

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

März 2012

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

13. Jahrgang • 51612



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

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

Wim Wenders

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



LOEWE.

Noch rund 1,8 Mio. Haushalte müssen umgerüstet werden!

Die analoge Satellitenübertragung endet am 30.04.2012



Schon umgeschaltet...?



Endspurt bei der Analogabschaltung

In weniger als zwei Monaten wird das analoge Satelliten-TV-Signal in Deutschland abgeschaltet. Unwiderruflich, denn die bislang für das analoge Fernsehen reservierten Kapazitäten sind längst schon wieder an digitale Anbieter vermietet. Wer also bis zum 30. April seine analoge Satellitenanlage nicht auf digital umgestellt hat, wird am 1. Mai vor einem leeren Bildschirm sitzen. Und das werden nach heutigem Stand einige hunderttausend – wenn nicht gar Millionen – Zuschauer sein, und zwar vor allem diejenigen, die über gewerbliche Anbieter

fernsehen wollen, also zum Beispiel Hotelgäste, Senioreneinwohner oder Patienten in Krankenhäusern. Auch viele Besitzer von Eigentumswohnungen, deren TV-Programme in Wohnanlagen über eine Gemeinschaftsempfangsanlage auf das heimische TV-Gerät gelangen, werden vor diesem Problem stehen, wenn sie nicht rechtzeitig umrüsten. Und natürlich gibt es auch die analogen Privathaushalte, die das Problem bislang nicht als ihr Problem erkannt haben oder sich zu spät zum Handeln entschließen.

Denn obwohl alle an der Umstellung Beteiligten seit vielen Monaten für die Digitalisierung trommeln, müssen derzeit nach den Ergebnissen des „TV Monitor 2011“, den das Marktforschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag des Satellitenbetreibers Astra

durchgeführt hat, noch rund 1,8 Millionen Haushalte aktiv werden. Zwar ist die Zahl der Satellitenhaushalte, die ihre Programme noch analog empfangen, von Ende 2010 bis Ende 2011 um rund 1,2 Millionen gesunken, so dass inzwischen bereits knapp 16 Mil-

lionen Haushalte digitales Fernsehen über Satellit nutzen (das entspricht einem Digitalisierungsgrad von rund 90 Prozent und liegt damit deutlich über dem Kabel, wo momentan nur rund 46 Prozent der Zuschauer digitale Programme empfangen). Doch

die nach wie vor immens hohe Zahl analoger Satellitenempfänger bedingt rein rechnerisch eine Umstellung von arbeitstäglich weit über 25.000 (Stand 1. Februar) Haushalten. Das ist eine für Handel und Handwerk kaum oder nicht zu bewälti-

Ausgeröhrt!
Analogabschaltung zum 30.04.2012*

Bereit für digitales Fernsehen? Wir helfen beim Umstieg.

- Jetzt umsteigen auf einen Metz LCD-TV mit Digital-Empfang!
- Mit wertvollen Tipps für eine optimale, hochauflösende Bildqualität.
- Die Chance für den teilnehmenden Metz Fachhändler!

www.metz.de

Metz Digital-Check

- ☒ Digital-Check
- ☒ vor Ort
- ☒ durch Metz Metz Fachhändler

Jetzt: Empfangs-Check durch den Metz-Fachhändler!

> DIE RL838G-SERIE

Die ganze Welt im Wohnzimmer. Egal ob in 32- oder in 40-Zoll, mit den LED-Fernsehern der RL838G-Serie werden Sie bestens unterhalten.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

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



Bis der Arzt kommt

Als vor fünf oder sechs Jahren der Flachbild-TV-Boom losging, gab es auf den Pressekonferenzen der großen Hersteller ein Ritual: Bevor die neuen Produkte vorgestellt wurden, präsentierte man erst einmal die neuen Fabriken für die LCD-Produktion. Bereits damals reichte eine einfache Kopfrechenoperation, um zu erkennen, dass mit Milliarden-Investitionen Kapazitäten aufgebaut wurden, mit denen man den TV- und Display-Weltmarkt gleich mehrfach versorgen konnte. Um keine Umsätze zu verpassen, entstanden Fabriken, in denen man Fernseher bauen konnte, bis – wie man so sagt – der Arzt kommt.

Jetzt wird der Arzt gebraucht. Zusammen fast 13 Milliarden Euro Verlust werden allein die drei Hersteller Panasonic, Sharp und Sony im Ende März zu Ende gehenden Geschäftsjahr anhäufen. Natürlich stammen diese Verluste nicht allein aus dem TV-Geschäft, aber es trägt eine Menge dazu bei. Dagegen ist Samsung ein leuchtender Stern am CE-Himmel: 11 Milliarden Euro Gewinn haben die Koreaner im Geschäftsjahr 2011 eingefahren, davon 3,6 Milliarden im rekordverdächtigen vierten Quartal. Das TV-Geschäft sorgt aber auch in Seoul für bedenkliche Mienen, denn es war mit gut 500 Millionen Euro Verlust knallrot. Dass Sony in diesem Segment voraussichtlich 2,3 Milliarden Euro verliert, ist da ein schwacher Trost.

Mit Fernsehern verdient zur Zeit kaum jemand Geld – die Hersteller nicht und der Fachhandel auch nicht. Ende der 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts gab es so eine Situation schon einmal beim Magnetband. Damals begann die unausweichliche Marktbereinigung mit einem Paukenschlag: 3M mit Video- und Audiokassetten der Marke Scotch, weltweiter Marktführer in diesem Segment, stellte das Magnetband-Geschäft kurzerhand ein. Den Amerikanern war ihre Führungsposition einfach zu teuer geworden.

Ein Aussteigen namhafter Anbieter aus dem TV-Geschäft wäre allerdings eine Rosskur – auch für den Fachhandel. Es ist deshalb zu hoffen, dass die Vernetzung von Fernseher und mobilen Geräten und das Anbieten von Inhalten zu neuen Rezepten führt, um wieder eine ordentliche Wertschöpfung zu ermöglichen. Hoffen wir, dass den Managern der Top-Marken schnell eine Therapie fürs kranke TV-Geschäft einfällt. Oder müssen wir darauf warten, dass Apple mit dem Einstieg ins Fernsehsegment das iPhone-Kunststück wiederholt, in einem preisverrissenen Markt viel Geld zu verdienen? Wer die Vertriebspolitik von Apple kennt, weiß: Auf diesen Arzt kann der Hightech-Fachhandel gut verzichten.

gende Aufgabe. Sie bietet aber auch gleichzeitig eine Chance auf zusätzlichen Umsatz. Dieser beschränkt sich nämlich nicht auf den Verkauf bzw. Austausch der relativ preiswerten LNBs in den Satellitenschüsseln, sondern kann durch Zusatzverkäufe sehr hohe Beträge erreichen. Hier ist auf der einen Seite beispielsweise an Hardware und Produkte wie Digitalreceiver, HD-Fernsehgeräte und Digitalkabel zu denken, auf der anderen Seite aber auch an „HD-Software“, wie sie etwa von Anbietern wie HD Plus oder Sky zu haben ist.

TV-Trend Nummer eins ist der HDTV-Standard

Denn TV-Trend Nummer eins und wichtigster Treiber der Digitalisierung bleibt hochauflösendes Fernsehen im HDTV-Standard. 5,9 Millionen Satelliten-Haushalte in Deutschland schauen laut „TV Monitor 2011“ Programme in HD-Qualität. Das ist gut ein Drittel



Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer von Astra Deutschland, gehörte zu den Experten, die in den vergangenen Monaten quer durch die Republik reisten, um zum Thema Analogabschaltung zu referieren.

aller Sat-Haushalte. Besonders profitiert von diesem Trend hat auf Seiten der Programmanbieter Astra. Das Unternehmen, das in Unterföhring bei München eines der modernsten Sendezentren Europas betreibt, ist in den vergangenen Monaten zum größten deutschen TV-Anbieter geworden. „Das ist ein phänomenales Ergebnis. Damit ist es uns in den vergangenen zwei Jahren gelungen, die Reichweite des Satelliten um mehr als 1,3 Millionen Haushalte zu steigern“, betonte Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer Astra Deutschland, im Rahmen der Vorstellung der Ergebnisse des „TV-Monitor 2011“. „Es gelingt uns immer besser, den Zuschauern die Vorteile von Astra zu vermitteln. Der grundsätzlich kostenlose Empfang, das vielfältige Programmangebot und die ausgezeichnete Bild- und Tonqualität bilden ein überzeugendes Gesamtpaket, das so kein Wett-



Astra hat sich in den vergangenen Monaten zum größten deutschen TV-Anbieter entwickelt.

bewerber bieten kann.“ Über Astra können Haushalte bundesweit ohne monatliche Anschlusskosten derzeit über 260 deutschsprachige Programme empfangen, 37 davon im hochauflösenden Standard HDTV – diese Zahl soll bis Ende 2012 auf über 50 HD-Sender ansteigen.

HDTV beeinflusst in Deutschland auch zunehmend das Konsumverhalten und die Fernsehnutzung deutscher Haushalte. So plant derzeit etwa jeder fünfte deutsche Haushalt innerhalb der nächsten zwölf Monate die Anschaffung eines HD-Receivers. 18 Prozent wollen sich einen neuen Flachbildschirm zulegen, elf Prozent ein Gerät mit digitaler Aufnahmefunktion (PVR).

Der Handel zeigt sich äußerst aktiv

Der überwiegende Teil der Händler und insbesondere die Verbundgruppen haben die Chancen frühzeitig erkannt, die sich durch die Digitalisierung des Satellitenempfangs ergeben. So hatte zum Beispiel Euronics unter dem Leitsatz „Wir digitalisieren Deutschland“ bereits Anfang 2011 ein umfangreiches Aktions-Paket auf den Weg gebracht. Die – immer noch aktuelle – Informationskampagne zur Analogabschaltung besteht aus zahlreichen Maßnahmen, mit denen die Euronics Mit-

glieder die Verbraucher für das Thema Analogabschaltung sensibilisieren und fachkundig begleiten können. „Dazu zählen neben der service-orientierten Internetpräsenz, www.wir-digitalisieren-deutschland.de, Schulungen und Informationen sowie verschiedene Marketingaktivitäten – etwa eine Hotline für Verbraucher, spezielle Beilagen oder ein lokales



Benedict Kober, Sprecher des Vorstands, Euronics Deutschland

Maßnahmenpaket, aus dem unsere Mitglieder auswählen können“, erläuterte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. Das Spektrum reicht von Aktionswochen, Beratertagen, Gewinnspielen über Medienkooperationen (in Form von lokalen Rundfunk-Spots), besonderen LNB Austausch-Aktionen „Alt gegen Neu“ bis zur klassischen Lokalpressearbeit. „Neben einer sehenswerten Grundausstattung am PoS haben wir eine Reihe besonderer Werbemaßnahmen“

Vier HDTV-fähige LNBs neu bei Triax

Neu bei Triax sind vier HDTV-fähige LNBs. Sie gestatten dank ihrer extrem schmalen Bauform den Empfang von bis zu vier Satelliten auch in einem Abstand von drei Grad. Das ist mit Standard-LNBs nicht möglich. Die Neuheiten haben ein witterungsbeständiges Gehäuse und sind für alle gängigen Offset-Parabolspiegel mit Standard-Feedhaltern von 40 Millimetern Durchmesser geeignet. Für den Anschluss von einem, zwei oder bis zu vier Receivern werden ein



Single- (TISI 001), Twin- (TITW 001) und Quattro-LNB (TIQT 001) angeboten. Zudem ist ein Quattro-Switch-LNB (TIQD 001) erhältlich, der für den Einsatz in Multischalter-Anlagen konzipiert ist. Alle Ausführungen bieten über das gesamte Frequenzband von 950 bis 2.150 MHz eine konstante Verstärkung von 56 dB. Darüber hinaus zeichnen sie sich durch eine geringe Stromaufnahme von maximal 190 mA aus. Die neue LNB-Serie ist ab sofort ab 10,40 Euro (unverbindliche Verkaufspreise) erhältlich.

www.combini.com

Euronics hat zum Thema Analogabschaltung eine Vielzahl von Marketing- und Serviceaktivitäten entwickelt. So bietet die Verbundgruppe beispielsweise neben einer sehenswerten Grundausschaltung für den PoS eine Reihe besonderer Werbeformen.



ten unsere Mitglieder die Möglichkeit, Informationen zur Digitalisierung fortlaufend in die Prospektwerbung zu integrieren“, berichtete Heller.

Auch online war und ist das Thema auf den Homepages der Marken sowie in den jeweiligen Social-Media-Kanälen präsent. Über die „Digital Signage“-Systeme PoS-TV, E-Plakat und Medimax-TV sei das Thema Digitalisierung ebenfalls prominent auf der Verkaufsfläche eingebunden worden.

entwickelt“, so Kober. Der Unterschied zum Wettbewerb bestehe dabei darin, dass Euronics im Rahmen der Kampagne seit 2011 darauf setze, den Mitgliedern ein Rundum-sorglos-Paket an die Hand zu geben, mit dem unterschiedlichste Kundenwünsche adressiert und erfüllt werden könnten – von der Beratung über die Prüfung des vorhandenen Equipments bis zur Installation des besten Produkts.

Kober: „Dieser Gedanke endet selbstverständlich nicht mit der Abschaltung am 30. April. Die Kernargumente in der Ansprache zögerlicher Konsumenten sind klar: Programmvietelfalt wie nie zuvor, bessere Ton- und Bildqualität, jede Menge Zusatzservices und neue Nutzungsmöglichkeiten.“ Vielfältige Serviceleistungen durch den Euronics Fachhandel sollen die Entscheidung für einen Umstieg erleichtern – die Prüfung des vorhandenen Equipments, die Installation der zukunftstauglichen Empfangsanlage einschließlich Konfiguration und Vorführung im Kundenwohnzimmer seien wichtige Etappen auf dem Weg ins digitale Zeitalter.

Auch EP: begleitet seine Händler im Endspurt der Digitalisierung weiterhin konsequent und intensiv – wie von Beginn der Kampagne an. „Bis Anfang Mai greifen wir die Digitalisierung in Beilagen

PREISWERT + KOMPETENT

expert  **FERNSEH BECKER**

Jetzt umrüsten auf Digital-Sat!

Spätestens zum 30.4.2012 endet die analoge Satellitenübertragung!

Das analoge Satelliten-Signal wird zum 30.4.2012 abgeschaltet. Wir hoffen, dass Sie nicht im Dunkeln sitzen!

Unser Service für Sie:

- Produkte führender Markenhersteller
- Individuelle Fachberatung durch unser geschultes Personal
- Planung und fachgerechte Montage vor Ort.

...hier werden Sie kompetent beraten!



Bei expert lenkten unter anderem Plakate die Aufmerksamkeit auf das Thema Analogabschaltung.

und vorproduzierten Radiobeiträgen auf. Dabei erwarten wir allein durch Prospektwerbung in den Monaten März und April eine Auf-



Benedict Kober, Sprecher des Vorstands, Euronics Deutschland

lage von acht Millionen“, sagte Michael Heller, Vertriebschef EP: „Begonnen habe man die Aktivitäten zum Thema Digitalisierung bereits 2009. Im ersten Schritt habe EP: den Handel über Schulungen und Informationsveranstaltungen umfassend vorbereitet und anschließend die Kundenansprache gestartet. „Seit September 2009 haben wir dann in halbjährlichem Rhythmus in Sonderprospekten mit einer Auflage von bis zu 3,5 Millionen auf die Analogabschaltung aufmerksam gemacht. Außerdem hat-

EP: ist mit seinen Marken schon seit dem Jahr 2009 beim Thema Analogabschaltung aktiv.

