnis. Mit der neuen Displaygeneration wurden laut Hersteller Schärfe, Kontrast und Farbsättigung weiter gesteigert. Außerdem

beim Drehen von Full-HD-Video-filmen. Auch Multitasking ist aufgrund der hohen Prozessorgeschwindigkeit problemlos möglich.

HTC ist der Gerätehersteller des Jahres

HTC hat im Rahmen des Mobile World Congress 2011 in Barcelona die bedeutendste Auszeichnung in der Mobilfunkindustrie erhalten und wurde vom weltweiten Industrieverband der GSM-Anbieter (GSMA) bei der Verleihung der Annual Global Mobile Awards zum „2011 Device Manufacturer of the Year“ gewählt. Die Jury der GSMA erklärte: „HTC hat seine Marktpräsenz quasi von Null aufgebaut – durch ein frisches Markenimage, ein starkes Marketing und ein überzeugendes Portfolio an mobilen Endgeräten auf verschiedenen Software-Plattformen. Insbesondere ist es HTC nachweislich gelungen, seinen festen Platz als außergewöhnlich beliebter Smartphone-Hersteller im Mobilfunkmarkt zu sichern – mit großartiger Kommunikation und einem guten Kundenservice. Diesen Award hat sich HTC redlich verdient.“ Im letzten Jahr wurde HTC für das HTC Hero mit dem Award „Best Mobile Phone 2010“ ausgezeichnet.

Deutsche Telekom setzt weiter auf mobiles Internet

Die Deutsche Telekom setzt weiter auf das Wachstumsfeld mobiles Internet. Im Rahmen des MWC 2011 stellte das Unternehmen hierzu zahlreiche neue Produkte und Services vor. Dabei soll das optimale Kundenerlebnis im Mittelpunkt stehen. Ab März startet die Telekom das Daten-Roaming-Angebot „Travel & Surf“ und bietet damit einen Internet-Zugang schon ab 1,95 Euro pro Tag in allen Ländern der Europäischen Union (EU). Zudem hat die Telekom für Kunden, die in der EU reisen, „die erste wirkliche Flatrate“ für Daten-Roaming angekündigt. Zum Wochentarif von 14,95 Euro soll damit zum Sommer nahezu unbefristetes Surfen möglich sein.

Im Laufe des Jahres 2011 führt das Unternehmen außerdem neue Services in den Feldern mobiles Bezahlen und mobile Werbung ein. Im Bereich Hardware setzt die Telekom auf günstige Smartphones und zeigte mit dem „move by T-Mobile“ ein günstiges Smartphone auf Android-Basis, das im unteren Preissegment den Trend zu mobilem Datenverkehr bedient.

Mit dem „Mobile Wallet“ der Telekom können Kunden der Telekom zukünftig ihr Handy zum Bezahlen nutzen. Dazu müssen sie das Gerät an ein entsprechendes Lesegerät halten, um Waren zu bezahlen, Tickets für Veranstaltungen oder den Regionalverkehr zu kaufen oder an Bonusprogrammen teilzunehmen. Eine neue Technologie – Near Field Communication (NFC) – macht dies möglich. Fehlendes Kleingeld am Ticketautomaten und defekte Magnetstreifen an Karten sollen dann nicht mehr zum Ärgernis werden. Im Bereich der Bezahlssysteme sieht die Telekom einen wesentlichen Wachstumstreiber und wird dieses Geschäftsfeld daher international weiter ausbauen.

HTC zeigte auf dem MWC 2011 mit dem HTC ChaCha und HTC Salsa Vertreter seiner nächsten Generation Social Media Smartphones. Mit diesen bisher einmaligen, um Social Networking



konzipierten Smartphones verbindet HTC die Möglichkeiten von Facebook mit der einfachen und intuitiven Bedienung von HTC Sense. Beide Smartphones bieten mit einem Tastendruck Zugriff auf die wichtigsten Funktionen des

weltweit beliebtesten sozialen Netzwerks mit fast 19 Mio. aktiven deutschsprachigen Nutzern. Egal wo, egal wann und egal in welcher Anwendung auf dem Smartphone gerade navigiert wird: Dank des integrierten Facebook-Buttons beim HTC ChaCha und HTC Salsa können Bilder, Posts, Webseiten, Artikel und der aktuelle Standort sowie der gerade gehörte Song mit einem Knopfdruck versendet oder mit allen Freunden auf Facebook geteilt werden. Dabei erkennen die Social Media Geräte den jeweiligen Kontext, und der leuchtende Facebook-Button signalisiert, wenn sich ein Status-Update oder Kommentar anbietet.

Auf beiden Smartphones setzt HTC die Android-Version 2.4 sowie HTC Sense ein, um Face-

book durchweg in das mobile Erleben zu integrieren. Zum Beispiel werden bei Anrufen automatisch die neuesten Updates und Fotos sowie der anstehende Geburtstag des anrufenden Kontakts auf dem Display angezeigt; das funktioniert auch bei ausgehenden Telefonaten. Ergänzend lassen sich die Homescreens mit neuen Facebook Widgets weiter individualisieren, und Facebook-Nachrichten, Mails und Chats werden im Adressbuch neben E-Mails, SMS und Anrufen angezeigt.

Sony Ericsson gehörte schon immer zu den Vorreitern in Sachen Kamerahandys. Auch auf dem MWC 2011 wurde der schwedisch-japanische Konzern dieser Rolle wieder gerecht: Mit dem Xperia neo und dem Xperia pro führte Sony Ericsson zwei Neuheiten ein, die sowohl mit einer 8,1-Megapixel-Kamera ausgestattet sind als auch auf die mobile Bravia Engine und den preisgekrönten Exmor R-Bildsensor des Mutterkonzerns Sony zurückgreifen. Damit und mit der weiteren Ausstattung (zum Beispiel Touch-Autofokus, Gesichts- und Lächelerkennung, LED-Blitz, Bildstabilisator) ist die Aufnahme von Fotos und HD-Videos (720p) selbst bei schlechten Lichtverhältnissen möglich. Auch bei diesen beiden Neuheiten steht eine HDMI-Schnittstelle zur Übertragung der Bildinhalte auf andere Geräte bereit.

Ebenfalls neu bei Sony Ericsson ist das Xperia Play, dessen Design sich stark an den Bedürfnissen von Gamern orientiert. Das Gerät bietet im geschlossenen Zustand alles, was ein modernes Smartphone können muss: von Telefon, Kamera über E-Mails bis zu Internet. Schiebt man das Gerät auf, zeigt das Handy seine Gamingseite: Nur mit den klassischen PlayStation-Tasten Kreis, Kreuz, Quadrat und Dreieck kann der Nutzer eine Vielzahl von Games spielen. Die schnelle Grafikleistung (60 fps) sorgt dabei dafür, dass selbst schnellste Spielszenen ruckelfrei wiedergegeben werden.

Die Spiele werden für das Xperia Play und seine dedizierten Spieletasten optimiert. Ab Launch stehen mindestens 50 Spiele im Android Market zum Download zur Verfügung. Im Rahmen der Xperia Play Ankündigung stellt Sony Ericsson auch eine Aktion für Konsumenten vor. „Was würdest Du tun?“ –



nehmen mit den meisten Stimmen wählt eine Jury die glücklichen „First 10“ aus. Um Missverständnissen vorzubeugen, sei erwähnt, dass die hier aufgeführten Geräte natürlich nur einige Beispiele sind. Das gesamte Sortiment der in Barcelona gezeig-



Ob im App Planet in Halle 7 (Bild oben) oder bei der Android Community in Halle 8 (Bild unten), Apps waren eines der großen Themen des MWC 2011.



lautet deren Motto, bei der zehn Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eine Woche vor dem offiziellen Verkaufsstart ein Xperia Play gewinnen können. Dazu müssen sie mit einer verrückten Aktion beweisen, dass sie das Xperia Play unbedingt haben wollen. Die Spiel-Verrückten müssen ihre Aktion entweder in einem Video oder Bild dokumentieren und auf der Sony Ericsson Facebook-Seite www.facebook.com/sonyericssongerman hochladen. Unter den 100 Teil-

ten Neuheiten aufzuführen, ist im Rahmen des zur Verfügung stehenden Platzes in dieser Ausgabe unmöglich.

www.mobileworldcongress.com

Aus Telefonica O2 Germany wird Telefónica Germany

Der Münchner Mobilfunkanbieter Telefonica O2 Germany (davor: O2, davor: Viag Interkom) bekommt schon wieder einen neuen Namen. Nach dem Abschluss der Integration des Festnetz-Anbieters HanseNet wird das Unternehmen am 1. April umfirmieren. Der neue Name lautet Telefónica Germany. Die Firma mit der Marke O2 ist bereits seit 2006 Teil der weltweiten Telefónica-Gruppe, die mehr als 264.000 Mitarbeiter in 26 Ländern beschäftigt. Im Laufe dieses Jahres wird der neue Unternehmensname in allen Ländern von Telefónica Europe eingeführt. Deutschland stellt als erstes Land in der Gruppe um. Für die Kunden des Unternehmens ändert sich nach Angaben des Unternehmens nichts. O2 bleibt weiterhin die Marke für alle Produkte und Serviceleistungen im Privat- wie Geschäftskundenbereich. Lediglich das Geschäft mit multinationalen Großunternehmen läuft zukünftig unter dem Namen Telefónica.

novero stellt die Videobrille Madison vor

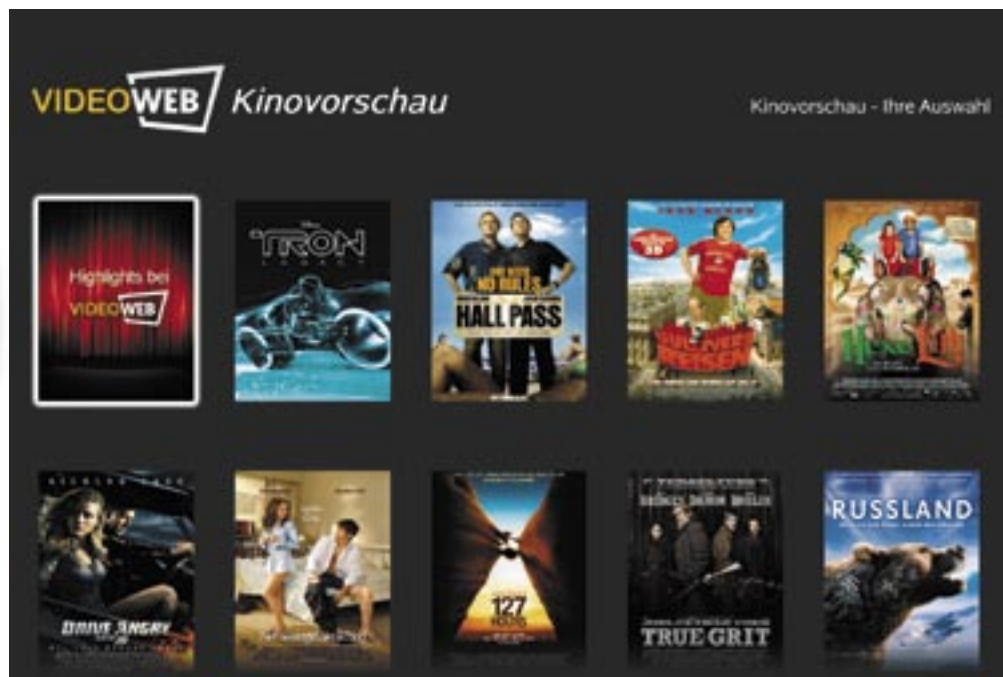
Unter dem Namen Madison hat novero auf dem Mobile World Congress 2011 in Barcelona eine Videobrille als jüngstes Mitglied seiner Lifestyle-Produktfamilie vorgestellt. Madison bietet ihrem Träger ein großformatiges Videoerlebnis und somit eine Alternative zu den gewohnten Abspielgeräten. Die Brille hat einen eigenen Mediaplayer, kann aber auch an andere Abspielgeräte wie Mobiltelefone oder iPods angeschlossen werden. Ausgestattet mit zwei OLED-Displays, bietet sie ein Videoerlebnis, das einer Betrachtung auf einem 30-Zoll-Bildschirm in zwei Metern Entfernung gleicht. Das Gerät wird intuitiv über die Tasten des Mediaplayers und über ein On-Screen Display bedient. Im Lieferumfang ist Software für Windows und Mac-Rechner enthalten. Videodateien können mit einer leicht verständlichen Drag-and-Drop-Oberfläche importiert und verwaltet werden. Alle Videos werden zudem automatisch in ein Format umgewandelt, das für die Bildschirmgröße und Auflösung der Brille am besten geeignet ist. Die Markteinführung ist für das zweite Quartal geplant. Unverbindliche Verkaufspreisempfehlung: ca. 250 Euro.



