

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

April 2010

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

11. Jahrgang • 51612



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

Samsung mit breitem 3D-Sortiment

Eintauchen in eine neue Dimension

Das dreidimensionale Fernsehen wird schnell an Bedeutung gewinnen, wie eine Marktforschungsstudie von DisplaySearch zeigt: Gerade Familien mit Kindern, Cineasten und Gamer möchten das 3D-Kinoerlebnis auch zu Hause genießen. Zu dieser Entwicklung tragen auch Blockbuster wie Avatar oder Ice Age bei. Extrem realistische und gestochen scharfe Bilder in Full-HD-3D entführen den Heimkino-Enthusiasten in eine noch nie dagewesene Fernsehwelt. Mit perfekt aufeinander abgestimmten

Komponenten und optimal zugeschnittenem Zubehör möchte Samsung in Sachen 3D-Fernsehen eine Vorreiterrolle einnehmen. Dabei bietet das Unternehmen alles aus einer Hand: Ob die neuen 3D-fähigen LED-, Plasma- und LCD-TV-Serien, Blu-ray-Player, Blu-ray-Heimkinoanlagen oder passendes Zubehör wie die neuesten 3D-Brillen – Samsung hat sich zum Maßstab gesetzt, jedem Heimkino-Fan ein maßgeschneidertes 3D-Sortiment mit Bildern zum Anfassen und bestem Sounderlebnis zu bieten.



Das Webshop-Problem

Das Internet ist als Vertriebsweg aus der High-Tech-Branche nicht mehr wegzudenken. Auch immer mehr Fachhändler setzen darum auf den Online-Vertrieb als zweites Standbein, das aber, um im Bild zu bleiben, öfter mal hinkt. Denn das Dilemma ist kaum zu vermeiden: Wenn man online dieselben Preise anbietet wie im Geschäft, bekommt man gegen Internet-Spezialisten kein Bein auf die Erde, denn die Kalkulationsgrundlagen beider Vertriebswege sind einfach inkompatibel. Ein reiner Online-Shop hat nun einmal keine Kosten für Ladenmiete und qualifiziertes Verkaufspersonal. Andererseits: Werden im Webshop niedrigere Preise ausgelobt als im Fachgeschäft, geht es im letzteren oftmals zu wie im orientalischen Basar. Denn immer mehr Kunden haben sich bereits im Internet informiert, bevor sie den Laden betreten und wollen partout nicht einsehen, dass sie beim selben Fachhändler im Geschäft zu anderen Preisen einkaufen sollen als im Internet. Die Fachhandelskooperation EP: haut jetzt diesen gordischen Knoten durch: Am 31. März wird der Webshop eingestellt; EP: will den Online-Auftritt in Zukunft ausschließlich dazu nutzen, die Kunden in die Geschäfte der Partner zu locken.

Einen Trend kann man aus dieser Maßnahme noch nicht ableiten, denn während EP: sich auf den stationären Einzelhandel konzentriert, strebt Media Saturn – offensichtlich getrieben von der Mutter Metro – nach Marktanteilen im Internet. Diese Absicht wurde schon häufiger verkündet, aber jetzt scheint es ernst zu werden, denn noch im April sollen die ersten Webshops in den Niederlanden und Österreich an den Start gehen. Das Dilemma, bundesweite Online-Preise mit der Preishoheit der Geschäftsführer in den einzelnen Märkten vor Ort unter einen Hut zu bekommen, will die Media Saturn Führung durch eine Gewinnbeteiligung der stationären Fachmärkte an den Online-Umsätzen auflösen. Selbst wenn das funktionieren sollte, ist der Erfolg aber noch nicht vorprogrammiert. Denn an dem Problem, den Kunden unterschiedliche Preise im Internet und in den Fachmärkten erklären zu müssen, kommt auch Media Saturn nicht vorbei. Man darf gespannt sein, ob und wie der Metro-Tochter diese Quadratur des Kreises gelingen wird.


Thomas Blömer
Verleger


Franz Wagner
Objektmanagement



„Mit dem größten Sortiment neuer 3D-Systeme am Markt werden wir unserer Vorreiterrolle ein weiteres Mal gerecht. Für jeden Heimkino-Fan bieten wir eine auf ihn zugeschnittene Komplettlösung an, die einen 3D-Genuss wie im Kino schafft“, sagt Hans Wienands, Business Director CE bei Samsung.

Dafür präsentiert Samsung ganz aktuell ein neues Sortiment an 3D-fähigen LED-Fernsehgeräten. Die LED-TV-Serien C7700, C8790 und C9090 unterstützen alle gängigen 3D-Standards. Der integrierte 3D-Prozessor gewährleistet eine hohe Bildqualität, reduziert Bildfehler und liefert somit den einfachsten Weg zum optimalen Bild. Das Highlight: Der 3D-Prozessor wandelt in Echtzeit einen 2D-Inhalt in 3D um. So kann man bereits jetzt die faszinierende 3D-Welt erleben. Darüber hinaus sind sämtliche 3D-TVs von Samsung – darunter auch der 3D-LCD-TV C750 und der 3D-Plasma-TV C7790 – mit dem RealD-Format kompatibel. So treibt Samsung die Entwicklung eines einheitlichen Standards für Bilder von High-Quality 3D in Haushalten voran. „Wir haben uns dazu verpflichtet, das TV-Erlebnis zu optimieren, mit dem Besten, das die 3D-Technologie zu bieten hat – einschließlich einer naturgetreuen Tiefe und einer neuen Welt der Farbenklarheit“, so Wienands. Die neuen LED-TV-Geräte sind mit zwei DVB-T/C HDTV-Tunern und CI Plus (C9090) sowie mit DVB-T/S2/C HDTV-Tuner und CI Plus (C8790 und C7700) ausgestattet. Über alle TV-Empfangswege kann die Aufnahmefunktion PVR genutzt werden. Einfach den Aufnahmebutton auf der Fernbedienung drücken, und schon wird

die laufende Sendung über den USB-Anschluss auf eine externe Festplatte oder ein anderes Speichermedium aufgenommen. Als besonderes Highlight bieten die neuen Premium LED-TVs eine Time-shift-Funktion: Drückt der Nutzer die Pause-Taste, wird die Live-Sendung angehalten und der weitere Verlauf auf dem Speichermedium automatisch mitgeschnitten.



3D-Fernsehen liegt laut Marktforschungsstudien stark im Heimkino-Trend. Samsung positioniert sich in diesem Segment mit einem breitangelegten Sortiment im Markt.

So verpasst der TV-Fan nichts mehr und entscheidet selbst, wann er seine Lieblingssendung sehen möchte. Die ultraschlanken TV-Geräte glänzen mit schmalen Blenden und gebürsteten silberfarbenen Metallrahmen. Eine breitgefächerte Auswahl an Materialien und Formen bietet für jeden Design-Liebhaber das passende Modell – selbst bei den Standfüßen sind gekreuzte oder quadratische Ausführungen erhältlich. Alle TV-Serien sind auf die 2010er Blu-ray-Player und Heimkinoanlagen abgestimmt. Der LED-TV C9090 zeigt, was momentan im Bereich Premium-TV möglich ist und wird höchsten Ansprüchen technischer und designbegeisterter Nutzer gerecht: Das Premium-Modell erscheint im eleganten, gebürsteten Alu-Design, ist weniger als einen Zentimeter tief und setzt neue Maßstäbe in der Bildqualität. Zudem überzeugt der C9090 als erster Fernseher auf dem Markt mit einer komfortablen Fernbedienung inklusive berührungsempfindlichem TV-Display. Vorbei sind die Zeiten der Unentschlossenheit oder Uneinigkeit beim Fernsehprogramm. Wer den spannenden Actionfilm nicht unterbrechen, aber gleichzeitig auch kein Tor der WM-Vorrunde verpassen will, kann einen Sender direkt auf der innovativen Fernbedienung verfolgen. Die neue multimediale Fernbedienung von Samsung kann über ihren Farbbildschirm sogar

Musik-, Foto- und Videodateien anzeigen und den gewählten Inhalt direkt auf den großen TV-Bildschirm umlenken. Optional ist die Fernbedienung mit Touch-Display auch für die LED-TV-Serien C7700 und C8790 erhältlich. Die ersten Modelle der Samsung LED-TV-Serie sind seit März lieferbar.

Erste 3D-Blu-ray-Heimkinoanlage

Mit der ersten 3D-Blu-ray-Heimkinoanlage HT-C6930W bietet Samsung ein 3D-Komplettsystem für zu Hause. Mit berauschenden, messerscharfen Bildern und kristallklarem Klang entführt die HT-C6930W den Heimkino-Fan erstmals in die aufregende Welt des dreidimensionalen Kinos. Samsung setzt bei der neuen Heimkinoanlage HT-C6930W auf 3D- und das in Full-HD-Qualität. Die Liste der Ausstattungsmerkmale ist beeindruckend – ob 3D-Blu-ray, 7.1-Soundsystem, Crystal Amplifier Pro mit bis zu 1.330 Watt oder komplette Vernetzbarkeit dank AllShare, eingebautem WLAN und Internet@TV. Mit der Vernetzungsoption AllShare kommunizieren multimediale Geräte wie PC, Kamera, Handy oder Multimedia-Festplatte



Samsung setzt auch bei der neuen Heimkinoanlage HT-C6930W auf 3D – und das in Full-HD-Qualität.

ten automatisch untereinander: Einfach den Knopf auf der Fernsteuerung drücken, und schon wird die Heimkinoanlage zur Schaltzentrale für Bilder, Videos oder Musikdateien. Fernsehabe- de werden so zu einem multimedialen Erlebnis. Der Clou: Die hinteren Lautsprecher des Systems werden drahtlos angesteuert – das schafft Ordnung und sieht gut aus, denn Boxenkabel werden überflüssig. Auch der liebgewonnene iPod oder das iPhone finden in der speziellen Station Platz und liefern dem System zusätzliche multimediale Inhalte wie Videos, Bilder und Musik. Ebenfalls neu im Samsung Sortiment ist die Blu-ray-Heimkinoanlage HT-C7559W. Optisch perfekt auf die Fernseher von Samsung abgestimmt, nimmt die Heimkinoanlage das elegante Design der neuen TV-Serien auf und bildet mit ihnen eine ästhetische Einheit. Das System ist mit der Verstärkertechnik Cristal Amplifier Pro, einer iPod-Station sowie grenzenloser Vernetzungsmöglichkeit via AllShare und WLAN ausgestattet. Die Blu-ray-Heimkinoanlage beeindruckt durch extrem plastische und gestochen scharfe Bilder. Auch der Sound kann sich hören lassen: Das 5.1-System der Blu-ray-Heimkinoanlage mit satten 800 Watt beschallt selbst größte Wohnzimmer souverän. Im Lieferumfang sind vier Premium Standlautsprecher enthalten, wobei auch hier die hinteren Lautsprecher drahtlos angesteuert werden. Die ersten neuen Heimkinoanlagen sind seit März 2010 lieferbar. Optisch perfekt abgestimmt auf den LED-TV ist auch der neue Blu-ray-Player BD-C7509. Aber nicht nur das aufsehenerregende Design in Ebenholz-Acryl beeindruckt: Auch technisch bietet der Design-Player viele Highlights. Der Nutzer kann etwa auf Internetinhalte via Internet@TV zugreifen oder mit AllShare den Zuspäher per Knopfdruck im Heimnetzwerk integrieren. Für kristallklaren Klang und druckvolle Bässe sorgt der AV-Receiver HW-C797S mit seinen acht Lautsprechern. Besonders Musikliebhaber werden begeistert sein. Denn ein zweiter Subwoofer-Ausgang bietet die Möglichkeit zum Ausbau auf ein 7.2-Surround-System und bringt so die Wände zum Wackeln – für ein Musikerlebnis wie im Konzertsaal.

Samsung Internet@TV

Samsung hat seine Internet@TV-Plattform vollständig erneuert und präsentiert die HDTV-fähige Samsung Apps Galerie für seine TV-Geräte, Blu-ray-Player und Blu-ray-Heimkinoanlagen. Komfortabel über die Fernbedienung ausgewählt, haben Nutzer Zugriff auf



„Mit dem größten Sortiment neuer 3D-Systeme am Markt werden wir unserer Vorreiterrolle ein weiteres Mal gerecht. Für jeden Heimkino-Fan bieten wir eine auf ihn zugeschnittene Komplettlösung an, die einen 3D-Genuss wie im Kino schafft“, sagt Hans Wienands, Business Director CE bei Samsung.

beliebte Angebote wie Bild.de, TV Digital und Musikfernsehen putpat.tv – und finden so für jede Situation die richtige App. Information, Kommunikation und Unterhaltung: Mit einem Klick auf die Fernbedienung öffnet sich ein breitgefächertes, informatives und einfach zu bedienendes Angebot an Internetinhalten. Besonders Fans von Videoinhalten aus dem Web werden begeistert sein, können sie mit Samsung doch jetzt die neuesten Sportvideos oder Musikclips über den großen TV-Bildschirm statt den kleinen PC genießen. Mit den neuen Apps wird der Fernseher zum Entertainment-Terminal und der Zuschauer immer mehr zum Akteur. „Wir sehen den TV-Bildschirm als im Heim vernetzte Medienzentrale und ermöglichen dem Verbraucher, Medieninhalte aus verschiedenen Quellen und Distributionsformen komfortabel zu nutzen. Deshalb haben wir unsere Multimedia-Plattform Internet@TV noch schneller und flexibler gemacht. Mit Samsung Apps sind Nutzer in der Lage, zusätzlich zum klassischen Fernsehen, Web-Inhalte einfach in ihrem Wohnzimmer mit unseren hybriden TV- und Blu-ray-Geräten individuell abzurufen“, erklärt Dr. André Schneider, Head of Product Strategy bei Samsung. „Inhalteanbieter entwickeln ihre Apps mit unserer technischen Unterstützung eigenständig und können diese je nach gewünschtem Geschäftsmodell als kostenfreie, werbefinanzierte oder kostenpflichtige Angebote platzieren“, so

Schneider. Um die Vielfalt und Kreativität der Angebote zu fördern, bietet Samsung mit dem Samsung Apps Software Developers Kit (SDK) Inhalteanbietern die Möglichkeit, schnell und einfach Apps mit eigenen Inhalten und Diensten zu erstellen. Samsung Apps stehen seit März mit dem neuen Line-up von TV, Blu-ray-Playern und Blu-ray-Heimkinoanlagen über Internet@TV zur Verfügung. Viele weitere Angebote globaler, europäischer und deutscher Anbieter werden kontinuierlich im Laufe des Jahres folgen.

Samsung AllShare

Das Handy steuert den Fernseher, die Festplatte liefert den passenden Sound, und die Digitalkamera schickt die schönsten Urlaubserinnerungen per Funk auf den TV: Mit AllShare geht das unkompliziert und schnell. Ein Klick auf die Fernbedienung genügt, schon verbinden sich sämtliche Geräte von Samsung über den heimischen WLAN-Router. Computer, Handy oder Multimedia-Festplatte – alles ist kabellos vernetzt und bietet dem Anwender einfachste Bedienung und direkten Zugriff auf seine multimedialen Inhalte. „Innovative Technik mit einfachster, intuitiver Bedienung, die den Weg frei macht für ein ungestörtes Multimedia-Vergnügen – das ist es, was sich Verbraucher immer wieder wünschen. Wir gehen auf diese Bedürfnisse ein und liefern mit AllShare den Beweis, dass sich technische Raffinesse und kinderleichte Bedienung nicht ausschließen – so kann der Nutzer mit AllShare Multimedia-Inhalte unbeschwert genießen“, erklärt Hans Wienands.

Der Nutzer muss sich nicht darum kümmern, Geräte ein- oder auszustecken – das übernimmt AllShare automatisch. Auch um die Sicherheit muss man sich keine Sorgen machen, denn die Multimedia-Inhalte können passwortgeschützt übertragen werden. Der Nutzer kann sich somit ganz entspannt zurücklehnen, wenn es bei Samsung heißt: einfach und unbeschwert eintauchen in die faszinierende Welt des Home-Entertainments – AllShare kümmert sich um den Rest. www.samsung.de



Samsung hat seine Internet@TV-Plattform vollständig erneuert und präsentiert für seine TV-Geräte, Blu-ray-Player und Blu-ray-Heimkinoanlagen die HDTV-fähige Samsung Apps Galerie.

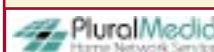
PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia

Die ersten 1.000 PluralMedia Berater sind gebucht!

Mit Beginn des Monats März haben die Anmeldezahlen der Qualifizierung zum PluralMedia Berater die Marke von 1.000 Buchungen überschritten. Das erste Quartal dieses Jahres ist bereits seit längerem ausgebucht. Auch im 2. Halbjahr wurden bereits über 20 Seminare gebucht, und es stehen nur noch zwei offene Seminare zur Verfügung. Damit ergibt sich ein aktueller Gesamtbuchungsstand von rund 70 Seminaren.