Heller: „Wir sind überzeugt, dass wir so den Weg in den Handel umfassend und über verschiedenste Kanäle vorbereitet haben, um größtmögliche Aufmerksamkeit auf die Analogabschaltung zu lenken. Im Kundengespräch empfehlen wir dem Fachhandel, sich bei der Digitalisierung als der Ansprechpartner zu präsentieren, der nicht nur umfassend berät und Fragen beantwortet, sondern auch bedarfsgerechten Service bietet. Als zusätzliche Unterstützung haben wir Sortimentsempfehlungen für den Handel erarbeitet, damit die verschiedenen Kundenwünsche optimal bedient werden.“

Auch expert hat die Aktivitäten zum Thema Analogabschaltung bereits vor gut einem Jahr begon-



Volker Müller, Geschäftsführer expert

nen. Ab dem vierten Quartal 2011 wurde das Thema massiv sowohl zentralseitig als auch individuell von den jeweiligen expert Händlern beworben. „Die Spannbreite der Maßnahmen beinhaltet unter anderem Beilagen in Printmedien,

Im PoS-Portal bei TechniSat können Partner einen Videoleitfaden zur Analogabschaltung abrufen

Für Werbung am PoS hat TechniSat im September 2011 das PoS-Portal für alle Geräte der Isio Serie gestartet. Als neuer Content zur Information des Endkunden steht dort ab sofort auch der Videoleitfaden zur Analogabschaltung zum Abruf bereit. Fachhändler können nun direkt am Point-of-Sale ihre Kunden interaktiv über die Analogabschaltung informieren. Außerdem stehen wie gewohnt Trailer, Slide-shows und der besonders populäre Countdown zur Analogabschaltung bereit. Auf das PoS-Portal kann mit jedem MultyVision Isio, DigiCorder Isio und Digit Isio zugegriffen werden. Neben einem Internetzugang muss der Fachhändler nur noch die bekannte Tastenkombination betätigen, um in das PoS-Portal zu gelangen. Eine Registrierung ist nicht erforderlich. Soll das PoS-Portal aufgerufen werden, muss sich der Nutzer auf der Startseite des IsioLive! Portals befinden und dann die Tasten rot – blau – grün – gelb betätigen.

www.technisat.de



Großplakate an den Fassaden der Fachmärkte, A1-Plakate am PoS und Mailings. Dieser hohe Werbedruck wird bis zur Abschaltung 2012 beibehalten“, so expert Geschäftsführer Volker Müller. Seit Oktober 2011 verspüren die expert Händler laut Müller eine kontinuierlich und deutlich gestiegene Nachfrage an Receivern, Verteilertechnik und den dazugehörigen Satellitenschüsseln. Müller: „Trotz des schlechten

Winterwetters ist der Umsatz in diesem Bereich im Januar 2012 bis jetzt eklatant angestiegen. Für den März 2012 wird nochmal ein deutlicher Zuwachs erwartet. Der Umsatz in diesem Produktbereich wird sich sicherlich noch bis Mai 2012 auf einem hohen Niveau fortsetzen, da viele Verbraucher sich erst nach der Abschaltung des Themas bewusst annehmen werden und dann nachträglich Lösungen benötigen.“

POS-MAIL INHALT

UE-Aktuell	... 4
UE-Neuheiten	... 5
Philips TV stellt Produktpalette smart auf	... 6

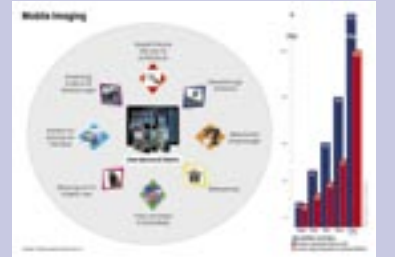


expert feierte 50-jähriges Bestehen – Nachhaltig erfolgreich	... 8
--	-------



Die vernetzte Produktwelt von Samsung – Für das smarte Leben	... 10
Die schnelle Exilim Premium Klasse – Kreativität in Highspeed	... 12
JVC Everio Flaggschiffe mit Wi-Fi-Technologie	... 13

Photoindustrie-Verband erwartet Wachstum durch Mobile Imaging – Smartphones als Chance	... 14
--	--------



ZTE jetzt auch mit eigenem Smartphone	... 15
Interview mit Matthias Kober: Amicom lädt zur Roadshow	... 16
Erweiterte Konnektivität in JVCs Car-Media-Palette	... 17
Amicom on Tour: Kenwood zeigt alle wichtigen Neuheiten	... 17
Car Media	... 18
Sennheiser Kopfhörer gewinnen bei Leserwahl „Die Geräte des Jahres“	... 18
Wagners Welt	... 19
PoS-MAIL online: Ihr aktuelles Update	... 19
Impressum	... 19

UE



PoS Aktuell

BHS Binkert startet Vertrieb von Transcend

BHS Binkert, Spezialdistributor für Foto, Digital Imaging, Unterhaltungselektronik und IT, führt jetzt auch den taiwanesischen Hersteller Transcend im Programm. Damit baut das Unternehmen sein Angebot in der Speicherdistribution weiter aus, nachdem es erst vor einigen Wochen mit dem Vertrieb von Silicon Power begonnen hatte. Die Vereinbarung mit Transcend gilt für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Das bei BHS Binkert erhältliche Sortiment von Transcend umfasst Speicherkarten, USB-Sticks, externe Festplatten und Solid State Discs (SSD).

„Die Partnerschaft mit Transcend ist für uns sehr wichtig, weil wir damit ein Unternehmen aufnehmen, das seit jeher besonders großen Wert auf höchste Qualität bei den Entwicklungs-, Test- und Produktionsprozessen legt“, sagt Manfred Grandis, Produktmanager für den Speicherbereich bei BHS Binkert. „So hat Transcend als erster Speicherhersteller überhaupt die Zertifizierung für das Qualitätsmanagement nach ISO 9001 erhalten. Die Speicherprodukte stehen durchgängig für höchste Qualität und Leistung im täglichen Einsatz, was sie insbesondere für den Fachhandel mit Schwerpunkt Unterhaltungselektronik, Foto und IT grundsätzlich sehr attraktiv macht.“ www.bhsbinkert.de

VideoWeb: Medienpreis für die „Innovation der CeBIT 2012“

Der Karlsruher TV-Portal-Spezialist VideoWeb bietet auch bei seinem dritten Auftritt auf der CeBIT den Messebesuchern wieder eine ausgezeichnete CeBIT-Innovation. Der auf der CeBIT-Preview 2012 erstmals vorgestellte lineare Live-TV-Service per Internet wurde mit dem Medienpreis für die „Innovation der CeBIT 2012“ ausgezeichnet.

VideoWeb macht in Zusammenarbeit mit Zattoo einen linearen Live-TV-Service per Internet erstmalig direkt auf dem Fernseher möglich. Wer seinen HD-fähigen Fernseher mit VideoWeb TV ausstattet, kann per Klick auf den Zattoo-Button auf über 50 Live-TV-Sender zugreifen, ohne dass Zusatzgeräte oder andere Zugänge wie Satellit oder Kabel nötig sind.

„Über den Award haben wir uns sehr gefreut“, sagt Matthias Greve, Gründer und CEO von VideoWeb, „die Auszeichnung bestärkt uns einmal mehr in unserer strategischen Ausrichtung, dass Live-TV-Streaming per Internet auch und vor allem auf den HD-Fernsehern die Zukunft ist. Die Zukunft hat bei VideoWeb heute schon begonnen. VideoWeb TV bietet Kunden über 100 neue Unterhaltungsangebote und Funktionen für jeden HDTV. Unsere Kunden sind damit im Trend und



einen Schritt voraus und profitieren insbesondere von der Partnerschaft zwischen Zattoo und VideoWeb. Sie erhalten diesen entscheidenden Mehrwert mit echtem Live-TV jetzt einfach, bequem und preisgünstig, ohne dass sie sonstige Zusatzgeräte benötigen.“ www.videoweb.de

Philips' Absatz von „grünen“ Produkten erreicht Rekordniveau

Philips hat deutliche Fortschritte bei der Umsetzung seines EcoVision-Programms bekanntgegeben. Dieses Programm setzt Zielvorgaben in Sachen Nachhaltigkeit, die bis Ende 2015 erreicht werden sollen. Im Geschäftsjahr 2011 machten die Umsätze mit grünen Produkten bereits 39% des Gesamtumsatzes aus, erklärte Philips. Damit liegt das Unternehmen gut im Plan, das Ziel von 50% im Jahr 2015 zu erreichen.

Jim Andrew, Chief Strategy & Innovation Officer und seit kurzem auch Chairman des Sustainability Board von Philips, kommentierte: „Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds bildet Nachhaltigkeit nach wie vor einen wesentlichen Bestandteil für unsere Wachstumsstrategie. Im Jahr 2011 haben wir 479 Millionen Euro in ‚grüne‘ Innovationen investiert, wobei es um Lösungen für globale Herausforderungen in Sachen Pflege, Materialien und Energieeffizienz geht.“ www.philips.de

HD+ stellt Vertrieb von CI-Modulen nach zwei Jahren ein

HD+ wird den Vertrieb von CI-Modulen für HD+ innerhalb der nächsten Wochen einstellen und sich künftig ausschließlich auf den neuen CI Plus-Standard konzentrieren. Damit folgt HD+ der allgemeinen Marktentwicklung. Inzwischen sind fast alle neuen Empfangsgeräte mit Modulschnittstelle mit einem CI Plus-Slot ausgestattet. Parallel dazu hat die Nachfrage nach CI-Modulen für HD+ stetig nachgelassen. Zwei Jahre lang hatte HD+ die CI-Module als provisorische Zwischenlösung angeboten, um den Umstieg auf HD+ auch Besitzern von HD-Receivern und TV-Geräten zu ermöglichen, die lediglich über eine herkömmliche CI-Schnittstelle verfügen. Inzwischen hat sich jedoch der neue CI Plus-Standard bei HD-Receivern und Flachbildfernsehern mit eingebautem Satelliten-Receiver (IDTV) durchgesetzt. Anders als die CI-Module, die exklusiv über www.hd-plus.de vertrieben werden, sind CI Plus-Module für HD+ bundesweit im Handel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 79 Euro. Im

Preis enthalten ist bereits eine HD+ Karte im Wert von 50 Euro für 12 Monate HD+ gratis. www.hd-plus.de

Sharp startet integrierte „This is Why“-Kampagne

Zum 100. Firmenjubiläum will Sharp sein Qualitätsversprechen gegenüber Mitarbeitern, Partnern und Verbrauchern erneuern. Was 1912 mit der Herstellung von Gürtelschnallen und dem legendären EverSharp Pencil begann, soll auch heute mit innovativen und zukunftsweisenden Technologien die Menschen bewegen. Warum? Das erklärt die neue „This is Why“-Markenkampagne zum 100. Geburtstag von Sharp. Zusätzlich unterstützt wird die europäische Markenbekanntheit im Jubiläumsjahr durch das UEFA Eurotop-Sponsoring. Mit der neuen „This is Why“-Kampagne will Sharp die Botschaft vermitteln, dass für den japanischen Technologiekonzern stets der Mensch im Mittelpunkt steht und damit verbunden der direkte Nutzen von technischen Entwicklungen. Ob in der Unterhaltungselektronik, bei Haushaltsgeräten, Informationssystemen oder im Solarbereich: Im Mittelpunkt steht die Entwicklung von energiesparenden und energieerzeugenden Produkten. Die Gründe dafür erklärt die neue „This is Why“-Kampagne, die im gesamten externen und internen Unternehmensauftritt sowie bei sämtlichen Kommunikations- und Marketingaktivitäten Einzug hält. Dazu gehört auch der Relaunch bestehender Sharp-Kommunikationskanäle wie aller europäischen Sharp Webseiten in 24 Sprachversionen, Social Media Plattformen und Newslettern. Die „This is Why“-Identität findet sich inhaltlich und im Design sämtlicher Sharp Produkt- und Unternehmensvisualisierungen, Image- und Produktvideos sowie aller Unternehmens- und Produktpräsentationen wieder. Ein aktuelles Beispiel für indi-

viduelle Produkte ist im EM-Jahr die Entwicklung großer TV-Geräte unter dem Motto „Great Football on Big Screens“. „Ein Fußballspiel auf einem großen TV-Bildschirm zu verfolgen, fühlt sich so an, als ob man mittendrin wäre“, betont Herman Karabetyan, Sharp, Division General Manager Retail Sales. „This is Why“: Darum haben wir LCD-TVs mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 203 Zentimetern (80 Zoll) mit erweiterter Farbwiedergabe, höheren Kontrastwerten und hervorragender Bildschärfe entwickelt, um so ein unvergleichliches Fußballerlebnis zu bieten.“ Als Sponsor der UEFA Euro 2012 zielt der japanische Technologiekonzern auf eine noch stärkere Emotionalisierung seiner Marke und die Gewinnung eines breiteren europäischen Publikums. Sharp Electronics Europe GmbH ist offizieller Eurotop-Sponsor der UEFA und darf im Rahmen des Sponsorenvertrages bei mehreren nationalen Turnieren der UEFA Marketingrechte ausüben. Nach der U21-Fußball-Europameisterschaft und den Qualifikationsspielen der



UEFA-Fußball-Europameisterschaften 2012 findet das Sponsoring im Juni/Juli 2012 seinen Höhepunkt: die Endrunde der Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine wird zeitgleich mit dem 100-jährigen Jubiläum von Sharp ausgetragen. Im Sponsorenvertrag sind neben der UEFA Euro 2012 auch die European Futsal (die offizielle FIFA Variante des Hallenfußballs) Meisterschaft 2012, die U21-Fußball-Europameisterschaften 2011 und 2013 sowie die Europameisterschaft der Frauen 2013 umfasst. www.sharp.de

Branchen-Termine März bis April 2012

1.3. **Mobile World Congress**, Barcelona

Philips Event – „Ein Tag mit Philips“

6.3. München, 26.3. Köln, 29.3. Mainz

6.3 – 19.4. **Philips Television Roadshow**

Was sind die entscheidenden Weiterentwicklungen bei TVs? Welche Themen bestimmen das Jahr 2012? Wie geht es weiter bei Smart TV? Antworten auf diese und andere Fragen gibt es auf der Philips Television Roadshow 2012. Im Zeitraum zwischen dem 14. Februar und 19. April touren die Neuheiten von Philips Television durch elf Städte Deutschlands und Österreichs. Eine Anmeldung ist erforderlich. Interessierte Fachhändler werden gebeten, ihren Kontakt bei Philips anzusprechen.

Berlin 6. und 7. März, Schkeuditz/Leipzig 14. und 15. März, Köln 19. und 20. März, Sinsheim 27. und 28. März, Nürnberg 3. und 4. April, München 10. und 11. April, Salzburg 16. April, Graz 19. April

6. – 10.3. **CeBIT 2012 – Messe Hannover**.

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

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

Samsung Roadshow, „Zusammen weitergehen“

12.–13. 3. Ludwigsburg

15.–16.3. Frankfurt am Main

19.–20.3. Hamburg

26.–27.3. NRW (Ort wird noch bekanntgegeben)

30.3. Berlin

2.–3.4. Leipzig

23.–25.3. **ElectronicPartner Jahrestagung**, Düsseldorf

iF gold award 2012 für Loewe SoundVision

Das Auge hört mit – Klang- und Gestaltungsqualität sind untrennbar. Deshalb berührt die Audioanlage Loewe SoundVision alle Sinne, indem sie sechs Lautsprecher im edlen Voll-Aluminiumgehäuse mit einem einzigartigen Touch-Display kombiniert. Dieses sinnliche Erlebnis hat auch die internationale Jury des iF awards überzeugt und deshalb Loewe SoundVision mit einem der begehrten iF gold awards ausgezeichnet. „Diese beeindruckende Audioanlage kombiniert umwerfenden Sound mit minimalistischem, exklusivem Design. Loewe SoundVision setzt völlig neue Klangmaßstäbe und kann dabei in bestehende Heimnetzwerke integriert werden“, urteilt die Jury.

„Dass das Loewe Design erneut mit dem iF gold award ausgezeichnet wird, freut uns sehr. Zeigt es doch, dass Loewe mit seinem Design international Maßstäbe setzt. Loewe SoundVision verkörpert in besonderem Maße die Loewe Markenwerte: minimalistisches Design, sinnvolle Innovationen und exklusive Individualität“, so der Loewe Vorstandsvorsitzende Oliver Seidl. www.loewe.de



Bei der Preisübergabe (von links): Marco Müller und Edmund English



UE

Panasonic stellt das wasserdichte

Smartphone Eluga vor



Nachdem Panasonic bereits im Oktober 2011 mit zwei Seniorenhandys sein Comeback im europäischen Mobilfunkmarkt gefeiert hatte, hat das Unternehmen jetzt mit dem Smartphone Eluga ein weiteres Mobilfunkprodukt vorgestellt.

Das Eluga (der Name steht für „elegant user-oriented gateway“) ist ein schlankes, nach internationalen Standards wasserdichtes Smartphone und soll laut Hersteller vor allem stilbewusste Nutzer ansprechen. Das Gerät wiegt 103 Gramm und bietet ein 4,3“/10,9 cm großes Display mit einer Auflösung von 960 x 540 Pixeln und kapazitivem OLED QHD. Das Display nimmt 66 Prozent der Gehäuseoberfläche ein – einer der höchsten Werte aller auf dem Markt erhältlichen Smartphones. Das Profil des Eluga



misst über die gesamte Fläche nur 7,8 mm. Zur weiteren Ausstattung des Gerätes gehören eine 8-Megapixel-Kamera und ein 1 GHz Dual-Core Prozessor mit Android Gingerbread (Version 2.3.5; ab Sommer ist ein Upgrade auf Android Ice Cream Sandwich verfügbar).

Das Eluga ist außerdem für No-touch Interaktionen ausgerüstet, beispielsweise bargeldloses Bezahlen. Die Swipe and Share Funktion ermöglicht es, Bilder schnurlos vom Telefon auf einen TV oder einen Cloud-basierten Empfänger zu übertragen oder Filme vom Telefon auf einen Fernseher zu streamen. Die VieraRemote App macht aus dem Telefon eine Fernbedienung für weitere Endgeräte wie Viera TVs, Diga Blu-ray-Player und -Recorder, Heimkinosysteme oder Digitalkameras. Das Eluga bietet zudem den Panasonic eco-mode, einen hocheffektiven Energiesparmodus, der alle ungenutzten Funktionen deaktiviert, wenn der Ladestand des Akkus zu gering ist. www.panasonic.de

LG präsentiert erstes Smartphone mit Quad-Core Prozessor



LG präsentiert auf dem in Barcelona stattfindenden Mobile World Congress sein erstes Smartphone mit Quad-Core-Prozessor: Das LG Optimus 4X HD



bietet dank der Kombination aus dem neuesten 1,5 GHz Tegra 3 von NVIDIA und einem 1.080p x 720p True HD IPS-Display die Leistung eines PCs in einem Mobiltelefon. Der NVIDIA Tegra 3 Prozessor ist der weltweit einzige 4-Plus-1 Quad-Core Mobilprozessor, der mit hoher Multimedia-Leistung überzeugt und dabei einen fünften Batteriespar-Core für weniger aufwändige Aufgaben wie Active-Standby und Musikwiedergabe nutzt. Wenn die 12-Core-GPU (Graphics Processing Unit) im Tegra 3 mit voller Geschwindigkeit läuft, sorgt sie laut LG für ein herausragendes Seherlebnis und für Spielspaß in Konsolenqualität.