VideoWeb bietet Handelspartnern neue HDTV-Welten

Mit Netz und doppeltem Boden

Fachhandelsgespräche mit dem Endkunden über CE-Produkte sind zunehmend von technischen Fachbegriffen und Kürzeln wie HDTV, HbbTV, VoD und EPG geprägt. VideoWeb baut den Support für seine Fachhandelspartner konstant aus. Das Unternehmen bündelt in seinem Hybridreceiver- und dem VideoWeb TV-Portal alle Vorteile der neuen TV-Welt und möchte damit den Handel gezielt auf das Endkundengespräch vorbereiten.



„Mit dem besonderen VideoWeb TV-Portal und den vielen interessanten Zusatzdiensten wie den Mediatheken und dem HD Kino Service hat mich VideoWeb positiv angesprochen“, bestätigt Radio- und Fernseh-technikmeister Bernhard Schmalzgruber, Inhaber des alteingesessenen Fachhandelsgeschäfts Fernseh-Andreas in Haar bei München. „Die Vorteile für den Kunden sehe ich darin, dass es sich hier um ein kombiniertes Gerät mit Satellitenreceiver plus zahlreichen innovativen Zusatznutzen wie HDTV, HbbTV, VideoOnDemand, WebTV-Angeboten sowie Aufnahmefunktion inklusive zusätzlicher Festplatte handelt. Zudem wird das Produkt seitens des Herstel-

lers ständig erweitert, wie der neue kostenlose Online-Programmdienst VideoWeb Hybrid EPG zeigt. Der Kunde hat damit ein zukunftssicheres Gerät, das ihm die Erweiterungen und neuen Inhalte sofort und ohne Kostenverpflichtung oder Abo-Gebühren zur Verfügung stellt. Der erfahrene Fachhändler findet hierfür beste Verkaufsargumente. Der Kunde kann sich künftig den Gang in die Videothek und am Ende sogar das Aufzeichnen ersparen.“

Die Upgrade-Lösung für alle HDTV-Besitzer

Der erfahrene Fernsehmeister aus Haar, der schon manchen Trend kommen und gehen sah, ist von

der Bedeutung des Trends interaktiver, internetfähiger TV-Geräte überzeugt. „Über die normale Internetleitung ohne monatliche Zusatzkosten Informationen auf den Fernsehschirm zu bringen und Inhalte-Pools wie das VideoWeb TV-Portal sowie IPTV zu nutzen ist die Zukunft. Ein umfassendes und flexibles Gerät wie der VideoWeb 600S mit seinem wach-

senden Fernsehwelt für sich als höchst unterhaltsam und sinnvoll entdeckt und davon überzeugt wird, dass er das Produkt, die Lösung und den Service braucht. Der tatsächliche Kauf orientiert sich somit nicht mehr am reinen Kaufpreis. Entscheidend sind das überzeugende Preis-/Leistungsverhältnis, die unkomplizierte Handhabung und der Kundenservice. „Dass wir über das Fachhandelsportal auf der VideoWeb-Homepage auch über künftige Produktfeatures auf dem laufenden gehalten werden und mit unseren gewonnenen Einsichten aus dem Kunden-Feedback selbst Einfluss auf Entwicklungen nehmen können, ist echte Handelspartnerschaft“, so Schmalzgruber.

Kurze Kommunikationswege mit dem Handel

Für das Unternehmen VideoWeb ist es eine logische Konsequenz, dass ein Händler erfolgreicher ist, wenn er vom Lieferanten und Hersteller entsprechend unterstützt wird. Deshalb baut Video-

Web seinen umfangreichen Support für die Handelspartner ständig aus.

Matthias Greve, CEO VideoWeb, betont:

„Wir sind überzeugt, unseren Handelspartnern

ein charmantes Produkt

und nachhaltige Serviceleistungen mitzugeben, mit denen sie bei den Kunden punkten. Als deutscher Hersteller können wir unseren Händlern direkte und flexible Unterstützung sowie kurze Kommunikationswege bieten, um gut vorbereitet mit den Kunden ins Gespräch zu kommen. Dazu gehören unsere deutschsprachige Endkunden- und Händler-Hotline, Aufsteller, Werbematerial und auch eine Blu-ray, beispielsweise

für Schaufensterpräsentationen. Wir werden unsere Handelspartner in Promotions und Kampagnen integrieren und immer offen für ihre Anforderungen sein.“

VideoWeb-Programm macht zertifizierte Fachhändler wettbewerbsstark

Das VideoWeb-Programm für zertifizierte Fachhändler stößt auf besonders positive Resonanz. Damit bauen die Karlsruher eine selektive Händlerschaft auf, die die VideoWeb-Produkte versteht und ihren Kunden kompetent vorführen kann. Über den Fachhändlerbereich <http://fachhandel.videoweb.de/home> auf der VideoWeb-Homepage hält VideoWeb seine Partner auf dem laufenden und informiert sie vorab über künftige Produktfeatures. Sie selbst können im Gegenzug mit ihren marktnahen Erkenntnissen aus den Endkundenkontakten der Entwicklung von VideoWeb zusätzliche und immer willkommene Impulse geben. Zu dem Zweck kann sich jeder Händler im eigens eingerichteten interaktiven Online-Portal auf der VideoWeb-Homepage freischalten lassen. Dort ist Raum und Möglichkeit, sich auszutauschen, nachzufragen, Anregungen weiterzugeben. Dort kann man auch Kontakt aufnehmen, wenn man Stützpunkthändler von VideoWeb werden möchte. VideoWeb involviert seine Händler außerdem in Promotion-Aktionen und Kampagnen und stattet sie auf Nachfrage mit speziellen Händlerbroschüren und Werbematerial aus. Zum Beispiel erhält jeder Händler eine Blu-ray mit umfangreichem, anschaulichem Filmmaterial, das die Hauptfunktionalitäten des VideoWeb erläutern. Die selbsterklärenden Filme lassen sich ohne viel Aufwand als Endlosschleife abspielen. Damit kann jeder Händler in Schaufenstern einen attraktiven Eyecatcher installieren.

www.videoweb.de



Flexibler Vorteil für den Fachhändler: VideoWeb 600S kann optional auch im Paket mit externer VideoWeb Festplatte (320 GB oder 500 GB) angeboten werden.

senden TV-Portal ist für jeden, der zu Hause einen Full-HD-Fernseher hat, eine elegante Upgrade-Lösung und ein Allrounder, den ich als Fachhändler meinen Kunden empfehlen kann.“

Als Fachhändler mit Leib und Seele freut er sich außerdem darüber, wenn der Kunde die Vorteile



Fachhändler Bernhard Schmalzgruber: „Dass wir über das Fachhandelsportal auf der VideoWeb-Homepage auch über künftige Produktfeatures auf dem laufenden gehalten werden und mit unseren gewonnenen Einsichten aus dem Kunden-Feedback selbst Einfluss auf Entwicklungen nehmen können, ist echte Handelspartnerschaft.“

Herwecks Perspectives mobile in Essen

Im September 2010 hat die Perspectives mobile der Herweck AG ihre Premiere in Aschaffenburg gefeiert. Mit dem neuen Konzept einer mobilen Vortrags- und Ausstellungsveranstaltung wollte der TK/IT-Distributor den Kunden eine Informationsplattform und Kon-

taktmöglichkeit bieten, die entweder den Weg zum Firmensitz nach Kirkel im Saarland zur jährlichen Hausmesse Perspectives scheuen oder außerhalb dieser Jahresveranstaltung die Chance nutzen wollen, mit Herweck und Lieferanten ins Gespräch zu kommen.



Über 100 Besucher kamen zur Perspectives mobile ins Welterbe Zeche Zollverein in Essen.

Das Konzept geht auf. Diese Aussage hat auch die dritte Veranstaltung bestätigt. Nachdem bereits zur Premiere in Aschaffenburg und zur Roadshow in Berlin über 100 geladene Gäste, Mobilfunkhändler und Vertreter von Lieferanten und Servicepartnern erschienen waren, folgten auch bei der Perspectives mobile Nummer drei 110 Gäste aus dem Ruhrgebiet und dem Rheinland der Einladung Herwecks ins Welterbe Zeche Zollverein in Essen.

Als besonders gelungen ist der zeitliche Ablauf der Veranstaltung hervorzuheben: Nach dem Eintreffen der Gäste wechseln sich kurze Vorträge und großzügig bemessene Pausen ab. So haben die Besucher nicht nur die Möglichkeit, Neues und Informatives aus der Herweck-Zentrale und aus der Industrie zu hören, sondern sie können sich auch an den Ständen der Mobilfunkanbieter,



Informationen aus erster Hand gab es an den Ständen verschiedener Partner und Lieferanten.

Gerätehersteller und Dienstleister über Produkte und Services informieren oder mit ihren Kollegen in zwangloser Atmosphäre ins Gespräch kommen. In Essen standen von seiten der Lieferanten Vertreter der vier Netzbetreiber ebenso bereit wie Mitarbeiter von mobilcom debitel, 1&1, HTC, LG, Brandost und Stein Software. Abgerundet werden die Veranstaltungen jeweils durch eine Podiumsdiskussion. Hier diskutieren hochrangige Branchenexperten und Manager aus unterschiedlichen Unternehmen unter der Leitung von Fachjournalist Christo-

pher Bertele über aktuelle Branchenthemen, bevor ein Get-together die Perspectives mobile beschließt.

Auch das Herweck Management war in Essen mit zwei Vorträgen zu hören. Unternehmensgründer Jörg Herweck sprach in seiner Begrüßungsrede unter der Überschrift „Sind Sie vorbereitet?“ Themen wie Standortanalyse, Warenwirtschaftssystem und Förderungsmanagement an, während Mitgründer und -inhaber Dieter Philippi den Zuhörern aufzeigte, wie wichtig es ist, der Erste zu sein. www.herweck.de

Sonys neuer Chef stellt sich dem Handel vor

„Obwohl wir zwei unterschiedliche Persönlichkeiten sind, denken wir sehr ähnlich darüber, wie man Geschäfte macht. Deshalb werde ich in meiner neuen Position dafür sorgen, dass die von meinem Vorgänger erfolgreich umgesetzte Politik kontinuierlich weitergeführt wird.“ So Rick Londema, seit Anfang des Jahres neuer Geschäftsführer von Sony Deutschland, der die aktuelle Sony Roadshow nutzt, um sich den Sony Partnern im Handel vorzustellen.

Blickt man auf die Lebensläufe des ehemaligen und des neuen Deutschland Chefs, fällt es nicht schwer, sich eine Kontinuität in der Zusammenarbeit mit dem Handel vorzustellen. Beide Manager begannen ihre Sony Karriere Anfang der 90er Jahre und arbeiteten seitdem zwei Jahrzehnte lang in unterschiedlichen Positionen. Oftmals kreuzten sich dabei

ihre Wege, sowohl inhaltlich als auch geografisch – und selbst privat sind beide miteinander befreundet.

Londema bringt für seine neue Position reichlich internationale Erfahrung aus unterschiedlichen Tätigkeiten in Produktmanagement, Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung mit. So arbeitete er beispielsweise unter ande-

rem in seinem Heimatland Niederlande, war Marketingdirektor im Bereich Benelux und in Großbritannien für Sonys europäisches TV-Geschäft zuständig, bevor er als Commercial Director nach Holland zurückkehrte.

Partner Programm 2.0

Eines der wichtigsten Fundamente, auf das Londema seine Geschäftsstrategie 2011 stützen kann, ist das Sony Partner Programm (SPP), das demnächst als Version 2.0 weitere Verbesserungen bringen soll. „Mit der Einführung von SPP haben wir zunächst zirka 15.000 Verträge mit dem Handel gekündigt. Das hat sich natürlich deutlich beim Umsatz



Der neue Sony Deutschland Chef Rick Londema (r.) stellte sich vor, sein Vorgänger, Jeffrey van Ede (l.), verabschiedete sich und dankte den Handelspartnern für die gute Zusammenarbeit während der vergangenen Jahre. Gemeinsam mit Commercial Director Martin Winkler (M.) will Londema die Geschäftspolitik von Edes kontinuierlich weiterführen.

gezeigt“, führte Martin Winkler, Commercial Director Sony Deutschland, aus. „Inzwischen haben wir aber wieder über 6.000 Händler neu zertifiziert, und mit denen machen wir glänzende Geschäfte.“ Derzeit sei das Unternehmen „extrem gut unterwegs“, so dass er risikolos die Prognose „Sony wird 2011 wachsen“ stellen könne.

Die anfängliche Skepsis gegenüber SPP sei verfliegen, führte Winkler aus. Stattdessen habe sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Margen sich erhöht hätten,

ten, dass SPP Fairness bei den verschiedenen Vertriebslinien hergestellt habe und dass Sony die kostenintensive Beratung und Präsentation bei stationären SPP Partnern belohne. Außerdem habe sich der Abstand zwischen Online- und Ladenverkaufspreisen nachweisbar verringert.