„Wir revidieren unsere Schätzungen derzeit permanent nach oben. Dennoch gehen wir nach aktuellem Stand von 80 Seminaren bis zum Ende des Jahres 2010 aus. Dies entspricht dann mindestens 1.200 PluralMedia Beratern zum Jahresende, die den Verbrauchern im deutschen Fach-einzelhandel für kompetente Beratung und Problemlösung zur Verfügung stehen“, so Dr. Ralph K. Metternich, Pressesprecher PluralMedia.

Aufgrund der hohen Anmeldezahlen kann die InfoTip Academy bereits nach den Sommerferien die ersten PluralMedia Spezialisten Module anbieten. Die Seminarmodule „Netzwerke“ und „Peripherie“ starten ab KW 30. Damit werden die ersten Spezialisten voraussichtlich im ersten Halbjahr 2011 ihren Abschluss haben. Im Anschluss daran bietet sich die Möglichkeit, die TÜV Rheinland Betriebszertifizierung zum PluralMedia Fachbetrieb zu absolvieren. „Besonders freut uns, dass der neuartige und für viele ungewohnte ‚Blended learning Ansatz‘ bei den Teilnehmern so gut ankommt“, erklärt Dr. Metternich. „Nach kurzer Eingewöhnung wird die Mischung aus Präsenzseminar, Online Lernen und webbasierten Gesprächskonferenzen von den Teilnehmern, gerade vor dem Hintergrund der Zeitersparnis, sehr geschätzt. Dass die Teilnehmer darüber hinaus noch Reisekosten sparen, ist für viele und gerade kleinere Betriebe ein zusätzlicher Erfolgsfaktor.“ Diese weitere positive Entwicklung und die anhaltend hohen Anmeldezahlen liefern erneut den Beweis, dass der Handel die Notwendigkeit dieser Maßnahme erkannt hat. Hinzu kommt die von vielen Teilnehmern geäußerte Aussage, „wirklich den Wunsch zu lernen und den Spaß an den umsetzungsorientierten Beispielen in den Praxisteilen der Seminare zu haben“. www.pluralmedia.de



PoS-MAIL INHALT

Aktuell ... 4, 18, 31

Das Farbfernsehen des 21. Jahrhunderts kommt von Sharp ... 6



Satellitentechnik ... 8

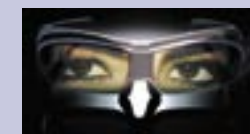
Philips mit großem TV-Auftritt – Fernsehen in neuen Dimensionen ... 10



LG mit neuem TV-Line-up ... 12

UE-Neuheiten ... 14

Neue 3D-TV-Geräte von Panasonic ... 15



Herweck stellt Warenwirtschaftssystem bereit ... 18

Die CeBIT sucht weiterhin nach einem neuen Profil ... 19

Dr. Jörg Ehmer, Managing Director ElectronicPartner Handel SE: „Auf die Stärken besinnen“ ... 20



CeBIT zeigte „das Haus von morgen“: Connected Living ... 21

Wachstumsprognosen und Erfolgstendenzen: Optimismus bei den Kooperationen ... 22



Fachhandel bleibt für Nokia ein wichtiger Partner ... 24

Navigation ... 25

TK-Nachrichten ... 26

Deutsche Telekom mit umfassender Präsentation ... 27

TK-Neuheiten ... 28

Eye-Fi stellt neue WLAN-SDHC-Karte vor ... 29

Neuheiten ... 29

IT-Neuheiten ... 30

Kleinanzeigen ... 31

Impressum ... 31



iF Design award für Bose

Bose ist für vier Produkte mit dem iF design product award 2010 ausgezeichnet worden. Den Award erhalten die Produkte SoundDock 10 Digital Music System, SoundLink Wireless Music System, Bose Computer MusicMonitor und die QuietComfort 3 Acoustic Noise Cancelling Headphones. Alle in 2010 ausgezeichneten Produkte sind bis Ende August 2010 in der großen iF product design award exhibition, International Forum Design GmbH, Messegelände Hannover, ausgestellt. Zudem werden die siegreichen Produkte des Jahres im iF product design award yearbook sowie in der iF Online-Ausstellung unter www.ifdesign.de gewürdigt.

www.bose.de

Samsung startet internationale Kampagne zur NX10

Zur Einführung der neuen Systemkamera NX10, die als erstes Modell mit Wechseloptik „ohne Spiegel“ über einen Bildsensor im APS-C Format verfügt, startet Samsung eine internationale Kampagne unter dem Titel „Why Capture? Create!“. Dabei stehen die kreativen Möglichkeiten durch den gezielten Einsatz der Tiefenschärfe im Mittelpunkt. Im Rahmen eines Wettbewerbs werden 20 Studenten der Design Akademie Berlin, Hochschule für Kommunikation und Design, mit einer NX10 ausgerüstet und aufgefordert, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen. Das Spannende daran: Auch in anderen Ländern findet ein derartiger Wettbewerb statt. Die jeweiligen Landessieger reisen nach Peking und werden dort ihre Kunstwerke ausstellen. Insgesamt nehmen sechs Kunstakademien von Rang aus verschiedenen Ländern, darunter Deutschland, China und die USA, teil. Jeder Teilnehmer soll in drei Aufnahmen „kreative Momente“ festhalten. Die fotografischen Kunstwerke werden zunächst im Rahmen einer Online-Galerie ausgestellt und von einem internationalen Publikum bewertet, bevor am 4. April die zehn Finalisten bekanntgegeben werden. Diese dürfen anschließend ihre Bilder in einer internationalen Ausstellung in Peking der Weltöffentlichkeit präsentieren.

www.samsung.de

Metro Gruppe: Zuwächse bei Media Saturn

Der Umsatz der Metro Gruppe ist im Geschäftsjahr 2009 um 3,6 Prozent auf 65,5 Milliarden Euro zurückgegangen, hauptsächlich aufgrund negativer Wechselkurs-Effekte. Ohne diesen Einfluss ergab sich Unternehmensangaben zufolge ein Wachstum um 0,2 Prozent. In Deutschland ging der Umsatz um 0,6 Prozent auf 26,5 Milliarden Euro zurück. Media-Saturn verzeichnete trotz der Wirtschaftskrise Zuwächse. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) der Metro Gruppe sank vor Sonderfaktoren um 8,9 Prozent auf 2,024 Milliarden Euro. Die Vertriebslinien Real, Media Markt/

Saturn und Galeria Kaufhof sowie das Immobiliensegment konnten ihren operativen Gewinn vor Sonderfaktoren trotz Wirtschafts- und Finanzkrise gegenüber dem Vorjahr steigern. Dagegen erreichte Metro Cash & Carry das Vorjahresniveau nicht. Der Umsatz bei Media Markt/Saturn stieg im Jahr 2009 um 3,7 Prozent auf 19,7 Milliarden Euro; der operative Gewinn (EBIT) vor Sonderfaktoren legte um 5 Prozent auf 608 Millionen Euro zu. Nach der Gründung eines Joint-ventures in China, an dem die Metro Gruppe sowie die Gründerfamilien von Media-Saturn, Kellerhals und Stiefel, 75 Prozent und die chinesische Foxconn Technology Group 25 Prozent halten, soll der erste Media Markt in China im September 2010 in Shanghai eröffnet werden. Bis Mitte des Jahrzehnts sieht Media-Saturn in China ein Potential von mehr als 100 Märkten und strebt langfristig die Eröffnung von mehreren hundert Media Märkten und einen Marktanteil von über 10 Prozent an. Die systematische Verbindung von Online-Handel mit dem stationären Geschäft stehe bei Media Markt und Saturn „unmittelbar bevor“, heißt es einer Pressemitteilung. Nach einer erfolgreichen Testphase soll das Internet-Angebot noch im April 2010 in den Niederlanden und Österreich starten. Auf der Basis der dort gemachten Erfahrungen soll über einen entsprechenden Auftritt auch in Deutschland in die-

sem Jahr entschieden werden.

www.metrogroup.de

Keine Krise bei Consumer Electronics in Deutschland

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hatte 2009 nach Erkenntnissen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) keinen Einfluss auf den Markt für Consumer Electronics-Produkte (CE). Entsprechend weist der CE-Markt in Deutschland nach fünf Wachstumsjahren ein ausgeglichenes Ergebnis auf. Besonders erfreulich war die Entwicklung im vierten Quartal, dies ist mit dem Weihnachtsgeschäft der wichtigste Zeitraum im Jahresverlauf. Für das Gesamtjahr 2009 wurde so ein Umsatzvolumen von 24,325 Milliarden Euro erreicht (2008: 24,377 Mrd. Euro). Größten Anteil am Erfolg hatten 2009 erneut die innovativen TV-Geräte mit Flach-Display. Sie dominieren den Markt. Mobile Geräte für portable Navigation, digitale Audio- und Videoplayer, digitale Kameras und Notebooks verzeichneten Absatz- und vielfach auch Umsatzsteigerungen, zum Teil im zweistelligen Bereich, oder haben das hohe Absatzniveau behauptet. Sehr positive Impulse kamen für alle Marktteilnehmer von der IFA in Berlin, der weltweiten Leitmesse für Consumer Electronics und wichtig-

stem Orderplatz der Branche. Die Marktzahlen der CE-Branche werden von den Marktforschern der gfu-Gesellschafter und der Mitgliedsfirmen des Fachverbands Consumer Electronics des ZVEI sowie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gemeinsam einheitlich für alle Marktteilnehmer in Form des offiziellen Consumer Electronics Markt Index CEMIX erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) für jedes Quartal veröffentlicht. www.gfu.de

EP Augsburg mit neuem Niederlassungsleiter

Michael Heller ist neuer Niederlassungsleiter bei ElectronicPartner in Augsburg. Der 45-jährige Vertriebsspezialist verantwortet in dieser Funktion mit rund



Michael Heller

30 Vertriebsaußen- und Innendienstmitarbeitern das Handels- und Dienstleistungsgeschäft für mehr als 1.000 Mitgliedsunternehmen im Bereich Fachhandel und Systemhaus von ElectronicPartner im Süden Deutschlands. Heller begann seine Handelskarriere als Erstverkäufer bei BMW. 1992 startete er als Vertriebsbeauftragter Mittelstand bei Mannesmann Mobilfunk.

Schon ein Jahr später übernahm er den regionalen Bereich der Handelsbetreuung im Mobilfunkverkauf. Als Vertriebsleiter zeichnete Heller ab 1997 verantwortlich für die Niederlassung Süd des Mobilfunkbetreibers. Im Jahr 2000 begleitete er den Firmenübergang von Mannesmann zu Vodafone. Ab 2006 verantwortete er als Regionalleiter Mittelstand das B2B- und insbesondere das Systemhausgeschäft bei Vodafone.

www.electronicpartner.com

HP verkauft wieder Digitalkameras

Nach jahrelanger Abstinenz kehrte HP auf der PMA überraschend wieder ins Kamerageschäft zurück. Der IT- und Druckergigant präsentierte auf seinem Stand fünf Kompaktkameras und drei Camcorder.

Sie sollen auch in Europa auf den Markt kommen. Über Einführungs-terminen, Preisstellung und Vertriebswege in Europa gibt es noch keine Informationen.

www.hp.com

Car-HiFi Bundesliga-Saison startet auf der Car+Sound

Die Easca, ein Zusammenschluss führender Car-HiFi Spezialisten und Fachhändler in Europa, veranstaltet erstmalig auf der Car+Sound in Friedrichshafen ihren Saison Kick-Off und startet somit offiziell in die Car-HiFi Bundesliga-Saison 2010. Die Car-HiFi Bundesliga ist von der Easca mit Gründung im Jahr 2009 aufgestellt worden und findet nun auf der internationalen Plattform der Car+Sound 2010 ihre Arena. Als neuer und weiterer Wettbewerbspartner der Messe (12. bis 16. Mai 2010) verweist die Easca auf historische Wurzeln der Gasca, die einst die 1. Car+Sound Messeveranstaltung erfolgreich mit angeregt hat. Diese Erfolgsgeschichte möchte die Easca mit der Car+Sound 2010 und dem dB Drag Racing in die Gegenwart transportieren. Car-HiFi Teams aus Europa und dem ganzen Bundesgebiet stehen nun erstmalig auf der Car+Sound zum Kick-Off in die Easca Saison bereit. Ein kombiniertes Punktesystem der Resultate aus SQL und dBL ergeben die höchstmöglichen Ligapositionen für die Teams und deren Heimatregionen. Jedes Team etabliert sich durch namhafte und von der Easca autorisierte Car-HiFi Fachhandelsfirmen, die jährlich für ihre ehrenamtlichen Aufgaben als Juroren geschult werden. Somit ist der Fachhändler Teamleader einer regionalen Car-HiFi Mannschaft, die sich für die Saison und den Wettbewerb fit macht. Jedes Easca Team arrangiert mit seinem autorisierten Easca Spezialisten einen regionalen Event und erkämpft möglichst viele Punkte für sein Team und Bundesligaplatzierung. Weitere Informationen unter

www.easca.eu

Monster Cable setzt auf Kompetenz

Monster Cable, Hersteller von hochwertigen Kabeln und Komponentenlösungen, setzt auf Kompetenz seitens des Fachhandels. Für die beste Beratung hat Monster Europe in diesem Jahr wieder den „Best of the Best Award“ vergeben, einen Internationalen Award für alle Länder, ausgenommen den USA. Der Preis geht alljährlich an den engagiertesten Händler in Sachen Verkauf und Beratung. Nach 30 Jahren geht er nun zum ersten Mal nach Deutschland. Patrick Völker, Category Manager Unterhaltungselektronik, Foto und Telekom bei ProMarkt, durfte in diesem Jahr den Award entgegennehmen. „Unser Warensortiment ist auf die Bedürfnisse unserer Kunden abgestimmt. In Verbindung mit der optimalen Platzierung können wir auch in Sachen Zubehör gut punkten. Neben rentablen Umsätzen steht Kundenzufriedenheit für uns an erster Stelle“, so Patrick Völker. Die gute Betreuung seitens Monster Cable, in Verbindung mit der kompetenten und fachlich besten Betreuung durch das Hama Team unter Vertriebsleiter Christoph Hundhausen, Niederlassung Haan, trage aber auch dazu bei, dass die Produkte sich nicht zu Ladenhütern entwickeln, so Völker. „Die zweimal im Jahr stattfindenden Schulungen, Unterstützung von



Management-Seite und eine transparente Preisgestaltung haben sicherlich zum Erfolg beigetragen. Wir freuen uns über diese Auszeichnung. Insbesondere weil wir damit auch die Kompetenz von ProMarkt als die des qualifizierten Flächenanbieters unterstreichen.“

V. l.: Christoph Hundhausen, Vertriebsleiter CE und Medien, Hama, Patrick Völker, Category Manager, UE, Foto, Telekom, ProMarkt, und Stephan Jennessen, Country Manager Germany, Monster Cable, bei der Übergabe des „Best of the Best Awards“.

DIE NEUE EX-FH100.

MIT HIGH SENSITIVITY CMOS-SENSOR FÜR ÜBERRAGENDE BILDQUALITÄT.



• Highspeed-Nachtaufnahme



Dieses BEST SHOT-Motivprogramm der EX-FH100 setzt aufgenommene Highspeed-Serienbilder in Sekunden-schnelle zu einem optimierten Foto zusammen – für verwacklungsfreie Nachtaufnahmen auch ohne Stativ.

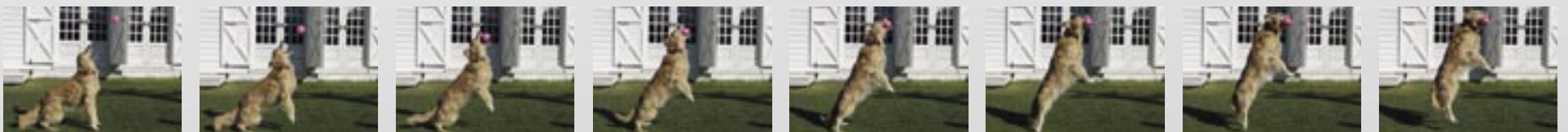
• Highspeed-Lighting

NEU



Mehrere Highspeed-Aufnahmen mit unterschiedlicher Belichtung werden automatisch zu einem Foto mit optimaler Belichtung kombiniert – für kontrastreiche, detailgenaue Fotos auch bei schwierigen Lichtverhältnissen.