Dank des True HD IPS-Displays bietet das Optimus 4X HD eine extrem hohe Darstellungsqualität in HD-Auflösung und gestochen scharfe Bilder sowie die verzerrungsfreie Anzeige von Farben und Formen.

Das Optimus 4X HD ist mit einem 16 GB internen Speicher ausgestattet und läuft unter Android 4.0 Ice Cream Sandwich, der neuesten Version des Android Betriebssystems. Neben der hervorragenden Anzeigequalität und hohen Performance bietet das Optimus 4X HD auch eine BSI-Sensor-Kamera (Backside Illumination) mit einer Auflösung von 8 Megapixeln und LED-Blitz sowie anspruchsvolle Funktionen, die noch mehr Multimedia-Vergnügen garantieren. Ein 2.150 mAh starker Akku versorgt das High-End-Smartphone mit Energie. Das nur 8,9 mm dünne, elegante Smartphone fällt zudem durch ein sogenanntes Prismakanten-Design mit hochwertigen Materialien und edlem Look auf. www.lge.de

Onkyos neue Heimkinopakete



Onkyo stellt drei neue 5.1-Kanal Heimkinopakete mit unterschiedlichem Leistungsumfang vor. Die beiden Pakete HT-S3505 und HT-S4505 sind ähnlich, beinhalten jedoch unterschiedliche Lautsprechersysteme, je nach persönlicher Präferenz und Budget. Das HT-S6505 (Bild) dagegen ist netzwerkfähig und verfügt über eine höhere Ausgangsleistung, höherwertigere Lautsprecher und ein erweitertes Feature-Set. Alle drei Heimkinorecei-

ver sind mit WRAT (Wide Range Amplifier Technology) ausgestattet, einer Technologie, die Signalrauschen reduziert und große Mengen Strom kontrolliert abgeben kann. Hochwertige TI Burr-Brown 192 kHz/24-Bit D/A Wandler für alle Kanäle, ein 32 Bit DSP-Signalprozessor und eine diskret aufgebaute Endstufe sorgen für herausragende Audio-Qualität. Blu-ray-Soundtracks lassen sich dank Codec für Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio in hochauflösender Qualität wiedergeben. Ein Audio-Rückkanal (ARC – Audio Return Channel) zur Wiedergabe von TV-Ton über den Heimkinoreceiver ist bei allen Modellen ebenso vorhanden wie die Unterstützung für 3D-Video und die komfortable Einstellung per Bildschirm-Menü. Mit vier HDMI-Eingängen und einem Ausgang ausgerüstet, bieten die Pakete HT-S3505 und HT-S4505 vielfältige Anschlussmöglichkeiten; der HT-S6505 verfügt sogar über sechs HDMI-Eingänge und einen Ausgang. Verfügbarkeit und Preise: HT-S6505, Mai 2012, 599 Euro (UVP); HT-S4505, März 2012, 499 Euro (UVP); HT-S3505, Ende Februar 2012, 399 Euro (UVP). www.de.onkyo.com/de

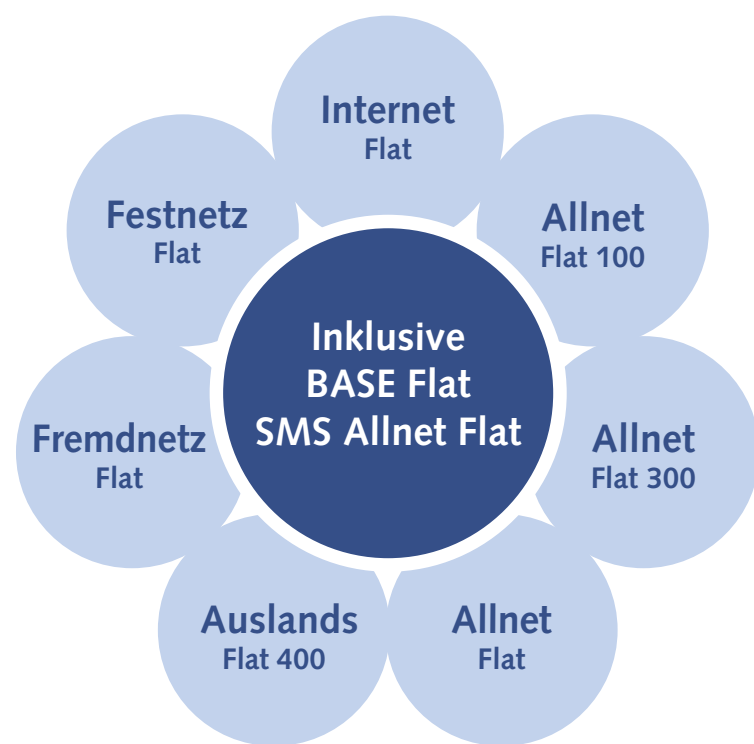


Mein BASE *plus*



Pluspunkte für den Handel

BASE startete im Februar den neuen Tarif Mein BASE plus. Der Kombinationstarif umfasst nun alle Mobilfunkgespräche ins BASE/E-Plus Netz sowie SMS in alle deutschen Mobilfunknetz zum Pauschalpreis von monatlich zehn Euro. Der Kern der Mobilfunk-Flatrate enthält damit ab sofort bereits zwei der insgesamt neun Flatrates. Mit der BASE Flat und der SMS-Allnet-Flat bekommen Neukunden die beiden beliebtesten Flatrates nun für zehn statt 20 Euro. BASE senkt auf diese Weise den bisherigen Gesamtpreis beider Optionen um die Hälfte. Mindestens genauso attraktiv für Neukunden und den Handel sind die übrigen und weiterhin flexibel zu- und abbuchbaren Flats. Sie bieten entweder mehr fürs gleiche Geld (Allnet-Flat 100 statt Allnet-Flat 50) oder wurden im Preis gesenkt. Beispiel Allnet-Flat: Sie fällt im Preis, von 50 auf nun 30 Euro monatlich. Gänzlich neu ist dagegen die Fremdnetz Flat. Für zehn Euro deckt sie Gespräche in ein anderes deutsches Mobilfunknetz nach Wahl ab. Und auch diese Flat kann monatlich, wie



alle anderen, angepasst werden. Ein weiteres starkes Verkaufsargument für den Handel ist weiterhin der Entfall der Anschlussgebühr. Viel wichtiger sind die Provisions- und Prämienmodelle: Hier bleiben weiterhin die direkten und monatlichen Auszahlungen für Optionen bestehen. Eine bessere Kalkulationsbasis bieten in Zukunft allerdings die steigenden Prämienanteile im ersten Monat. Sie entstehen aufgrund der geänderten Tarifstruktur, die sich positiv auf den Handel auswirkt. Unverändert bleibt dagegen das Modell der Umsatzbeteiligung des Handels an der Airtime des Kunden. Ein Modell, welches sich in den vergangenen Jahren sehr gut bewährt hat. Und von der Airtime eines Kunden kann ein Händler lange profitieren – im Falle einer Vertragsverlängerung beim selben Händler.

Philips TV stellt Prod

Wenige Wochen vor dem Start des neuen Joint Venture-Unternehmens mit TPV hat Philips TV eine zukunftsweisende Produktpalette angekündigt. Sieben der acht neuen Produktlinien bieten jetzt Smart TV-Funktionalität. In der Oberklasse verbindet Philips diese Netzwerkfähigkeit mit erweiterten Ambilight Features und hervorragender 3D-Qualität.



Die neue Smart TV-Bedieneroberfläche von Philips ist übersichtlich und ermöglicht komfortablen Zugriff auf die Smart TV-Funktionen – hier ein Gerät der 6000er-Serie.

„Das Joint Venture wird die Stärke der Marke Philips, unsere Innovationskraft und unsere hervorragenden Handelsbeziehungen mit der großen Kompetenz von TPV in Produktion und Elektronik vereinigen“, erklärte John Olsen,



John Olsen ist als Geschäftsführer für das Philips TV Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich.

Geschäftsführer Philips TV DACH, auf einer Pressekonferenz in Hamburg. „Als einziges CE-Unternehmen konzentrieren wir uns ausschließlich auf das TV-Segment. Das bedeutet einfache, transparente und schlanke Strukturen, eine schnelle Unternehmenskultur und kurze Entscheidungswege. Mit diesen Stärken wollen wir unsere Position als Nummer zwei im deutschen TV-Markt festigen

und ausbauen.“ TPV ist dabei ein starker Partner: Der weltgrößte Hersteller von LCD-TVs ist an den Börsen in Hongkong und Singapur notiert und verfügt mit dem Großaktionär Mitsui, der 20 Prozent der Anteile hält, über einen starken Technologie-Partner. 11,6 Milliarden US-\$ (8,8 Milliarden Euro) hat das Unternehmen im Geschäftsjahr 2010 mit 37.000 Mitarbeitern umgesetzt. Produziert wird in neun Fabriken in Asien, Europa, Süd- und Mittelamerika.

„Das gesamte intellektuelle Eigentum von Philips im TV-Bereich geht in das Joint Venture ein“, betonte Olsen. „Ebenso unsere TV-Entwicklungszentren in Brügge, Eindhoven, Singapur und Bangalore sowie die drei Produktionsstätten in Fzokesfhvrv (Ungarn), Manau (Brasilien) und Tierra del Fuego (Argentinien).“ Zusätzlich gestärkt wird das neue Unternehmen, dessen Name noch nicht feststeht, durch die enge Zusammenarbeit mit Philips Consumer Lifestyle. So wird die Produktpalette in Design und Funktionalität mit Philips Lifestyle Entertainment abgestimmt, denn dieser Geschäftsbereich des niederländischen Konzerns bleibt weiterhin für CE-Produkte wie Blu-ray, Audioproducte und Home Cine-

ma-Systeme verantwortlich. Damit ist auch sichergestellt, dass die gesamten Smart TV-Ressourcen von Philips für die TV-Geräte genutzt werden können.

Personalisiertes Fernsehen

Die neue Produktpalette spiegelt die Erwartung der Verantwortlichen wider, dass die Nutzung von Smart TV-Angeboten sprunghaft steigen wird. „Der Fernseher ist das Herz der vernetzten Unterhaltungselektronik“, erklärte Philips TV Marketing Direktor Markus Brendel. „Immer mehr Inhalte von anderen Geräten wie PCs, Smartphones oder Tablet Computern werden auf dem TV interaktiv genutzt.“ Deshalb bringt Philips TV jetzt eine Produktpalette auf



Markus Brendel steuert als Marketing Direktor sämtliche Marketing-Maßnahmen bei Philips TV.



Auch 3D gehört bei den neuen Philips TVs der Oberklasse – hier ein Gerät der 8000er-Serie mit Active Shutter Technologie – zum Standard.



Bereits die 3500er-Serie bietet ein ansprechendes Design und grundlegende Smart TV-Funktionalitäten.

den Markt, die Smart TV-Funktionen nicht nur den Benutzern hochpreisiger Fernsehgeräte vorbehält. Mit Ausnahme der preisgünstigen HDTV-Einsteigerserie, der einzigen mit LC-Display in der neuen Produktfamilie, sind alle neuen Philips Fernsehgeräte Smart TV-fähig. Die 3500er-Serie bietet nicht nur Full-HD mit LED-Backlight, sondern ist auch WiFi-vorbereitet (über optionalen USB-Adapter) und bietet Basisanwendungen wie YouTube, TV Video Call-ready und Pause TV. Die integrierte DLNA-Unterstützung erleichtert die Wiedergabe von Fotos, Musik und Filmen, die auf anderen kompatiblen Geräten wie Smartphones, Tablet-PCs oder PCs gespeichert sind. Ebenso ist es möglich, TV-Sendungen mit

einer per USB-Anschluss verbundenen Festplatte oder auf einem USB-Stick aufzunehmen. Smart TV auf höherem Niveau bieten die neuen Fernseher der 4000er-, 5000er- und 5500er-Serien. Sie wurden für Nutzer konzipiert, die auf aktuelle Online-Dienste zurückgreifen und gleichzeitig eine hohe Bildqualität genießen wollen, ohne allzuviel Geld auszugeben. Mit Smart TV Plus bieten diese Geräte unter anderem Zugriff auf die Mediatheken der Sender, ermöglichen das Surfen im Internet, die Nutzung von Online-Apps und die Aufnahme auf USB-Speichermedien. Über die MyRemote App von Philips für iOS und Android Tablet PCs können die Nutzer eine elektronische Programmzeitschrift

uktpalette smart auf

durchblättern, während sie fernsehen. Die App macht es sogar möglich, von jeder Stelle im Haus das Aufnehmen von Videos zu programmieren. Die 5500er-Serie bietet zusätzlich 3D-Funktionalität mit aktiver Shutterbrillen-Technologie. Im Modus „Zwei Spieler Full Screen Gaming“ steht im Zweispielermodus von 2D-Spielen jedem Spieler die gesamte Bildschirmgröße zur Verfügung.

Smart TV Premium

Noch „smarter“ sind die neuen LED-TVs der 6000er-, 7000er- und 8000er-Serie. Auf einer neuen Benutzeroberfläche bietet Philips hier eine große Auswahl von Smart TV-Anwendungen und damit ein umfassendes Infotainment-Erlebnis. Dank der integrierten WiFi-Funktionalität bieten die Geräte kabellos Zugriff auf zahlreiche Apps, ermöglichen den Zugang zu Online-Videotheken und -Mediatheken sowie Catch-up TV-Angebote und sind sogar für Bildtelefonie mit Skype vorbereitet. Dafür bietet Philips TV ein Zusatzmodul mit Kamera und Mikrofonen an. 3D-TV gibt es bei den 6000ern mit Polarisationsbrille, bei der 7000er- und 8000er-Serie mit Active Shutter Technologie.

Als typische Philips Fernseher bieten diese Top-Geräte natürlich auch Ambilight und damit ein besonders beeindruckendes Bilderlebnis. Die 6000er- und 7000er-Serien sind mit dem bekannten zweiseitigen Ambilight ausgestattet; mit der 8000er-Serie können die Zuschauer mit dreiseitigem Ambilight noch tiefer in das Geschehen eintauchen.

Komfortable Nutzung

Da die Nutzung von Smart TV-Funktionen wesentlich von der Bedienungsfreundlichkeit abhängt, hat Philips den Smart TV Home Screen mit einer neuen Oberfläche und einem erweiterten Service-Angebot verbessert. So können die Nutzer schnell auf ihre Lieblings-Apps, die lokale Wettervorhersage, das Internet oder personalisierte Video-Empfehlungen



Mit Rodja Krückmeyer hat ein erfahrener Philips Manager die Vertriebsleitung bei Philips TV übernommen.

zugreifen. Eine Cloud-basierte Architektur stellt sicher, dass die neugestaltete Plattform automatisch auf den Philips Smart TV-Geräten erscheint.

In der oberen Leiste des neuen Startbildschirms werden die lokale Wettervorhersage, die Uhrzeit und das Datum angezeigt. Im linken oberen Bereich des Bildschirms erscheinen das gewählte TV-Programm oder auch Bilder aus einer externen Quelle. Rechts von

diesem Fernsehbild werden personalisierte Empfehlungen für Apps, TV-Shows, Catch-up TV und Video-on-demand gezeigt. Im unteren Bereich kann der Nutzer seine bevorzugten Apps positionieren.

Wachsendes Angebot

Auf der Net TV Plattform, die außer von Philips auch von Sharp, Loewe und LG genutzt wird, sind bereits über 500 Apps verfügbar. Das Angebot soll weiter ausgebaut werden. Philips hat ein Partner-

Portal (www.yourappontv.com) gestartet, auf dem sich Tools wie ein Software Development Kit, Informationen und weitere Support-Einrichtungen befinden, die unabhängige Entwickler für die Gestaltung von Smart TV Apps benötigen.

Verlässliche Partnerschaft

Auch im Joint Venture-Unternehmen soll die von Philips gewohnte partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Handelspartnern fortgesetzt und ausgebaut werden. „Die Marke Philips beinhaltet nicht

nur Produkte, sondern auch enge Beziehungen zu unseren Handelspartnern“, betonte Olsen. „Den großen Wert dieser Marke werden wir durch eine eindeutige Vertriebs- und Handelsstrategie schützen.“ Dafür steht auch die personelle Besetzung des Vertriebsmanagements. Rodja Krückmeyer ist wie Olsen seit 20 Jahren bei Philips und durch jahrelange Tätigkeit im Vertrieb für Sound + Vision und Accessories mit den Handelsstrukturen bestens vertraut.

www.philips.de



Danke!

Für 900.000 neue Sat-Haushalte.