Für die nächste Stufe des Sony Partner Programms kündigte Winkler eine weitere konditionelle Anpassung, eine europäische Harmonisierung und eine Erweiterung des SPP Sortiments an.

www.sony.de



Auf großes Interesse stießen im Rahmen der Sony Roadshow, hier am Standort Dortmund, vor allem die Neuheiten aus dem Sony TV-Portfolio.



Mit ihrer „Superlativ-Strategie“ möchte die Verbundgruppe Euronics ihren Slogan „best of electronics“ untermauern. Ziel ist die klare Positionierung der Marke im Qualitätssegment. Die sogenannten „Superlativ-Produkte“ sind fester Bestandteil in den Euronics Fachgeschäften und sollen Händlern ein klares Alleinstellungsmerkmal am Point of Sale bieten.

Besser kann unser Claim „best of electronics“ kaum umgesetzt werden. Die Euronics Mitglieder können so Produkte mit besonderen Eigenschaften unverkennbar herausstellen“, erklärt Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG. „Dabei steht ein einzigartiges Merkmal im Mittelpunkt: der Flachste, der Energiesparendste, die höchste Auflösung – eben ein echter Superlativ. Mit dieser Positionierung sehen wir uns eindeutig als Nr.1 im qualitativ-hochwertigen Segment.“ 2011 wird die erfolgreiche Strategie weiter ausgebaut. In nahezu allen Euronics Outlets werden vielseitige Superlativ-Produkte – verteilt über die gesamte Verkaufsfläche – präsentiert. Dadurch entstehen sogenannte „points of surprise“ in den Verkaufsräumen der Euronics



„Wir verkaufen von ‚oben nach unten‘ und holen den Kunden damit nicht bei den Einstiegspreisklassen im Sortiment ab, sondern bieten dem Endverbraucher einen echten Mehrwert“, so Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG.



Händler, wobei die ausgewählten Produkte aus dem wertigen Segment als klare Höhepunkte in der Standardplatzierung präsentiert werden. „Wir verkaufen von ‚oben nach unten‘ und holen den Kunden damit nicht bei den Einstiegspreisklassen im Sortiment ab, sondern bieten dem Endverbraucher einen echten Mehrwert mit dem für ihn besten Produkt. Dabei gehen wir betriebstypenorientiert vor: In Großflächen können natürlich mehrere Highlights präsentiert werden“, erläutert Kober. „Fachgeschäfte wechseln ihre Superlativ-Präsentationen in regelmäßigen Abständen und ergänzen diese durch Displays oder Leuchtkästen im Schaufenster. Auch in der Werbung wird die Verbundgruppe

2011 stärker die qualitätsorientierte Kundschaft ansprechen, also Endverbraucher, bei denen der Nutzen und nicht der Preis im Fokus stehen. TV-Spots in publikumswirksamen Sendungen („Wer wird Millionär“, „Schlag den Raab“, „Germanys next Topmodel“, „Sportschau“), Beilagen und vielseitige Angebote am PoS stellen die jeweiligen Superlativ-Produkte vor, um die Meinungsführerschaft im gehobenen Produktsegment zu erreichen.

„Mit Angeboten wie diesen wird Euronics langfristig im Qualitätssegment die erste Adresse für Verbraucher, die, neben dem marktgerechten Preis, Qualität nicht nur beim Produkt, sondern auch bei Beratung und Service wollen“, meint Kober. „Unsere Strategie beruht genauer gesagt auf einer Doppelstrategie. Wir sorgen für eine bessere Orientierung beim Konsumenten, verbessern die Vermarktungsmöglichkeiten für unsere Händler und so letztlich auch unsere Zusammenarbeit mit der Industrie“, so Kober weiter. „Oder mit anderen Worten: Mit den Superlativ-Produkten als Leuchttürmen im Sortiment kommen wir zu besseren Betriebsergebnissen, zu effizienteren Vermarktungsstrategien und damit zu einer höheren Wertschöpfung“, so der Vorstandssprecher.

Tip der Zentrale an jeden Fachhändler: Von den unterschiedlichen Superlativ-Arten kann der „eigene Superlativ“ am einfachsten umgesetzt werden. Produkte mit der Auszeichnung „mein Meistverkaufter“ oder „unser Bester“ wecken das Interesse der Kunden garantiert.

„best of Kundennähe“

Stärker als bisher will Euronics künftig seine Größe mit internationaler Ausrichtung kommunizieren. „Gemeinsam mit Euronics International sind wir an über 11.000 Standorten in Europa vertreten. Es gibt keine Verbundgruppe im europäischen CE-Markt, die größer ist“, so Kober. „Größe schafft Vertrauen und Preiswürdigkeit.“ Und dieses Vertrauen will Euronics nicht über den Preiskampf gewinnen, sondern mit „best of Kundennähe“. Angesichts der vielen Innovationen der CE-Branche fällt es nicht immer leicht, den Überblick zu behalten. Der beratende Fachhandel steht 2011 vor einigen Herausforderungen. Klasse statt Masse lautet deshalb das Credo beim Warenangebot. Fachhändler sind gefragt, die sich kontinuierlich mit Beratungskompetenz und starken Serviceleistungen empfehlen und Kunden vor Ort eine gute Vorführung bieten. Eine langfristige Kundenbindung und Verbrauchervertrauen wird nur ernten, wer Konsumenten auf Augenhöhe begegnet und sich auf einen kundennahen Dialog einlässt. Niemand kann das besser als der beratende Fachhandel – Euronics rechnet auch 2011 fest mit dem mündigen Konsumenten und setzt auf Empfehlungen mit Mehrwert, nicht auf blinde Rabattversprechen. Umso mehr haben Superlative einen festen Platz in der Werbung und bei den Auftritten am PoS. Die Mär, dass das Billigste auch das Beste ist, glaubt, laut Euronics, ohnehin keiner mehr. Leere Marketingversprechen und Worthülsen im Verkaufsgespräch seien ein Boomerang und strapazierten nur das Nervenkostüm der Konsumenten, heißt es seitens der Verbundgruppe.

www.euronics.de



Mit ihrer „Superlativ-Strategie“ möchte die Verbundgruppe Euronics ihren Slogan „best of electronics“ am PoS untermauern.

Telefunken Storage startet durch

Speicherspezialist TRS Star, mit Sitz im badischen Malterdingen, hat Mitte Februar eine Schulung für die neuen Handelsvertreter des Unternehmens veranstaltet. Themenschwerpunkt der Schulung war die Telefunken Storage Produktreihe.

„Die Bedeutung der Marke Telefunken verschafft dem Handel mit diesen unkomplizierten Produkten Mehrwert und neue Umsatzmöglichkeiten“, so Hans Fritz, Vertriebsleiter Handel bei TRS Star.



In entspannter Atmosphäre erhielten die Teilnehmer detaillierte Kenntnisse zu den anspruchsvollen Produkten der Serie Telefunken Storage. Die Produktserie Telefunken Storage konzentriert sich auf Speichermöglichkeiten im Bereich der Unterhaltungselektronik. Themen wie Private Video Recording, Timeshift, Multimedia-Player und Net-TV standen außerdem auf der Tagesordnung. Ein besonderes Augenmerk galt dem neuen Multimedia-Player von Telefunken, der sich, nach Aussagen des Herstellers, durch eine



Fülle an Funktionen und Alleinstellungsmerkmalen von Wettbewerbsprodukten abhebt. Christoff Rampf, Technischer Produktmanager bei TRS Star, hierzu: „Ein Multimedia-Player ist nicht gleich ein Multimedia-Player. Der Käufer wird durch diesen nicht weiter definierten Begriff zu der Annahme verleitet, Hersteller A sei günstiger als Hersteller B. Dabei hebt sich das Telefunken Produkt hier ganz klar ab: 3D-kompatibel, als einziges seiner Klasse mit Internet-WiFi-Dongle ausgestattet und in Sachen Kompatibilität einzigartig. Diese klaren Vorteile zeigt auch das Ergebnis eines Benchmarks, das mit verschiedenen Geräten ausgeführt wurde, die derzeit schon unter dem Begriff Multimedia-Player im Handel erhältlich sind.“

Die Produktpalette, die derzeit Filmsticks in verschiedenen Kapazitäten und digitale Videokassetten mit Aufnahmekapazitäten bis zu 230 Stunden umfasst, wurde sinnvoll durch Standardprodukte aus dem Bereich Speicher erweitert. Ebenso zum Produkt-Portfolio



zählt die Multimedia-Player-Serie, mit integrierter Festplatte und einer Speicherkapazität von bis zu 2.000 GB. Erweitert wurden die Geräte im ersten Schritt um USB Sticks und SD/Micro-SD Karten. Hans Fritz, Vertriebsleiter Handel, sagt hierzu: „Die Bedeutung der Marke Telefunken verschafft dem Handel mit diesen unkomplizierten Produkten Mehrwert und neue Umsatzmöglichkeiten. Mit diesen Produktreihen unter dem bekannten, deutschen Markennamen werden außerdem neue Käuferschichten angesprochen.“



In entspannter Atmosphäre erhielten die Schulungsteilnehmer detaillierte Kenntnisse zu den anspruchsvollen Produkten der Serie Telefunken Storage.

Pfiffige Ideen wie die Halterung für die digitale Videocassette runden die Telefunken Storage Produktpalette ab. Laut Eduard Weiss – verantwortlich für das Produktmarketing – ist dies jedoch noch keineswegs das Ende der Fahnenstange: „Wir werden ein Feuerwerk an innovativen Produkten bringen“, so Weiss.

www.msc-ge.com



Die TRS Star GmbH

Die TRS Star GmbH ist ein Schwesterunternehmen der MSC Vertriebs GmbH mit Sitz in Stutensee als klassischer Industriedistributor. Die MSC Vertriebs GmbH wurde 1982 gegründet und erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von ca. 400 Millionen Euro. In der Unterhaltungselektronik ist das Unternehmen nun durch die TRS Star GmbH vertreten.

Premium AV-Receiver von Pioneer Bild- und Tonwiedergabe wie vom Künstler beabsichtigt

Pioneers Premium AV-Receiver mit den Produktbezeichnungen SC-LX83, SC-LX73, VSX-LX53 und VSX-2020 überzeugen durch ein edles Design und Klangkompetenz. Sie unterstützen die neuesten HD-Videoformate einschließlich 3D und warten mit zahlreichen High-Tech-Features auf.

Bei den Modellen SC-LX83 und SC-LX73 wird Pioneers Verstärkerkonstruktion Direct Energy HD eingesetzt, die auf analoger Class D-Technologie von ICEpower basiert, und beim VSX-LX53 und VSX-2020 kommen Pioneers Advanced Direct Energy-Verstärker zum Einsatz. Pioneers hoher Qualitätsanspruch wird durch die schwarze Aluminiumfront mit feinem Hairline-Finish (außer VSX-

2020), die edle blaue LED-Beleuchtung des Displays, die stabile Konstruktion und die High-End-Komponenten eindrucksvoll unterstrichen. „Die hohe Qualität der Receiver spiegelt sich auch im Design und in der Verarbeitung wider“, betont Jürgen Timm, Product Manager bei Pioneer Electronics Deutschland GmbH. „Durch den Einsatz optimierter bzw. völlig neuer, exklusiver Pioneer-Technologien sind wir unserem Ziel, Video- und Audioerlebnisse genauso wiederzugeben, wie vom Künstler beabsichtigt, bei diesen Modellen einen weiteren Schritt näher gekommen. Neben der Wiedergabequalität sind uns Bedienungskomfort und Vielseitigkeit sehr wichtig. Die Systeme bieten eine enorme Vielfalt von Schnittstellen und verarbeiten alle wichtigen HD-Audio- und -Videoformate. Zudem sind sie mit den neuesten technischen Innovationen im

Heimkinobereich kompatibel, einschließlich Dolby Pro Logic IIz und 3D. Darüber hinaus bieten wir neben einer Funkfernbedienung auch eine App an, mit der die Hauptfunktionen des Receivers mit einem iPad, iPhone- und iPod touch gesteuert werden können – per Touchscreen-Bedienung und durch Neigen des Steuergerätes.“

Sound-Experten

Die Systeme sind außerdem mit Pioneers Phase Control Technology ausgestattet, mit der die Phasenverzögerung korrigiert und der Mehrkanal-Klang deutlich verbessert wird. Der SC-LX83 bietet darüber hinaus die Funktion Full Band Phase Control, mit der die Phasenverschiebung bei Mehrkanal-Lautsprechern kompensiert wird. So wird sichergestellt, dass das Audiosignal an der Hörposition



synchron ist. Eine weitere wichtige Audiatechnologie ist Pioneers renommiertes MCACC-System (Advanced Multi-Channel Acoustic Calibration). Dieses System funktioniert wie eine professionelle Klangbühne und gibt Anwendern die Möglichkeit, ihr Lautsprecher-Setup automatisch abzustimmen und ihr System an die individuelle Dynamik des Aufstellungsorts anzupassen. Die Receiver bieten Anschlüsse für sechs HDMI-Quellen und spielen alle wichtigen Video- und Audioformate ab. Mit dem Bluetooth-Adapter, der auf der Rückseite des Pioneer AV-Receivers angeschlossen wird, kann Musik problemlos vom Mobiltelefon gestreamt werden. Für die ultimative iPhone- bzw. iPod-Erfahrung wird ein

Spezialkabel mitgeliefert, mit dem eine hervorragende Video- und Digitalaudioverbindung hergestellt wird. Über einen USB-Eingang auf der Vorderseite können verschiedene Musik- und Fotoinhalte wiedergegeben werden, Audiostreaming vom PC per Bluetooth wird unterstützt, und der SC-LX83 kann problemlos mit DLNA-konformen Netzwerkquellen verbunden werden. Über die LAN-Verbindung können die Anwender auch Internetradio hören und dabei Titelnamen und Interpreten auf dem Display anzeigen. Auf allen Modellen können 24 Internetradiosender gespeichert werden, der SC-LX83 unterstützt das Portal vTuner.

www.pioneer.eu/de

Die neuen Handycam Highlights 2011 von Sony

Integrierter Projektor

Mit den Modellen HDR-PJ10E und HDR-TD10E hat Sony sein Handycam Sortiment um zwei innovative Hightech-Modelle erweitert. Die HDR-PJ10E filmt nicht nur in Full-HD-Bildqualität in 50p, sondern kann auch dank des integrierten Beamers Videos und Fotos direkt nach der Aufnahme in einer Größe von bis zu 150 Zentimetern auf eine geeignete Fläche projizieren. Die HDR-TD10E folgt dem aktuellen 3D Trend und ermöglicht mit ihren beiden nebeneinander liegenden Objektiven und den beiden schnellen Bionz-Prozessoren Full HD-Qualität für das Heimkino in der dritten Dimension.