• Highspeed-Serienbildaufnahmen mit bis zu 40 Fotos pro Sekunde*



*max. 30 Fotos/Sek. mit je 9 Megapixel

• High Sensitivity CMOS-Sensor

NEU

Die EX-FH100 ist mit dem neuen High Sensitivity CMOS-Sensor ausgestattet, der auch bei schlechten Lichtverhältnissen außergewöhnlich detailreiche Bilder ermöglicht. Diese neue Technologie sorgt dafür, dass der Sensor mehr Licht aufnehmen kann – die Empfindlichkeit wird erhöht, das Bildrauschen erheblich reduziert. Das Ergebnis: Brillante und detailreiche Fotos mit hervorragenden Kontrasten und satten Farben.

- 10fach optischer Zoom mit mechanischer Bildstabilisierung
- 24 mm Weitwinkel
- 10,1 Megapixel
- HD Movie (max. 29 Minuten pro Movie)
- Highspeed-Filmaufnahmen
- HDMI-Ausgang

• Manuelle Einstellungen



Schwarz

Silber

Ausgestattet für's nächste Jahrzehnt: Die neue Generation von

EXILIM
www.exilim.de

Das Farbfernsehen des 21. Jahrhunderts kommt von Sharp

Mit vier Farben zum Erfolg



Noch im vergangenen Jahr beeindruckte Sharp mit seinen LCD-TVs mit Full-LED-Backlight-Technologie den Markt der LCD-TVs. Die innovativen Produkte sorgten durch ihr herausragendes Bild und bis heute ungeschlagen niedrigen Energieverbrauchswerten für Aufsehen in der Branche. Jetzt legt Sharp nach und präsentiert pünktlich zum Start der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika ein neues AQUOS Line-up der Spitzenklasse sowie die neue QUATTRON Panel-Technologie und liefert damit die schlagkräftigen Argumente für den Elektronik-Fachhandel.

Das vergangene Jahresendgeschäft hatte es bereits angedeutet: Sharp ist zurück mit top ausgestatteten LCD-TV-Produkten, die den Kunden kaum Wünsche offenlassen – ein brillantes Bild, ein beeindruckendes Design, guter 2.1 Sound und sehr gute Umwelteigenschaften. Das Beste in den vergangenen Monaten: Die Bestellungen des Handels, die Sharp Vertriebsleiter Jörg Christiansen und sein Vertriebsteam zur IFA und den darauffolgenden Wochen

entgegengenommen haben, wurden wie vereinbart geliefert. Grund dafür ist das Sharp LCD-TV-Werk im polnischen Torun. Hier wird heute in Rekordzeit der finale Produktionsprozess durchgeführt. „Sharp ist gut auf die weiterhin steigende Nachfrage nach modernen Flachbildfernsehern vorbereitet“, so Jörg Christiansen, Vertriebsleiter Sharp Electronics. „Mit Einführung von HDTV im Regelbetrieb der öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten sowie der großen privaten Sender und den einhergehenden sportlichen Großereignissen haben wir nahezu zeitgleich unser neues AQUOS Line-up vorgestellt. Damit legen wir den Grundstein für ein spannen-

des TV-Jahr 2010. Gemeinsam mit unseren Partnern im Handel werden wir die Konsumenten in Deutschland von unseren innovativen Produkten sowie den TV-Technologien von Sharp überzeugen“, so Christiansen weiter.

Sharp bringt Farbe ins Spiel

Anfang des Jahres auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas der Weltöffentlichkeit vorgestellt, hält Sharps QUATTRON-Technologie mit dem neuen AQUOS LCD-TV Line-up jetzt auch in Deutschland Einzug. Aber was verbirgt sich genau dahinter, und welchen Vorteil ziehen die Verbraucher und damit auch der Handel aus dieser neuartigen LCD-TV-Technik? Bei der Entwicklung neuer TV-Features hat Sharp die Wünsche der Kunden voll im Blick, und diese wollen das beste TV-Bild, verpackt in einem eleganten Design und mit möglichst einzigartigen Umwelteigenschaften. So war auch die Herangehensweise an die QUATTRON-Technologie. Sharp ist es gelungen, den bisher drei Subpixelfarben Rot, Grün und Blau von LCD-Panels einen gelben Subpixel „beizumischen“ (RGB+Y). Die Fernsehbilder stellen sich bei Sharp LCD-TVs also in Zukunft nicht mehr nur aus drei, sondern aus vier Farben zusammen, was eine deutliche Steigerung der Farbkompositionen zur Folge hat und damit eine Verbesserung der Bildqualität. So können sich die Fernseh-

zuschauer in Zukunft über brillantere Blau-, natürlichere Grün- und Brauntöne sowie leuchtendere gelbe Bildabschnitte freuen. Und

Gold erstrahlen. Aber auch die unterschiedlichen Eigenschaften menschlicher Haut kommen dank QUATTRON-Technologie in noch feineren Farbnuancen zur Geltung. „Die Herausforderung unserer neuen QUATTRON-Technologie liegt nicht nur in der Herstellung vierfarbiger Pixel“, erläutert Jörg Christiansen. „Ebenso anspruchsvoll ist es, die RGB-Videosignale zu decodieren und die Bildinformationen auf unsere vierfarbigen Pixel umzurechnen. Unseren Ingenieuren ist es gelungen, eine solche Umrechnungsprozedur zu entwickeln, so dass die ankommenden Bildinformationen optimal auf einen QUATTRON-Farb-



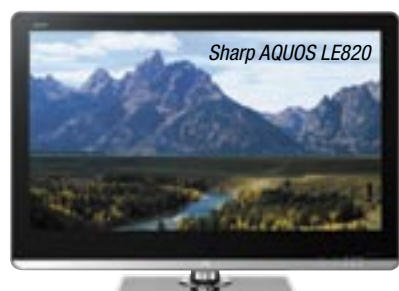
Die Fernsehzuschauer können sich dank Sharps QUATTRON Technologie zukünftig über noch brillantere Blau-, natürlichere Grün- und Brauntöne, feinste Cyan-Farbnuancen sowie leuchtenderes Gelb freuen.

sollte die deutsche Fußball-Nationalmannschaft in diesem Jahr den Titel holen, so wird der Siegerpokal auf einem neuen AQUOS von Sharp in einem ganz besonderen, noch nie zuvor bei einem Fernseher dagewesenen

code übertragen werden und wir so eine Maximierung der Bildqualität erreichen. Zudem haben unsere Entwickler erneut am ‚Rädchen‘ Energieeffizienz gedreht. Auch hier kommen wir also den Anliegen der Verbraucher nach“, so Christiansen weiter.

Wichtiger Faktor Umwelt

Jedes Subpixel der insgesamt 1.920 mal 1.080 Bildpunkte bei Full-HD LCD-TVs nimmt in etwa ein Viertel des Gesamtpixels ein. Der gelbe Part ist dabei lichtdurchlässiger als die Farben Rot, Grün und Blau. Je mehr Licht von der LED-Hintergrundbeleuchtung der Sharp Fernseher durch die vordere Panelschicht gelangt, desto heller erscheint das TV-Bild. Dank des hellen gelben Bildanteils kann das Backlight nun etwas gedimmt werden, um ein vergleichbares Bild zu erzeugen. Weniger Leuchtkraft bedeutet



Sharp erweitert die herkömmliche RGB-Pixelstruktur um die vierte Subpixelfarbe Gelb. Das Ergebnis ist eine Erweiterung des Farbraumes und eine noch feinere Farbauflösung bei den neuen AQUOS LCD-TVs. Bunte Blumen oder eindrucksvolle Landschaften – der Fernsehzuschauer erfährt dank QUATTRON-Technologie eine einzigartige Farb-TV-Erfahrung.



Die AQUOS LCD-TVs erstrahlen in elegantem neuen Design. Dank innovativer Super Edge-Lit LED Backlight Technologie sind die Geräte extrem flach und hochwertig verarbeitet – beleuchtete Elemente oder unterschiedliche Farbvarianten sind die Highlights der AQUOS Serie LE320E.

Verkaufsargumente AQUOS LCD-TVs 2010 mit QUATTRON-Technologie:

1. Bestes Bild: QUATTRON (4 Farb)-Technologie, X-Gen Panel, UV2A Technologie, Super Edge LED Backlight
2. Bester Sound: 4 hochwertige Lautsprecher + Subwoofer sorgen für ein echtes Sounderlebnis, 2.1. Soundsystem
3. Bestes Design: modernes, elegantes „rahmenloses“ Spitzendesign, nur 3,9 cm tief
4. Beste Energieeffizienz: Stromsparmeister aller Klassen. „Geldbeutel schonen und die Umwelt entlasten.“

gleichzeitig einen geringeren Energieaufwand und damit Stromersparnis. Damit ist die neue QUATTRON-Technologie von Sharp eine sinnvolle Ergänzung der bereits im vergangenen Jahr eingeführten LED-Hintergrundbeleuchtung, auf die Sharp heute in bis zu 95 Prozent seiner LCD-TVs setzt. Mit Einführung der LED-Technik wurde der Energieverbrauch der Geräte drastisch gesenkt. Die ständige Ergänzung durch neue Technologien macht die Fernseher immer energieeffizienter, so dass bei Sharp heute selbst bei Bildschirmdiagonalen von über einem Meter Verbrauchswerte unter 80 Watt möglich sind. Dazu Jörg Christiansen: „Nachhaltigkeit spielt in unserem Unternehmen



Jörg Christiansen, Vertriebsleiter Sharp Electronics Europe GmbH: „Im Mittelpunkt stehen für uns die Kaufkriterien der Verbraucher – das beste Bild, ein geringer Stromverbrauch und zeitlos elegante Designs.“

eine wichtige Rolle. Auch die Verbraucher fordern elektronische Produkte mit grünem Fußabdruck, also Geräte, die bereits möglichst ressourcenschonend produziert sind und dann den Geldbeutel durch ihren geringen Verbrauch schonen. Dank der neuesten Technologien und unserer seit Oktober 2009 arbeitenden Super Green Factory im japanischen Sakai, in der unsere neuen Fernseher ihren Ursprung haben, tragen wir diesem Wunsch unserer Kunden Rechnung. Gleichzeitig geben wir dem Handel die Argumente für einen erfolgreichen Abverkauf.“

Die Formel lautet: RGB+Y + Handel = Erfolg

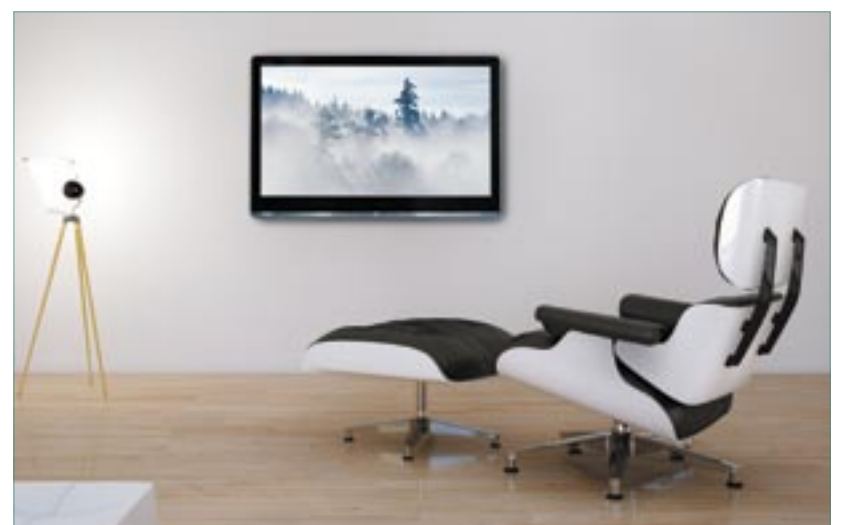
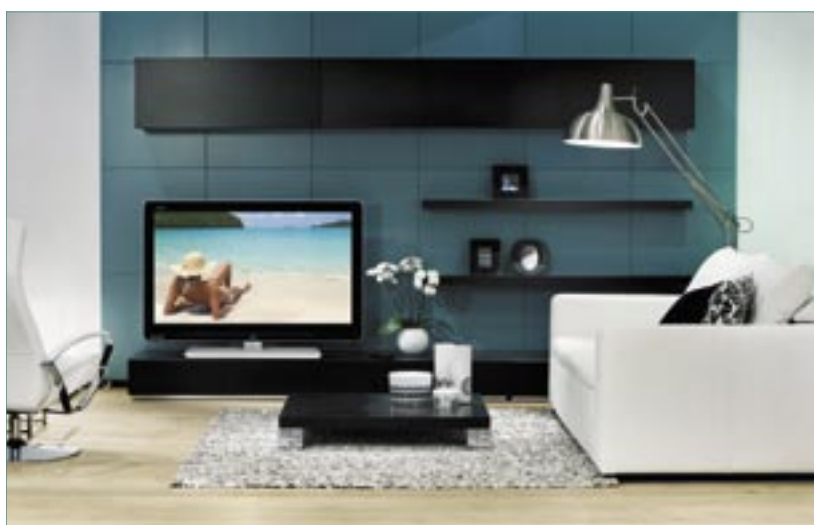
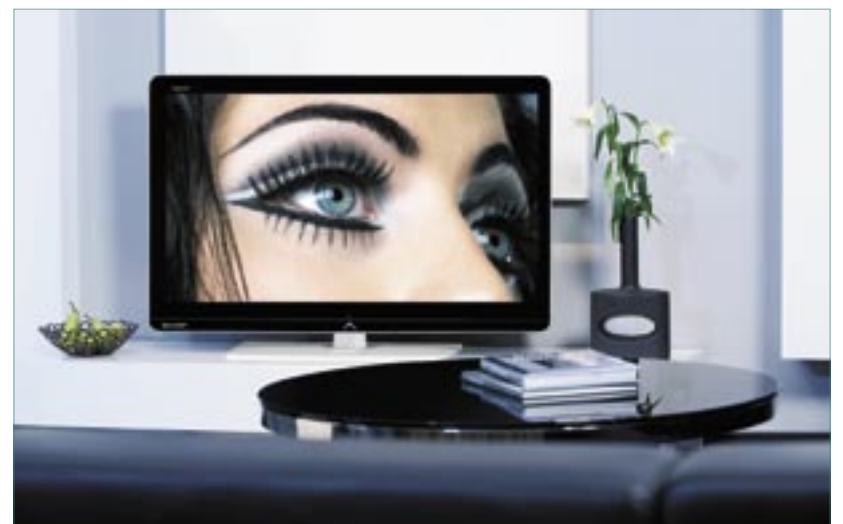
Der Fachhandel schlägt mit den neuen Fernsehern des japanischen Technologieunternehmens Sharp gleich drei Fliegen mit einer Klappe. Das aus den fünf neuen Serien (LE920, LE822E, LE820E, LE812E und LE810E) mit QUATTRON-Technologie bestehende AQUOS Line-up beeindruckt bereits beim Anschauen durch

sein hochwertiges Design. Zusätzlich hat der Verkäufer die Chance, auch noch mit Schlagworten wie „herausragende Bildqualität“ und „unschlagbare Stromverbrauchswerte“ zu punkten. Um den Käufern dies anschaulich und vor allem glaubhaft zu verdeutlichen, hat sich Sharp auch für die Präsentation am PoS einiges einfallen lassen. Die Bildqualität sollte dabei zunächst mit hochwertigem Zuspieldmaterial vorgeführt werden. Zur Verdeutlichung der vierten Pixelfarbe stellt Sharp dem Handel den sogenannten 4-Farb-Pixelchecker zur Verfügung – eine Lupe, die der Kunde auf den Bildschirm aufsetzen und sich so von der tatsächlich vorhandenen vierten Farbe überzeugen kann. Den Energieverbrauch der LCD-TVs zeigt Sharp ganz einfach mit handelsüblichen Strommessgeräten. Jörg Christiansen erläutert das Konzept für den Fachhandel: „Glaubwürdigkeit steht bei uns in der Kommunikation mit Handel und Endverbraucher ebenfalls ganz oben. Praktische Tools wie der 4-Farb-Pixelchecker oder die Strommessgeräte unterstützen uns dabei. Erfahrungsgemäß tragen diese einfach verständlichen Maßnahmen zu einem erfolgreichen Verkaufsgespräch bei.“ Abgerundet werden die PoS-Materialien von Sharp durch Flyer-Material sowie die bekannten AQUOS Broschüren, in denen Sharp noch einmal alle wichtigen Eigenschaften der neuen Produkte auf einen Blick zusammengefasst hat.



Mit der Sharp-eigenen QUATTRON-Technologie eröffnet das Unternehmen dem Fernsehzuschauer die vierte Farbdimension des Fernsehens.

◀ Auf dem „AQUOS Launch Event 2010“ hat Sharp Geschäftsführer Frank Bolten die neue QUATTRON-Technologie gemeinsam mit dem stärksten AQUOS LCD-TV Line-up aller Zeiten der Öffentlichkeit vorgestellt.