ASTRA – Deutschlands neue Nummer 1 im TV-Empfang

- 2011 wurden fast 4 Mio. DVB-S-Receiver abgesetzt – ein neuer Rekord
- 17,5 Mio. Haushalte setzen auf die Nummer 1 im TV-Empfang
- ASTRA ist mit 46% aller Haushalte die führende TV-Infrastruktur
- 2011 haben sich 900.000 Haushalte neu für Sat-Empfang entschieden

Ohne unsere Partner aus Industrie und Handel hätten wir das nicht erreicht. Herzlichen Dank!



Mit einem fulminanten Event feierte die Verbundgruppe expert am 4. Februar im Rahmen ihrer Frühjahrstagung ihr 50-jähriges Bestehen. Die Jubiläumsgala stand nicht nur im Zeichen des Rückblicks, sondern auch des Ausblicks auf neue Technik-Trends und Geschäftsmodelle, die an den folgenden Tagen auf der expert Messe präsentiert wurden. In einem anderthalbstündigen Konzert rockte Peter Maffay die rund 1.500 feiernden Gesellschafter, Mitarbeiter und Partner.



Mit diesem Logo und einer Gründungsurkunde wurde die Verbundgruppe expert 1962 ins Leben gerufen.

der Rangliste aller Unternehmen in Niedersachsen die Position 23 ein und ist mit 420 Mitarbeitern allein in der Zentrale in Hannover ein wichtiger Arbeitgeber. Die Stärken des Verbundes verortete McAllister, der nach eigener Aussage Kunde bei expert Bening ist, in der individuellen Beratung, dem umfassenden Service, der Kompetenz der Mitarbeiter und nicht zuletzt der mittelständischen Struktur des Unternehmens und seiner Gesellschafter. Diese mittelständische Struktur, die Volker Müller mit dem Wort „Familienharmonie“ umschrieb, soll auch in Zukunft die Strategien von expert bestimmen. Denn der Verbund strebt, so Volker Müller, „kein wildes Expansionswachstum“ an, sondern eine nachhaltige Geschäftsentwicklung. Nach einem kräftigen Wachstum auf einen Umsatz von 1,89 Milliarden Euro im letzten Jahr rechnet das Management für dieses Jahr mit einem Wachstum von 3 Prozent auf 1,95 Milliarden Euro.

Neue Geschäftsfelder

Erreicht werden soll das nicht nur durch eine konsequente Fortsetzung der bisherigen Politik, sondern auch durch die Erschließung neuer Geschäftsfelder, die den aktuellen Trends in Wirtschaft und Gesellschaft entsprechen. „Nachhaltiges und ressourcenschonendes Handeln nimmt einen immer größeren Stel-

expert feierte 50-jähriges Bestehen Nachhaltig erfolgreich

lenwert ein“, betonte Volker Müller. „Daher wird sich expert in Zukunft noch stärker als kompetenter Partner in diesem Bereich positionieren.“ Die Themen reichen dabei von der Elektromobilität über Stromvermarktung und Energie-Effizienz bis zur Heimvernetzung.

Auf der expert Messe standen auf dem neuen Messestand „Geschäftsfelder für die Zukunft“ vor allem nachhaltige Energie-Themen im Mittelpunkt. So können expert Gesellschafter in Zukunft nicht nur Elektrofahrzeuge, sondern auch Elektroautos zu attraktiven Preisen vertreiben. Die zwei in Hannover gezeigten Modelle bieten zu empfohlenen Verkaufspreisen von 14.990 Euro bzw. 16.990 Euro ein interessantes Preis-/Leistungsverhältnis und eine attraktive Spanne. Entwickelt wurden sie von einem chinesischen Hersteller; die Produktion erfolgt in Europa, nämlich bei electric cars s.r.o. im tschechischen Mrakov. Für Versicherung, Leasing und Wartung hat sich expert mit der Mannheimer Versicherung, der CommerzFinanz und ATU starke Partner an die Seite gestellt.

Teil des Komplettpaketes ist dabei auch der Vertrieb und die Installation von Stromtankstellen. „Mit der Firma Heldele, die Gesellschafter der expert Technik ist, können wir bundesweit topmoderne Lösungen für Gewerbe als auch für Privatkunden anbieten“, erklärte Gerald Brietzke, Abteilungsleiter expert Technik AG & Co. KG.

Auch Photovoltaik ist für expert ein wichtiges Thema – trotz sinkender staatlicher Förderung. „Im Hinblick



Zukunftsthema Elektromobilität: expert Mitglieder können jetzt auch Elektrofahrzeuge und E-Autos anbieten sowie Stromtankstellen betreiben.

auf den Strom-Eigenverbrauch ist der Ausbau von Photovoltaik-Anlagen nach wie vor eine lukrative Lösung“, betonte Brietzke. expert bietet seinen Mitgliedern darum ein bundesweites Dienstleistungspaket und kompetente Planungsunterstützung an.

In diesen Zusammenhang gehört auch das Thema Strom-Vermarktung: Kunden sollen in expert Fachmärkten und Fachgeschäften in Zukunft nicht nur energieeffiziente Geräte finden, sondern sich auch einen Überblick über aktuelle Stromtarife und günstige Anbieter verschaffen können. Tarif-Checks und der unkomplizierte Anbieter-Wechsel direkt am PoS gehören dabei zum Angebot. Und mit „Smart Metering“ kann expert künftig gewerblichen und privaten Kunden die Beratung, Installation und Betreuung dieser intelligenten Messtechnik zur Nutzung des jeweils günstigsten Stromangebotes offerieren.

Zu diesen aktuellen Trend-Themen hat expert umfassende Ausbildungs-

und Qualifizierungsmaßnahmen für seine Mitglieder und ihre Mitarbeiter entwickelt.



Die expert Jubiläumskampagne läuft noch das ganze Jahr.

Blick nach vorn

Anlässlich der Jubiläumsfeier präsentierte sich expert als leistungsstarke Fachhandelskooperation, die mit 238 Gesellschaftern und rund 439 Fachmärkten und Fachgeschäften in Deutschland keinen Vergleich zu scheuen braucht. „Gerade im Jubiläumsjahr gilt es, nicht nur die Erfolge der letzten 50 Jahre zu feiern, sondern den Blick nach vorn zu richten“, resümierte Volker Müller. „Wir sind bestens aufgestellt, um unsere Position im hart umkämpften Consumer Electronics Markt auch zukünftig kontinuierlich auszubauen.“ Nicht nur deshalb geht das Jubiläum auch nach der großen Feier weiter: Denn die große Kampagne, in der jede Woche ein ausgewähltes Produkt zu einem attraktiven Jubelpreis beworben wird, läuft noch das ganze Jahr.

expert Vorstandsvorsitzender Volker Müller überreichte Peter Maffay für seine Tabaluga-Stiftung, die traumatisierten Kindern hilft, einen Scheck über 10.000 Euro. Ergänzt wurde die Gabe von Samsung: Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics GmbH, überreichte dem Rock-Star einen Samsung Smart TV für die Tabaluga Finca auf Mallorca.



PrimaDonna S. Ein Erlebnis aus Genuss und Design.

MAXINFORMATION.COM



Patentiertes Cappuccino-System: bereitet auf Tastendruck automatisch Ihren Cappuccino oder Latte Macchiato zu.



Sensortasten: einfachste Bedienung über Sensortasten auf dem schräg gestellten, sehr gut einsehbaren Display.



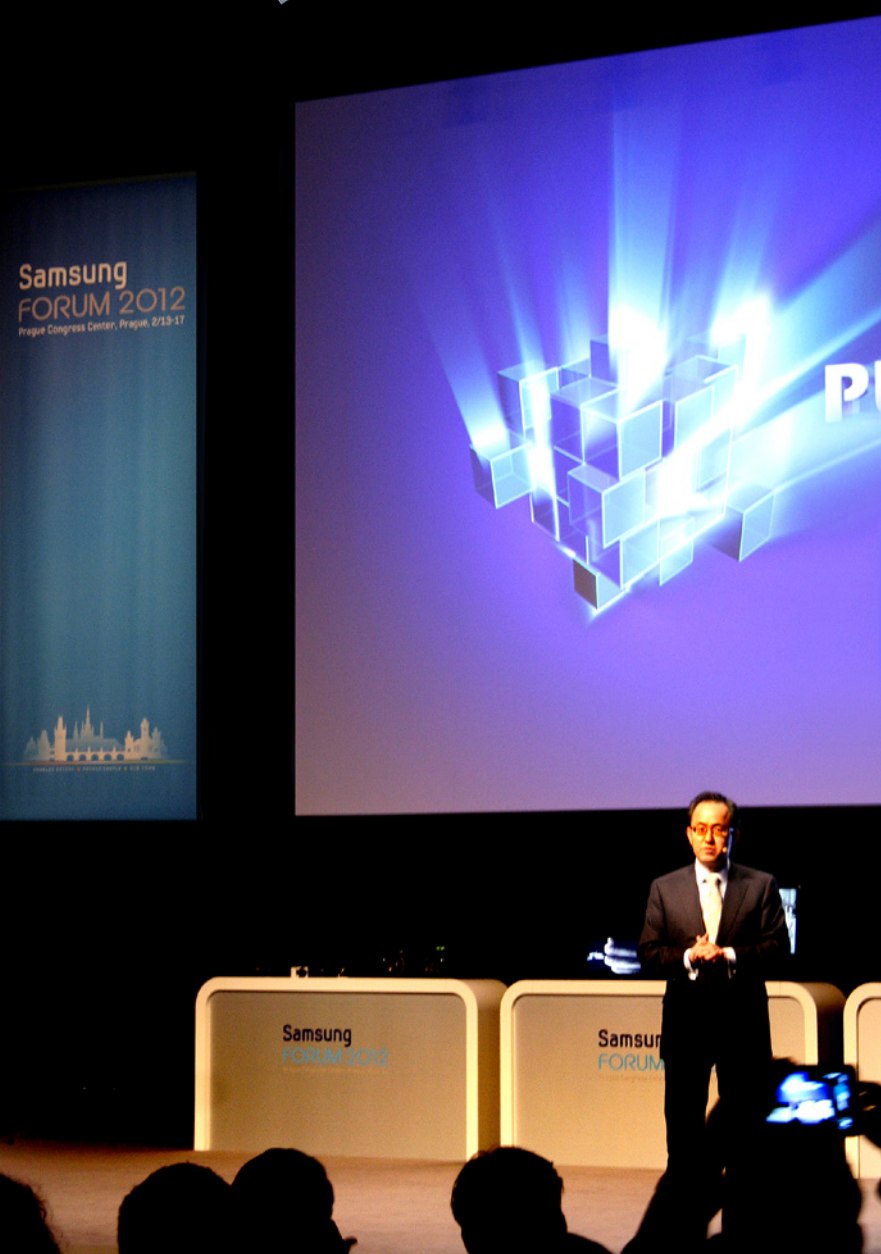
Einfache Reinigung: mit Clean-Taste für einen automatischen Spülvorgang. Der herausnehmbare Milchbehälter hat auch im Kühlschrank Platz.

Die PrimaDonna S von De'Longhi: italienisches Design mit klaren Linien, edlen Materialien und ausgereifter Technologie für ein unerreichtes Kaffee-Erlebnis. Ein Tastendruck genügt und Sie genießen einen echten Espresso, einen schaumigen Cappuccino oder einen cremigen Latte Macchiato. Wie in einer italienischen Bar.

Weitere Informationen: De'Longhi Deutschland GmbH, Am Reitpfad 20, 63500 Seligenstadt
0180 5 225521 (0,14 EUR/Minute aus dem Festnetz; maximal 0,42 EUR/Minute aus den Mobilfunknetzen)

www.delonghi.de

De'Longhi
Better Everyday



Die vernetzte Produktwelt von Samsung

Für das smarte Leben

Mit dem Konzept des „Smart Life“, des „smarten Lebens“, will Samsung die Unterhaltungselektronik auf ein neues Niveau heben. Vielfältige Inhalte sollen jederzeit und von jedem Ort aus auf unterschiedlichen Geräten wie Fernsehern, Notebooks, Smartphones und Tablet Computern zugänglich sein. Wie man sich dieses smarte Leben vorstellen kann, hat das Unternehmen jetzt auf dem Samsung European Forum in Prag gezeigt.

Der koreanische Digital-Gigant, der im vergangenen Jahr 143 Milliarden US-\$ (ca. 109 Milliarden Euro) umsetzte, ist auf dem Weg zur vernetzten Unterhaltungselektronik ohne Zweifel am weitesten fortgeschritten. Samsung ist nicht nur die Nummer eins im weltweiten Fernsehgeschäft (und verkauft inzwischen in den oberen Klassen mehrheitlich internetfähige Smart TVs), sondern hat in Europa im vergangenen Jahr erstmals auch die Spitzenposition im Smartphone-Markt erobert und damit Apple hinter sich gelassen. In den wichtigsten europäischen Märkten ist die Marke Samsung an erster Stelle in der Gunst der Verbraucher, wenn es um Elektronikprodukte geht.

Mehr als Smart TV

Den Mittelpunkt der vernetzten Welt soll nach Vorstellung von Samsung der Fernseher bilden, und zwar als Smart TV. Durch umfassende Netzwerkfähigkeit bieten die Geräte über das Internet oder die Cloud schnellen Zugriff auf alle möglichen Inhalte, von Webseiten und sozialen Netzwerken über Filme, Musik und Spiele bis hin zu Fotos und Videos, die von den Konsumenten selbst erstellt werden. Um das zu erreichen, rüstet Samsung die Oberklasse seiner Smart TV-Geräte massiv auf. So wird durch den Einbau von Doppelkernprozessoren die Rechenleistung massiv gesteigert, um die großen Datenmengen schnell verarbeiten zu können. An die Stelle der Fernbedienung rücken neue Steuerungskonzepte, zum Beispiel durch Sprache und Gesten. Deshalb sind die entsprechenden Smart TVs mit Mikrofonen und Kamera ausgerüstet. Über entsprechende Apps können auch Tablet

Computer und Smartphones als Fernbedienung eingesetzt werden. Sie dienen auch als „Zweitbildschirme“, um simultan andere Programme anzusehen oder das laufende TV-Bild „mitzunehmen“. Zudem bringen sie selbst Inhalte, Bilder und Videos auf den TV-Bildschirm, denn über die Samsung-Technologie Allshare können Dateien zwischen den Geräten leicht ausgetauscht werden.

Mit dem neuen Allshare Play wird das Teilen der Inhalte in Zukunft noch einfacher, denn es erfolgt dann über die Cloud. Das bedeutet zum Beispiel, dass Fotos und Videos vom Smartphone, dem Tablet Computer oder der Kamera praktisch von jedem Ort der Welt aus auf den heimischen Fernseher gebracht werden können – 5 GB Speicherplatz sind inklusive.

Immer mehr Apps

Für das Nutzen vielfältiger digitaler Dienste hat Samsung eine eigene Smart TV-Plattform entwickelt, den Smart Hub. Hier finden – wie von Smartphones und Tablets bekannt – die Apps für die Smart TVs ihren Platz. Inzwischen bietet Samsung über den Smart TV Appstore 28.000 Apps an, die – zum Teil kostenlos, zum Teil gebührenpflichtig – auf den Fernseher heruntergeladen werden können. An der Tatsache, dass es noch vor zwei Jahren gerade 500 Apps für Samsung Smart TVs gab, zeigt sich die Dynamik dieser Entwicklung, in die Samsung über Developer Kits auch unabhängige Software-Anbieter eingebunden hat.

Zu den neuen Apps, die exklusiv auf Samsung Fernsehern genutzt werden können, gehören inzwischen nicht nur spezielle Anwendungen für Kinder und neuerdings

das beliebte Spiel Angry Birds, sondern auch die App „Family Story“, mit der es besonders komfortabel ist, selbstaufgenommene Fotos und Videos mit Familienmitgliedern und Freunden zu teilen. Auch auf Fitnessprogramme können Nutzer von Samsung Smart TVs zurückgreifen.

Personalisiertes TV

Da der Fernseher bekanntlich im Wohnzimmer steht und meist von mehreren Personen genutzt wird, hat Samsung eine Lösung entwickelt, um den persönlichen Vorlieben der Nutzer gerecht zu werden. Sie können nämlich eigene Profile erstellen, ihre bevorzugten Apps und Programme auswählen und im Gerät abspeichern. Die eingebaute Gesichtserkennung der Spitzenmodelle sorgt dann dafür, dass beim Einschalten des Geräts die persönliche Oberfläche des entsprechenden Nutzers erscheint.

Dabei steht das Smart TV-Konzept erst am Anfang: Samsung will in den nächsten Jahren weitere neuartige Anwendungen für seine Smart TVs und die mobilen Digital-Satelliten wie Smartphones, Tablets, Notebooks und Kameras herausbringen. Damit diese Anwendungen auch auf den heute verkauften Smart TVs genutzt werden können, hat das Unternehmen das Konzept Smart Evolution entwickelt. Die Smart TV-Spitzenmodelle sind dafür vorbereitet, mit regelmäßig erscheinenden „Evolution Kits“ für die neuesten Features fit gemacht werden zu können – das bedeutet Zukunftssicherheit. Dass auf diese Weise das Smart TV jedes Jahr sozusagen erneuert werden soll, ist ein interessantes Geschäftsmodell nicht nur für Samsung, sondern auch für den Hightech-Fachhandel.