Dass sich die HDR-PJ10E – ebenso wie ihr Schwestermodell HDR-PJ30VE – nicht nur zum Aufnehmen von Filmen und Fotos eignet, sondern auch zu deren sofortiger Präsentation, fällt beim ersten Blick auf das Gehäuse auf: Beide Handycams sind mit einem ultra-kompakten LED-Video-

projektor ausgestattet, der in das Display integriert wurde. Es handelt sich dabei um ein sogenanntes Digital Micromirror Device (DMD) mit einer Auflösung von 640 x 360 (16:9-Format). Die zur Projektion verwendete Technologie wird bereits in DLP-Beamern (Digital Light Processing) verwendet. Sie besteht aus einer Einheit mit tausenden kleinen Mikrosiegeln, die Bildinformationen schnell und präzise umlenken können, um so ein Bild zu projizieren.

Der in die beiden Handycam Modelle eingebaute Mini-Beamer ermöglicht die Projektion von Bildern mit einer maximalen Bild-diagonale von 60"/150 cm. Als Lichtquelle werden RGB LED's eingesetzt, die eine sehr gute Farbwiedergabe ermöglichen und ein starkes Kontrastverhältnis von 1.500:1 bieten. Mit voll geladenem Akku NP-FV50 sind Filmvorführungen oder Diashows bis zu einer Länge von 90 Minuten möglich.

Das Material bekommt der Nutzer durch die Aufnahme von Videofilmen in Full-HD-Qualität im 50p-Modus oder per Fotofunktion mit



Die Handycam HDR-PJ10E von Sony lässt sich nicht nur zum Filmen und Fotografieren benutzen, sondern dank des im Display eingebauten Mini-Beamers auch zur sofortigen Präsentation der gemachten Aufnahmen.

projektor ausgestattet, der in das Display integriert wurde. Es handelt sich dabei um ein sogenanntes Digital Micromirror Device (DMD) mit einer Auflösung von 640 x 360 (16:9-Format). Die zur Projektion verwendete Technologie wird bereits in DLP-Beamern (Digital Light Processing) verwendet. Sie besteht aus einer Einheit mit tausenden kleinen Mikrosiegeln, die Bildinformationen schnell und präzise umlenken können, um so ein Bild zu projizieren.

Der in die beiden Handycam Modelle eingebaute Mini-Beamer ermöglicht die Projektion von Bildern mit einer maximalen Bild-diagonale von 60"/150 cm. Als Lichtquelle werden RGB LED's eingesetzt, die eine sehr gute Farbwiedergabe ermöglichen und ein starkes Kontrastverhältnis von

3,3 Megapixeln Auflösung; dabei ist die gleichzeitige Aufnahme von Filmen und Fotos möglich.

Um von Anfang an gelungene Filme und Fotos zu erhalten, stehen bei der HDR-PJ10E unter anderem das 30fach-Zoomobjektiv (ca. 30–900 mm entsprechend Kleinbild), die Funktion iAuto, die Motive und Szenen automatisch erkennt, und neun Belichtungsautomatiken bereit. Die optische Bildstabilisierung mit neuem Aktiv-Modus (Anti Roll für ruckelarme Aufnahmen auch im Gehen) trägt ebenfalls zur hohen Qualität der Aufnahmen bei. Die Auswahl des Bildausschnitts, die Kontrolle der Ergebnisse und die Einstellung der wichtigsten Funktionen erfolgt über das 3,0"/7,6 cm große Wide Clear Photo LCD mit 230.400 Pixeln und Touch-Funktion. Und da zum guten Videobild ein ent-



Videofilme drehen und das Ergebnis sofort vorführen? Mit den neuen Sony Handycams HDR-PJ10E (Bild) und HDR-PJ30VE ist das kein Problem mehr.

sprechender Ton gehört, liefert die Handycam auch klaren und vollen 5.1 Surround-Sound über integrierte Stereo-Lautsprecher und den eingebauten S-Master Stereo-Verstärker.

Gespeichert werden die Aufnahmen auf dem internen Flash-Speicher mit 16 GB Kapazität. Das reicht im LP-Modus für HD-Aufnahmen bis zu sechs Stunden. Derjenige, der die Aufnahmen nicht im Gerät lassen will, kann sie direkt auf eine externe Festplatte oder Wechselspeicher kopieren. Dazu bietet die Handycam außer einem integrierten USB-Kabel auch Steck-

plätze für Memory Stick PRO Duo, SD, SDHC oder SDXC Karten. Das Verwalten und Hochladen von Videos und Fotos wird durch die im Lieferumfang enthaltene Software Picture Motion Browser Portable, die mit Windows- und Mac-Rechnern genutzt werden kann, erleichtert. Eine weitere Spezialität der Sony Handycam HDR-PJ10E ist die Funktion Golf Shot. Sie dient dazu, schnelle Bewegungen aufzunehmen und zu analysieren.

Um das Zusammenspiel mit anderen Entertainment-Komponenten zu ermöglichen, bietet die Neuheit eine Reihe von Schnittstellen. Der

Multi-Systemanschluss beinhaltet den Video/Audio-Ausgang, den Komponenten-Ausgang und die Möglichkeit, ein Stativ mit Fernbedienung zu nutzen. Außerdem verfügt der Camcorder über einen HDMI-Ausgang, einen externen Mikrofon- und einen integrierten USB-Anschluss. Zudem lassen sich ein (Stereo-) Mikrofon und ein Kopfhörer anschließen.

Die HDR-PJ10E von Sony ist ab Mitte März für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 649 Euro erhältlich. Das größere Schwestermodell, die Handycam HDR-PJ30VE von Sony soll für 949 Euro verkauft werden.

3D mit zwei Objektiven

Einer der aktuellen Megatrends in der Welt des Home-Entertainments ist 3D. Mit der HDR-TD10E präsentiert Sony einen Double Full HD 3D Camcorder, der die dritte Dimension nun auch für das Heimkino ermöglicht.

Die TD10E filmt 3D Videos in Full HD (zweimal 1.920 x 1.080 Pixel), „Frame by Frame“-Technologie.

Bei dieser Aufnahmetechnik werden zwei Full HD-Bilder mit der entsprechenden Perspektive aufgenommen. Bei der Wiedergabe auf einem kompatiblen Monitor werden diese übereinandergelegt und mit einer Shutter-Brille – für das linke bzw. rechte Auge – synchronisiert. Diese Technologie gilt als das derzeit beste Aufnahmeverfahren für 3D.

Aufgenommen werden die beiden



parallelen Bilder von zwei im Abstand von 31 mm nebeneinander liegenden Sony G-Objektiven (ca. 34,4–344 mm bei 3D bzw. 29,8–357,6 mm bei 2D, jeweils entsprechend Kleinbild). Die Verarbeitung der so gewonnenen Bilddaten übernehmen zwei

Exmor R CMOS Sensoren mit jeweils 4,2 Megapixeln und zwei Bionz Hochgeschwindigkeits-Bildprozessoren. Diese Komponenten sind in der Lage, Full-HD-Videoaufnahmen mit bis zu 28 Mbit im AVCHD-Format genauso schnell aufzunehmen, zu verarbeiten und wiederzugeben wie Geräte herkömmlicher Bauart eine 2D Aufnahme.

Die gespeicherten 3D-Videos können auf jedem 3D-fähigen Fernseher wiedergegeben werden. Ohne Brille lassen sich die 3D-Aufnahmen auch auf dem 3,5"/8,9 cm großen Xtra Fine 3D LCD-Monitor der TD10E (1.229.000 Punkten, Tru Black Technologie) betrachten. Dadurch kann der Filmer die dreidimensionalen Effekte

sofort nach der Aufnahme an der Kamera überprüfen. Steht zur Wiedergabe kein 3D-fähiger Bildschirm bereit, gibt der 3D Camcorder seine Videos automatisch als Full-HD-Aufnahmen in 2D wieder.

Auch bei der HDR-TD10E ist die (gleichzeitige) Aufnahme von Filmen und Fotos möglich. Im Gegensatz zur HDR-PJ10E stehen hier allerdings 5,3 Megapixel für die Fotofunktion bereit – wird diese allein genutzt, sind es sogar 7,1 Megapixel. Ein weiterer Unterschied ist das Drehrad zur manuellen Fokussierung und zur Einstellung von Verschlusszeit und Blende, das Sony als Assignable Dial bezeichnet.

Die HDR-TD10E von Sony bietet neun Automatikprogramme und eine beachtliche Speicherkapazität. Bis zu 26 Stunden HD-Aufnahme (LP-Mode) auf dem 64 GB großen internen Speicher sind möglich. Darüber hinaus ist optional auch eine Speicherkarte nutzbar.

Hervorzuheben ist der optische Bildstabilisator mit Aktiv-Modus, dessen Anti-Roll-Funktion auch



Die Rückseite der Handycam HDR-TD10E von Sony zeigt sich sehr aufgeräumt.

im 3D-Modus verwacklungsfreie Filmaufnahmen selbst beim Dreh im Gehen gewährleistet.

Es gibt aber auch eine Reihe von Gemeinsamkeiten. Hier ist zum Beispiel die Option Direct Copy zu nennen. Sie bietet ein hohes Maß an Komfort, da sie die schnelle und einfache Übertragung der gespeicherten Videos auf eine externe Festplatte ermöglicht. Auch die hervorragende Tonqualität – aufgezeichnet wird im 5.1 Surround-Format – ist ein Kennzeichen beider Modelle (und aller anderen HD-Geräte des Frühjahrs-Portfolios 2011, außer der HDR-CX130E).

Beide Handycam-Neuheiten zeichnen sich weiterhin durch die neue Focus Tracking-Funktion aus. Mit ihr kann der Filmer ein Bilddetail per Fingerdruck auf dem Display anwählen. Anschließend stellt die Kamera die Schärfe automatisch nach, sobald sich das Objekt oder die Kamera bewegen.

Die Markteinführung der HDR-TD10E ist für Mitte April geplant. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 1.599 Euro.

www.sony.de

Kompakte Allrounder für unterwegs: Cyber-shot HX9V und Cyber-shot HX100V von Sony

Videofilmer werden nicht nur im Handycam Angebot von Sony fündig. Vor allem wer unterwegs spontan Videofilme drehen will, sollte sich im Fotokamerasortiment umschauen. Im Cyber-shot Portfolio finden sich Modelle, die nicht nur Fotos in hervorragender Qualität liefern, sondern ebenso Videofilme in Full-HD-Qualität ermöglichen. Die Highlights im Jahr 2011 sind die Cyber-shot HX9V und die Cyber-shot HX100V. Sie bieten sich als kompakte und leichte Alternativen für Filmfreunde an.

Und damit kein Film wegen zu komplizierter Handhabung ungedreht bleibt, warten beide Modelle mit einem einfachen und durchdachten Bedienkonzept auf: So reicht bei der HX9V und der HX100V ein Knopfdruck, um brillante Full-HD-Videos aufzunehmen. Die beiden neuen Modelle filmen im AVCHD-Format mit 50 Vollbildern pro Sekunde (1.920 x 1.080 Pixel, 50p). Für eine optimale Bildqualität sorgt auch hier der optische Bildstabilisator mit Aktiv-Modus, der unter anderem in den links beschriebenen Handycam-Modellen HDR-PJ10E und HDR-TD10E zu finden ist. Er zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass er nicht nur bei Standbildern seine Funktion erfüllt, sondern auch dann verwacklungsfreie Videos ermöglicht, wenn der Film im Gehen aufgenommen wird. Dabei werden sowohl horizontale, als auch vertikale und die durch die Drehbewegung der Kamera-hand entstehenden Verwacklungen ausgeglichen.