Neue Technologie, neues Design: Mit innovativer Touchpanel-Bedienung, drehbarem gläsernem Standfuß oder einer vollflächig planen Glasscheibe passen sich die neuen AQUOS LCD-TVs perfekt in jedes moderne Wohnambiente ein.

SAT



sky vision erweitert das Portfolio mit Receivern von i-SET

sky vision erweitert sein Produktportfolio und nimmt mit i-SET eine Marke an Bord, die das Preiseinstiegssegment besetzen und sich durch den gewohnt hohen Standard an Qualität und Service bei sky vision am Markt durchsetzen soll. Mit i-SET komplettiert sky vision sein Gesamtsortiment der Satellitenempfangstechnik über alle relevanten Bereiche, von der Einstiegslösung bis zum High-End Premium Produkt. Unter der Exklusivmarke i-SET bietet sky vision ab sofort vier neue Receivermodelle an: HDTV-Sat-Receiver: Der HDTV-Satellitenreceiver i-SET 1600 HD empfängt alle freien SD- und HDTV-Programme.



i-SET 1600 HD CI

Eine HDMI-Schnittstelle sorgt für eine verlustfreie und voll-digitale Übertragung der Bild- und Tonsignale zum Fernseher. Mit der integrierten Unicable Funktion lässt sich der Receiver neben weiteren Geräten an einem Unicable LNB betreiben.

HDTV-Sat-Receiver mit CI-Schnittstelle: Grenzenlose Empfangsmöglichkeiten bietet der i-SET 1600 HD CI mit integrierter PVRready-Funktion. Neben klassischen und hochauflösenden TV-Inhalten in SD-/HD-Qualität können auch Programme zahlreicher Pay-TV-Anbieter über einen CI-Schacht empfangen werden.

Mittels Software-Update und entsprechendem CI-Modul für HD+ (ab Mitte 2010) kann auch das hochauflösende Programmangebot der privaten Senderketten genutzt werden. Für detailgetreue Bildqualität und klaren Digital-sound sorgen eine HDMI-Schnittstelle sowie ein Digital Audio Ausgang. In Verbindung mit einer externen Festplatte via USB-Anschluss kann der i-SET 1600 HD CI auch als vollwertiger Videorecorder genutzt werden (PVRready). Persönliche Film- und Serienfavoriten kann der Zuschauer einfach auf dem Speichermedium aufzeichnen. Auch Musik- oder Bilddateien können über die USB-Schnittstelle gelesen und wiedergegeben werden.

DVB-S Receiver mit SatcoDX-Kompatibilität: Der für Astra, Hotbird und Türksat programmierte Einstiegsreceiver für Satellitenempfang i-SET 200 S ermöglicht Software-Updates via Satellit. Dank

Satco DX-Kompatibilität können Nutzer das Gerät täglich auf dem aktuellen Stand aller Satelliten-Frequenzlisten halten. Für optimale TV-Bilder sorgt die automatische Formatanpassung, die das Bild auf die passende Größe skaliert und den richtigen Modus einstellt.

DVB-T Einstiegsreceiver: Der DVB-T Receiver i-SET 110 T empfiehlt sich als Einstiegsgerät für jedermann. Das Gerät bietet ein einfaches Bedienkonzept, eine klare Menüstruktur und einen erweiterten elektronischen Programmführer (EPG) mit zusätzlichen Detail-Informationen.

www.sky-vision.de

WISI zeigt auf der Light & Building Innovationen für den Umstieg auf Digital-TV

Das Ende des analogen Satellitenfernsehens und der reibungslose Umstieg auf Digital-TV stehen im Mittelpunkt des Messeauftritts der WISI Communications GmbH & Co. KG (WISI) auf der Light & Building (11.–16. April) in Frankfurt. Der Spezialist für Empfangs- und Verteiltechnik zeigt zahlreiche Innovationen wie neue Mitglieder der WISI-Receiverfamilie, die Offsetantenne OA 38 der WISI Orbit Line und das neue Kopfstellensystem WISI OXM.

Weitere Höhepunkte sind effiziente Einkabel-Lösungen, die Hausanschlussverstärkerserie Midi Line, neue Sat-ZF-Abzweiger, Lösungen für die digitale Umrüstung beim Gemeinschaftsempfang, Kopfstellentechnik und die Multischalterfamilie Multisystem Quick mit ihren flexiblen Einsatzmöglichkeiten.

Abgerundet wird der Auftritt mit zahlreichen Produkten wie LNCs, Satellitenspiegeln, Class-A-Koaxialkabeln und weiterem Zubehör für den störungsfreien digitalen TV-Empfang.

Das neue Kopfstellensystem WISI OXM empfängt, bearbeitet, entschlüsselt, remultiplext und remoduliert jede digitale TV-Signalquelle in die meisten gängigen digitalen oder analogen Output-Formate. Zum System gehört der DVB-T Kanalprozessor OTX 200, ein digitaler terrestrischer Receiver und Prozessor, der DVB-T MPEG-2 und MPEG-4 Eingangssignale verarbeiten kann. Weitere Module sind der DVB-S Kanalprozessor OSX 200, ein digitaler Satellitenreceiver und Prozessor für

Günstiger Einstiegs-Receiver Strong SRT 6201

Strong bringt mit dem SRT 6201 einen neuen digitalen Satelliten Receiver als günstiges Einstiegsmodell auf den Markt. Mit einem Scart-Anschluss und dem integrierten Installationsassistenten, der Schritt für Schritt durchs Menü führt, lässt sich der Receiver schnell und einfach installieren. Das Gerät bietet einen USB-Anschluss zur Wiedergabe von Fotos und Musik, 4.000 Programmplätze für 64 Satelliten, programmierte Sender und die Möglichkeit, über Satellit oder USB Stick Softwareaktualisierungen durchzuführen. Zudem ist der SRT 6201 mit einer Energiesparfunktion zum automatischen Abschalten in den Standby-Modus ausgestattet. Der neue Satelliten Receiver SRT 6201 ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 39,95 Euro.



www.strong.tv

die Eingangsformate DVB-S und DVB-S2 sowie der DVB-C Kanalprozessor OCX 200, ein digitaler Kabelreceiver und Prozessor für die Verarbeitung von Eingangssignalen in DVB-C Formaten. Alle drei Module können über eine CI-Schnittstelle auch verschlüsselte Empfangssignale verarbeiten und sind mit einem integrierten Remultiplexer bestückt, mit dem sich der Betreiber seine eigenen Ausgangsmultiplexe zusammenstellen kann.

Der OR 285 ist ein HDTV-Satellitenreceiver mit Streamingfunktion. Über die integrierte RJ45 Ethernet-Schnittstelle ermöglicht der neue Receiver aus der Top Line-Premiumklasse die Übertragung von Video- und Audiodaten in Heimnetzen und bietet damit ein äußerst flexibles Einsatzspektrum. Der OR 294 hat einen leistungsstarken Twin-Tuner für den HDTV-Empfang via Satellit. Über zwei integrierte Empfangseinheiten ermöglicht der neue Digitalreceiver zeitgleich die Aufnahme und Wiedergabe verschiedener HDTV-Programme. Der OR 184 aus der Home Line-Serie ist ein günstiger Receiver für den Einstieg ins hochauflösende Fernsehen.

Die OA 38 ist eine robuste, hochwertig verarbeitete Antenne mit hervorragenden Empfangsparametern. Der Reflektor aus Aluminium hat einen Durchmesser von 80 Zentimetern. Feedarm und LNB-Halterung mit einem Durchmesser von 40 Millimetern sind komplett aus korrosionsbeständigem Druckguss-Aluminium gefertigt. Mit einem Öffnungswinkel von 2,5° und einem Gewinn von 38,5 dB bietet die OA 38 von WISI exzellente Empfangseigenschaften mit großen Reserven gerade bei Schlechtwettersituationen.

Etagenwohnungen lassen sich einfach und bequem mit den innovativen WISI Unicable-Lösungen für den Anschluss von bis zu acht Receivern an ein Koaxialkabel nachrüsten. Die Unicable-Multischalter DY 64 1810/DY 64 2410 und DY 68 1810/DY 68 2410 bieten ein niedriges Rauschmaß, hohe Ausgangspegel an den Teilnehmer- und Stammsausgängen, niedrige Dämpfungswerte, Schirmungsmaß der Klasse A sowie eine hohe Entkopplung an den Eingängen und Teilnehmerausgängen. Durch ihre geringe Stromaufnahme und ein

aufgesetztes Schaltnetzteil mit Standby-Funktion (typ. 0,5 W) sind sie zudem sehr energieeffizient.

Mit der Midi Line hält WISI eine innovative Serie kleiner Hausanschlussverstärker bereit. Die Linie besteht aus den beiden Verstärkern VX 89 und VX 89C. VX 89 ist mit einem integrierten aktiven Rückkanal ausgestattet. VX 89C hat einen modularen Rückkanal VX 40C mit Q-Step. Diese eignen sich für verschiedene Anwendungen in ans Kabelnetz angeschlossenen Ein- und Mehrfamilienhäusern. Die beiden SAT-ZF Abzweiger DM 50 und DM 90 ergänzen die Multischalterfamilie Multisystemquick. Beide Abzweiger sind zudem in Kombination mit den SAT-Verstärkern DY 50A bzw. DY 90 rückwegtauglich. WISI reagiert damit auf den zunehmenden Bedarf an flexiblen Lösungen für den stetig wachsenden Bereich Satelliten-direkt Empfang. www.wisi.de

Eutelsat KabelKiosk startet Fuel TV im FamilyXL Paket

Eutelsat KabelKiosk erweitert sein neues FamilyXL Paket um ein Sport- und Lifestyle-Programm und verbreitet jetzt den Sender Fuel TV auf seiner Digitalplattform. Mit der Aufschaltung erweitert KabelKiosk das neue FamilyXL Paket auf aktuell 34 Sender und stärkt besonders das stark nachgefragte Genre Sport. KabelKiosk-Kooperationspartner können Fuel TV ab sofort in ihre Netze einspeisen. Der neue Sport- und Lifestyle-Sender steht Abonnenten des neuen FamilyXL Pakets ohne Aufpreis zur Verfügung.

Fuel TV von Fox Cable Networks feiert bei KabelKiosk seine Deutschlandpremiere. Der Sender adressiert speziell jüngere Zielgruppen mit actiongeladenem Sport wie Skateboard, Surfing, Snowboard oder Freestyle Motocross. Alleine in den USA erreicht Fuel TV mit seiner attraktiven 24/7 Programmierung über 30 Millionen Haushalte und sendet auf allen wichtigen Verbreitungsplattformen. Der europaweite Rollout von Fuel TV startete Anfang März. Das Verbreitungsabkommen mit Eutelsat KabelKiosk beinhaltet entsprechend die Signalzuführung an dritte Plattformen. www.eutelsat.de

Neuer HDTV-DigitalSat-Receiver TechniStar S1 von TechniSat

TechniSat baut sein HDTV-Produktportfolio weiter aus und bietet mit dem TechniStar S1 einen neuen HDTV-DigitalSat-Receiver mit vielfältigen Multimediafunktionen und einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis. Zusätzlich zum Empfang von freien TV- und Radioprogrammen in SD- und HD-Qualität ist über das integrierte Conax-Entschlüsselungssystem der Empfang von Pay-TV möglich. Über die CI+ fähige Schnittstelle (Common Interface) lässt sich der TechniStar S1 mit entsprechendem Modul und passender Smartcard um weitere Entschlüsselungssysteme ausbauen (zum Beispiel HD+ Programme über entsprechendes CI+ Modul und passender HD+ Karte).

Der TechniStar S1 ist DVR-ready. Das bedeutet, dass ein externes Laufwerk (etwa eine USB-Festplatte) über die USB-Schnittstelle an den Receiver angeschlossen werden kann und auf dieses TV- und Radioprogramme digital aufgezeichnet werden können. Die Aufnahmen stehen im Anschluss jederzeit ohne Qualitätsverlust bereit. Die Timerprogrammierung erfolgt einfach und bequem über die im Lieferumfang enthaltene Fernbedienung.

Ausgestattet mit einer USB-2.0-Schnittstelle, einem elektrischen Ausgang für Dolby Surround-Sound im AC-3-Format, einer HDMI-Schnittstelle mit HDCP-Unterstützung sowie einem Scart-Anschluss bietet der neue TechniStar S1 zahlreiche Schnittstellen und Anschlussmöglichkeiten. Dolby Digital Plus wird ebenfalls unterstützt. Zudem erlaubt die Ethernet-Schnittstelle das Einbinden des DigitalSat-Receivers ins Heim-



netzwerk. Alternativ zum Netzwerkanschluss via Kabel, lässt sich das Gerät auch mittels eines USB-WLAN-Adapters (als Zubehör bei TechniSat erhältlich) über Funk ins heimische Netzwerk integrieren.

Auch das neue Receiver-Modell ist mit den TechniSat Mehrwertdiensten ausgestattet. Darunter der elektronische Programminformationsdienst (ePID) „Siehe Fern Info“, der eine redaktionell gepflegte Programmübersicht von bis zu sieben Tagen im Voraus ermöglicht. Weiterhin bieten die Mehrwertdienste „Auto Install“ (automatische Erstinstallation), „Isipro“ (Programmlistenmanager) und „TechniMatic“ (automatische Software-Updates über Satellit) dem Nutzer hohen Bedienkomfort.

Darüber hinaus ist der TechniStar S1 mit der neuen TechniFamily-Funktion ausgestattet. Über diese können passwortgeschützte Nutzer-Profile angelegt werden. So können zum Beispiel Eltern sowohl die Senderauswahl als auch die Sehdauer dem kindgerechten Bedarf anpassen. Über die MultyText-Funktion kann derzeit mit dem TechniSat Deutschland- und Regionalwetterservice die erste MHEG-5 Anwendung in Deutschland abgerufen werden. Alternativ zum 230-Volt-Stromanschluss kann der TechniStar S1 optional mit 12 Volt betrieben werden und ist daher auch für den mobilen Einsatz geeignet. Der Stromverbrauch des Gerätes liegt im Standby-Betrieb unter 0,2 Watt. Der TechniStar S1 ist in den Farbvarianten Schwarz und Silber voraussichtlich ab Ende April erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 199,99 Euro. www.technisat.de

Mit ZEISS neue Kunden adressieren und jetzt am wachsenden 3D-Markt profitieren.



299,- €

unverbindliche
Preiseempfehlung
inkl. MwSt.



Der cinemizer^{plus} – Ihr privates Kino in der Brille.

Die ZEISS Technologie garantiert ein virtuelles Bild von 115 cm Diagonale in 2 Meter Entfernung.

- Zurücklehnen und entspannt einen Film schauen
- Genießen von 2D- und echten 3D-Filmen – auch unterwegs
- Anschluss an iPod, iPhone, Smartphones, DVD-Player, PS3 usw.
- Individuelle Sehschärfeneinstellung von –3,5 bis +3,5 Dioptrien



cinemizer^{plus}

www.cinemizer.de

Carl Zeiss cinemizer Vertriebspartner:
cinemizer@1button.eu



We make it visible.

Philips mit großem TV-Auftritt Fernsehen in neuen Dimens

Philips präsentiert in diesem Frühjahr/Sommer ein breites Produktportfolio an neuen TV-Geräten. Für Kino-Fans, die zukünftig Filme in 3D genießen wollen, kündigt das Unternehmen die Einführung einer ganzen Reihe von Full-HD-3D Ready-Fernsehern an, zu denen auch der erste 3D-TV im 21:9-Kinoformat zählt. Zudem bereitet Philips den Weg für die neue Generation des Fernsehens mit den LCD-TVs der 7000er LED-Reihe, die hervorragende Bildqualität und neueste interaktive Services verbinden.



Bereits heute stehen die hochgelobte Bildqualität von Philips sowie das exklusive Ambilight für ein besonders intensives Fernseherlebnis. Für genau diesen Anspruch werden die Geräte der 9000er LED-Reihe und 8000er LED-Reihe ab Sommer 2010 Full-HD-3D-Ready sein. Der erste 3D-Fernseher im Kinoformat, der Full-HD 3D-Cinema 21:9, wird im Spätsommer auf den Markt kommen. Die genannten Modelle verfügen über die Active 3D-Technologie, dank derer das Fernsehgerät ein unglaublich präzises 3D-Bild liefert. Philips erwartet, dass ähnlich wie bei HD-Filmen und HD-Ready-Fernsehern das Interesse an 3D-TV wachsen wird, sobald entsprechende Inhalte verfügbar sind. Genauso, wie die Verbraucher 2D-Inhalte auf unterschiedliche Weise genießen können, wird dies auch für 3D gelten. Die Beliebtheit der 3D-Versionen von Kinofilmen und den ersten 3D-TV-Ausstrahlungen deuten darauf hin, dass ein Interesse an entsprechenden Angeboten besteht. Diese Nachfrage wird im Verlauf der nächsten Jahre zunehmen. Fernsehgeräte von Philips werden schon in diesem frühen Stadium der Entwicklung interessierten Nutzern ein faszinierendes 3D-Erlebnis bieten. Dank des optionalen 3D-Upgrade-Paketes müssen Kunden heute keinen Aufpreis für eine Technologie zahlen, die sie (noch) nicht interessiert. Alle diejenigen, die das ultimative 3D-Kinoerlebnis zu Hause erleben wollen, können gemeinsam mit dem Full-HD-3D Ready-TV ein Upgrade-Paket kaufen oder dies

auch nachträglich erwerben, wenn das Angebot an 3D-Inhalten größer geworden ist.