Smart fotografie

In dem Konzept für das smarte Leben hat Samsung die Digitalkameras nicht nur als Bildaufnahme-, sondern auch als Multimediale Geräte positioniert. Mit der WiFi-Direktfunktion können sie ohne Kabel mit einem WLAN-Netz angewiesen, sondern können auch mit einem kompatiblen Gerät (Smartphone, Notebook, Tablet) verbunden werden. Besonders interessant ist dabei das Zusatzfeature der Smart Share. Hier dient die WiFi-Verbindung nicht nur dazu, um Bilder zu übertragen, sondern auch zur Fernbedienung genutzt werden kann, sondern auch zum Kopieren von Dateien. Denn es ist auch möglich, von der Smart TV ganze Bilddateien auf das Smartphone zu schicken, um sie mit anderen zu teilen – nicht nur in den sozialen Netzwerken wie Facebook, sondern auch über Apps wie die Facebook App auf den heimischen Smart TV.

Mit ihrer WiFi-Funktionalität sind die neuen Samsung Digitalkameras wie das Flaggschiff-Modell WB850F Teil des „Smart Life“.



Samsung Galaxy Tab

Mit Abmessungen von 194 x 122 mm und einem Gewicht von 315 g ist das Samsung Galaxy Tab 7.0 Plus N kompakt und leicht, um bequem verstaut zu werden. Der interne 16-GB-Speicher kann um 32 GB erweitert werden. Ausgestattet mit Android 3.2 und einem 1,2 GHz Prozessor, kann das Samsung Galaxy Tab 7.0 Plus N auch anspruchsvolle Spiele schnell auf dem großzügigen Touchscreen. Die Benutzeroberfläche erlaubt dem Nutzer schnellen Zugriff auf die unterschiedlichsten Unterhaltungsmöglichkeiten. Im Music Hub stehen aktuelle und ältere Musik zum Download bereit, und über den Readers Hub kann die persönliche Bibliothek überall hin mitgenommen werden. In den Momenten des Alltags hält die integrierte Digitalkamera mit Fotolicht und 3,2 Megapixeln fest. Das Samsung Galaxy Tab 7.0 Plus N liefert außerdem Videos in HD-Qualität. Für Selbstportraits auch eine Frontkamera mit 1,3 Megapixeln bereit. Unterwegs oder zu Hause sorgen die Lautsprecher für den guten Ton – auch bei Telefonaten.



Die Top-Modelle der neuen Smart TV-Generation, hier der Plasma-Fernseher Samsung ES8090, sind mit Doppelkernprozessoren ausgestattet und können mit Sprache und Gesten gesteuert werden.

Die Smart TV Top-Modelle

Smart TV auf dem neuesten Stand bieten die neuen Top-Modelle, die Samsung im März/April in den Handel bringt. Sowohl die beiden LED-Geräte ES8090 und ES7090 sowie die Plasma-TVs der Reihe E8090 erfassen mit eingebauten Kameras und Mikrofonen Sprachbefehle und Gesten und können so bequem mit der Stimme navigiert sowie mit einfachen Bewegungen durch Menüs, Apps und Webseiten gesteuert werden. Dank der Gesichtserkennung steht für jeden „profilierten“ Nutzer direkt beim Einschalten die individuelle Bedieneroberfläche mit den bevorzugten Apps und Features zur Verfügung.

Für die Sprachsteuerung braucht man nicht viele Worte zu machen: Möchte der Zuschauer beispielsweise den Web Browser aufrufen, wird die Sprachsteuerung mit einem beliebig festzulegenden Signalwort – zum Beispiel „Samsung Apps“ – aktiviert und anschließend der Begriff „Web Browser“ ausgesprochen. Ebenso leicht ist das Einschalten eines bestimmten TV-Kanals: Ein Befehl wie „Kanal Nummer, Kanal 36“ genügt.

Die Gestensteuerung macht zum Beispiel das Surfen auf einer Webseite besonders komfortabel: Der Zuschauer hält hierzu lediglich die Handfläche in das Sichtfeld der integrierten Kamera und steuert dann den Cursor mit einfachen Bewegungen über die Webseite. Die Auswahl eines Links oder einer Funktion erfolgt mit einer Greifbewegung.

Auch die Fernbedienungen der neuen Samsung Smart TVs sind leicht zu steuern: So kann man mit intuitiven Wischbewegungen durch die zentrale Oberfläche Smart Hub navigieren oder die Lautstärke verändern. Und wenn Nebengeräusche das in den Fernseher eingebaute Mikrofon irritieren, ermöglicht das in die Fernbedienung integrierte Mikrofon im wahrsten Sinne des Wortes eine „klare Ansage“.

Das Samsung LED TV ES8090 ist in vier Größen von 40“ bis 65“, das ES7090 in drei Größen von 40“ bis 55“ erhältlich. Den Plasma TV E8090 gibt es wahlweise in 51“ oder 64“.

Das Samsung Galaxy Tab 7.0 Plus N ist ab sofort in Pure-White oder Metallic-Grey in Deutschland zum UVP von 569 Euro, das WiFi-Modell für 499 Euro (UVP) erhältlich.

Smart drucken

Mit Hilfe der WiFi-Direkttechnologie können jetzt auch Samsung Drucker und Multifunktionsgeräte ganz ohne WLAN-Router oder Software-Installation von mobilen Endgeräten aus angesteuert werden. Dazu gehören das Samsung Galaxy SII, das Samsung Galaxy Note und das Samsung Galaxy Tab 10.1N.

Mit den neuen Multifunktionsgeräten der SCX-34 Serie wird die drahtlose Verbindung durch einen einfachen Druck auf die WPS-Taste hergestellt. Sowohl das 3-in-1-Gerät SCX-3405W (Drucken, Scannen und Kopieren) als auch das 4-in-1-Gerät SCX-3405FW, das zusätzlich auch faxen kann, bieten kompakte Außenmaße, übersichtliches Jobmanagement und energieeffizientes Arbeiten. Die mit einem 433 Megahertz-Prozessor ausgestatteten Geräte drucken bis zu 20 Schwarzweiß-Seiten pro Minute und scannen oder kopieren in derselben Zeit bis zu 14 Seiten. Alle Funktionen wie Statusüberwachung oder das Administrationsmanagement sind in nur einem Programm, dem „EasyPrint Manager“, vereint. Praktisch ist das neue Papieraufnahmesystem, mit dem das Eingabefach nicht mehr von Hand an die Papiergröße angepasst werden muss. Auch die intuitiv nutzbare „Print Screen“-Funktion, mit der Direktausdrucke von aktuellen Bildschirm-Inhalten erstellt werden können, ist sehr komfortabel. Über die „Anyweb 2.0“ Software können einzelne Bilder, Textpassagen oder ganze Frames per Drag & Drop über die Werkzeugleiste im Browser ausgewählt und so bearbeitet werden, dass nur die wirklich benötigten Teile gedruckt werden. Die Preise der 34er-Familie liegen bei 149 Euro für den SCX-3405W und bei 199 Euro für den SCX-3405FW. Ebenfalls mit WiFi Direkt ausgestattet ist der kompakte Einstiegsdrucker ML-6165W, der ab sofort zu einem UVP von 99 Euro auf den Markt kommt.



Drucker und Multifunktionsgeräte wie der neue Samsung SCX-3405FW können direkt von WiFi Direkt-kompatiblen Galaxy, Smartphones und Tablets angesteuert werden.

Schöne Töne

Mit einer neuen Serie von Audio-Docks will Samsung nicht nur für guten Ton sorgen, sondern auch Design-Akzente setzen. Dabei kommt sogar die gute alte Vakuumröhre wieder zum Einsatz, um ein besonders dynamisches, warmes Klangergebnis zu erzielen.

Das neue Audio-Dock DA-E750 steckt in einem eleganten Holzgehäuse und bietet ein 2.1-Lautsprechersystem mit eingebautem 100 Watt Subwoofer. Mit seinem besonderen Dual Dock akzeptiert es sowohl Apple iOS Geräte (iPod, iPhone und iPad) als auch Galaxy S Smartphones. Zudem ist die drahtlose Übertragung der Audiodaten mit Allshare-kompatiblen Samsung Galaxy Geräten, Apple AirPlay oder Bluetooth möglich. Mit einem Komponentenkabel können analoge Geräte angeschlossen werden, auch ein USB-Anschluss für MP3-Player oder Festplatten ist vorhanden. Das Gerät unterstützt die Dateiformate MP3, WMA und WAV.

Die Vakuumröhre, die als Vorverstärker eingesetzt wird, sorgt nicht nur für den von Kennern geschätzten charakteristischen Klang, sondern setzt auch einen markanten optischen Akzent auf dem Gehäuse, indem sie im Betrieb ein warmes rötliches Leuchten ausstrahlt.



Warmer Holzton und warmer Sound durch Vakuumröhre: das neue Samsung Audio-Dock DA-E750

ren/filmen

Samsung seine WiFi-fähigen Kameras sondern auch als Kommunikations- sind sie nicht auf den Zugang zu en Fotos und Videos direkt zu einem (Tablet, Smart TV) drahtlos übertra- mmenspiel mit einem Smartphone: u, dass das Smartphone als Zweit- meperspektiven) oder Kamerafern- als Brücke zu allen digitalen Netz- Kamera oder dem Camcorder aus cken und von dort über das Internet ekannten sozialen Netzwerken wie mily Story direkt



ab 7.0 Plus N

em Gewicht von 345 Gramm liegt rtabel in der Hand und lässt sich herplatz bietet viel Platz für Bilder, den microSD-Kartenslot um bis zu

GHz Dual Core-Prozessor, stellt das uchsvolle Apps, Fotos, Videos und en Touchscreen dar. Die TouchWiz- len Zugang zu hkeiten. Über e Songs zum ann der Nutzer Die schönen talkamera mit ng Galaxy Tab alität und hält mit 2,0 Mega- n Stereo-Laut- Konferenzen.



Die schnelle Exilim Premium Klasse

Kreativität in Highspeed



Die neue Exilim EX-ZR200 verbindet Schnelligkeit mit neuen Funktionen für eindrucksvolle Bildeffekte.



Die neue Exilim EX-ZR200 ist in attraktiven Farben erhältlich.



Mit den neuen Exilim Modellen EX-ZR200 und EX-ZR20 startet Casio in der Kompaktklasse ein neues Premium-Segment. Mit innovativen Funktionen machen es beide Kameras möglich, automatisch Effekte wie ein Profi zu erzielen. Dank der neuen Exilim Engine HS sind die beiden Neuheiten so schnell, dass sie praktisch keinen wichtigen Moment verpassen.

„Mit unseren neuen Premium-Modellen machen wir ein attraktives Angebot für Hobbyfotografen, die sich für besonders eindrucksvolle Bilder begeistern“, erklärte Andreas Schult, Senior Sales Manager für den Vertriebsbereich Digital Imaging bei Casio. „Denn mit diesen Kameras lassen sich ganz einfach Profi-Effekte erzielen, wie wir sie sonst nur aus dem Spiegelreflexbereich kennen, ohne dass sich die Anwender mit Technik belasten müssen.“

Die Kamera ist in weniger als einer Sekunde betriebsbereit, der besonders schnelle Autofokus benötigt nur 0,13 Sekunden zur Scharfstellung, und das Aufnahme-Intervall beträgt gerade mal 0,27 Sekunden. So ist in 1,38 Sekunden nach dem Einschalten der Exilim EX-ZR200 das erste Bild im Kasten.

Das ergibt eine Serienbildfunktion mit einer Geschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung des 16,1 Megapixel High Sensitivity CMOS-Sensors. Es sind sogar Serienbilder mit einer Geschwindigkeit von bis zu 30 Bildern pro Sekunde möglich.

Das 12,5-fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 24–300 mm. Mit der Multi Frame SR Zoomfunktion kann der Zoomfaktor nahezu ohne Qualitätsverlust auf den Faktor

25 erweitert werden. Möglich wird das durch die Schnelligkeit: Denn mehrere Aufnahmen werden zu einem scharfen Foto kombiniert. Mit der Wide Shot-Funktion lassen sich zudem eindrucksvolle Weitwinkelperspektiven realisieren, die einer Kleinbild-Brennweite von bis zu 14 mm entsprechen.

Automatisch Premium

Für die Exilim ZR200 hat Casio die bewährte Premium Auto Funktion noch intelligenter gemacht. Jetzt aktiviert die Kamera nach Analyse des Motivs nicht nur automatisch bestimmte Motivprogramme, sondern schaltet dabei gegebenenfalls auch auf HS Best Shot Funktionen wie HDR um. Dann nimmt die Kamera – hier zählt sich wieder die Schnelligkeit aus – bei kontrastreichen Motiven fünf Bilder hintereinander auf, von denen drei Aufnahmen zu einem ausgewogenen Foto kombiniert werden. Bei wenig Licht entscheidet sich die Kamera für den HS Night Shot Modus und fügt mehrere Aufnahmen so zu einem scharfen Bild zusammen, dass brillante Ergebnisse auch ohne Blitz erzielt werden.

Eindrucksvolle Fotos

So lassen sich mit der Exilim EX-ZR200 ganz einfach ein-

drucksvolle Bilderergebnisse realisieren. Mit der neuen Hintergrundunschärfe-Funktion wird die Highspeed-Serienaufnahmen-Technologie für eine innovative Bildverarbeitung genutzt, bei der das eigentliche Motiv scharf hervorgehoben wird, während der Hintergrund in einer leichten Unschärfe verschwimmt – wie bei einer Spiegelreflexkamera. Dabei kann der Nutzer unter drei verschiedenen Stärken dieses Effektes wählen.

Typisch Exilim sind zudem die HDR Art Effekte, mit der die Kamera durch die Kombination

von Serienbildaufnahmen mit unterschiedlichen Belichtungen sowie einer äußerst genauen Bildanalyse und der partiellen Veränderung von Kontrast- und Sättigungswerten künstlerisch verfremdete Fotos erzeugt.

Auch hier kann die Stärke der Effekte eingestellt werden.

Tolle Full-HD-Videos

Bewegte Bilder nimmt die Exilim EX-ZR200 im Full-HD-Modus (1.920 x 1.080 Pixel/30fps) auf – und das mit Stereoton, voller Autofokus-Funktion und über den gesamten Zoombereich.

Zusätzlich können während des Filmens Fotos mit bis zu 16 Megapixeln geschossen werden, und die Premium Auto Movie Funktion erkennt und analysiert automatisch die Motive und wählt die am besten geeigneten Einstellungen aus.

Auch die HDR Art-Funktion kann mit einem voreingestellten Level beim Videofilmen eingesetzt werden.

Die Exilim EX-ZR200 ist ab sofort in den Farben Schwarz, Weiß, Rot und Blau verfügbar; der empfohlene Verkaufspreis beträgt 279 Euro.

www.casio.de



Das Premium-Modell Exilim EX-ZR20 bietet eine Lichtstärke von ISO 12.800.



Die auch im Dunkeln sieht

Exilim EX-ZR20

Die neue Exilim EX-ZR20 bietet dieselben neuen Funktionen wie die EX-ZR200, ist mit einem Aufnahme-Abstand von 0,26 Sekunden noch eine Kleinigkeit schneller als das Schwestermodell und zeichnet sich durch besondere Lichtstärke aus. So kommt sie in der HS Night Shot Funktion durch die Kombination von Serienaufnahmen mit

einer besonders effektiven Rauschreduzierung auf eine Lichtstärke, die ISO 12.800 entspricht. In dem äußerst kompakten Gehäuse steckt ein 25–200 mm (KB-äquivalent) 8-fach-Zoomobjektiv, dessen Brennweitenfaktor mit Hilfe der Multi SR Zoomtechnologie auf 16-fach erweitert werden kann. Zusätzlich bietet sie den von Casio entwickelten Art Shot Modus für kreativ verfremdete Bilderergebnisse.

Die Exilim EX-ZR20 ist ab Anfang April in den Farben Silber, Weiß, Schwarz und Lila erhältlich; die UVP beträgt 279 Euro.

JVC Everio Flaggschiffe mit WiFi-Technologie

JVC hat für das Frühjahrs- und Sommergeschäft neue HD Everio Camcorder-Modelle vorgestellt, von denen gleich fünf HD-Camcorder mit integrierter WiFi-Technologie ausgestattet sind. Sie erleichtern somit den kabellosen Datenaustausch nicht nur im Heimnetzwerk, sondern auch fast überall in der Welt über öffentliche WLAN-Zugangspunkte. Als Full-HD-Camcorder bringen sie alle Funktionen zur Aufnahme von Filmen und Fotos in Top-Qualität mit. Darüber hinaus unterstützen jetzt alle Everio Camcorder die 1.080/50p-Ausgabe (Full HD Progressiv).

Top-Modelle unter den Neuheiten sind der GZ-GX1 und der GZ-VX715. Zur umfassenden Ausstattung des kompakten SD-Card-Camcorders GZ-GX1 zählt unter anderem ein 10-Megapixel hintergrundbeleuchteter CMOS-Sensor, ein original JVC HD GT Objektiv, ein hochleistungsstarkes F 1.2-Objektiv sowie ein hochauflösender, 8,9 cm großer rahmenloser Touchscreen-Monitor.

Das Modell GZ-VX715 wartet ebenfalls mit Top-Daten auf, wie zum Beispiel einem 10-fachen Zoom, der Super LoLux-Funktion, einem verbesserten Bildstabilisator (A.I.S.) sowie der Möglich-

keit der High Speed Foto- und Videoaufnahme. Hervorzuheben ist aber vor allen Dingen die WiFi-Funktionalität, die die Einsatzmöglichkeiten der beiden Modelle deutlich über das „bloße“ Filmen und Fotografieren hinaus erweitert.