Auf Knopfdruck lässt sich bei beiden neuen Cyber-shot Modellen die Aufnahme von Full-HD-Videos starten.

Kreative 3D-Optionen

Auch in der Cyber-shot Welt wächst die Bedeutung der 3D-Fotografie. Deshalb bieten beide Kameras zwei verschiedene Modi, um 3D-Fotos zu generieren: Im 3D-Panorama-Modus nimmt die Kamera während eines Schwenks mehrere Fotos auf und erstellt aus einer Vielzahl von Aufnahmen ein stereoskopisches Panorama. Im 3D-Fotomodus hingegen fertigen die Kameras zwei Aufnahmen mit unterschiedlichen Fokuspunkten an und erzeugen so verschiedene Bildtiefen für das rechte und linke Auge, damit der 3D-Effekt entsteht. Einen dem 3D-Bild sehr ähnlichen Effekt bieten Aufnahmen im Multi-Winkel-Schwenkmodus. Hierbei wird ein Motiv automatisch aus bis zu 15 verschiedenen Perspektiven fotografiert und lässt sich später auf dem Display betrachten. Um die Perspektiven zu wechseln, muss die Kamera beim Betrachten nur hin- und herbewegt werden.

Megazoom-Objektive mit Weitwinkel

Mitentscheidend für die hohe Bildqualität der beiden neuen Modelle sind ihre lichtstarken Megazoom-Objektive. Die kompakte HX9V ist mit einem weitwinkligen G-Objektiv von Sony mit 16fach-Zoom (24–384 mm entsprechend Kleinbild) ausgerüstet. Die HX100V bietet mit ihrem lichtstarken 30fach Carl Zeiss Vario Sonnar T* einen fast doppelt so hohen Vergrößerungsfaktor und erlaubt Fotos im Brennweitenbereich von 27 bis 810 mm (entsprechend Kleinbild). Zu den Vorzügen der fast professionell wirkenden HX100V gehört die Möglichkeit, auch manuell zu fokussieren. Dies ist insbesondere bei Makroaufnahmen oder bei sich schnell bewegenden Objekten von Vorteil, wenn die Schärfenebene bereits festgelegt werden soll, bevor das gewünschte Motiv ins Blickfeld gelangt.

In beide Kameras hat Sony eine verbesserte HR-Ver-



Das 30fach-Zoomobjektiv Carl Zeiss Vario Sonnar T* ist nur eines von vielen fast professionellen Ausstattungsmerkmalen der HX100V.



sion (High Resolution) integriert: Sie erzeugt Panorama-Bilder mit einer Auflösung von 10.480 x 4.096 Pixel.

High-Speed Serienbilder

Der Autofokus der beiden Neuheiten reagiert extrem schnell und stellt nach circa 0,1 Sekunden scharf. Beide Kameras sind in der Lage, bis zu zehn Aufnahmen pro Sekunde zu machen. Dadurch vergrößert sich die Chance für den Fotografen, sich bewegende oder plötzlich auftauchende Motive, scharf und genau im richtigen Moment auf das Bild zu bannen. Sowohl Fotos als auch Videos speichern die



Die kompakte Cyber-shot HX9V kommt Ende April in den Farben Schwarz und Gold auf den Markt.



HX100V und die HX9V auf Memory Stick, SD/SDHC oder SDXC Speicherkarten. Alle Aufnahmen lassen sich auf dem 3"/7,5 cm großen XtraFine LC-Display (921.600 Punkte) der beiden Kameras betrachten. Das Display der HX100V ist zudem flexibel ausgelegt und lässt sich aufwärts und abwärts schwenken. Außerdem ist die HX100V mit einem elektronischen Sucher mit 201.600 Punkten ausgestattet.

Neuer Superior Auto Mode

Die H-Serie bietet nicht nur einen hohen Leistungsstandard, sondern auch einen großen Bedienkomfort. Kreative Automatik-Funktionen liefern schnell und bequem optimale Bilderergebnisse. Die intelligente Motiv- und Szenenerkennung (iAuto) wurde um den Superior Auto Mode erweitert. Diese Funktion erfasst verschiedene Aufnahmebedingungen automatisch, justiert die Kamera-Einstellungen und schießt mehrere Fotos in Serie, die dann zu einem optimierten Bild zusammengefügt werden. Weitere Ausstattungsmerkmale wie die Gesichtserkennung und die Lächelautomatik Smile Shutter sowie eine integrierte Bedienungsanleitung mit Hilfefunktion erhöhen den Bedienkomfort zusätzlich. Dank integriertem GPS-Recorder mit Kompass lässt sich außerdem jede Aufnahme exakt lokalisieren.

Beide Kameras sind ab Ende April verfügbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: Cyber-shot HX9V 369 Euro, Cyber-shot HX100V 469 Euro.

www.sony.de

TK



NAVI

GfK prognostiziert weiterhin gute Marktchancen für Navigationsgeräte

Reine Navigationsgeräte haben ebenso wie Mobiltelefone mit Navigationsfunktion auch in Zukunft gute Marktchancen. Verbraucher bevorzugen das Gerät, das dem jeweiligen Einsatzzweck am besten entspricht. Das sind Ergebnisse einer Studie der GfK Retail and Technology zum Nutzungsverhalten von Navigationsgeräten, die in Deutschland, Frankreich

Vielzahl von Navigationslösungen im Angebot. In der GfK-Studie wird deutlich, dass die Vorzüge reiner Navigationsgeräte – dazu zählen tragbare Produkte sowie Geräte, die fest im Auto eingebaut sind – besonders in der Bildschirmgröße und der vielgestaltigen Kartendarstellung liegen. Daher bevorzugen 89 Prozent der Befragten in den drei Ländern für Autofahrten diese beiden Gerätetypen gegenüber Mobiltelefonen.

Gerade hinsichtlich längerer Fahrten am Wochenende oder in den Urlaub erfüllen nach Ansicht der Befragten reine Navigationsgeräte die Anforderungen deutlich besser als Handys. Knapp 80 Prozent zeigen sich in diesem Bereich mit mobilen oder fest eingebauten Geräten bei Urlaubsfahrten zufrieden, bei den Mobiltelefonen sind es hingegen lediglich 66 Prozent. Elektronische Orientierungshilfen erfreuen sich aber nicht nur bei Autofahrern großer Beliebtheit, sondern bewähren sich auch als Stadtführer oder zur Standort-

mit Navigationsfunktion leiten lassen. Derzeit bejahen die Nutzer die Überlegenheit der tragbaren Navigationsgeräte gegenüber Handyanwendungen klar. In Deutschland können sich allerdings 53 Prozent der Befragten vorstellen, dass Handys mit neuen Navigationsangeboten in Zukunft tragbaren Geräten die Führungsrolle streitig machen. In Großbritannien sind 48 Prozent der Verbraucher dieser Meinung und in Frankreich 39 Prozent.

Für die nahe Zukunft prognostiziert GfK Retail and Technology, dass weder reine Navigationsgeräte noch Lösungen mit Mobiltelefonen eine marktbeherrschende Stellung einnehmen, sondern sich alle drei Gerätetypen in ihrer Nische behaupten werden. Es zeigt sich im Bereich Navigation entgegen der Annahme von der digitalen Konvergenz – dem Zusammenwachsen unterschiedlicher Funktionsbereiche in einem Gerät –, dass die Verbraucher die Geräte parallel entsprechend der jeweiligen Situation nutzen. www.gfkr.com

ENO erweitert Programm um Jabra Produkte

ENO hat den Headset-Hersteller Jabra ins Portfolio aufgenommen. Laut Untersuchung der GfK ist Jabra ein führender Hersteller von Bluetooth-Headsets und Freisprechlösungen im deutschen Fachhandel im Jahr 2010. Als erster Headset-Hersteller weltweit bietet Jabra Mobile ab sofort Apps für sein Jabra-Portfolio auf dem neuen Jabra Mobile Experience Portal an. Bereits verfügbar sind Programme für Spracherkennung, GPS, Musik und Unterhaltung. Mit Vlingo

gibt es eine erste deutsche App, weitere Apps folgen im Laufe des Jahres. www.eno.de

The Phone House erweitert Lifeline-Schutz-Pakete zu Allround Service Paketen

The Phone House (TPH) hat seine Lifeline Schutz Pakete durch umfangreiche Zusatzleistungen zu Allround Service Paketen weiterentwickelt. Sowohl das Service Paket Lifeline Handy Premium als auch Lifeline Notebook bieten ab sofort einen kostenlosen technischen Support, der den Kunden bei allen wichtigen Fragen zu Hard- und Software unterstützend zur Seite steht.

Die Telefon-Hotline ist an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr erreichbar. Über eine sogenannte Remote-Verbindung sind die Lifeline Techniker auch in der Lage, direkt auf das Notebook des Kunden zuzugreifen und Probleme zu beheben. Zusätzlich haben Kunden fortan die Möglichkeit, sich kostenfrei ein spezielles Reisepaket auszuleihen. Dieses besteht aus einem universellen Reiseadapter, einem weltweit einsetzbaren Quad-Band-Handy sowie einer Broschüre mit wertvollen Tips für den Auslandsaufenthalt. Das Lifeline Notebook-Schutzpaket umfasst zusätzlich eine Ein-Jahres-Lizenz für die Internet Security Software Kaspersky im Wert von 39,95 Euro sowie einen Notfall-UMTS-USB-Stick, der unterwegs den Zugang ins Internet ermöglicht.

Bei Beschädigungen, Diebstahl und Verlust des Smartphones oder Notebooks bietet Lifeline natürlich wie bislang bewährten Vollkasko Schutz. Die Service-Pakete Lifeline Handy

Premium und Lifeline Notebook sind ab sofort in allen The Phone House Shops sowie online unter www.phonehouse.de erhältlich. Lifeline Handy Premium kostet je nach Handtyp zwischen 3,33 Euro und 12,99 Euro. Lifeline Notebook kann ab 3,99 Euro erworben werden und kostet maximal 14,99 Euro. Beide Service Pakete haben eine Mindestlaufzeit von drei Monaten. www.phonehouse.de

O2 Business prämiiert die Gewinner des Gründerwettbewerbs

O2 hat die Sieger des Gründerwettbewerbs geehrt: Der erste Preis in Höhe von 7.000 Euro ging an Malte Geschwinder und Knut Büscher von der gb consite GmbH. Mit ihrem neuen Service können stationäre Unternehmen wie Einzelhändler schon vorher überprüfen, ob sich die Eröffnung einer neuen Niederlassung lohnt. Der Online-Standortcheck der Jungunternehmer aus Oberschleißheim berechnet Umsatzprognosen aus einer Vielzahl von Geomarketing-Daten.

Den zweiten Preis (3.000 Euro) empfängt die Hamburger Firma Vatosline UG für ihren Internet-Service, mit dem Spediteure, Reedereien und Logistikdienstleister die Seefrachtzuschläge von Containerschiffen abfragen können. Den dritten Preis, ein Notebook und ein BlackBerry-Smartphone, nimmt die Münchner Firma NameRobot mit nach Hause. Sie bietet einen Internet-Service zum automatischen Finden von wohlklingenden Namen für Firmen, Marken oder Produkte an. www.o2online.de



Navigationsgeräte werden nicht nur zur Routenführung genutzt, sondern auch als Stadtführer oder zur Standortbestimmung.

und Großbritannien durchgeführt wurde. Im Wettbewerb zu fest eingebauten Lösungen beherrschten bisher vor allem mobile Navigationsgeräte den Markt. Doch zum einen ist der Markt zunehmend gesättigt, und zum anderen ist für Handys mittlerweile eine

bestimmung. Rund 70 Prozent aller Befragten würden als Fußgänger mobile Navigationslösungen via Handy bevorzugen. Selbst knapp 60 Prozent derjenigen, die aktuell ausschließlich ein tragbares Navigationsgerät nutzen, würden sich zu Fuß lieber von einem Mobiltelefon

Bitkom sagt für das Jahr 2011 einen Boom beim Absatz von Smartphones und tragbaren Computern voraus

Der steigende Absatz von Smartphones und tragbaren Computern sorgt für einen Boom der mobilen Internetnutzung. Das hat der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) auf Basis von aktuellen Zahlen des European



Bitkom-Präsidiumsmitglied Friedrich Joussen

Information Technology Observatory (EITO)* erklärt. Den Zahlen zufolge steigt der Umsatz mit mobilen Datendiensten im Jahr 2011 voraussichtlich um zwölf Prozent auf sieben Milliarden Euro.