Das 3D-Upgrade-Paket wird als optionale Ergänzung für den neuen 3D-Cinema 21:9 sowie die Modelle der 9000er-Reihe mit den Bildschirmdiagonalen von 32, 40 und 46 Zoll (81, 102 und 117 Zentimetern) und den Geräten der 8000er-Serie mit 37, 40, 46 und 52 Zoll (94, 102, 117 und 132 Zentimetern) auf den Markt kommen. Zum Lieferumfang gehören zwei Active 3D-Brillen und ein kabelloser Sender. Weitere Brillen werden auch einzeln erhältlich sein, um mit der ganzen Familie und mehreren Freunden gemeinsam ein atemberaubendes 3D-Erlebnis genießen zu können.

Philips 8000er LED-Serie

Mit einem energieeffizienten, ultraflachen Bildschirm bringt die Full-HD-3D-Ready 8000er-Reihe Unterhaltung ins Wohnzimmer und ermöglicht es, auf eine Vielzahl von Online-Entertainment-Angeboten zuzugreifen. Das Design mit dem eleganten Echtholzrahmen fügt sich in jede moderne Wohnumgebung ein. Mit dem Umgebungslicht Ambilight Spectra 2 bietet die Philips 8000er LED-Serie ein noch intensiveres Fernseherlebnis – fast wie im Kino. Ambilight erkennt die auf dem Bildschirm vorherrschenden Farben und projiziert das passende Umgebungslicht auf die Wand hinter dem Bildschirm. Der hierbei entstehende Effekt lässt den Zuschauer noch tiefer ins Geschehen eintauchen. Beim

neuen Ambilight wird jetzt sogar die Farbgebung der Raumgestaltung berücksichtigt. Das System passt die Farbtöne des Ambilight an die Wandfarbe an. Zusätzlich sorgt eine höhere Zahl von Spectra-Segmenten für eine noch bessere Wiedergabe der Farben des Bildschirms und eine nahezu übergangslose Fortführung der Bewegung. Die Philips 8000er LED-Serie ist mit der Perfect Pixel HD Engine 2010 mit einer Rechenleistung von 500 Millionen Pixeln

ausgestattet, um perfekte Details und hervorragende Bildqualität aus allen Quellen zu liefern. Dazu garantiert Perfect Natural Motion eine ruckelfreie Wiedergabe, indem es die Bewegungen erkennt und optimale Bilder hinzufügt. Die neue LED-Hintergrundbeleuchtung ermöglicht das schlanke, minimalistische Design der 8000er-Serie und sorgt für faszinierende Bildqualität sowie einen Stromverbrauch, der zu den niedrigsten in dieser Kategorie zählt.

Da Fernsehgeräte mit LED-Backlight im Vergleich zu herkömmlichen Flachbildfernsehern eine um 50 Prozent höhere Energieeffizienz aufweisen und darüber hinaus ohne Einsatz von gefährlichen Substanzen hergestellt werden, sind sie im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeit deutlich überlegen. Mit der LED-Hintergrundbeleuchtung der 8000er-Serie profitieren Nutzer von einem geringen Stromverbrauch, hochwertiger Bildqualität mit perfektem Kontrast sowie ultimativer Schärfe und lebendigen Farben. Philips 200 Hz Clear LCD sorgt für eine außerordentliche Bewegungsschärfe und verbessert die Bildwiedergabe noch weiter. Mit einer außergewöhnlich geringen Reaktionszeit von 1 Millisekunde entgeht den Zuschauern nichts auf dem Bildschirm.

Durch das fast unsichtbar integrierte Sound-System mit einer neuen Lautsprecher-Technologie bietet die Clear Sound-Technologie eine besonders klare Dialogwiedergabe. Zusätzlich sorgt Incredible Surround für einen Klang mit großer atmosphärischer Tiefe, der den Zuschauer mitten ins Geschehen versetzt. Zwei Verstärker mit 2 x 10 Watt Leistung (RMS) sorgen für einen satten Sound. Dank Net TV und optiona-

Nicht nur für Kinofans – Philips Heimkino-System mit 360Sound

Das neue Heimkino-System mit 360Sound von Philips bringt echtes Kinogefühl ins Wohnzimmer. Die Lautsprecher für 360Sound sind das Ergebnis jahrelanger Forschungsarbeit. Die exakt positionierten Soundtreiber verteilen den Klang im ganzen Raum. Es entsteht im wahrsten Sinne des Wortes „Surround Sound“. Jeder Satellitenlautsprecher der HTS9520 besteht aus drei Lautsprechern, von denen einer den Klang nach vorn und zwei zur Seite hin abstrahlen. Diese „Dreierkombination“ liefert einen Klang, der aus allen Ecken des Raumes zu kommen scheint, wo immer sich der Hörer auch befindet. Trotz ihrer beeindruckenden Leistung sind die Komponenten der Anlage sehr elegant gestaltet. Viele Design-Details passen perfekt zu denjenigen der LCD-TVs der 9000er-Reihe. Für einen maximalen Komfort lassen sich der TV und die HTS9520 mit einer einzigen Fernbedienung steuern. Das Philips Heimkino-System mit 360Sound spielt nicht nur Blu-ray-Discs und DVDs, sondern auch Musik und Videos, die in tragbaren Geräten wie einem MP3-Player gespeichert sind. Mittels des USB WiFi-Adapters und DLNA-Browsers ist aber auch der Zugriff auf den Computer kein Problem. Zusätzlich steht auch der Philips Net TV Service zur Verfügung. Diese Plattform holt beliebte Internet-Dienste auf den Fernseher. Die Installation und Bedienung sind besonders intuitiv. Zusätzlich hilft die elektronische Bedienungsanleitung, mit dem HTS9520 vertraut zu werden. Das System ist mit einem Standby-Verbrauch von weniger als 0,3 Watt sehr sparsam. Und auch bei der Verpackung wurde dank Druckfarben auf Pflanzenbasis und dem Material aus 100% Recycling-Zellstoff auf Nachhaltigkeit Wert gelegt. Mit der „Easy Unpack Experience“ wird das Auspacken der HTS9520 mit 360Sound zum Kinderspiel – ohne schweres Anheben.



sionen

lem WiFi MediaConnect gehört die 8000er-LED-Serie zu den Fernsehgeräten mit einer umfassenden Konnektivität. Net TV ermöglicht es, auf das Internet zuzugreifen, indem das Fernsehgerät über die Ethernet-Schnittstelle oder den optionalen WiFi-Dongle an das Heimnetzwerk angeschlossen wird. Filme, Bilder, Infotainment und beliebte Websites wie YouTube kommen so in hoher Qualität auf den TV-Bildschirm. Mit den neuen Online-Video-on-Demand Services über Net TV von Videoland (Niederlande, Belgien), Video Futur (Frankreich, Belgien) und Film2Home (Dänemark, Norwegen, Schwe-

Mit 4 Billionen Farben genügt die Bildqualität dank Pixel Precise HD auch höchsten Ansprüchen. Ein Philips 100 Hz Clear LCD erzeugt scharfe, lebendige und detailreiche Bilder und bietet eine überaus schnelle Reaktionszeit von nur 2 Millisekunden. Die neue Technologie Super Resolution garantiert beste Bildqualität bei Material von allen Quellen, selbst bei Filmen aus dem Internet. Sowohl bei TV- wie bei Filmmaterial entfernt das preisgekrönte HD Natural Motion das Bewegungsruckeln praktisch vollständig und liefert so absolut fließende Bewegungen. Als Basis für den guten Klang dienen zwei Lautsprecher vorne und zwei Woofer auf der Rückseite der Geräte mit einer Leistung von 20 Watt (RMS). Mittels der Clear Sound-Technologie für eine besonders gute Sprachverständlichkeit und Incredible Surround für eine breitere Klangbasis beeinflussen die Modelle der 7000er-



Die TV-Geräte der Philips 7000er-, 8000er- und 9000er-Serien sind Net TV fähig. Net TV ermöglicht es, auf das Internet zuzugreifen, indem das Fernsehgerät über die Ethernet-Schnittstelle oder den optionalen WiFi-Dongle an das Heimnetzwerk angeschlossen wird. Filme, Bilder, Infotainment und beliebte Websites wie YouTube kommen so in hoher Qualität auf den TV-Bildschirm.

den, Finnland) kommen aktuelle Top-Filme direkt auf den Bildschirm. Alle diejenigen, die ihre Lieblingssendung verpasst haben, können ebenfalls über Net TV direkt auf die Catch-up TV-Angebote (Mediatheken) der TV-Sender zugreifen (Bedingungen und Angebote je nach Land bzw. Sender unterschiedlich). Ob es also die neuesten Blockbuster oder die Serien-Folgen der letzten Woche sein sollen: Mit Net TV ist dies auf Knopfdruck möglich. Die TVs sind Full-HD-3D-Ready und so vorbereitet, dass sie durch ein optionales 3D-Upgrade-Paket ergänzt werden können. Die Modelle der 8000er-Serie sind ab Mai lieferbar.

7000er-Serie – Einstieg ins LED-Segment

Die Philips 7000er-Reihe zeichnet sich durch beste Bildqualität und eine extrem scharfe Darstellung bewegter Objekte selbst in den rasantesten Action-Szenen aus.

Reihe durch ihren raumfüllenden und intensiven Sound.

Net TV bietet auch den Nutzern von Modellen der 7000er-Reihe hohen Komfort und Flexibilität, um schnell und einfach über das Internet auf beliebte Websites wie YouTube, eBay und TomTom sowie viele weitere Inhalte zuzugreifen.

Die 7000er-Reihe ist mit zahlreichen Merkmalen für eine bessere Energieeffizienz ausgestattet. Dazu gehören z. B. die LED-Backlight-Technologie von Philips, ein Eco-Modus und erweiterte Funktionen für die Bildqualität.

Bemerkenswert ist, dass beim Ausschalten eines TVs von Philips der Stromverbrauch auf Null reduziert wird – das Gerät ist wirklich ausgeschaltet. All diese Details tragen zu einer Reduzierung des Stromverbrauchs um 40 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen LCD-TVs bei.

www.philips.de

Philips kooperiert mit Ridley Scott Associates

Philips hat Mitte Februar die Zusammenarbeit mit der bekannten Filmproduktionsfirma Ridley Scott Associates (RSA) bekanntgegeben, die von Sir Ridley Scott, dem Hollywood Starregisseur von Kinoerfolgen wie Alien (1979), Blade Runner (1982) und Gladiator (2000), gegründet wurde. An den international gefeierten Kurzfilm Carousel, der zur Produkteinführung des Philips Cinema TV-Fernsehers in 21:9-Format entstanden ist, knüpft das neue Projekt mit dem Titel „Parallel Lines“ an. Mit diesem Projekt untermauert Philips sein Bestreben, das Kinoerlebnis für zu Hause völlig neu zu definieren. Für Parallel Lines hat Philips ein einheitliches Thema für einen Kurzfilm vorgegeben und forderte RSA-Regisseure heraus, einen wegbereitenden Kurzfilm in einem Genre ihrer Wahl zu drehen. Hierbei sollten auch die filmischen Einsatzmöglichkeiten der Philips Fernseher gekonnt in Szene gesetzt werden. Von den über 45 Einreichungen konnten sich fünf durchsetzen, die die Genres Drama, Action, Animation, Thriller und Science Fiction abdecken. Folgende Filmregisseure wurden ausgewählt: Greg Fay, Johnny Hardstaff, Carl Erik Rinsch, Jake Scott und Hi-Sim. Die fünf Beiträge sind ab dem 8.4.2010 exklusiv nur online auf <http://www.philips.com/cinema> zu sehen. Die Filme werden mit dem Philips „Ambiplayer“ abgespielt – einem Online-Mediaplayer, der sowohl die einzigartigen Effekte der Philips Ambilight Technologie nachbildet sowie die Bild- und Soundqualität der Philips Fernseher widerspiegelt. Der Ambiplayer ist auf <http://www.philips.com/cinema> integriert und ermöglicht es dem Betrachter mit Hilfe von interaktiven Bedienungsmöglichkeiten wie der Einstellung des Lichts, Bild und Sound das Maximum an Kinoerlebnis zu genießen. Filmenthusiasten und Fans können ab sofort der eigens für Parallel Lines erstellten Facebook Fanpage www.facebook.com/philipscinema beitreten und erhalten so die Möglichkeit, einer der wenigen Teilnehmer der exklusiven Preview einen Tag vor der offiziellen Filmankündigung zu sein. Des weiteren werden die Fans als erste über alle Neuigkeiten zu den Filmen informiert, bekommen Zugang zu exklusiven Interviews mit den Regisseuren sowie spannende Hintergrundinformationen und Clips. Einer der Filmemacher, Jake Scott, berichtete bereits auf der Facebook Fanpage mit einem exklusiven Blogbeitrag über das Sundance Film Festival und wird demnächst auch live und direkt vom Berliner Film Festival schreiben. Philips unterstützt mittlerweile seit drei Jahren wegweisende Filmprojekte. 2009 wurde der eindrucksvolle und technisch brillante Kurzfilm Carousel von Adam Berg mit dem Cannes-Löwen Film Grand Prix prämiert. Mit den fünf neuen Filmen, die im April dieses Jahres veröffentlicht werden, soll an diesen Erfolg angeknüpft werden.

Die Grafik, die Philips im Rahmen einer Pressekonferenz präsentierte, zeigt übersichtlich das aktuelle TV-Produktportfolio des Unternehmens.

Die neuen Philips Geräte zeichnen sich durch zahlreiche High-Tech-Features aus.

LG mit neuem TV-Line-up

„Grenzenlose Dimension des Home Entertainment“

Unter dem Motto „Die grenzenlose Dimension des Home-Entertainment“ präsentierte sich LG im März im Rahmen einer Roadshow an zehn Tagen in fünf deutschen Städten seinen Fachhandelspartnern. Web-TV, Wireless, DLNA und 3D sind nur einige Schlagworte, die dem Unternehmen im Jahr 2010 die Richtung weisen. Im Mittelpunkt steht bei LG in diesem Jahr außerdem die perfekte Kombination der neuen TV- und AV-Produkte – sowohl unter Design-Aspekten als auch bei einzelnen Features.

Bei LG ist wie bei fast allen großen TV-Herstellern 3D-TV und Home Entertainment ein wichtiges Thema. Ganz neu im Produktportfolio sind die LED-LCD-TV-Modelle 42-LX-6500 und 47-LX-9500. Mit beiden Geräten ist webTV exklusiv mit Maxdome verfügbar und bringt so aktuelle Blockbuster und Serien direkt ins Wohnzimmer. Auf andere Web-Features wie YouTube, Picasa, AccuWeather und VideoCall kann optional und komfortabel über WLAN zugegriffen werden. Über DLNA hat der Anwender schnellen und problemlosen Zugriff auf die auf einem NAS oder PC gespeicherten Lieblingsfotos, Musiktitel oder Filme. Mit Wireless AV-Link und WLAN ready bieten die Geräte kabelloses TV-Vergnügen.