Der Everio GZ-GX1 bietet einen Touchscreen.



Zusatzfunktionen dank WiFi

Mit der Live Monitoring-Funktion können Aufnahmen per WiFi kabellos auf Smartphones und Tablet-Computer mit Android-Betriebssystem sowie iPhone, iPad oder einen PC übertragen werden. So sieht der Nutzer zum Beispiel anhand der Bilder des Everio Camcorders, was in einem Raum passiert, auch wenn er sich gerade in einem anderen Zimmer aufhält. Live Monitoring lässt sich auch unterwegs über das Internet nutzen.

Eine weitere nützliche Funktion ist die Raumüberwachung inkl. E-Mail-Versand automatisch erstellter Fotos. Betritt eine Person die Beobachtungszone der Everio

Kamera, erstellt der Camcorder selbstständig ein Foto. Dieses wird dann automatisch über eine WiFi-Verbindung als E-Mail an ein zuvor definiertes Smartphone oder einen Computer gesendet. Zur einfachen Versendung kurzer Videoclips dient die Video-E-Mail-Funktion. Im Video-E-Mail-Modus kann der Nutzer 15 Sekunden lange Filmclips aufzeichnen, direkt über eine WiFi-Verbindung an eingetragene E-Mail-Adressen verschicken und die Clips dann überall mit einem

Everio GZ-GX1 (r.) und Everio GZ-VX715



Smartphone oder Computer abrufen. Bis zu acht Empfänger können für den gleichzeitigen Versand der Boten an eine Gruppe vorgeordnet werden. Die Auflösung der

Bilder beträgt 640 x 360 Pixel und ist damit für den Datenaustausch in Netzwerken oder über das Internet optimiert.

Smartphone-Kopplung

Über die integrierte Funktion der Smartphone-Kopplung lässt sich ein Smartphone auch aus großer

Entfernung als Fernsteuerung für den Everio nutzen. Via Remote-Zugriff können die Zoomeinstellung geändert und die Start-/Stop-Funktion genutzt werden. Außerdem lassen sich per kostenfreier App beliebige Fotos und Videos auf das Smartphone laden und von dort zu einem Internetportal wie YouTube oder Facebook hochladen. Schließlich können auch die Daten des Smartphones zum Geotagging der Everio Aufnahmen genutzt werden.

www.jvc.de

FEIERN SIE MIT UNS ...

... die Promotion des Jahres!



**Verkaufsstarke
Zweitplatzierungs-
Displays**
für jede Marktgröße

GELD-ZURÜCK- GARANTIE!



Top-Qualität kann sich jedem Test stellen – und das tun wir!

**Großes
Endverbraucher-Gewinnspiel**



1.500
tolle Preise zu gewinnen!

Weitere Infos unter:
www.varta-consumer.de



Photoindustrie-Verband erwartet Wachstum durch Mobile Imaging Smartphones als Chance

Der Photoindustrie-Verband sieht die wachsenden Verkäufe von Smartphones und Tablet Computern mit Kamerafunktion als Wachstumsmotor für die gesamte Fotobranche. So wird durch die steigende Zahl genutzter Aufnahmegeräte ein positiver Effekt auf den Zubehörverkauf und das Bildergeschäft erwartet. Das soll sich auch auf der kommenden photokina zeigen.

Allein die Anzahl der verkauften Smartphones, die praktisch alle mit einer eingebauten Kamera ausgestattet sind, stieg in Deutschland 2011 im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent auf mehr als zehn Millionen Stück. Das entspricht einem Umsatz von über vier Milliarden Euro. „Zusammen mit Digitalkameras, Camcordern, Fotohandys und Tablets mit Kameras wurden damit in Deutschland noch nie so viele Aufnahmegeräte verkauft wie in 2011“, stellte Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, fest. Weiterhin schätzt der Photoindustrie-Verband, dass von den weit über vier Milliarden Fotos, die in 2011 in Deutschland ausgedruckt wurden, etwa 1,5 Prozent aus Smartphones oder Fotohandys stammen. Ergänzt wird der Mobile-Imaging-Markt durch die Millionen Downloads von kostenpflichtigen Foto-Apps sowie einen neuen, margenstarken Zubehörmarkt, zu dem Produkte wie Objektivversätze, Taschen, Stativ und speziell für Fotohandys und Smartphones gedachte Filter gehören.

Jedes dritte Handy „smart“

In Deutschland ist bereits jedes dritte verkaufte Handy ein Smartphone – Tendenz steigend. Größte Absatzförderer sind dabei die Netzbetreiber: Von den bei Abschluss eines Vertrages kostenlos abgegebenen Handys stammen bei einigen Anbietern neun von zehn Telefonen aus der smarten Kategorie.

Neue Zielgruppen

Erwartungsgemäß am größten ist der Anteil der Smartphone-Nutzer bei jungen Konsumentengruppen: Fast 45 Prozent der 20- bis 29-Jährigen besitzen so ein intelligentes Handy. Grundsätzlich gilt: Je höher der Bildungsabschluss eines Nutzers ist und je größer sein Einkommen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er ein Smartphone nutzt. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts GfK hervor. Demnach haben zur Zeit 18,2 Prozent der Deutschen, die über 14 Jahre alt sind, ein Smartphone und knapp 70 Prozent ein herkömmliches Handy - mindestens die Hälfte davon dürfte eine eingebaute Kamera

haben. Dieser Smartphone-Trend bleibt nicht ohne Auswirkungen: „Dadurch, dass die Kamera im Handy praktisch immer und überall dabei ist, werden ungleich mehr Szenen und Motive als früher im Bild festgehalten – und in der Regel zeitnah in soziale Netzwerke hochgeladen“, so Thomas. „Aus der neuen Konsumentengruppe, die deshalb fotografiert, weil die Kamera in ihrem Fotohandy zum Produkt gehört und immer dabei ist, werden zusätzliche Interessenten für leistungsstärkere Kameramodelle wie System- und Spiegelreflexkameras.“

Auch die steigende Popularität von Tablet-Computern wirkt sich nach Ansicht des Photoindustrie-Verbandes positiv auf die Fotobranche aus; denn meist sind diese Geräte ebenfalls mit einer eingebauten Kamera ausgestattet. Im Jahr 2011 wurden in Deutschland laut GfK über zwei Millionen Tablets verkauft, was 160 Prozent mehr als in 2010 entspricht. In diesem Jahr soll die Zahl der verkauften Tablets auf knapp drei Millionen Stück zulegen und einen Umsatz von 1,3 Mrd. Euro generieren.

Mit Facebook vernetzt

Ein wesentliches Segment des Mobile Imaging ist das Hochladen von Fotos und Videos in soziale Netzwerke. Allein bei Facebook, Photobucket oder flickr haben sich

weltweit mittlerweile über 160 Milliarden Fotos angesammelt. Auf der größten Plattform, Facebook, wurden 2011 weltweit jede Woche 1,75 Milliarden Fotos hochgeladen. Etwa 60 Prozent aller Bilder in sozialen Netzwerken stammen von Smartphones. Auch die Kommunikation mit bewegten Bildern wird immer beliebter: Auf YouTube werden täglich etwa eine Milliarde Videos angeschaut, von denen nach Einschätzung des Verbandes 80 Prozent mit videofähigen Handys aufgenommen wurden. Der Photoindustrie-Verband schätzt, dass die Anzahl der Videos aus Handys/Smartphones im vergangenen Jahr um das 14-Fache gestiegen ist.

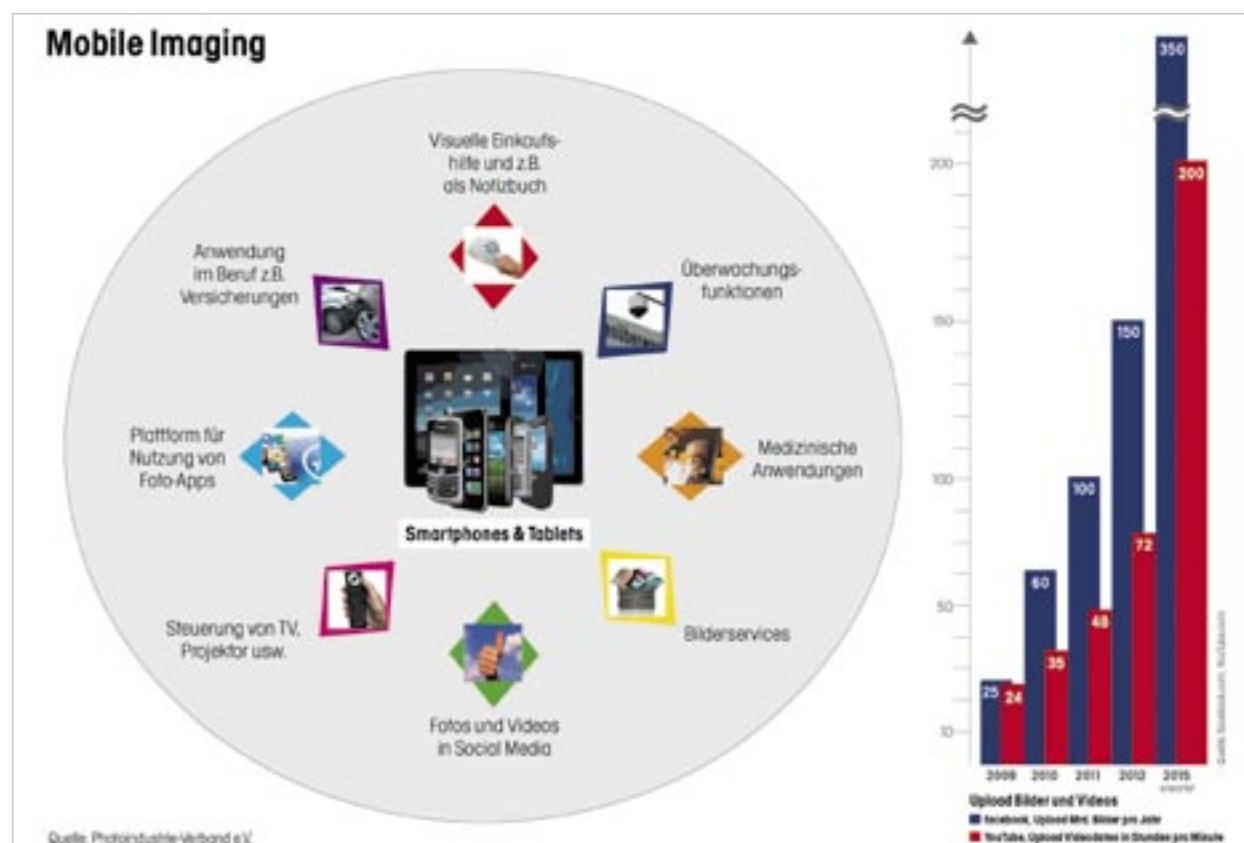
Gegen den Datenstau

Die immer beliebtere Kommunikation mit Bildern und das damit verbundene Hochladen und Übertragen großer Datenmengen bleibt nicht ohne Folgen: In allen deutschen Mobilfunknetzen komme es zeitweise zu Engpässen, stellt der Photoindustrie-Verband fest. Denn die Datennutzung nimmt schneller zu, als die Mobilfunknetze nachrüsten können. Erst die flächendeckende Einführung von LTE (Long-Term-Evolution), auch als 4G bezeichnet, wird das ändern. LTE (<http://de.wikipedia.org/wiki/Mobilfunk>) ist ein neuer Mobilfunkstandard, der mit bis zu 300 Megabit pro Sekunde deutlich höhere Downloadraten ermöglicht. Da das Grundprofil von UMTS bei LTE beibehalten wird, ist eine rasche und kostengünstige Einführung des neuen Standards möglich, der von Mobil-

funkanbietern bereits in einigen Regionen angeboten wird. Der Photoindustrie-Verband sieht in der Bereitstellung einer entsprechend leistungsstarken Infrastruktur eine wesentliche Voraussetzung für das weitere Wachstum des Mobile-Imaging-Marktes und fordert klare, schnelle Lösungen. „Von Seiten der Fotoindustrie haben wir alles getan, um moderne Smartphones, Tablets und Fotohandys mit leistungsstarken Foto-Features zu bestücken. Jetzt darf das Wachstum des Marktes nicht an anderer Stelle gebremst werden“, so Christoph Thomas.

Chance fürs Bildergeschäft

Mit den Smartphones, so schätzt der Photoindustrie-Verband, werden monatlich in Deutschland durchschnittlich etwa 300 Millionen Bilder fotografiert. Bei einer durchschnittlichen Printrate von etwa 1,5 Prozent bei Handyfotos entspricht dies einem Volumen von 4,5 Millionen gedruckter Bilder pro Monat und 60 Millionen Stück pro Jahr – als Foto, im Fotobuch oder als Fotogeschenkartikel. In jedem Fall wird Mobile Imaging eines der herausragenden Themen der kommenden photokina – World of Imaging – sein. Die vom 18. bis 23. September in Köln stattfindende internationale Leitmesse der Foto- und Imagingbranche soll sämtliche Facetten dieses neuen Marktes aufzeigen. Dabei sind besucherorientierte Aktionen und Anwendungen ebenso geplant wie ein umfangreiches Fachprogramm rund um die internationale Mobile Imaging World.



Durch Smartphones und Tablet-Computer nimmt die Kommunikation mit Bildern zu. Ein Zeichen dafür ist die rasant wachsende Zahl von Fotos und Videos, die auf Facebook und YouTube hochgeladen werden.

PoS **Aktuell**

LG präsentiert neue Designstrategie für mobile Geräte

Mit einem neuen, L-Style getauften Designkonzept hat LG im Rahmen des Mobile World Congress (MWC) in Barcelona drei neue Smartphones vorgestellt. Seine besondere Stellung in puncto Design hat LG schon in der Vergangenheit mit der Einführung der Black-Label-Serie, zu der unter anderem das



Chocolate und das Shine zählen, untermauert. Mit dem L-Style-Konzept will das Unternehmen jetzt erneut zeigen, dass es sich mit seinem Look bewusst vom Wettbewerb differenziert.

„Design ist für unsere Kunden nach wie vor ein wichtiges Entscheidungskriterium beim Kauf eines Mobiltelefons“, so Dr. Jong-Seok Park, President und CEO der LG Electronics Mobile Communications Company. „Bei dem ein oder anderen Gerät haben wir uns in der Vergangenheit aus unterschiedlichen Gründen für ein funktionelles Designkonzept entschieden. Mit L-Style kehren wir jetzt zu unseren Wurzeln zurück: Als ein Unternehmen, das Produkte entwickelt, die zum Lebensstil seiner Kunden passen.“

Zeitloses Design, kombiniert mit raffinierten Details, sind die Kernelemente von L-Style, die auf fünf Säulen basieren: Modern Square Style sorgt dafür, dass das Gerät komfortabel in der Hand liegt; Floating Mass Technology garantiert ein schlankes Erscheinungsbild; Seamless Layout bietet intuitive Tastenanordnung; Harmonized Design Contrast setzt Metallic-Akzente, und Sensuous Slim Shape gibt dem Gerät eine natürliche Form.

Drei Smartphones im L-Style Look präsentiert LG nun auf dem MWC – das Optimus L3 mit einem 3,2-Zoll-Display (8,12 Zentimeter) feiert im März dieses Jahres sein Europa-Debüt. Zwei weitere Geräte mit Android 4.0 IceCream Sandwich folgen dann in der ersten Jahreshälfte: Das Optimus L5 mit einem 4"/10,2 cm großen Display und das Optimus L7 mit einem 4,3"/10,92 cm großen Bildschirm. www.lge.de

ZTE jetzt auch mit eigenem Smartphone

Der chinesische Telekommunikationsanbieter ZTE hat mit dem ZTE Skate sein erstes Smartphone unter eigenem Markennamen in Deutschland vorgestellt. Im Rahmen eines ZTE Skate Launch Events in München stellte der deutsche Geschäftsführer John Lee das Mobiltelefon der Öffentlichkeit vor und betonte vor Journalisten, dass sich ZTE in Zukunft stärker als eigenes Label in Deutschland positionieren wolle. Insgesamt will ZTE seine Markenstrategie im Bereich Smartphones weiter ausbauen.

Das ZTE Skate ist das erste einer ganzen Reihe von Smartphones, die in diesem Jahr unter dem eigenen Markennamen in Deutschland auf den Markt kommen sollen. Das international bislang über zwei Millionen mal verkaufte Gerät ist eines der Flaggschiff-Produkte von ZTE und sicherte dem Unternehmen bereits in anderen Ländern, zum Beispiel Spanien, England und Frankreich, einen guten Start für die Einführung des eigenen Labels.

„Gemessen an den reinen Verkaufszahlen bestätigten uns Analysten der Marktforscher ABI Research, IDC und Strategy Analytics, im dritten Quartal 2011 zum viertgrößten Handyhersteller der Welt aufgestiegen zu sein. Daher ist der Zeitpunkt, zu dem wir unsere Geräte mit unserem

denn auch in Spanien wurde das ZTE Skate bereits bei Telefónica S.A. erfolgreich eingeführt.“

Das 148 Gramm schwere Skate soll mit seinem Skateboard-Design vor allem jüngere Nutzer ansprechen. Es ist mit einem 4,3"/10,9 cm großen Touchscreen (480 x 800 Pixel) und dem Betriebssystem Android Version 2.3.5 Gingerbread ausgestattet. Vorinstalliert sind die wichtigsten Apps, die den Alltag des Anwenders bereichern und erleichtern sollen – etwa Anwendungen für soziale Netzwerke oder Musik-Applikationen.