„Das mobile Internet hat sich in weiten Teilen der Bevölkerung durchgesetzt“, sagte Bitkom-Präsidiumsmitglied Friedrich Joussen bei Vorstellung der Zahlen. Wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung habe der Erfolg moderner Multimedia-Handys. Nach der Bitkom-Prognose steigt der Smartphone-Absatz im Jahr 2011 in Deutschland um 36 Prozent auf 10,1 Millionen Stück. Der Umsatz mit den Geräten legt um 24 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro zu. „Jedes dritte verkaufte Handy ist heute ein Smartphone“, sagte Joussen. Der Handy-Absatz insgesamt wird im Jahr 2011 in Deutschland voraussichtlich um 4,3 Prozent auf rund 29 Millionen Stück steigen.

Die zunehmende Beliebtheit mobiler Internetanwendungen führt zu einem sprunghaften Anstieg des Datenvolumens in den Netzen der Mobilfunkbetreiber. Nach Berechnungen des Bitkom hat sich die in den deutschen Mobilfunknetzen übertragene Datenmenge im vergangenen Jahr auf 70 Millionen Gigabyte mehr als verdoppelt. Das entspricht dem Inhalt von rund 15 Millionen DVDs.

Einen zusätzlichen Schub für das mobile Internet bringt der Erfolg tragbarer Computer. „Nach den Netbooks rollen jetzt die Tablet-PCs den Markt auf“, so Joussen. Mit 9,5 Millionen Stück wurden im vergangenen Jahr 16 Prozent mehr mobile Computer verkauft. Anders als andere Geräte besitzen die meisten Tablet-PCs ab Werk ein UMTS-Modem, mit dem die Nutzer an nahezu jedem Ort in Deutschland ins Netz gehen können. Wegen ihrer im Vergleich zu den Smartphones größeren Bildschirme eignen sich Tablet-PCs noch besser zum mobilen Surfen, E-Mail lesen oder für datenintensive Anwendungen wie Videostreamings.

„Die Mobilfunkbetreiber setzen derzeit ein riesiges Investitionsprogramm für den Ausbau ihrer Netze um“, sagte Joussen. Nur so könnten die Anbieter das steigende Datenvolumen bewältigen und schnelle Downloads gewährleisten. Im Mobilfunk fließen in den kommenden Jahren allein zwischen acht und zehn Milliarden Euro in den Ausbau der neuen Übertragungstechnik LTE. Die Nachfolgetechnologie von UMTS erreicht Geschwindigkeiten bis zu



100 Megabit pro Sekunde. Bis zum Jahresende 2010 wurden bereits 1.500 Mobilfunkstandorte umgerüstet, die 200.000 Haushalte mit der neuen Technik versorgen können. Bis zum Abschluss des ersten Quartals 2011 werden weitere 1.500 LTE-Standorte hinzukommen. Bereits seit mehreren Jahren sind die Erlöse der Mobilfunkbetreiber mit Sprachdiensten rückläufig. In Deutschland erwartet der Bitkom nach einem Rückgang von 2,2 Pro-

zent im Vorjahr ein Minus von 3,5 Prozent im Jahr 2011 auf 15,8 Milliarden Euro. www.bitkom.org

* Das European Information Technology Observatory liefert aktuelle Daten zu den weltweiten Märkten der Informationstechnologie, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. EITO ist ein Projekt der Bitkom Research GmbH. www.eito.com

Am 9. April feiert neues Messetrio in Leipzig Premiere Amicom zeigt mobiles Infotainment im Cockpit

Wenn am 9. April die Türen des Leipziger Messegeländes geöffnet werden, dann feiert dort ein neues Messetrio seine Premiere. Während in den geraden Jahren auf der AMI – Auto Mobil International Neuwagen im Mittelpunkt stehen, wird sich in den ungeraden Jahren alles um Technik und Zubehör drehen. Das neue Dreierkonzept aus Amicom, Amistyle und Amitec will dabei sowohl Pkw-Nutzer und -Interessierte als auch Besucher aus Handel und Handwerk ansprechen.

Es besteht kein Zweifel daran, dass multimediale Informationen und Unterhaltung auch in den Pkw Einzug halten. Auf der Amicom, der Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug, erleben die Besucher vom 9. bis zum 13. April aktuelle Produkte und Dienste und können

Mit einer Bildschirmdiagonale von sechs bis zehn Zoll, die viele Endgeräte aufweisen, lassen sich zahlreiche Informationen übersichtlich darstellen. Den Anfang macht die Navigationsfunktion mit Points of Interest, gefolgt von einer Sprachsteuerung, die das Bußgeld bei Handynutzung erspart und auch den kürzesten Weg zur

alen Abdeckung durch TV-, Audio- und Internetzugriff im Cockpit. Verbunden mit diesen Features lassen sich vielfältige Anwendungen nun komfortabel unterwegs

wird auch den Tablet-PCs ein deutliches Marktwachstum vorausgesagt. Ohne Rauschen und ohne Knistern, so sieht die Vision eines



Auf großes Interesse stoßen auf der Amicom die Angebote der Navigationsgerätehersteller.

nutzen. Dazu gehören die Verwaltung von E-Mail-Konten, das Abrufen von Webstreams sowie die Möglichkeit, Freunde über Facebook über den momentanen Aufenthaltsort zu informieren.

neuen digitalen Überall-Unterhaltungsprogramms aus, das bereits von vielen Herstellern unterstützt wird. Nachdem auch von staatlicher Seite neue Gelder zur Pro-

Integration von Tablet-PC und Smartphone

Hauptakteure dieses Trends sind Smartphones und Tablet-PCs. Viele Hersteller haben mittlerweile sogenannte Dockingstationen im Angebot. Damit lassen sich die Endgeräte mit wenig Aufwand an die Car-Hifi-Systeme formschön anschließen. Besonders der Smartphone-Markt wächst kontinuierlich, und es ist dank der immer neuen Entwicklungen auch nicht davon auszugehen, dass der Trend sich umkehrt. Zusätzlich



Mobiles Entertainment im Pkw verspricht in den kommenden Jahren hohe und steigende Umsätze.

jektförderung erteilt wurden, steht der Kooperation zwischen mehreren privaten Rundfunkanbietern und der Media Broadcast GmbH (Sendernetzbetreiber DAB) zur Erweiterung des bundesweiten DAB-Angebots nichts mehr im Weg. Wenn sich die Programmauswahl ähnlich entwickelt wie beim digitalen Satellitenempfang, erwartet die Nutzer eine eindrucksvolle Programmvietfalt.

Attraktives Rahmenprogramm

Auf die Besucher warten aber nicht nur aktuelle Innovationen aus den Bereichen Audio, Infotainment und Navigation, sondern auch ein spannendes Rahmenprogramm. Dazu zählen beispielsweise zahlreiche Live-Einbauten, die zeigen, mit welchen Handgriffen ein Fahrzeug individualisiert werden kann, und der EMMA-Soundwettbewerb, zu dem wie im vergangenen Jahr über 130 der besten Car-Hifi-Tuner Europas aus über 30 Nationen erwartet werden.

„Mit dem neuen Messetrio haben wir ein für Deutschland einzigartiges Angebot kreiert, das den Standort Leipzig als zentralen Treffpunkt für Auto-Enthusiasten weiter festigt“, sagte AMI-Projektdirektor Matthias Kober.

www.amicom-leipzig.de

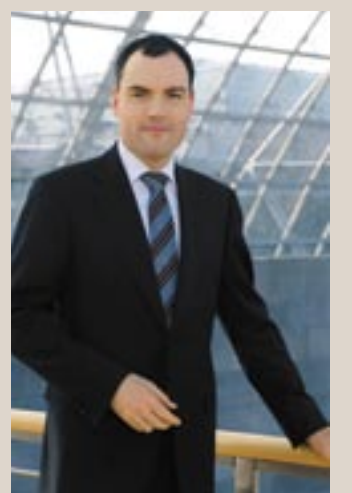
Auto Mobil International 2012 startet im Juni

Neue Zeitrechnung für die AMI – Auto Mobil International: Mit dem Wechsel in den Zweijahres-Rhythmus und der damit verbundenen Neu-positionierung als einziger internationaler Pkw-Messe in Deutschland in geraden Jahren findet die Automobilmesse in Leipzig ab 2012 immer Anfang Juni statt. Im kommenden Jahr präsentiert die Automobilbranche vom 2. bis 10. Juni ihre Premieren und Innovationen auf der Leipziger Messe.

„Mit dem neuen Termin vergrößern wir den zeitlichen Abstand zu den international etablierten Messen in Genf und Peking. Auf der Auto Mobil International wird es so deutlich mehr Welt- und Europapremieren geben. Eine solche positive Entwicklung war mit dem bisherigen Termin im April nur schwer vereinbar“, sagte Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Messe. „Die Entscheidung wurde in Übereinstimmung mit den deutschen und internationalen Pkw-Herstellern getroffen. Viele Hersteller treten offensiv für eine internationale Premierenmesse in Leipzig ein.“

Auch die Amitec – Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service – sowie die Amicom – Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug – finden 2012 statt. „Gemeinsam und sehr sorgfältig analysieren wir derzeit insbesondere die Interessen der Branchenpartner und Aussteller der Amicom, um diese Messe im Frühjahr optimal in Leipzig einzuordnen. Über weitere Details der Veranstaltungen 2012 informieren wir im April 2011“, so Buhl-Wagner. 2011 finden die Amitec und die Amicom im Verbund mit der neu konzipierten Messe Amistyle vom 9. bis 13. April auf dem Leipziger Messegelände statt.

www.ami-leipzig.de



Martin Buhl-Wagner



Vor Ort können sich die Besucher die neuesten Produkte der Lieferanten demonstrieren lassen.

einen Blick auf die Trends des mobilen Infotainments werfen. Zahlreiche marktführende Aussteller wollen auf der Leipziger Messe ihre Integrationslösungen für Smartphones und Tablet-PCs präsentieren und damit zeigen, dass diese Geräte ihren festen Platz im Cockpit erobert haben.

Auch Pkw-Hersteller entwickeln eigene Apps

Einer der wichtigsten Branchentrends im Bereich der In-Car-Elektronik ist die Integration mobiler Endgeräte wie Tablets und Smartphones ins Auto. Einige Automobilhersteller und Anbieter von Unterhaltungselektronik forschen aktiv an einer Integration von Unterhaltungselektronik und Telematiksystemen in Telefon- und Smartphone-Systeme. Grund für diesen Ansatz ist unter anderem die Flexibilität dieser Endgeräte.



Vodafone und Microsoft bieten Cloud-Services für Geschäftskunden an

Vodafone Deutschland bietet in Zusammenarbeit mit Microsoft ein Baukastensystem aus sogenannten cloudbasierten Anwendungen an. Das neue Produkt Microsoft Online Services ist ein Komplettpaket, das Kommunikationsprodukte wie Microsoft Exchange-, Sharepoint- und Office Communications Online sowie Office Live Meeting vereint. Die Kunden können damit schnell und sicher auf Kalender-, Kontakt-, und Unternehmensdaten zugreifen. Die Lösung soll die ortsunabhängige Zusammenarbeit mit Kollegen oder externen Partnern beschleunigen und den eigenen IT-Administrationsaufwand verringern. Die Nutzer greifen per Internet Browser oder einer speziellen Client-Software auf die cloudbasierten Anwendungen zu, die auf den Servern von Vodafone liegen.

www.vodafone-deutschland.de

Sonnet RackMac mini macht Mac minis zur Serverlösung

Mit dem RackMac mini präsentiert Sonnet Technologies ein Gehäuse für Mac minis. Im 1U-Rackmount-Format können ein oder zwei minis der neuen Generation installiert werden. Damit bietet Sonnet eine preiswerte Alternative zu Xserve von Apple. Die 19-Zoll-Lösung kann festinstalliert, aber auch im mobilen Einsatz genutzt werden. Auf der Vorderseite des RackMac minis befinden sich der

Ein-/Aus-Schalter sowie eine USB-Schnittstelle für jeden Mac mini. Die DVD-Laufwerke der Macs sind durch die Frontplatte weiterhin frei zugänglich. Der Luftstrom wird von vorne durch das Rackmount hindurch geleitet, deshalb ist für optimale Luftzirkulation gesorgt; selbst wenn RackMac mini zwischen anderen Komponenten eingebaut wird. Das Gehäuse ist aus robustem Stahl gefertigt. Ein Riegel hält die Macs auch beim Transport sicher an ihrem Platz. RackMac mini kann problemlos in Rack-Schränke oder Einzelracks integriert werden. RackMac mini ist ab sofort für 205 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich.

www.sonnettech.com

devolo zeigt auf der CeBIT Heimnetzwerklösung für Triple-Play-Dienste

Die devolo AG zeigt auf der CeBIT 2011 dLAN als Heimnetzwerklösung für Triple-Play-Dienste. Mit dem neuen dLAN 500, basierend auf dem internationalen Powerline-Standard IEEE 1901, sind selbst aufwendige Übertragungen von hochauflösenden 3D-Filmen in jeden Raum des Hauses möglich. Parallel zeigt das Aachener Unternehmen innovative dLAN-Entwicklungen wie den dLAN 200 AV USB extender für die gemeinsame Nutzung von USB-Festplatten und -Druckern sowie die Heimnetzwerk-Management-Software dLAN Cockpit. Mit dLAN TV Sat präsentiert devolo den Messefachbesuchern seine TV-Lösung zum Empfang von digitalem Satellitenfernsehen über die Stromleitung. Zu sehen sind die



Produkte und Lösungen von devolo auf der CeBIT im Planet Reseller in Halle 15, Stand H43. www.devolo.de

Neue Doppelfestplatte von Buffalo Technology beseitigt Speicherprobleme

Buffalo Technology kombiniert mit der DriveStation Duo USB HD-WLU3 ein Zweiplatten-DAS mit USB-3.0-Leistung. Bis zu vier Terabyte Speicher sowie RAID 0 und RAID 1 beenden Speicherplatzprobleme und sorgen für sichere Backups. Die externe Doppelfestplatte erreicht Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 230 MB/s – Filme, große Präsentationen oder ganze Festplatteninhalte lassen sich so in wenigen Minuten sichern oder auslagern.