Die neue Infinia Serie

Infinia ist die neue Flaggschiff-Serie unter den HD-TVs von LG Electronics und wartet mit einer Vielzahl an technischen Highlights auf. Die neue Full-LED Slim-Technologie beim Highlight-Modell LE8500 vereint die schlanke Bauweise der Edge-LED-Technologie mit der ausgezeichneten Bildqualität der Local-Dimming-Technik. Die dabei erzielte Bildqualität erfüllt die höchsten Standards und wurde mit der THX Display-Zertifizierung ausgezeichnet. Dadurch genießen die Anwender eine HDTV-Wiedergabe in Kinoqualität mit einem intensiveren Schwarz und optimalen Kontrast- und Gamma-Werten auch in sehr hellen Räumen. Das besonders flache Design überzeugt außerdem mit einem schma-



Plasma-Technologie steht bei LG auch im Jahr 2010 im Fokus. Vier neue Infinia Plasma-Modelle überzeugen durch eine neue Bildoptimierungstechnologie und ein schlankes Äußeres.

len Rahmen und einem durchgängigen Glaspanel. Auf der CES 2010 erhielt der LE8500 dafür einen CES Innovations Award. Die LED Plus-Technologie von LG (verfügbar in den Serien LE7500 und LE5500) verbessert die Energieeffizienz und die Bildqualität durch Local-Dimming-Funktion mit bis zu 16 Clustern. Auch hier besticht das einzigartige Design der Infinia Linie in Kombination mit den Vorzügen der innovativen LED-Technologie. Der LE7500 zählt ebenfalls zu den Preisträgern des CES 2010 Innovations Awards. Das komplette Line-up der neuen LED-LCD-HDTV-Fernseher von LG umfasst eine Reihe von bereits integrierten Entertainment-Optionen. Diese sorgen dabei für sofortigen und komfortablen Zugriff auf die Online-Inhalte direkt über den Fernseher. Zu den wichtigsten Partnern zählen maxdome, Skype, YouTube, Picasa und der Online-Wetterdienst AccuWeather. Die in allen LED-Modellen integrierte DLNA-Technologie (Digital Living Network Alliance) bietet zudem praktisch unbegrenzte Content-Optionen. Alle neuen LED- und LCD-Fernseher von LG sind mit vielfältigen Funktionen ausgestattet, die helfen, Energie zu sparen. So kalibriert und optimiert der Intelligent Sensor automatisch die Helligkeit, den Kontrast, den Weißabgleich und die Farbe anhand der Umgebungshelligkeit, wodurch auch der Stromverbrauch gesenkt wird. Mit den ISFccc Kali-



Infinia ist die neue Flaggschiff-Serie unter den HD-TVs von LG Electronics und wartet mit einer Vielzahl an technischen Highlights auf. Das Modell LE7500 zählt mit zu den Preisträgern des CES 2010 Innovations Awards.

brierungsoptionen stellt der Anwender außerdem die besten Tages- und Nachteinstellungen im sogenannten Experten-Modus ein. Alle LG LED-LCD-Modelle des Jahres 2010 erfüllen auch die Kriterien für die Energy Star 4.0 Zertifizierung.

Neue Plasma-Modelle

Plasma-Technologie steht bei LG auch im Jahr 2010 im Fokus. Die vier neuen Infinia Plasma-Modelle PK950, PK760, PK750 und PK550 von LG überzeugen durch eine neue Bildoptimierungstechnologie und ein schlankes Äußeres. Beim Design der Infinia-Serie setzt LG neue Maßstäbe: So sind die Plasma-Fernseher mit einer Tiefe von nur ca. 5 cm um 37 Prozent schmäler als ihre Vorgänger und um bis zu 40 Prozent leichter. Elegante Features wie das Single-Layer- (bei den Modellen PK950, PK760, PK750) oder das Razor-Frame-Design (beim Modell PK550) gehören ebenso zu den Merkmalen wie das Protective Skin Glass (bei allen Modellen). Dabei wird der Abstand zwischen dem vorderen Glaspanel und dem Filter

um 70 Prozent verringert, wodurch Geisterbilder praktisch vollkommen vermieden und Blendeffekte auf ein Minimum reduziert werden. Die Modelle PK950 und PK750 haben zudem die THX Display-Zertifizierung erhalten und zählen ein 600 Hz Sub-Field Driving, eine Dual XD Engine und einen TruBlack-Filter (für eine optimale Bildqualität in hellen Räumen) zu ihren Features. Die 600 Hz Sub-Field Driving-Technologie verbessert die Antwortzeiten für die Wiedergabe von schnellen Bewegungen und garantiert dadurch ein klares Bild. Mit der Dual XD

PC gehen muss“, so Nils Seib, Manager Public Relations bei der LG Electronics Deutschland GmbH. „Beispielsweise können Konsumenten durch unsere Partnerschaft mit maxdome über ihren Fernseher per Knopfdruck auf Deutschlands größte Online-Videothek zugreifen.“ Durch die Integration der Online-Videothek maxdome bieten die neuen LG TV-Geräte ab sofort Zugang zu über 25.000 Spielfilmen, Serien, Dokumentationen und vielem mehr. Kunden von LG erhalten exklusiv drei kostenlose Blockbuster nach der Registrierung. Online lassen sich die verschiedenen Wunsch-Videos auf einen Merkzettel setzen, auf den dann jederzeit bequem vom Fernseher aus zugegriffen werden kann. Zusätzlich stehen für LG Kunden in der maxdome-Welt auf dem TV-Bildschirm 500 Gratis-Videos zur Auswahl. Neben dem Video-Einzelabruf bieten verschiedene Abo-Pakete individuell für jeden Geschmack das richtige Angebot. Highlight: Mit den neuen HD-Filmen bei maxdome bekommt das Entertainment zu Hause eine völlig neue, scharfe Dimension – ganz ohne zusätzliche Hardware.

Wireless-ready

Einfachste Installation und hoher Bedienkomfort stehen bei den Wireless-ready Produkten von LG im Vordergrund. Über 80 Prozent des neuen Line-ups können mit Hilfe einer separaten drahtlosen Send-/Empfangsbox Full-HD-Videos in einem Umkreis von bis zu 30 Metern empfangen und in bester Full-HD-Bildqualität wiedergeben. Lästige Verkabelungen wie HDMI-, Audio- oder Antennenkabel gehören somit der Vergangenheit an.

DLNA

Neben Web-TV und Wireless-ready vervollständigt DLNA (Digital Living Network Alliance) die vernetzte Welt von LG. Dank der plattformübergreifenden Technologie verstehen sich DLNA-zertifizierte Geräte herstellerunabhängig kabellos. Somit tauschen sich dank integrierter Drahtlosnetzwerkunterstützung PC, Fernseher oder Blu-ray-Player problemlos aus, und Daten lassen sich unkomprimiert ohne Bildverlust übertragen.

Web-Inhalte per Knopfdruck

Das Produkt-Portfolio von LG umfasst LED-LCD-HDTVs, LCD-HDTV-Geräte und Plasma-HDTV-Fernseher mit integriertem Zugang zu Online-Entertainment-Angeboten. Auch alle neuen Network Blu-ray-Player und Heimkinosysteme verfügen über diesen einfachen Zugang. „Wir haben eine Vielzahl von Online-Entertainment-Angeboten bereits für den komfortablen und direkten Zugriff in das neue LG TV-Line-up integriert, ohne dass der Konsument den Umweg über den

HD Everio

Die Highlights im Leben mitnehmen

Bluetooth®

Super LoLux

Brillante Bildqualität

Zeitraffer Aufnahmen



GZ-HM550 Full HD Camcorder

Kreativ filmen & Clips einfach mit anderen teilen

Die Highlights in Ihrem Leben verdienen einen außergewöhnlichen Camcorder. Erleben Sie eine überwältigende Bildqualität mit echten 10,62 Megapixel – dank Super LoLux auch in dunklen Umgebungen!

- Brillante FullHD AVCHD Videoaufnahmen auf eingebautem 32 GB Flashspeicher und SDHC Card
- Dual Mode – gleichzeitig filmen und fotografieren
- Neuer Bildstabilisator A.I.S. auch für bewegte Motive
- Bluetooth® verbindet – mit Headset, GPS oder zur Fernsteuerung mit einem Smartphone*
- Zeitraffer für die kreative Entdeckung der Langsamkeit



Welche ist Ihre HD Everio? Vom Einsteiger bis zum Profi haben wir die richtige Ausstattung und verschiedene Speichermöglichkeiten – auf internen Flashspeicher, SDHC Card und Festplatte. www.jvc.de

* Modellabhängig | Änderungen vorbehalten | Stand Januar 2010

© JVC Electronics Europe Ltd.



AVCHD



HDMI



Compatible with iTunes®



JVC®

The Perfect Experience

UE



Belkin Bluetooth Music Receiver verbindet iPhone und Stereoanlage

Belkin präsentiert einen neuen Bluetooth Music Receiver, der ganz unkompliziert das iPhone mit der Stereoanlage verbindet. Der 37 Gramm leichte Adapter lässt sich ganz einfach per mitgeliefertem Klinken- oder Chinch-Anschluss an die heimische Stereoanlage oder an Aktivboxen anschließen und überträgt Musik von Bluetooth-kompatiblen Geräten wie Laptops, iPhone, iPod touch, etc. in bester Qualität. Belkins Music Receiver wird mit zwei Kabeln für Klinken und Chinch ausgeliefert und ist im Handumdrehen an die Stereoanlage angeschlossen. Software muss dazu nicht installiert werden. Direkt nach dem Verbinden mit einer Gegenstelle kann es losgehen. Entweder auf der heimischen Stereoanlage oder im mobilen Einsatz, auf Präsentationen oder Partys ganz einfach mit Hilfe eines Paares Aktivboxen. So wird der iPod touch im Handumdrehen zur Jukebox. Der Adapter nutzt Bluetooth 2.0, um beste Klangqualität zu gewährleisten und merkt sich bis zu sechs Gegenstellen. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 49 Euro.

Family Party Winter Fun jetzt für die Wii erhältlich

D3Publisher (D3P) bringt exklusiv für die Wii mit Family Party: Winter Fun Schwung in jedes Wohnzimmer. Mit Winter Fun kommt für nur 29,99 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) bei einer großen Auswahl winterlicher Aktivitäten die gesamte Familie ins Schwitzen: von jahreszeitstypischen sportlichen Wettkämpfen über unterhaltsames Treiben im Schnee bis zu eiskalten geistigen Herausforderungen. Die Spieler können mehr als ein Dutzend verschiedener Charaktere auswählen und sie von Kopf bis Fuß ganz nach dem eigenen Geschmack winterlich einkleiden. Winter Fun ermöglicht als erstes Spiel der Serie das Zusammenspiel von bis zu vier Spielern, einschließlich eines Koop-Mehrspielermodus. Bobfahren, Eiskunstlaufen, Skispringen und viele andere beliebte winterliche Wettkämpfe sorgen für unterhaltsame Stunden, in denen die Spieler Spiele und Herausforderungen freischalten, um hohe Punktzahlen und Medaillen zu gewinnen.

Neue Lifestyle-Kopfhörer von Sony

Sony hält in der neuen Frühjahrskollektion für jeden Geschmack die passenden Bügel- oder In-Ohr-Kopfhörer bereit. Dass Kopfhörer längst nicht mehr in blassen oder schlichten Farben daherkommen müssen, beweist Sony mit

seinen neuen, farbenfrohen Kopfhörer-Modellen, die passend zum Frühling auf den Markt kommen – darunter geschlossene, ultra-leichte Kopfhörer für einen modischen Look unterwegs (MDR-570), bunte Bügel-Kopfhörer für musikliebende Kinder und Jugendliche (MDR-370) sowie schicke In-Ohr-Kopfhörer (MDR-EX57/77). Neben einer hochwertigen Soundqualität, dem komfortablen Tragekomfort und einer schicken Optik werden alle Modelle zu einem überzeugenden Preis-/Leistungsverhältnis angeboten.

Kompaktes 2.1-Kanal HD Heimkinosystem von Onkyo

Mit dem 2.1-Kanal HD Heimkinosystem HTX-22HDX hat Onkyo jetzt eine platzsparende Lösung vorgestellt, mit der Flachbildfernseher schnell und einfach um hochwertigen HD-Ton erweitert werden können. Das elegante, in schwarzem Hochglanz-Finish gehaltene HD-Audiosystem besticht nicht nur durch seinen geringen Platzbedarf, sondern auch durch sein erstaunliches Preis-/Leistungsverhältnis. Mit zwei Satelliten und einem aktiven Subwoofer mit kräftigen 50 W Leistung erhält man obendrein einen voll ausgestatteten Heimkinoverstärker, der unauffällig in den Subwoofer integriert ist. Der integrierte Verstärker decodiert auch die HD-Surroundformate Dolby



TrueHD und DTS-HD Master Audio von modernen Blu-ray-Discs. Gamer und Konsolenspieler können sich über die vier speziellen DSP-Modi freuen (Rock, Sport, Action und Rollenspiele). Das Filmgeschehen kann jederzeit im Hintergrund weiterverfolgt werden, während sich das Menü im Bildvordergrund einstellen lässt. Auf der Rückseite des HTX-22HDX stehen neben den drei HDMI-Eingängen noch drei digitale (2 optisch, 1 koaxial) sowie zwei analoge Audioeingänge zum Anschluss weiterer Komponenten zur Verfügung, wie z. B. dem RI / iPod-Dock von Onkyo. Das System kann mit dem optional erhältlichen SKS-22X Lautsprecherpaket, das einen Center- und zwei Surroundlautsprecher enthält, zu einem vollwertigen 5.1-Surroundsystem erweitert werden. Das HTX-22HDX ist ab Werk für den Betrieb im 5.1-Modus ausgelegt: Es müssen lediglich die Lautsprecher angeschlossen werden, und innerhalb weniger Sekunden ist das 5.1-System wiedergeberegelt. Das HTX-22HDX ist ab April 2010 in Schwarz zum UVP von 299 Euro erhältlich, das SKS-22X ebenfalls in Schwarz ab April 2010 zum UVP von 129 Euro.

Sky zeigt erstmals HDTV-Produktion in 3D



Sky Deutschland hat zum ersten Mal eine HDTV-Produktion in 3D gezeigt: Am 14. März 2010 wurde das Bundesliga-Spitzenpiel zwischen Bayer Leverkusen und dem Hamburger SV von der DFL und Sportcast in 3D produziert und von Sky Deutschland für einen ausgewählten Zuschauerkreis in München gezeigt. Sky zeigte die erste HD-3D-Live-Produktion in Deutschland einem exklusiven Zuschauerkreis, darunter Franz Beckenbauer, an einem nicht näher bezeichneten Ort in München. Sky hat parallel zur HDTV-Produktion mit mehreren Kameras auch in 3D produziert und dabei neben einer zusätzlichen Regie (Volker Weicker) einen extra Moderator (Jessica Kastrop) und Kommentator (Kai Dittmann) eingesetzt. Nach der weltweit ersten kommerziellen HDTV-Live-Übertragung in MPEG4/H.264 am 3. Dezember 2005 schreibt Sky Deutschland mit der Deutschland-Premiere einer HD-3D-Live-Produktion erneut TV-Geschichte.

Kingston kündigt SDHC Class 10 Speicherkarten an



Die Leistung der neuen Kingston SDHC-Karten, die in Kapazitäten von 16 und 32 GB verfügbar sind, wurde verbessert. Die Karten erreichen nun eine Lesegeschwindigkeit von bis zu 22 MB/Sek. und eine Schreibgeschwindigkeit von bis zu 18 MB/Sek. Die Kingston SDHC Class 10 Karte entspricht den SD Spezifikationen Version 3.0 und erfüllt somit die Class 10 Voraussetzungen mit einer minimalen Datentransfer-Rate von 10 MB/Sek. Sie ist die ideale Ergänzung für die neusten Camcorder, digitale SLRs und fortschrittliche Point- and Shoot-Kameras. Die Kingston SDHC Class 10 Karten sind ab sofort im Handel verfügbar.

Neue Camcorder-Taschen von Kata



Praxisnah und an den Anforderungen des Video-Alltags ausgerichtet: So präsentieren sich die neuen Kata CB-Videotaschen. Der weit öffnende Deckel ermöglicht die bequeme und gleichzeitig schnelle Entnahme der Kamera, bei größeren Modellen sogar ohne den Sucher des Geräts dejustieren zu müssen. Erstmals hat Kata bei der CB-Serie ein neues Fächerkonzept für Zubehör angewandt. So befinden sich im Deckel zwei Zubehörfächer, die mittels Klett-Teiler organisiert werden können. Gepolsterte Reißverschlussfächer an den Stirnseiten der Taschen sind ideal für den Transport von Akkus und Ladegeräten. Alle außen an der Tasche befindlichen Reißverschlüsse sind speziell gummiert und verhindern so das Eindringen von Feuchtigkeit. Die Kata CB-Videotaschen lassen sich bequem mit dem gepolsterten Schultergurt oder mit dem patentierten „Click“-Handgriff tragen. Bei schwereren Ausrüstungen bietet ein optional erhältlicher Insert Trolley hohe

Casio bringt neue Projektoren-Generation

Quecksilberfrei und langlebig

Casio hat die Einführung einer neuen Generation von lichtstarken Business-Projektoren angekündigt, die mit einer völlig neuen quecksilberfreien Lichtquelle ausgestattet sind. Sie zeichnen sich nach Angaben von Casio durch eine extrem lange Lebensdauer von 20.000 Stunden bei einer Leistung von bis zu 2.500 ANSI-Lumen aus.



Die neuen Green Slim Projektoren von Casio sind sehr kompakt und eignen sich deshalb gut für den mobilen Einsatz.