Logo auf den Markt bringen, mehr als passend“, erklärte Lee im Rahmen der Vorstellung des Skate in München. „Wir freuen uns, dass wir das Gerät in Zusammenarbeit mit Telefónica Germany launchen,



Mit seinem Skateboard-Design und seinem günstigen Preis soll das ZTE Skate auch in Deutschland vor allem eine jüngere Nutzergruppe und Smartphone-Einsteiger ansprechen.



Der deutsche ZTE-Geschäftsführer John Lee präsentierte das ZTE Skate der Öffentlichkeit.

Daneben bietet das Smartphone drei „echte“ (physikalische) Tasten zur Menüsteuerung – das betrachtet ZTE als Vorteil beim Handling gegenüber den Softkeys im Bildschirm. Der interne 512 MB große Speicher und der 800 MHz schnelle Prozessor sorgen für ruckelfreie Bedienung und Anwendungen. Der Speicherplatz des Skate lässt sich mit einer SD-Karte bis auf 32 GB erweitern. Für lange Betriebszeiten sorgt der 1.400 mAh Akku. Abgerundet wird die Ausstattung durch eine Fünf-Megapixel-Kamera, die dank eines LED-Blitzes selbst bei schwachen Lichtverhältnissen eingesetzt werden kann.

Das Skate ist ab sofort über das Bezahlmittel O2 My Handy bei einer Anzahlung von einem Euro und einer 24-Monatsrate von jeweils zehn 10 Euro für einen Gesamtpreis von 241 Euro erhältlich. In Kombination mit dem Tarif O2 Blue XS für 9,99 Euro im Monat bietet sich das Skate für Smartphone-Einsteiger an. Das Gerät und die dazu passenden Tarife gibt es online unter www.o2.de, über die O2 Hotline und in den O2 Shops.

Als Key Note Speaker konnte ZTE für diesen Abend unter anderem Peter Rampling, Chief Marketing Officer bei O2, gewinnen.

www.zte-deutschland.de

PoS Aktuell

Versatel startet neues Betreuungs- und Vergütungsmodell

Versatel startet ein neues Betreuungs- und Vergütungsmodell für Vertriebspartner. Mit V4B - Manufaktur: Networking for Business fördert der Festnetzbetreiber die

Vermarktung von technisch anspruchsvollen Gesamtlösungen über den indirekten Vertriebskanal.

Mit der Business-Manufaktur baut Versatel das Schulungs- und Betreuungsangebot für seine Sales Partner aus. Wesentliche Eckpunkte des Programms sind unter anderem ein Training Center, Marketing Support, Projektunterstützung durch Versatel-Experten vor Ort sowie persönliche Ansprechpartner aus dem eigenen Sales Team. Elemente des Vorgän-

gerprogramms, etwa die Zusage, bei Projektanfragen binnen 48 Stunden ein verbindliches Angebot abzugeben, wurden übernommen.

Darüber hinaus wurde ein leistungsorientiertes Provisionsmodell erarbeitet, das der gestiegenen Bedeutung des Kundenservices und des Partnermehrwerts Rechnung trägt. Das Konzept soll dem Bedürfnis vieler Kunden nach intensiver Betreuung vor Ort entgegenkommen.

www.versatel.de

Navigon stellt das Update 2.0.2 für iPhone Nutzer bereit

Bei Navigon steht das Update 2.0.2 für die App Navigon für iPhone mit zahlreichen Verbesserungen bereit. Zudem gibt es für iPhone- und iPad-Besitzer eine Preispromotion für das Kartenabo Navigon FreshMaps XL. Bis zum 7. März gibt es das Kartenabo für die verschiedenen Versionen der Navi-App zum halben Preis.

Aktualisiertes Kartenmaterial steht zum Download bereit. Bei diesem wurden auch mit Hilfe der Anwender Schwächen der Vorgängerversionen vor allem im Bereich FreshMaps XL beseitigt.

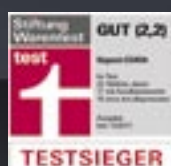
Bis 7. März reduziert Navigon die Preise für Navigon FreshMaps XL um 50 Prozent. Bis dahin kostet das Kartenabo für die Europaversion 14,99 Euro (statt 29,99 Euro) und für die Regionalvariante 24,99 Euro (statt 49,99). www.navigon.com

Gigaset

Einfach erfolgreich

Unsere Testsieger Gigaset E500 und E500A

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



Interview mit Matthias Kober, Projektdirektor bei der Leipziger Messe

Amicom lädt zur Roadshow

In wenigen Tagen öffnet die Amicom on Tour erstmals ihre Pforten. Mit dem innovativen Konzept, eine Roadshow vor der eigentlichen Messe zu veranstalten, betritt die Leipziger Messe Neuland. PoS-MAIL befragte Matthias Kober, den für die Automessen in Leipzig zuständigen Projektdirektor, nach den Hintergründen für die Entscheidung zur Amicom on Tour und nach dem gegenwärtigen Stand von AMI und Amicom im Juni.

PoS-MAIL: Herr Kober, im Abschlussbericht zur Amicom 2011 hieß es, „die nächste Amicom wird vom 29. März bis 1. April 2012 veranstaltet“, jetzt findet sie erst vom 2. bis 6. Juni statt. Wie kam es zu dieser Verschiebung?

Matthias Kober: Im Ergebnis intensiver Abstimmungen mit unseren Ausstellern findet die Amicom in diesem Jahr wie bereits 2010 im Verbund mit der AMI Auto Mobil International statt, die Anfang Juni mit einer neuen Positionierung an den Start geht. 2012 ist die AMI die einzige internationale Automesse in Deutschland. Mit dem neuen Juni-Termin ordnet sie sich in den internationalen Messekalender ein und schafft so eine wichtige Voraussetzung für einen Zuwachs an Welt-, Europa- und Deutschlandpremierern. Die bisherige terminliche Nähe zum Automobilsalon in Genf und der Automesse in Peking wurde so entzerrt. Diese positiven Vorzeichen auch im Hinblick auf die zu erwartende Aufmerksamkeit bei den Besuchern und in den Medien sowie die guten Erfahrungen aus der gemeinsamen Durchführung 2010 haben den Ausschlag für die Entscheidung zum Juni-Termin gegeben.

PoS-MAIL: Im Juni ist das Jahr allerdings schon wieder halb herum, für Handel und Handwerk ist die Amicom damit also kein idealer Monat, um zu ordern und das Jahresgeschäft zu planen.

Matthias Kober: Zum optimalen Amicom-Termin gibt es bei der Industrie durchaus unterschiedliche Auffassungen. Aber natürlich sind die Monate März und April für das Ordergeschäft der In-Car-Elektronik-Branche wichtig. Das war allen Beteiligten bei der Verlegung des Leipziger Messetrios AMI, Amicom und Amitec klar. Deshalb haben wir in Zusammenarbeit mit Herstellern der „Zwölf-Volt“-Industrie eine sinnvolle Ergänzung zur Amicom gesucht, die als Roadshow „Amicom on Tour“ Realität wird. Die Tour

macht im März in den vier deutschen Großstädten Hamburg (12. März), Köln (15. März), Erfurt (19. März) und Stuttgart (22. März) Station.

PoS-MAIL: Mit der Amicom on Tour betritt die Leipziger Messe Neuland. Was verbirgt sich hinter dem Konzept bzw. was erwartet den Besucher in den jeweiligen Städten?

Matthias Kober: Tatsächlich ist es bislang einzigartig, dass eine Messegesellschaft vor der eigentlichen Messe eine derartige Roadshow veranstaltet. Wir und natürlich auch die teilnehmenden Aussteller sind deshalb extrem gespannt, wie die Resonanz bei den Besuchern sein wird. Auf Ausstellerseite haben wir unser Ziel auf jeden Fall erreicht und wichtige Hersteller der Branche ins Boot geholt. Mit der Amicom on Tour wollen wir Handel und Handwerk im Rahmen einer reinen B2B-Veranstaltung die Gelegenheit geben, sich im zeitigen Frühjahr über die Neuheiten der Hersteller und Branchentrends zu informieren und vor Ort zu ordern. Wir haben die Roadshow daher auch bewusst als „Minimesse“ konzipiert. Die Aussteller der Amicom on Tour verzichten in diesem Jahr auf eigene Roadshows und die Durchführung von Hausmessen, setzen also gezielt auf das neue und gemeinsame Veranstaltungsformat. So sparen die Besucher Zeit und können sich an einem Tag umfassend und konzentriert über das informieren, was sie in den nächsten Monaten für ihr Geschäft wissen müssen und brauchen. Bei der Wahl der Veranstaltungsorte haben wir uns für Städte entschieden, die für die meisten potentiellen Besucher mit einer Anreise von unter 200 Kilometern zu erreichen sind.

Bei der Amicom on Tour wird großer Wert auf eine Business-Atmosphäre gelegt, das heißt die Aus-



steller haben sich beispielsweise dazu verpflichtet, auf Showcars und Events zu verzichten und das in den Mittelpunkt ihrer Präsentation zu stellen, was Handel und Handwerk tatsächlich für ein erfolgreiches Geschäft brauchen. Zusätzlich steht den Ausstellern ein Tagungsraum zur Verfügung, in dem sie Schulungen oder Produktpräsentationen durchführen können.



Projektdirektor Matthias Kober, Leipziger Messe

PoS-MAIL: Wen würden Sie gern als Besucher der Amicom on Tour begrüßen?

Matthias Kober: Die Roadshow richtet sich an alle Händler, Einbaubetriebe und Servicepartner, die sich bereits mit In-Car-Elektronik beschäftigen. Sie soll aber auch denjenigen die Möglichkeit geben, Kontakte zu knüpfen, die ihr Portfolio zukünftig in Richtung Car-Entertainment und Car-Multimedia ausdehnen oder sich mit einem eigenen Betrieb selbstständig machen wollen. Und natürlich sollen nicht nur die Inhaber oder Einkäufer Order platzieren. Alle Mitarbeiter der Betriebe können sich über das informieren, was derzeit in der Branche wichtig ist. Aktuelle Themen, die sicherlich im Laufe des Jahres in Verkaufs-

gesprächen eine Rolle spielen werden, sind beispielweise Internet und Digitalradio im Pkw und die Konnektivität mit anderen mobilen Geräten.

Den Besuchern wird ein Rundum-Service geboten. Dazu gehören die sehr langen Öffnungszeiten, jeweils von 12 bis 23 Uhr, damit auch wirklich alle, die Interesse an der Roadshow haben, diese auch besuchen können. Um den Gästen den Besuch komfortabel zu machen, haben wir Standorte gewählt, die über genügend Parkmöglichkeiten verfügen. Und auch das Catering für Aussteller und deren Kunden während der gesamten Veranstaltung gehört dazu. Einladungen zum kostenlosen Besuch der Amicom on Tour sind im übrigen direkt bei den teilnehmenden Herstellern erhältlich.

PoS-MAIL: Und wie sieht es mit der Amicom selbst aus?

Matthias Kober: Die Amicom findet in diesem Jahr zum dritten Mal statt, ist also eine recht junge Messe. Die Amicom 2010 im Verbund mit der AMI und die Amicom 2011 ohne diesen Besuchermagneten waren zwei sehr unterschiedliche Veranstaltungen. Mit beiden waren unsere Aussteller aber sehr zufrieden. Positiv überrascht hat im vergangenen Jahr, dass das Ordervolumen trotz deutlich geringerer absoluter Besucherzahlen über dem der Premierveranstaltung 2010 lag. Dieses Ergebnis unterstreicht die Notwendigkeit einer solch zentralen Veranstaltung für alle Branchenteilnehmer.

Mit dem aktuellen Anmeldestand für die diesjährige Amicom sind wir sehr zufrieden. Fast alle Aussteller der Amicom 2011 sind bereits verbindlich angemeldet, dazu kommen verschiedene Erst-

beteiligungen von hauptsächlich ausländischen Unternehmen. Wir sind deshalb mehr als zuversichtlich, dass die Amicom 2012 wieder eine große Resonanz beim Fachpublikum und bei den privaten Endverbrauchern finden wird, zumal die AMI als Zugpferd noch attraktiver wird als 2010.

PoS-MAIL: Wie meinen Sie das?

Matthias Kober: Vor zwei Jahren hat sich die Autobranche in einer Krise befunden, die auch auf allen internationalen Messen spürbar war. Einige wichtige Hersteller und Marken haben deshalb auf eine AMI-Präsenz verzichtet. Das sieht 2012 ganz anders aus. Auf der AMI im Juni werden alle deutschen Hersteller und die große Mehrheit der internationalen Marken vertreten sein. So kommt Rolls Royce erstmals überhaupt nach Leipzig, und Marken wie Jaguar, Lexus, Nissan, Seat, Suzuki und Volvo kehren nach Unterbrechungen zurück. Eine Vielzahl von Premieren auf den Ständen der Automobilhersteller, das vom Umfang her europaweit einzigartige Angebot für Probefahrten mit aktuellen Modellen im Straßenverkehr und das erneut sehr attraktive Rahmenprogramm von AMI und Amicom werden wieder viele zehntausend Besucher zum neuen Messegelände ziehen.

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

www.amicom-leipzig.de

Die Aussteller der Amicom on Tour

Zur Amicom on Tour haben sich diese Hersteller verbindlich angemeldet: ACV Audio Design, Audio System Europe, Audiotechnik Dietz, Axion AG, Clarion, Hama, JVC, Kenwood, Maestro Badenia, Magnat, Pioneer und Silent Coat.

Amicom on Tour: Kenwood zeigt alle wichtigen Neuheiten

Fragt man Kenwood Vertriebsleiter Hicham Azzaoui nach Begriffen, die ihm zur Amicom on Tour einfallen, hört man Superlative wie „einzigartiges Konzept“ oder „ausschließlich positive Aspekte“. Und das liegt sicherlich nicht nur daran, dass Kenwood zu den Mit-Initiatoren dieser Roadshow gehört.

Vielmehr sieht Azzaoui in der Vier-Stationen-Tour durch Deutschland „eine hervorragende und dazu äußerst effiziente, zeitspa-



Hicham Azzaoui, Vertriebsleiter Kenwood

rende Möglichkeit für den Handel, alle wesentlichen Neuheiten live zu erleben, zu testen und natürlich zu bestellen.“ Die Amicom on Tour

unterstreiche einmal mehr, wie gut die Kommunikation in der Branche der In-Car-Elektronik funktioniert und biete eine hervorragende Plattform für den Handel, sich konzentriert über das zu informieren, was für sein Geschäft in den kommenden Monaten wichtig sei.

Hier nannte Azzaoui an erster Stelle die neuen und wegweisenden Produkte, die sich durch die Kompatibilität mit Android-Smartphones auszeichnen, und neue Lösungen für die Besitzer von iPhones. Aber da Geräte nur einen Teil des Geschäftes ausmachen, wird sich Kenwood auf der Amicom on Tour nicht auf Produktpräsentationen beschränken, sondern auch einen Einblick in die geplanten Aktivitäten zum Ab-

verkauf seiner Geräte geben. So stehen beispielsweise Händlerschulungen und eine neue Endkundenpromotion auf dem Programm, und es wird neue hochwertige PoS-Materialien geben, die die jüngst erschienene Broschüre zum Thema Digitalradio ergänzen.

Zahlreiche Innovationen

Von den zahlreichen Neuheiten, die Kenwood auf der Amicom on Tour zeigen wird, seien an dieser Stelle nur drei Geräte stellvertretend vorgestellt. Nummer eins ist der Navitainer DNX5210BT. Dieser bietet unter anderem einen 6,1"/15,5 cm großen hochauflösenden VGA-Doppel-DIN-Monitor mit Touch Panel Steuerung, der sich bei Bedarf mit wenigen



Multimedia und Routenführung auf einem 6,1"/15,5 cm großen Touch-Monitor: Während der DVD-Receiver DNX5210BT die Navigation integriert hat, versteht sich der DDX4021BT (oben) mit Garmins Navigations-App für das iPhone 4.

Handgriffen abnehmen und in der im Lieferumfang enthaltenen Tasche aufbewahren lässt. Das Gerät ist zudem mit Kenwoods neuem iPhone App Mode ausgestattet. Er basiert auf der Control by Hand-Funktion, bietet aber gleichzeitig die Steuerung des Apple Players in sieben Grundfunktionen über den DNX5210BT an. Zudem zeigt die neue Funktion die auf dem iPhone gespeicherten Apps im Monitordisplay an. So eröffnen sich weitere Abspielmöglichkeiten – beispielsweise die Wiedergabe von YouTube-Videoclips.

Weitere Kennzeichen sind das Bluetooth-Modul, die integrierte Karte City Navigator Europe NT2012 und die Funktionen Fahrspurassistent, Real Junction View und Garmin Multi Route, die für bessere Orientierung und optimale Routenführung sorgen. Auch der neue Kenwood DDX4021BT bietet die Möglichkeit, die



Das neue Einstiegermodell KDC4054UR.