Das Zweiplattensystem der DriveStation Duo stellt dank des geringen Einstiegspreises eine kostengünstige

Also Holding AG und Actebis GmbH fusionieren zur Also-Actebis Holding AG

Die Generalversammlung der Also hat der Fusion der Schweizer Also Holding AG und der deutschen Actebis GmbH zur Also-Actebis Holding AG mit Sitz in Hergiswil/Schweiz zugestimmt. Jetzt erfolgen auch in Deutschland erste Schritte für die Zusammenarbeit.

Mit sofortiger Wirkung übernehmen Michael Dressen und Reiner Schwitzki die Verantwortung für Also und Actebis Peacock in Deutschland. Dressen ist Mitglied der Konzernleitung der Also-Actebis Holding AG und verantwortlich für die Geschäfte auch in Österreich.

Ziel der Zusammenführung ist es, eine schnellere, effizientere und flexiblere Dienstleistung für Kunden und Lieferanten bereitzustellen. Insbesondere durch die Integration der IT-Systeme und die Spezialisierung der Kompetenzen in den Standorten wird dies erreicht werden. Die Standorte Soest, Osnabrück, Straubing sowie die Lagerstandorte Soest, Bad Wünnenberg-Haaren, Staufenberg und Braunschweig bleiben erhalten.

Für alle Kunden der beiden Unternehmen in Deutschland gelten vorerst unverändert die bestehenden Verträge und vereinbarten Konditionen. Die bewährten Bestell- und Lieferwege, darunter Also-VIS sowie der Actebis Peacock Online-Shop, bleiben bestehen. In den nächsten Wochen sind die Zusammenführung der Kundenkonditionen und die Überprüfung und ggf. Neuauftellung der Ansprechpartner geplant. Dieser Prozess wird in mehreren Schritten erfolgen und erst mit der Einführung einer gemeinsamen SAP-Plattform in der zweiten Jahreshälfte 2011 an allen Standorten abgeschlossen sein. Die Kunden werden über mögliche Änderungen rechtzeitig informiert. Bis zu dieser Information bleiben Konditionen und Ansprechpartner aus den verschiedenen Standorten erhalten.

In der weiteren Führungsebene in Deutschland sind folgende Änderungen geplant: Vertrieb: Thomas Kasper, Geschäftsbereich HP: Mathias Jablonski, Geschäftsbereich PC Volume: Stefan Klinglmair, Geschäftsbereich Peripherie & Komponenten: Jochen Bless, Geschäftsbereich VAD: Reinhold Egenter, Geschäftsbereich Telekommunikation/NT plus: Volker Flemming, Marketing: Oliver Kaiser, Business Development: Guido Wirtz, Finanzen: Reiner Schwitzki, Logistik: Hermann Scharl.

www.also.de/www.actebispeacock.de

Gesamtlösung für PC- oder Mac-Umgebungen dar. Direkt an PC, Server oder NAS angeschlossen, kann je nach Bedarf entweder der maximale Speicherplatz mit hoher Lese- und Schreibgeschwindigkeit genutzt wer-

den oder mit einem Plus an Sicherheit die automatische Spiegelung mit der Hälfte der maximal verfügbaren Kapazität. Zusätzliche Datensicherheit dank Backup Utility und schnellere Datentransfers über TurboPC und Turbo Copy bietet die Software-Sammlung Buffalo Tools. Ergänzend hilft die Software eco Manager beim Stromsparen. Die MiniStation USB 2.0 HD-PCU2 wurde für Nutzer konzipiert, die häufig Zugriff auf Daten benötigen, die nicht mehr auf die eigene Festplatte passen oder generell viel Datenaustausch betreiben.

Die 165 Gramm schwere externe 2,5-Zoll-Festplatte bietet Platz für 320 GB, 500 GB oder gar 1 Terabyte Musik, Fotos, Videos, Texte, Mails, Präsentationen, PDF-Dateien und vieles mehr. Sie benötigt so wenig Strom, dass die Versorgung über den USB-Anschluss des Gastrechners ausreicht.

Zudem erweitert auch hier die mitgelieferte Software-Sammlung Buffalo Tools mit Memeo AutoSync, das beim Anschließen der USB-Platte vorher definierte Dateien und Ordner automatisch auf den neuesten Stand bringt, den Funktionsumfang beträchtlich. Und das sowohl unter Windows als auch unter Mac OS.

Die DriveStation Duo HD-WLU3 ist ab sofort verfügbar. Die unverbindlichen Verkaufspreise lauten für die 2-TB-Version 219,99 Euro, für die 4-TB-Version 369,99 Euro. Die MiniStation HD-PCU2 kostet in der 320-GB-Version 51,99 Euro, in der 500-GB-Version 60,99 Euro und in der 1-TB-Version 119,99 Euro (UVPs).

www.buffalo-technology.com/de_DE/home/

Samsung Roadshow 2011 steht unter dem Motto „Inspire the World, Create the Future“

Inmitten der dynamischen Hafenwelt Hamburgs zeigt Samsung am 3. und 4. März aktuelle Trends der Informationstechnologie. Dort und an sechs weiteren Veranstaltungsorten erfahren Fachhändler, mit welchen Produkten Samsung in diesem Jahr den Markt stärken wird. Unter dem Motto „Inspire the World, Create the Future“ inszeniert das Unternehmen auf der Roadshow wegweisende Technologien, nutzerfreundliche Funktionen und einzigartige Designkonzepte.

Im Geschäftskundenbereich wird die neu gebildete Large Account-Abteilung neue Lösungen und Wege zu strategischen Partnerschaften nach dem Motto „IT für Markt und Kunden aus einer Hand“ präsentieren.

Vielfältige Inhalte jederzeit auf einem beliebigen Gerät zur Verfügung stellen – und so das Leben der Menschen bereichern. Diese Vision macht Samsung auf der Roadshow für den Handel erlebbar. „Auf der diesjährigen Roadshow möchten wir den Menschen und seine Bedürfnisse nach bedarfsgerechten IT-Lösungen noch mehr in den Mittelpunkt stellen“, sagte Roland Schwyer,

Director IT Cluster. „Ich freue mich schon sehr, den Handelspartnern unsere spannenden Produkte und innovativen Lösungen vorstellen zu können und zusammen über zukünftige Projekte zu sprechen. Außerdem bieten wir unseren Partnern in hochkarätigen Schulungen das Wissensfundament für eine erfolgreiche Handelskommunikation.“

Für ein gemeinsames, begeisterndes Erlebnis am Schreibtisch kombiniert Samsung erstmals innovative TV-Funktionen mit komfortablen Vernetzungsmöglichkeiten in einem Display. Für zuverlässiges und effizienteres Arbeiten stehen die Produktlösungen von Samsung IT-Storage: Gezeigt werden schnelle USB 3.0-Festplatten, besonders robuste Speicherkarten sowie weitere leistungsstarke Speicherlösungen.

Im Bereich Mobile Computing vereint das bislang dünnste Notebook von Samsung ein leichtes und besonders robustes Gehäuse mit leistungsstarken Komponenten. Die drahtlose Kommunikation von Notebook zum Display ermöglicht smartes, bequemes Arbeiten ohne Kabel. Welche Möglichkeiten sich für den Nutzer damit eröffnen, zeigen Trainer, die den Handelspartnern überzeugende Verkaufsargumente vermitteln.

Auf der Roadshow zu sehen sind außerdem komfortable und wirtschaftliche Druckerlösungen für den individuellen Einsatz. Vielfältige Druck-, Kopier-, Scan- und Faxmöglichkeiten sorgen für angenehmes und kostensparendes Arbeiten.

Nach dem Erfolg im vorigen Jahr zeigt Samsung auf der Roadshow zum zweiten Mal sein umfangreiches B2B-Sortiment. Die Produkte aus den Bereichen Mobile Computing, Digital Printing, Display und Storage sind auf die individuellen Bedürfnisse von Geschäftskunden zugeschnitten. Zu den Höhepunkten gehören neue leistungsstarke A3-Multifunktionsdrucker der MultiXpress-Reihe. Bei den Displays liegt der Fokus unter anderem auf vielseitigen Thin Client- und Zero Client-Lösungen sowie dem innovativen Central Station Konzept. Ein breites Sortiment an B2B-Notebooks aller gängigen Zollgrößen rundet das Portfolio ab.

Premieren erwarten den Handel auch im AV-Bereich, wo Samsung sein Konzept des Smart TV-Erlebnisses präsentiert. Das neue Bedienkonzept Smart Access ist einer der Höhepunkte von Digital Imaging, und im Bereich Home Appliances zeigt Samsung innovative Kühl-Gefrier-Kombinationen für eine moderne Genera-

tion. Die Telecom Abteilung stellt ihre Neuheiten vom Mobile World Congress (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) aus.

Das Samsung-Trainerteam bietet den Besuchern in allen Städten interessante Kompakttrainings und spannende Workshops an. Die Stationen der Roadshow:

- 3./4.3.: Hamburg, Schuppen 52
- 10./11.3.: Frankfurt/Offenbach, Halle K39
- 14./15.3.: Dresden, Zeitenströmung
- 17./18.3.: Berlin, Station-Berlin
- 21./22.3. Bochum, Jahrhunderthalle
- 24./25.3. München, MVG Museum
- 31.3./1.4. Stuttgart, Alte Kelter.

Interessierte Geschäftspartner können sich seit dem 7. Februar 2011 für die Roadshow und die Trainings unter folgender Adresse anmelden: www.samsung.de/inspire-the-world. Das gesamte Samsung-Team steht an den genannten Terminen zwischen 11 und 22 Uhr für persönliche Gespräche zur Verfügung.

www.samsung.de

Kopfhörer von Sony für jeden Anspruch

Hey, Mr. DJ

Ob WALKMAN, iPod- und iPhone-Besitzer, DJ, Vielreisender oder Klassikfreund: Sony bringt in diesem Frühjahr eine breite Auswahl an Kopfhörern auf den Markt, die jedem Anspruch gerecht werden. Das Unternehmen möchte mit diesem breiten Produktangebot seine Präsenz als innovative Kopfhörermarke im Markt positionieren, Vertriebskanäle ausbauen und Kunden aktiv am PoS unterstützen.

Die MDR-EX-Serie von Sony umfasst eine Vielzahl neuer In-Ear-Kopfhörer. Mit den stylischen, farbenfrohen und preisgünstigen Modellen MDR-E9, -EX10, -EX40 und -EX50 kommen vor allem alle fashion-begeisterten Hörer auf ihre Kosten. Zur Auswahl stehen verschiedene Trendfarben, die ideal zum hauseigenen WALKMAN oder iPod oder iPhone passen. Knackiger Sound vom 9 Millimeter Neodym-Treiber geht dank der mitgelieferten weichen Earpads, die auch bei kleineren Ohren hervorragend passen, mit hohem Tragekomfort einher. Die UVPs für die Kopfhörer betragen zwischen 8,- und 30,- Euro. Mit den Modellen MDR-EX310 und MDR-EX510 können Musikkonsumenten ihre Lieblingsstücke noch stilvoller genießen. Die hochwertigen In-Ear-Modelle sind mit einem 13,5 Millimeter Neodym-Treiber für satte, tiefe Bässe ausgestattet. Hybrid-Silikon Ohrpolster in drei verschiedenen Größen sorgen bei jedem Einsatz für einen sicheren und bequemen Halt. Der EX310 hat einen Nennübertragungsbereich von 5–25.000 Hz und ist in den Farben

Schwarz und Weiß lieferbar (UVP 55 Euro).