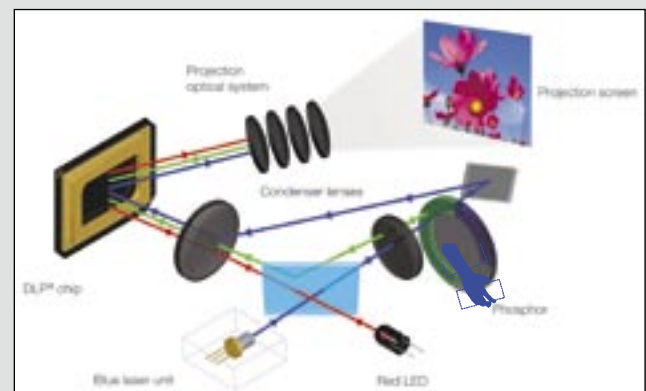
Um das zu erreichen, hat Casio für das DLP Projektionssystem eine völlig neue Lichteinheit entwickelt, die ohne die herkömmlichen Quecksilber-Dampflampen auskommt. Die neue Halbleiter-Technologie kombiniert das Rot einer LED mit dem Blau eines blauen Lasers; die Farbe Grün wird durch die Konvertierung des blauen Lasers mit Hilfe eines Phosphor-Lichttrades erzielt.

Diese Technologie wurde in die neuen Green Slim Projektoren integriert. Die A4 großen Geräte sind nur jeweils 43 mm hoch, wiegen 2,5 kg, erzeugen brillante Farben mit hohem Kontrast und großer Helligkeit: Die Lichtleistung liegt je nach Ausführung bei 2.000 oder 2.500 ANSI-Lumen. Von den acht Modellen der neuen Generation bieten vier eine XGA- und vier eine WXGA-Auflösung. Alle Geräte sind HD-ready und können deshalb auch für die Projektion von Filmen oder Sportereignissen im Seitenverhältnis 16:10 und in den Dateiformaten JPG und MPEG4 eingesetzt werden. Die Signalübertragung erfolgt über eine HDMI-Schnittstelle. Vier Modelle sind zudem mit einer USB-Schnittstelle und einem WLAN-Modul ausgestattet.

Die Ablösung der herkömmlichen Quecksilber-Dampflampen durch die neue Laser- und LED-Hybrid-Lichtquelle ist nicht nur ein Plus für die Umwelt, weil kein quecksilberhaltiger Abfall anfällt. Denn in der Praxis reicht die extrem lange Lebensdauer von 20.000 Stunden für die gesamte Einsatzzeit des Gerätes aus. Die Lebensdauer entspricht 10.000 zweistündigen Business-Präsentationen oder 13.000 Fußballspielen. Bei 220 Einsatztagen im Jahr mit jeweils sechs Stunden Projektion muss die Lichtquelle erst nach 15 Jahren ersetzt werden.

Mit einem Stromverbrauch von unter einem Watt im Standby-Modus entsprechen die neuen Casio Projektoren bereits jetzt den von der EU für das Jahr 2014 vorgesehenen Grenzwerten. Casio gibt auf die Geräte drei Jahre Garantie. Die empfohlenen Verkaufspreise (jeweils zzgl. MwSt.) reichen von 749 Euro für das Basismodell mit 2.000 ANSI-Lumen, XGA-Auflösung und HDMI-Schnittstelle bis zu 1.149 Euro für den XJ-A245 mit 2.500 ANSI-Lumen, WXGA-Auflösung, HDMI- und USB-Schnittstelle sowie WLAN-Modul.

www.casio-projectors.eu



Die neue Lichteinheit kombiniert eine rote LED-Lichtquelle mit einem blauen Laser.

Stabilität beim Transport. Die Kata Modelle CB-100 und CB-200 sind gemäß IATA-Richtlinien als bordgepäcktauglich eingestuft.

HP mit neuem mobilem Projektor



HP bringt den mobilen Projektor HP Notebook Projection Companion AX325AA auf den Markt. Der kleine Projektor mit einem Gewicht von nur 420 g und einer Größe von 9,3 x 11,1 x 4 cm eignet sich bestens für den Einsatz auf Reisen. Mit

einer Projektionsgröße von 38 cm bis 152 cm bei einem Abstand von 2,6 Metern ist der HP Notebook Projection Companion AX325AA optimal für Präsentationen vor kleinen Gruppen. Um den Beamer optimal zu positionieren, kann der Nutzer je nach Einsatz und Belieben entweder die Aufstellstütze oder die drei Beine verwenden. Der HP AX325AA lässt sich ganz einfach an das Notebook-Netzteil anschließen; das spart besonders unterwegs Platz. Der Projektor ist ab sofort zu einem Preis von 539 Euro inklusive Mehrwertsteuer erhältlich.

Neue 3D-TV-Geräte von Panasonic

Bildqualität ohne Kompromisse

Das Filmerlebnis in der 3. Dimension ist auch bei Panasonic ein großes Thema. Mit der NeoPDP VT20-Serie präsentiert das Unternehmen seine ersten Full-HD-3D TV-Geräte für das Heimkino.

Full-HD-3D vermittelt dem Zuschauer das Gefühl, unmittelbar am Geschehen beteiligt zu sein. Auch beim 3D-Heimkino steht Panasonic zu seiner Devise: keine Kompromisse in Sachen Bildqualität. Laut Panasonic eignen sich Plasma-Fernseher zur Zeit am besten für die Darstellung von Full-HD-Bildern in 3D, da aufgrund der schnellen Reaktionszeit der Plasma-Zellen sowie der Signalverarbeitung störende Einflüsse wie Doppelbilder oder verschwommene Strukturen minimiert werden. Zudem erfüllt die Plasma-Technologie alle 3D-Anforderungen wie eine ruhige und natürliche Bilddarstellung, realistische Wahrnehmung und hervorragenden Kontrast. Gegenüber anderen 3D-Technologien

kann mit Plasma die volle HD-Auflösung und somit eine messerscharfe 3D-Darstellung gezeigt werden, heißt es seitens Panasonic. Das Unternehmen präsentiert jetzt mit der VT20 NeoPDP-Serie seine ersten Fernsehgeräte, die die dritte Dimension im Heimkino Wirklichkeit werden lassen und darüber hinaus auch herkömmliches Bildmaterial perfekt in Szene setzen.

Ausgefeilte Technologien

Das NeoPDP Full-HD-Panel der neuesten Generation bietet dank neuer Zellstruktur, innovativer Zündungsverfahren sowie weiterentwickelter Materialien Farbtreue, exakte Farbtrennung und einen großen Betrachtungswinkel.

Die schnelle Reaktionszeit sorgt darüber hinaus zusammen mit der 600 Hz sfd Intelligent Frame Creation Pro Technologie auch bei schnellen Bewegungen für sehr gute Bildqualität. Dank High Contrast Filter Pro werden störende Lichtreflexionen minimiert und die Lichtausbeute erhöht. Die weiterentwickelte V-real PRO 5 3D-Signalverarbeitung analysiert jedes einzelne Bild und optimiert in Echtzeit alle Bildparameter. Darüber hinaus ermöglichen die VT20-Modelle dank isf-Mode die ideale Einstellung und Kalibrier-

in sich vereint. Eine externe Box für den HDTV-Empfang wird so nicht mehr benötigt. Zudem ermöglicht die CI Plus-Schnittstelle den Empfang von Pay TV-Programmen und ist kompatibel zum HDTV-Programmpaket HD+. Die VT20-Modelle überzeugen darüber hinaus mit umfang-



Mit der VT20 NeoPDP-Serie präsentiert Panasonic seine ersten Fernsehgeräte, die die dritte Dimension im Heimkino Wirklichkeit werden lassen.



Im Lieferumfang der neuen NeoPDP-Serie befinden sich zwei aktive Shutterbrillen.

reich der Geräte streng nach der Videonorm bei unterschiedlichen Umgebungssituationen. Zusammen mit der RS-232-Schnittstelle können zudem professionelle Kalibrierungs- und Steuerungsaufgaben realisiert werden. Durch die von Panasonic eingesetzten innovativen Technologien, der leistungsstarken Signalverarbeitung und der für den ultimativen Filmgenuss perfekten Plasma-Technologie garantieren die VT20-Modelle überragenden Filmgenuss – sowohl in 3D als auch mit herkömmlichem 2D-Material. Im Lieferumfang der neuen NeoPDP-Serie befinden sich zwei aktive Shutterbrillen.

Für einen voluminösen und klaren Klang wurden die Lautsprechersysteme im Vergleich zu den Vorgängern noch weiter verbessert. So sorgen V-Audio Pro Surround und der integrierte Subwoofer mit 30 W Musikleistung für ein harmonisches Zusammenspiel zwischen Bild und Ton.

Für jede Empfangssituation gerüstet sind die neuen NeoPDP-Modelle mit ihrem integrierten HD-Multituner für DVB-S, DVB-C und DVB-T, der alle Funktionen einer hochwertigen Set-Top-Box

reicher Ausstattung und hoher Netzwerkfunktionalität.

Multimedial gerüstet

Dank DLNA bieten die VT20-Geräte zahlreiche multimediale Einsatzmöglichkeiten: Es kann über ein Netzwerk auf Daten zugegriffen werden, die auf einem Computer gespeichert sind und diese abspielen. Mit Viera Cast kann der Nutzer bequem vom Sofa aus – ohne PC, Tastatur oder Maus – ausgewählte Online-Inhalte abrufen. Zu den Panasonic Partnern zählen unter anderem die Tagesschau, YouTube, BILD.de, Picasa, Eurosport, Bloomberg, Q-tom, Dailymotion, Acetrax und Skype. Weitere hochwertige Partner werden laufend hinzugewonnen. Gesteuert wird

Viera Cast einfach mit der Fernbedienung des TV-Gerätes. Die Verbindung zum Internet oder Hausnetzwerk, über das sogar auf Festplatten-Inhalte eines neuen Panasonic Blu-ray-Recorders mit DIGA Home Server-Funktion zugegriffen werden kann, erfolgt mit einer Ethernet-Verbindung oder alternativ kabellos über den mitgelieferten Wireless-LAN USB-Adapter. Umfangreiche Anschlussmöglichkeiten wie beispielsweise vier HDMI-Buchsen, eine davon mit Audio Return Channel, SD-Karteneingang für DivX, DivX HD, MPEG2, HD-JPEG, AVCHD und MP3 sowie zwei USB-Anschlüsse mit USB HDD Recording-Funktion runden die hervorragende Ausstattung ab. Unkomplizierte Bedienung ist zudem dank Viera Link und intuitiver Benutzerführung garantiert. Die Full-HD-3D NeoPDP-TVs der VT20-Reihe TX-P65VT20E und TX-P50VT20E sind mit Bild diagonalen von 127 cm/50 Zoll bzw. 165 cm/65 Zoll lieferbar. Die Preise standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

www.panasonic.de

Panasonics erster Full-HD-3D Blu-ray-Player

Mit dem DMP-BDT300 stellt Panasonic seinen ersten Full-HD-3D Blu-ray-Player vor, der zusammen mit den VT20-TVs eine perfekte Kombination für das ultimative Heimkino-Erlebnis bildet. Dank neu entwickeltem UniPhier-Prozessor mit extrem hoher Rechenleistung ermöglicht er die Wiedergabe von Full-HD-3D-Filmen mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und garantiert über seine HDMI 1.4-Schnittstelle die verlustfreie, digitale Übertragung der gewaltigen Datenmenge – sequentiell für das rechte und linke Auge. Der PHL Chroma Prozessor Plus, adaptives Chroma Upsampling sowie die P4HD-Bildverarbeitung gewährleisten überragende Farbtreue, beste Detailschärfe und flüssige, harmonische Bewegungen auch von schwierigen Motiven. Mit BD-Live, DLNA und Viera Cast ermöglicht der DMP-BDT300 darüber hinaus die Vernetzung mit Computer und Blu-ray-Recorder und greift auf



DMP-BDT300

ausgewählte Internet-Inhalte zu. Ein USB-Adapter für die kabellose WLAN-Verbindung zum Netzwerk befindet sich im Lieferumfang. Zwei USB-Anschlüsse sorgen für hohen Komfort und spielen alle verbreiteten Musik-, Film- und Fotoformate ab. Über den SDXC-Kartenslot können darüber hinaus JPEG-Bilder, MPEG2- und AVCHD-Filme abgespielt werden, letztere dank hoher Rechenleistung auch im 50p-Camcorder-Filmformat. Integrierte Decoder für alle gängigen Tonformate sorgen für perfekten Heimkino-Sound und schöpfen die beeindruckende Performance der Blu-ray-Disc aus. Zwei HDMI-Ausgänge sind für die qualitativ hochwertige separate Übertragung von Bild- und Tondaten zu TV-Gerät und AV-System integriert. Der Full-HD-3D Blu-ray-Player DMP-BDT300 ist für 599 Euro ab Ende April erhältlich.

Speicherlösung für Viera-TV-Geräte von Buffalo

Buffalo Technology, Hersteller von Speicher- und kabellosen Netzwerk-Systemen, stellt zusammen mit Panasonic seine externe USB-Festplatte für die Panasonic Viera Plasma-Fernseher (VT20/V20/G20-Serie) und LCD-Fernseher (V20/D28) vor. Mit der JustStore HD-EU2 unterstützt Buffalo Technology die Produktfamilie Panasonic Viera mit einer hochleistungsstarken, kostengünstigen und anwenderfreundlichen USB-Festplatte. Durch den in die Geräte der Panasonic Viera Serie eingebauten USB-Anschluss wird die Buffalo JustStore als direkter externer Speicherplatz für Fernsehaufnahmen angeschlossen.

make
BLACK FOREST





Mit freundlicher Unterstützung des Darmstadtiums, Darmstadt.

MAKE01

FASZINATION AUS KLANG UND LICHT.

Herweck stellt Warenwirtschaftssystem bereit

Herweck hat seinen Händlern auf der CeBIT 2010 das neue Warenwirtschaftssystem EPOS vorgestellt. EPOS basiert auf der 25jährigen Erfahrung von Herweck in der TK-Branche und der 30jährigen Erfahrung der Firma Stein Software bei Warenwirtschaftssystemen. Es beinhaltet alle Abläufe, die im Handel benötigt werden, von der Kasse über alle Arten der betrieblichen Vorgänge, Vertragsverwaltung, Margenrechner, Kundendienst, Kundenmanagement, Warenwirtschaft bis zur integrierten Finanzbuchhaltung.

EPOS stellt damit eine umfassende ERP-Lösung für die TK-Branche mit intuitiver Bedienungslogik und klar kalkulierbaren

Preisen dar. Durch die automatische Pflege der Artikeldaten, der Konditionen und Vertragsinhalte, der Bestandsanzeige in Echtzeit

und des elektronischen Belegaus-tausches mit Herweck profitieren EPOS Nutzer von ihrer Partnerschaft mit Herweck. Der eigene Pflegeaufwand für den Vertriebspartner reduziert sich auf ein Minimum; so werden Zeit und Geld gespart. Analysen gehen von einem Einsparpotential von bis zu 2.000 Euro im Monat aus – abhängig von der Unternehmensgröße.

Der Anwender hat weiterhin die Möglichkeit, auch zusätzliche Produkte und Alternativlieferanten zu pflegen und unabhängig zu bleiben. „Wir wollen unsere Handelspartner nicht wie andere Unternehmen mit Franchiseverträgen an uns binden, sondern durch Leistung und Partnerschaft überzeugen“, erklärte Firmenchef Jörg Herweck im Gespräch mit PoS-MAIL.

Für die Umsetzung des Projektes hat Herweck mit Stein Software einen Partner gewählt, der alle kommenden Anforderungen durch den Einsatz modernster Technologie umsetzen kann. Mit der Technik, eine ERP-Software über das Internet zu betreiben und dabei ausschließlich auf Stan-



Mit einem repräsentativen Stand war Herweck auf der diesjährigen CeBIT vertreten.

dard-Hardware, Standard-Windows-Software und einen Standard-DSL-Anschluss auf seiten des Händlers zurückzugreifen, hat Stein Software seine Vorreiterrolle im Softwaremarkt bereits bewiesen. Dem Händler wird mit EPOS eine Lösung angeboten, die es ihm erlaubt, jederzeit und von jedem Ort aus mit hohem Sicherheitsstandard und monatlich klar kalkulierbaren Kosten auf seine Daten zugreifen zu können. Ein weiterer Vorteil des Echtzeitsystems ist, dass beliebig viele Arbeitsplätze oder Standorte an das System angeschlossen

werden können. So erhält der Handelspartner hervorragende Möglichkeiten der Unternehmenssteuerung, ohne sich um Datensicherung und die Wartung des Servers kümmern zu müssen. „Schnelle Reaktionszeiten und Echtzeitdaten sind unsere Erfolgsfaktoren. Kaum eine andere Branche muss so nah an den eigenen Geschäftszahlen sein. Ich bin davon überzeugt, dass unser neues Warenwirtschaftssystem dazu beitragen wird, das Geschäft für unsere Partner einfacher zu machen“, stellte Jörg Herweck fest. www.herweck.de



Auf der CeBIT konnten sich die Herweck-Partner über die Leistungsfähigkeit des neuen Warenwirtschaftssystems überzeugen.