Bluetooth ausgestattet. Ebenso hat Kenwood bei den klassischen Autoradios Neues zu bieten. So wartet beispielsweise das Einstiegermodell KDC4054UR nicht nur mit einem USB-Anschluss auf – so wie fortan alle Kenwood Autoradios –, es ermöglicht seinem Besitzer auch erstmals, auf die Musikdaten eines Android-Handys zuzugreifen und deren Wiedergabe zu steuern.

Zudem bietet das KDC4054UR einen Anschluss für einen Apple iPod oder ein iPhone, der sich mit einem kurzen Druck auf die „iPod Direktzugriff“-Taste aktivieren lässt. www.kenwood.de

Erweiterte Konnektivität in JVCs Car-Media-Palette

JVC, einer der Hauptinitiatoren der Amicom on Tour, verzichtet in diesem Jahr auf eine eigene Roadshow und konzentriert seine Produktpräsentation auf die vier Stationen der Amicom on Tour. Für das Geschäft der kommenden Monate hat JVC dabei eine ganze Reihe von Neuheiten parat. Wichtigste Differenzierungen gegenüber den Vorgängermodellen sind das Plus an Konnektivität, das neue Design und eine erweiterte Funktionsvielfalt.

So bieten jetzt auch mehrere Doppel-DIN-Geräte eine USB-Schnittstelle für Smartphones und nicht mehr nur für iPhone oder iPod an. Ebenso wurde die Bluetooth-Funktionalität erweitert und macht die Geräte zu leistungsfähigen Kommunikationsplattformen. Über die weiterentwickelten und verbesserten Modelle hinaus gibt es auch einige komplette Neuheiten im JVC

Car-Media-Sortiment. Dazu zählt beispielsweise das Modell KD-X50BT in der Kategorie Digital Media Receiver, die auf ein CD- oder DVD-Laufwerk verzichten. Ihr neues Design bietet dem Nutzer unter anderem ein größeres und besser ablesbares Display. Stellvertretend für alle Neuheiten seien hier der AV-Moniceiver KW-AV60BT und der Digital Media Receiver KD-X50BT vorgestellt.

KW-AV60BT

Der KW-AV60BT fällt zunächst durch seinen berührungsempfindlichen 6,1"/15,5 cm großen WVGA-



JVCs neues Doppel-DIN Gerät KW-AV60BT ist jetzt auch über USB mit Android kompatibel.

Monitor im 16:9-Format auf. Das Bedienteil ist zum Schutz vor Diebstahl abnehmbar und lässt sich, wie von JVC Car-Media-Produkten gewohnt, durch die Variable Colour Bedientasten in rund 30.000 Farben an den Geschmack des Nutzers oder das Interieur des Fahrzeugs anpassen.

Das Gerät ist mit Bluetooth ausgestattet und bietet eine USB-Schnittstelle für Smartphones (mit 1A Stromversorgung). Auch die iPod/iPhone-Kompatibilität für Audio- und Videodateien ist sichergestellt. Der KW-AV60BT ermöglicht die Zwei-

Wege-iPod-Steuerung und bietet einen External Mode, mit dem die Apps für iPod und iPhone auch auf dem Gerät wiedergegeben werden können. Als „Kraftwerk“ des KW-AV60BT fungiert der MOS-FET Leistungsverstärker mit einer Ausgangsleistung von 4 x 50 Watt.



Der JVC KD-X50BT lässt sich auch per Fernbedienung steuern.



Als weitere Schnittstellen stehen ein AUX-Eingang, Line Eingänge und drei Line-Ausgänge (4V) zur Nutzung weiterer Audio- und

Videogeräte bereit. Das Gerät ist zudem für die Steuerung per (optionaler) Fernbedienung oder per Lenkrad-Bedientasten vorbereitet.

KD-X50BT

Der KD-X50BT bietet die neueste Bluetooth-Technologie, die unter anderem das gleichzeitige Einloggen von zwei Handys oder Smartphones ermöglicht – eines der herausragenden Ausstattungs-

merkmale bei JVC. Das Gerät ist darüber hinaus per USB mit Apple-Geräten ebenso kompatibel wie mit dem BlackBerry- und dem Android-Betriebssystem. Ein AUX-Eingang unterstützt den Einsatz weiterer kompatibler Audioquellen. Der MOS-FET Verstärker über-

zeugt mit 4 x 50 Watt Leistung. Auch beim KD-X50BT lässt sich das Aussehen des Displays über die Variable Colour-Funktion 30.000-fach variieren.

Preise

Der KW-AV60BT ist mit einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 349 Euro erhältlich, die UVP des KD-X50BT lautet 129,95 Euro. Weitere Neuheiten, die bei JVC auf der Amicom on Tour zu sehen sein werden, sind unter anderem der KD-R431 (UVP: 99,95 Euro), der KD-R531 (UVP: 119,95 Euro), der KD-SD631 (UVP: 149,95 Euro) und der KD-X30 (UVP: 79,95 Euro). Alle Neuheiten sind bereits lieferbar. www.jvc.de

CAR MEDIA



ViewRanger ist jetzt auch kostenlos für die Nutzer von Android erhältlich

Die Outdoor GPS-Navigations-App ViewRanger ist jetzt auch im Android Market in der freien Version kostenlos erhältlich. Bisher gab es die Anwendung mit frei zugänglichen Karten wie OpenCycleMap oder OpenStreetMap zu einem Preis von circa 2,50 Euro. Nun offeriert der Anbieter aus Cambridge (Großbritannien) Outdoor-Fans, die Android nutzen, die Gelegenheit, die vielfach ausgezeichnete ViewRanger App ohne weitere Kosten zu bekommen. Die Funktionen der Outdoor-GPS-App sind vielfältig: Dazu gehören Routen-Planung und -Organisation, Navigation über GPS wie auch der Austausch von Standorten in Echtzeit.

www.viewranger.com/de

Navigon firmiert künftig unter dem Namen Garmin Würzburg GmbH

Der deutsche Navigationsspezialist Navigon firmiert künftig unter dem Namen Garmin Würzburg GmbH. Die Umfirmierung erfolgt im Zuge der Integration und Neuausrichtung von Navigon als europäisches Forschungs- und Entwicklungszentrum von Garmin. Damit einher geht auch ein Wechsel in der Geschäftsführung.

Egon Minar, bisheriger Geschäftsführer von Navigon, übergibt seine Aufgaben an Johannes Angenvoort, zuletzt Executive Vice President R&D bei Navigon.

Angenvoort ist bereits seit 14 Jahren für die Weiterentwicklung von neuen Navigations-Features und -lösungen bei Navigon verantwortlich. „Johannes Angenvoort ist ein ausgewiesener



Johannes Angenvoort

Spezialist im Bereich Forschung und Entwicklung. Ich bin überzeugt, dass er in seiner neuen Funktion als Geschäftsführer des Entwicklungsstandortes Würzburg mit seinem Team neue Impulse für den Navigationsmarkt setzen wird“, sagte Cliff Pemble, President und COO bei Garmin. „An dieser Stelle möchte ich

Egon Minar für seine hervorragende Arbeit danken. Besonderer Dank gilt ihm auch dafür, wie er die Verschmelzung der beiden Unternehmenskulturen maßgeblich beeinflusst hat.“

Am 26. Juli des vergangenen Jahres hatte Garmin Navigon erworben, um als weltweiter Marktführer im Automotive- und mobilen GPS-Markt seine Leistungsfähigkeit zu ergänzen und zu verbessern. Der neue Garmin Standort in Würzburg realisiert die Vision, ein Technologie- und Produktmanagement-Zentrum in Europa zu etablieren. Dieses soll dazu beitragen, Produkte zu entwickeln, die den Ansprüchen von europäischen Konsumenten noch besser gerecht werden.

www.garmin.de

Nikon integriert Navteq Kartenmaterial in neue Coolpix AW Kameras

Navteq stellt seine Kartendaten und Standortinhalte für die neue digitale Kompaktkamerareihe Coolpix AW von Nikon zur Verfügung. Die AW100 ist unter anderem mit Features wie GPS-Unterstützung, einem elektronischen Kompass und Kartenanzeige ausgestattet. In der AW100 sind digitale Kartendaten bereits ab Werk installiert. Damit können Nutzer ihren exakten Standort anzeigen lassen. Die Geräte sind zusätzlich mit integrierter GPS-Funktion ausgestattet,

Rolls-Royce stellt erstmals auf der AMI aus

Mit Rolls-Royce hat eine weitere Premiummarke mit weltweiter Bekanntheit ihre Teilnahme an der AMI – Auto Mobil International angekündigt. Vom 2. bis 10. Juni wird Rolls Royce erstmals seine aktuellen Fahrzeuge auf der Leipziger Automesse präsentieren. Die erstmalige Beteiligung von Rolls Royce, die Rückkehr von Jaguar, Lexus und Volvo nach zum Teil mehrjähriger Unterbrechung sowie die Fortsetzung der kontinuierlichen Präsenz von Audi, BMW, Land Rover, Mercedes-Benz und Porsche bestätigen auch im Premiumsegment die Positionierung der AMI 2012 als internationale Automesse. Potenzielle Käufer erwartet im Juni ein gegenüber den Vorjahren deutlich erweitertes Angebot. Alle Messebesucher dürfen sich auf noch mehr „Autos zum Träumen“ freuen.

Zu den Fans der Traditionsmarke mit der berühmten Kühlerfigur „The Spirit of Ecstasy“ gehörten und gehören unter anderem die Musiker 50 Cent und Timbaland, der Künstler Andy Warhol sowie Schauspieler wie Marlene Dietrich, John Travolta und Sylvester Stallone.

www.ami-leipzig.de



so dass Bilder mit einem sogenannten „Geotag“ versehen werden können. Die Tags können anschließend auch mit den Sonderzielen der Navteq-Karte verknüpft werden. Das Kartenmaterial von Navteq umfasst mehrere Millionen Sonderziele in über 50 Kategorien. Dazu gehören unter anderem Restaurants, Sehenswürdigkeiten, Geschäfte und Hotels. Anhand dieser Sonderziele erkennt die AW100 den Standort des Nutzers

und zeigt ihn entweder als Koordinatenangabe oder direkt mit dem entsprechenden Ortsnamen an. Navteq erhebt jedes Jahr Informationen über das Straßennetz und die Umgebung über mehrere Millionen Kilometer. Teams von Geoanalysten sind rund um den Globus unterwegs und setzen ihre umfassenden Ortskenntnisse ein, um präzise Navteq-Karten für 91 Länder zu erstellen.

www.navteq.de

Sennheiser Kopfhörer gewinnen bei Leserwahl „Die Geräte des Jahres“

Ausgezeichnete Originale



Auch der geschlossene Kopfhörer Sennheiser HD220 Originals hat bei der Leserwahl 2012 „Die Geräte des Jahres“ gewonnen.

Kopfhörer der Marke Sennheiser haben bei der Leserwahl 2012 „Die Geräte des Jahres“ fünfmal Gold, einmal Silber und einmal Bronze gewonnen. Da ein guter Ruf auch die Begehrlichkeiten von Plagiatoren weckt, hat der Hersteller unabhängig davon Maßnahmen zum Schutz seiner Kunden vor Nachahmungen getroffen.

erste Plätze gewann der High-End-Kopfhörer HD800.

Jeweils ein erster Platz ging an den kabellosen Ohrhörer MX-W1 sowie den mobilen Minikopfhörer PX 100-II. Auch der HD220 Originals platzierte sich ganz vorn: Die Leser der Video-HomeVision wählten den geschlossenen Hörer mit bassbetontem Stereoklang ganz nach oben.

Zusätzlich wurde der Sennheiser PXC 360 BT von der stereoplay mit einem zweiten Platz in der Kategorie „Noise-Cancelling Kopfhörer“ ausgezeichnet. Auf dem dritten Platz in der Kategorie „Kopfhörer Mobil“ platzierte sich der CX 980.

Schutz vor Plagiaten

Der gute Ruf der Marke Sennheiser hat leider auch Schatten-

seiten: Wie andere Markenhersteller ist das Unternehmen von Produkt-Piraterie betroffen. Gegen solche Machenschaften geht Sennheiser in Zusammenarbeit mit dem international tätigen Spezialisten OpSec Security vor. Dabei spielt vor allem die Aufdeckung und Beseitigung von Fälschungen im Internet eine wichtige Rolle.

Im Auftrag von Sennheiser durchsuchen die Markenschutzexperten von OpSec im Rahmen eines europaweiten Projekts mit einer eigens entwickelten Software relevante Internetportale, um verdächtige Angebote aus den Bereichen Kopfhörer und Mikrofone aufzudecken.

Seit Beginn der Zusammenarbeit im Mai 2011 konnten bereits zahlreiche Fälschungen und Graumarkt-Artikel erkannt

und Maßnahmen zur Verhinderung des Verkaufs getroffen werden.

Um die Anzahl illegaler Angebote im Internet noch weiter zu reduzieren, wurde das Projekt zu Beginn dieses Jahres ausgeweitet. „Unsere Erfolge beim Online-Screening im europäischen Raum haben uns in dem Entschluss bestärkt, dieses wirksame Mittel gegen Produkt-Piraterie auch außerhalb Europas einzusetzen“, sagte Volker Bartels, Geschäftsführer Corporate Services und Sprecher des Executive Management Boards bei Sennheiser. „Wir konzentrieren uns deshalb auf den illegalen Handel in Asien, da dort viele Fälschungen ihren Ursprung haben. So können wir verhindern, dass diese überhaupt erst nach Europa gelangen.“

www.sennheiser.de

Die Leser der Magazine stereoplay, Audio und Video-HomeVision haben insgesamt vier

Sennheiser Produkte auf Platz eins der Wahl „Die Geräte des Jahres“ gewählt. Gleich zwei

PoS-MAIL ONLINE

Ihr aktuelles Update

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



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

Die wichtigsten Nachrichten zusammengefasst erhalten Sie zwischen den Printausgaben über unseren E-Mail Newsletter PoS-

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

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

WAGNERS WELT

Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche



Wo bleibt der iPott?

Ein Vorteil des Rentner-Lebens besteht darin, dass man in der Zeitung heute auch Rubriken mit der Überschrift „Leute“ lesen kann, für die man früher überhaupt keine Zeit hatte. Deshalb weiß ich, wer Anita Narre ist. Und Sie wissen es jetzt auch: Die Dame lebt in Indien und ist aus dem Haus ihres frischverheirateten Ehemannes ausgezogen, weil dieser ihr zwar ein Bett, aber keine Toilette bieten konnte. Für diese Tat hat sie von einer gemeinnützigen Organisation einen Preis in Höhe von umgerechnet 7.700 Euro für mutiges Handeln bekommen und von ihrem Ehemann eine Toilette, damit sie wieder bei ihm einziehen konnte. Happy End.

In demselben Artikel wurde eine UN-Studie zitiert, nach der inzwischen mehr Inder ein Handy haben als eine Toilette. Dass Geld nicht stinkt, sagt der Volksmund. Und jetzt wissen wir, dass ein iPhone auch nicht stinkt. Dafür stinkt der weiblichen Bevölkerung Indiens allerdings der Toiletten-Mangel.

Und dem könnte – bei der Lifestyle- und Handy-Affinität der Inder – am einfachsten Apple abhelfen. Was wollen die Leute aus Cupertino eigentlich im verlustträchtigen TV-Geschäft, wenn gleichzeitig Millionen indischer iPhone-Besitzer eine Toilette brauchen? Also liebe Apples: Bringt lieber den iPott nach Indien als Fernseher zu Fachhändlern, die mit Euren Produkten sowieso nichts verdienen. Die indischen Frauen werden es Euch danken.

Herzlichst Ihr *Wagner*

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Thomas Blömer, DGPh.

Redaktion:

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

Anzeigen: Ralf Gruna

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



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 31615-0635



Anklicken und verbinden: So einfach druckt man heute.

Samsung Drucker mit WiFi-Direct Unterstützung:



ML-2165W

- Schnell, einfach und sparsam drucken
- Ultrakompaktes Gehäuse
- Optimal für das kleine Büro



SCX-3405W

- 3-in-1-Gerät: Drucken, Scannen und Kopieren
- Umweltfreundliche Eco Save Taste
- Platzsparendes, trendiges Design



SCX-3405FW

- 4-in-1-Gerät: Drucken, Scannen, Kopieren und Faxen
- Viel Leistung. Geringe Wartungs-/Verbrauchskosten
- Sehr einfache Handhabung



Mobiles Drucken vom Smartphone oder Tablet PC ist ganz einfach: dank Wi-Fi Direct. Mit der modernen Technologie lassen sich mobile Endgeräte* im Handumdrehen drahtlos mit einem Wi-Fi Direct-fähigen Samsung Drucker verbinden – ganz ohne WLAN-Router, Software-Installation

oder komplizierte Setups. Ob Fotos, PDF-Dateien oder Webseiten: Einfach die gewünschten Inhalte sicher, schnell und direkt vom Mobilgerät auf den Samsung Drucker schicken – und ein neues Gefühl von Freiheit und Komfort genießen.

* Samsung Produkte, die Druckaufträge per Wi-Fi Direct auslösen können, sind das Samsung Galaxy S II, das Samsung Galaxy Note und das Samsung Galaxy Tab 10.1N.

Erfahren Sie mehr unter: www.samsung.de



TURN ON TOMORROW