Das Modell EX510 mit einem Nennübertragungsbereich von 5 – 27.000 Hz kommt in den Farben Schwarz und Gold auf den Markt und soll 100,- Euro kosten. Beide Kopfhörer haben Hybrid-Silikon-Ohrpolster in vier Größen sowie jeweils drei neu entwickelte Ohrpolster mit Urethan-Schaum für besten Tragekomfort und zur Isolation von Außengeräuschen.

Ultrapräzisen Sound mit großem Tragekomfort bietet das Modell MDR-EX600. Diese In-Ear-Kopfhörer wurden für Audioliebhaber entwickelt, die auch unterwegs nicht auf perfekten Klang verzichten möchten. Der kraftvolle 16-mm-Treiber mit Mehrlagigen Membran sorgt für einen hochdifferenzierten Klang. Der Nennübertragungsbereich liegt bei 4–28.000 Hz mit einer Empfindlichkeit von 107 dB.

Die Hybrid-Silikon-Ohrpolster mit Urethan-Schaum sorgen auch hier für einen angenehmen Tragekomfort und isolieren Außengeräusche; sie sind in zehn Größen erhältlich. Der empfohlene Verkaufs-

Die Hybrid-Silikon-Ohrpolster mit Urethan-Schaum, wie hier beim Modell MDR-EX600, sorgen für besten Tragekomfort und zur Isolation von Außengeräuschen. Sie sind in zehn Größen erhältlich.



preis für den EX600 beträgt 200 Euro.

Das Flaggschiff der EX-Serie ist das Modell MDR-EX1000. Dieser neu entwickelte In-Ear-Kopfhörer bietet auch unterwegs einen vollendeten HiFi-Sound. Der außergewöhnlich präzise und kraftvolle Klang genügt höchsten Audioansprüchen auf kleinstem Raum. Für den MDR-EX1000 wird eine großformatige, dynamische Treibereinheit mit einem Durchmesser von 16 mm und neu entwickelter Flüssigkristallpolymer Membran verwendet. Das Magnesiumgehäuse absorbiert unnötige Vibrationen und sorgt für kraftvolle Bässe und präzise Höhen. Das Topmodell hat einen Nennübertragungsbereich von 3–30.000 Hz bei einer Empfindlichkeit von 108 dB. Zum Lieferumfang gehören ebenfalls Hybrid-Silikon-Ohrpolster mit Urethan-Schaum. Die UVP für den MDR-EX1000 lautet 500,- Euro.

Leichtigkeit und Style

Diejenigen, die einen geschlossenen Bügel-Kopfhörer nicht nur im Einsatz haben, um bei einem ausgezeichneten Sounderlebnis die aktuellen Musikhits zu genießen, sondern diesen außerdem als cooles Fashion-Accessoire begreifen, sind mit der neuen Z- und

und Weiß ab April zu einer UVP von 50,- Euro lieferbar.

Einen exzellent abgestimmten, kraftvollen Klang und natürlich ebenfalls hohen Tragekomfort bietet der Bügel-Kopfhörer MDR-ZX700. Er hat einen Nennübertragungsbereich von 5 bis 40.000 Hz. Die UVP für den ab April lieferbaren Kopfhörer beträgt 100,- Euro.

Vollendeter Studiosound

Für professionellen Einsatz und höchste Audioansprüche mit einem enormen Frequenzbereich eignet sich der komfortable Bügel-Kopfhörer MDR-Z1000 von Sony. Er arbeitet mit neu entwickeltem 50-mm-Treiber mit Flüssigkristallpolymer Membran und starkem Neodymium Magnet, der für exzellenten und präzisen Klang sorgt. Das druckmindernde Urethan-Ohrpolster ermöglicht ein angenehmes Tragen und isoliert von Außengeräuschen. Der Kopfhörer hat eine Eingangssignalleistung von bis zu 4.000 mW. Sein Nennübertragungsbereich liegt bei 5 bis 80.000 Hz. Sein Kabel aus hochreinem Kupfer ist abnehmbar. Der Profi-Kopfhörer MDR-Z1000 kommt im April zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 500,- Euro auf den Markt.

www.sony.de

Der edle In-Ear-Kopfhörer MDR-EX1000 bietet auch unterwegs vollendeten HiFi-Sound.



Der Studio-Kopfhörer MDR-Z1000 sorgt nicht nur für einen guten Sound, er ist auch ein echter Eye-Catcher.



Life's Good

LG Electronics gehört zu den weltweit führenden Unternehmen und technologischen Impulsgebern von Elektronik-, Informations- und Kommunikationsprodukten und beschäftigt mehr als 82.000 Mitarbeiter in 86 Niederlassungen. LG ist weltweit der größte Hersteller von Handys, LED, LCD und Plasma TV sowie von optischen Laufwerken, Klimageräten, Waschmaschinen und Heimkinosystemen.

Seit 1976 ist LG Electronics in Deutschland aktiv und beschäftigt heute rund 300 Mitarbeiter in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Mobile Communication, IT, Klima- und Hausgeräte.

Für den neuen Produktbereich „Beleuchtung“ möchten wir unser expandierendes Team in Willich (Großraum Düsseldorf) verstärken und suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt mehrere

SALES MANAGER – LED-LICHTQUELLEN UND BELEUCHTUNGSLÖSUNGEN (M/W)

Als Vertriebsmanager sind Sie verantwortlich für den Aufbau, die Leitung und die Steuerung der Vertriebsaktivitäten der Produktgruppe LED Lighting in Deutschland.

Ihre Aufgaben:

- Aufbau einer erfolgreichen Vertriebsorganisation
- Neukundenakquisition
- Entwicklung von Verkaufsstrategien für den Produktbereich LED Lighting, sowohl B2C als auch B2B
- Umsetzung dieser Strategien in Zusammenarbeit mit verschiedenen Abteilungen, unter anderem Service und Marketing
- Umsatz- und Profitverantwortung für LED-Produkte
- Festlegung der Kundenstruktur für die Produkte des Bereiches LED Lighting
- Festlegung von Konditionen für alle Kunden (Distribution, Industrie, Projekte, Fachhandel usw.)

Ihre Qualifikationen:

- Kaufmännische Ausbildung und technische Kenntnisse im Bereich Lighting
- Nachweisbare Führungserfolge und Motivationskraft
- Mehrjährige Berufserfahrung in vergleichbarer Position
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Interesse?

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bezogen per E-Mail an: recruiting@lge.com



LG Electronics Deutschland GmbH
Rainer Billmaier, Personalabteilung
Jakob-Kaiser-Straße 12, 47877 Willich



www.lge.com

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Bankverbindung:

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner, Sebastian Lindemann

Redaktion:

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

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb:

Silke 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.



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher
Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-
gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.

Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics...

... Unterhaltungselektronik
... Informationstechnologie
... Telekommunikation
... Infotainment
... Fotobranche

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

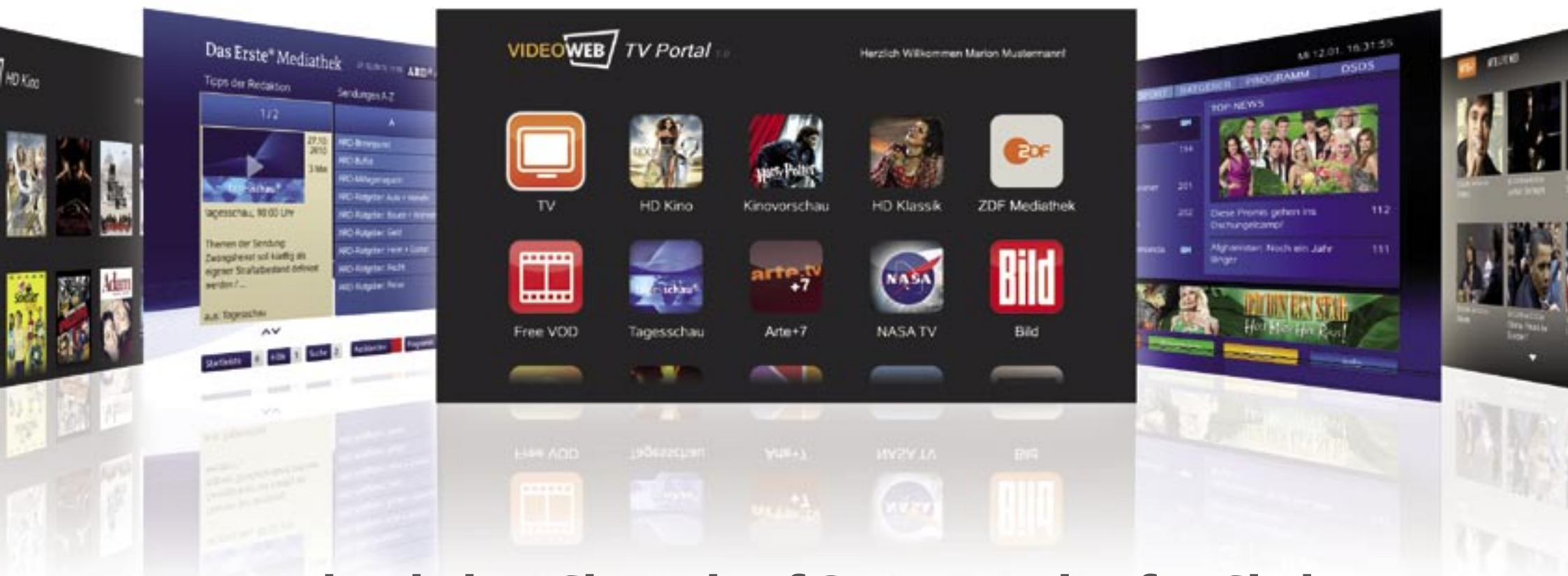


Interessiert am monatlichen, kostenlosen
PoS-MAIL E-Mail-Newsletter?
Senden Sie uns eine E-Mail an:
pos@cat-verlag.de

Was die Zukunft auch bringt – VideoWeb bringt es in jeden HD-Fernseher.

CeBIT 2011

Besuchen Sie uns in
Halle 13, Stand C 39,
Block C.



Den Fernseher haben Sie verkauft? Dann verkaufen Sie jetzt auch das Programm von heute, morgen und übermorgen.

Sagen Sie Ihren Kunden: Ihr Fernseher kann mehr!

Immer mehr TV-Anwendungen basieren auf Datenverbindungen ins Internet. Millionen von Fernsehern in Deutschland – auch moderne HDTV-Modelle – sind dafür nicht vorbereitet. Jetzt können Sie Ihren Kunden eine Lösung anbieten, die das ganze Programm in jeden HD-Fernseher bringt.

Bieten Sie Ihren Kunden das Beste aus TV, Kino und Internet

VideoWeb bietet TV-Entertainment auf neustem Stand: HD-Fernsehen, HD+, digitaler Videorecorder, TV-Inhalte vieler großer Sender und neuste Kinofilme jederzeit auf Abruf – und dazu den neuen VideoText mit mehr Inhalten im modernen Design, private Urlaubsfotos, Twitter, Picasa und vieles mehr.

Verkaufen Sie eine Kombination mit Zukunft:

VideoWeb TV-Portal und SAT-Receiver

VideoWeb geht automatisch mit der Zeit: Immer neue Inhalte, Anwendungen und Services werden so aufbereitet, dass sie in jedem HD-Fernseher laufen – und ganz einfach über die Fernbedienung angewählt werden können. Und das ohne Vertragsbindung und ohne Abo-Kosten.



Überzeugen Sie Ihre Kunden.

Wir unterstützen Sie. Informieren Sie sich unter <http://handel.videoweb.de/POS311> oder rufen Sie uns an.

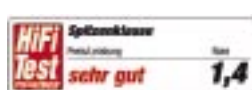
Unsere Händler-Hotline: 0721 - 7540 54 23



CeBIT 2011
Innovations-Award



Ausgezeichnet
2010 und 2011
für Innovation
und Bedienkomfort



VIDEOWEB

Macht mehr aus Ihrem Fernseher

Samsung Aktion PIMP your PRINTER

Mehr Individualität beim Druckerkauf – mehr Umsatz für den Handel!

Mit Gratis-Printer-Design-Skins können Kunden ihrem Samsung Drucker einen ganz individuellen Look geben. Wer noch mehr will, kann online weitere Entwürfe auswählen oder eigene Motive gestalten.



Samsung ML-1865W

- Weltweit kleinster WLAN-fähiger Laser-Drucker
- Soft Power Taste – spart Strom
- Printscreen-Taste – zum Druck der Bildschirmanzeige



Samsung SCX-3200

- Das kompakte 3-in-1-Multitalent
- Hohe Tonerreichweite von bis zu 1.500 Seiten
- Printscreen-Taste – zum Druck der Bildschirmanzeige



Samsung CLX-3185

- Der Farb-Allrounder für das Heimbüro
- Druck-, Kopier- und Scanfunktion
- Polymer Toner Technologie – für ausgezeichnete Farbbrillanz

Profitieren auch Sie von dieser besonderen Aktion – mit begeisterten Kunden und mehr Umsatz!
www.samsung.de/pimpyourprinter



TURN ON TOMORROW