PoS Aktuell

Bitkom: Zwei Drittel der Haushalte nutzen Ende 2010 Breitband

Die Zahl der Breitband-Anschlüsse in Deutschland steigt weiter, in diesem Jahr um fast neun Prozent auf 26,5 Millionen Haushalte. Damit werden zwei Drittel aller Haushalte einen schnellen Internet-Zugang nutzen. Bis Ende 2011 wird die Zahl der genutzten Breitband-Anschlüsse voraussichtlich auf 28,5 Millionen steigen. Besonders dynamisch entwickelt sich derzeit die Nachfrage nach Breitband per TV-Kabel. Ende 2009 surfen 2,3 Millionen Haushalte über diese Technologie, 45 Prozent mehr im Jahr zuvor. Diese Zahlen hat der High-Tech-Verband Bitkom auf Basis von Angaben des Marktforschungsinstituts EITO bekanntgegeben. Hohe Geschwindigkeiten von bis zu 100 Mbit/s und die Kombination von TV-Kabelanschluss, Breitband-Internetzugang und Telefonie machen die Paketangebote für immer mehr Kunden in den Ausbaubereichen attraktiv. Ende 2009 entfielen 21,9 Millionen Breitband-Anschlüsse auf DSL, gut 2,3 Millionen auf TV-Kabel und rund 200.000 auf andere Technologien wie Glasfaser oder Satellit. Die Bundesregierung will durch die Breitbandstrategie den Ausbau der Breitbandinfrastruktur beschleunigen.

Bis Ende 2010 sollen alle Haushalte in Deutschland die Möglichkeit bekommen, einen Breitband-Internet-Anschluss nutzen zu können. In einem zweiten Schritt wird der Ausbau zu deutlich höheren Geschwindigkeiten forciert. Im Jahr 2014 sollen 75 Prozent aller Haushalte einen Anschluss von mindestens 50 Mbit/s erhalten können. www.bitkom.org

Die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung von Bildern wächst

Die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung von Bildern wächst mit jedem Tag. Herauszustellender Trend 2010 ist die wachsende Integration von Fotos und Videostreams in alle Strukturen von Social Media wie Facebook, Flickr, YouTube und unzählige andere Communities. Dies unterstreicht zusätzlich die herausragende Stellung der Fotografie als internationale „Sprache“. Zu diesen Erkenntnissen ist der Photoindustrie-Verband nach einer Umfrage unter seinen rund 60 Mitgliedsunternehmen gelangt (die 90 Prozent des Umsatzes der Foto- und Imagingbranche abdecken). Darüber hinaus gewinne die Fotografie in nahezu allen wirtschaftlichen Bereichen an Rang, besonders in Medizin und Wissenschaft, aber auch in der Verkehrs-, Luft- und Raumfahrt, in der Produktionsüberwachung sowie der Umwelt- und Sicherheitstechnik, hieß es in einer Pressemitteilung. Formal ansprechendes, farbiges Design sowie kompakte Multifunktionalität bei Kameras

bekommen demnach eine wachsende Bedeutung zur Fokussierung der Produkte auf spezielle Zielgruppen. Ebenso seien 3D, GPS-Systeme, Mobile Imaging und immer kundenfreundlichere Bedienung im Fokus, so weitere Ergebnisse der Umfrage. Digitale Bilderrahmen, individuelle Fotobücher oder die Integration eigener Bilder in den Home-Interior-Bereich inklusive Full-HD-TV-Geräten sind bereits feste Bestandteile des Alltags mit der Fotografie und werden, so die Umfrage, ebenfalls weiter wachsen. Bei den unternehmensspezifischen Trends liegen vor allem eine ausgeprägte Nachhaltigkeit sowie die optimierte Energieeffizienz im Fokus der Mitgliedsunternehmen des Photoindustrie-Verbandes. Über 80 Prozent der befragten Fotounternehmen sehen sehr beziehungsweise optimistisch der Zukunft entgegen. Die photokina 2010 als internationale Leitmesse des Bildes ist mit ihrem wirtschaftlichen, aber auch imagefördernden Potential das Highlight für das eigene Unternehmen, aber auch für die gesamte Foto- und Imagingbranche, so die Umfrage des Photoindustrie-Verbandes. www.photoindustrie-verband.de

Bei Tele Columbus gibt es derzeit ein günstiges HD-Starterpaket

Mit einem neuen HD-Starterset bietet der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus derzeit ein günstiges Paket für alle HDTV-interessierten Fernsehzuschauer in den eigenen, integrierten Netzen. Für 9,98 Euro monatlich



Wolfgang Brenner, Leiter Marketing expert AG (l.), und Volker Müller, Vorstandsvorsitzender expert AG, nahmen die Auszeichnung entgegen.

expert AG wird erneut als Dienstleister geehrt

Die expert AG gehört zum zweiten Mal in Folge zu den Siegern des Wettbewerbs „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“, der vom Handelsblatt, dem IVW der Universität St. Gallen, einer Rating-Agentur und einer Unternehmensberatung ausgeschrieben wird. Im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung nahmen Volker Müller (Vorstandsvorsitzender expert AG) und Wolfgang Brenner (Leiter Marketing expert AG) die Auszeichnung entgegen und freuten sich über die Anerkennung der kompetenten Beratungsqualität sowie der umfangreichen expert Serviceleistungen. Darüber hinaus versteht die expert AG diese Auszeichnung als Ansporn, auch weiterhin die Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen der expert Akademie sowohl den aktuellen Technik-Trends als auch den steigenden Kundenbedürfnissen anzupassen und konsequent auszubauen. www.expert.de

erhalten Kunden zusätzlich zu ihrem Kabelanschluss das digitale Programmpaket „DigitalTV Basic“ mit über 40 digitalen und hochauflösenden Sendern sowie den neuen HD Receiver des Herstellers Kaon. Die Zuschauer können damit die volle Auswahl der hochauflösenden Programme RTL HD, VOX HD, Das Erste

HD, ZDF HD, arte HD, und EinsFestival HD empfangen. Die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Gruppe sollen zeitnah folgen. Das Starterset kann jederzeit um weitere Programmpakete oder einen Receiver mit zusätzlichen Premium-Funktionen erweitert werden. www.telecolumbus.de

Die CeBIT sucht weiterhin nach einem neuen Profil Messe mit zwei Gesichtern

„Mut zur Lücke“ – so lautete die Überschrift des Beitrages, in dem PoS-MAIL in der April-Ausgabe 2009 über den Besuch der CeBIT 2009 berichtet hatte. In diesem Jahr bot sich dem Berichterstatter ein vollkommen anderes Bild: Wie aus früheren Jahren gewohnt, drängten sich in vielen Hallen die Besucher. Große, ungenutzte Freiflächen in den Hallen waren nicht zu sehen. Vor allem die Hallen 4 (mit den Ständen von Microsoft und der Deutschen Telekom) sowie 14 und 15 (mit dem nur Fachbesuchern vorbehaltenen Planet Reseller) entwickelten sich zu Publikumsmagneten.

Allerdings kam der optische Eindruck der Fülle vor allem aufgrund zweier wesentlicher Änderungen zustande. So standen in diesem Jahr die Hallen 24–26, einst Heimat der großen TK-Hersteller, -Anbieter, -Netzbetreiber und -Distributoren, sowie etliche der festen Pavillons komplett leer, und auch die aus früheren Jahren bekannten zusätzlichen „Zeltstädte“ und mobilen Pavillons der Aussteller fehlten.

Zum anderen war die Messe um einen Tag kürzer als die Vorjahresveranstaltung. Diesen Fakt nutzte die Messe Hannover, um in ihrer Abschlusspresseerklärung die Besucherzahl „im Fünftagesvergleich mit einem Plus von 3,7 Prozent“ schönzurechnen. Der

Vergleich der absoluten Zahlen fällt dagegen deutlich negativer aus: Den nach offiziellen Angaben mehr als 400.000 Besuchern des Jahres 2009 standen 2010 lediglich 322.000 Messegäste gegenüber.

Ob die diesjährige CeBIT dazu beigetragen hat, den Besucherrückgang zu stoppen, darf bezweifelt werden. Ein großer Teil des Nicht-Fachpublikums wird das Messegelände enttäuscht verlassen haben. Denn zum einen waren viele Stände oder große Bereiche in den Hallen (wie der bereits genannte Planet Reseller) ausschließlich beruflichen Anwendern zugänglich, zum anderen gab es die von vergangenen CeBITs bekannten Gewinnspiele,



Die Aussteller im Planet Reseller konnten sich in diesem Jahr nicht über mangelnde Besucherzahlen beklagen.

Shows und Promi-Auftritte nur in ebenso homöopathischen Dosen wie die beliebten Give-aways. Außerdem war auf der gesamten Messe eine klare Ausrichtung der Aussteller zum Geschäftskunden bzw. zum beruflichen Anwender zu spüren.

Gerade darin aber liegt wohl die Chance der Messe. Denn die spürbare Umstellung des Konzepts in Richtung ITK-Businessveranstaltung, die auch in diesem Jahr wieder durch ein attraktives Vortragsprogramm bei den „CeBIT Global Conferences“ flankiert wurde, machte zweifellos den Besuch für diejenigen Aussteller und Gäste lohnend, die in Hannover Geschäfte machen wollten. Wie keine andere Veranstaltung in Deutschland zeigte die CeBIT nicht nur Produkte, sondern komplette Lösungen und Szenarien zu den derzeitigen Topthemen der ITK-Welt wie Cloud Computing, mobiles Internet oder superschnelle Internet-Anbindungen. Insbesondere große Unternehmen nutzten dabei die Chance, die gebuchte Ausstellungsfläche sowohl für die Eigenpräsentation zu verwenden als auch ihre Leistungsfähigkeit bei der Schaffung neuer und maßgeschneiderter Angebote durch die Zusammenarbeit mit Partnern und/oder Tochterunternehmen zu demonstrieren. Ein besonderes Highlight bei der Darstellung komplexer und zukunftsorientierter Lösungen war ohne Zweifel die rundum vernetzte Wohnung, die bei Connected Living in Halle 9 zu sehen war (siehe dazu an anderer Stelle dieser Ausgabe).

Auf der anderen Seite bestätigte sich vor allem bei den neuen Messeangeboten die Hilfslosigkeit der CeBIT in Sachen Profilierung, die sich bereits durch die permanente Konzeptänderung der vergangenen Jahre hindurchgezogen

hatte. So fand in Halle 22 unter dem Motto „CeBIT Sounds!“ erstmals ein „internationales Musik-Business-Festival mit Künstlern und Prominenten“ (Zitat Pressemitteilung) statt, dessen Sinn und Hintergrund aus dem Betrachtungswinkel der CeBIT sich dem Berichterstatter allerdings nicht erschlossen hat. Und in Halle 23, die wenig erstaunlich

vor allem bei sehr jungen Messebesuchern beliebt war, fanden unter dem offiziellen Titel „Intel Extrem Masters“ die Weltmeisterschaften im virtuellen Massenmord statt – und der Berichterstatter fragte sich nicht nur: Was soll das überhaupt?, sondern vor allem: Was haben Shooter-Spiele auf der CeBIT zu suchen?

Herbert Päge



Neue Inhalte bot die CeBIT 2010 in den Hallen 22 und 23: Während in Halle 22 unter dem Motto „CeBIT Sounds!“ erstmals ein internationales Musik-Business-Festival veranstaltet wurde (oben), fanden in Halle 23 die Weltmeisterschaften im virtuellen Massenmord (offizieller Titel: „Intel Extrem Masters“) statt.



Bitkom sieht positive Signale aus der ITK-Branche

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) hat auf seiner Jahrespressekonferenz, die traditionell auf der CeBIT stattfand, darauf hingewiesen, dass sich die Stimmung im High-Tech-Sektor zu Beginn des Jahres deutlich aufgehellt habe. So erwarteten 59 Prozent der IT- und TK-Unternehmen in Deutschland im ersten Quartal 2010 ein Umsatzplus. Der Bitkom-Branchenindex machte gegenüber dem Vorquartal einen Sprung um 41 Punkte auf plus 35 Zähler. Damit lag das Branchenbarometer wieder auf dem Niveau des Som-



mers 2008. Basis der Angaben ist eine vierteljährliche Umfrage des Bitkom in der Branche. Positiv auf die gute Stimmung wirke sich die Nachfrage der privaten Verbraucher aus, bei denen derzeit vor allem Smartphones, mobile Computer und Flachbildfernseher beliebt seien. Der Bitkom erwartet für 2010 im ITK-Gesamtmarkt Umsätze auf Vorjahresniveau und 2011 ein Wachstum von 1,6 Prozent auf 142 Milliarden Euro. Nach dieser Prognose wird der Umsatz mit IT in Deutschland im Jahr 2010 um 1,4 Prozent auf 64,4 Milliarden Euro zulegen. Die wichtigsten Trends des Jahres in diesem Bereich seien Cloud Computing, das mobile Internet und der Dauerbrenner IT-Sicherheit. Bei der Telekommunikation werden die Umsätze laut Bitkom-Vorhersage im laufenden Jahr voraussichtlich um 1,1 Prozent auf 63 Milliarden Euro sinken. Im Jahr 2011 soll sich der Markt auf diesem Niveau stabilisieren. Der Markt für digitale Unterhaltungselektronik wird sich 2010 laut Bitkom ebenfalls rückläufig entwickeln, und zwar um 1,2 Prozent auf 12,2 Milliarden Euro. Innerhalb dieses Segments steigen allerdings die Verkäufe von LCD-Fernsehern, Blu-ray-Playern, digitalen Settop-Boxen und Spiel-Konsolen, während die Kurven bei Digitalkameras und MP3-Playern nach den Erwartungen des Bitkom nach unten zeigen.

Dr. Jörg Ehmer, Managing Director ElectronicPartner Handel SE: „Auf die Stärken besinnen“

Anfang Januar hat Dr. Jörg Ehmer die Position des Sprechers der Geschäftsführenden Direktoren bei der ElectronicPartner Handel SE übernommen. Ehmer, der vor seinem Eintritt in die Düsseldorfer Kooperation als Vertriebsgeschäftsführer der E-Plus-Gruppe gearbeitet hatte, war am 1. April 2009 in die europäische Geschäftsführung von ElectronicPartner eingetreten und verantwortete dort den Bereich Fachhandel und insbesondere die Marken EP: sowie comTeam. PoS-MAIL sprach mit Ehmer über aktuelle Trends in der Consumer Electronics und die Möglichkeiten, die sich daraus für die Kooperation und deren Handelspartner ergeben.

PoS-MAIL: In einem schwierigen Marktumfeld hat es ElectronicPartner im Jahr 2009 geschafft, ein geringes Umsatzplus zu erzielen. Sind Sie mit diesem Ergebnis zufrieden?

Dr. Jörg Ehmer: In der Tat hat insbesondere die allgemeine Wirtschafts- und Finanzkrise dazu geführt, dass 2009 eines der schwierigsten Jahre für die deutsche Consumer Electronics Branche war. Auch für ElectronicPartner galt es, einige Herausforderungen zu meistern. Wir haben in Deutschland ein moderates Wachstum von einem Prozent. Dieses Ergebnis liegt natürlich unter unseren eigenen Ansprüchen. Erfreulich angezogen hat insbesondere vor Weihnachten wieder einmal die Nachfrage im Bereich TV-Geräte. In diesem Segment hätte der Umsatz noch deutlich besser ausfallen können, wenn es auf Seiten der Lieferanten nicht verschiedentlich Lieferengpässe gegeben hätte, durch die die enorme Nachfrage nach TV-Geräten gebremst worden ist. Wir haben das vergangene Jahr genutzt, um wichtige Investitionen zu tätigen, damit wir zukünftig unserem Anspruch noch besser gerecht werden – und der lautet: Besten Service für unternehmerischen Erfolg liefern.

PoS-MAIL: Sie erwähnen ausdrücklich TV-Geräte als Umsatzbringer. Hat diese Produktgruppe einen so großen Anteil am Erfolg der EP: Händler?

Dr. Jörg Ehmer: TV-Geräte haben uns im Jahresendgeschäft und im Vorfeld der Olympischen Winterspiele tatsächlich so große Freude bereitet, dass man diese Produktgruppe bewusst herausstellen kann. Und im weiteren Verlauf des ersten Halbjahres wird sicherlich zum einen die Fußball-Welt-

meisterschaft für wichtige Impulse sorgen, zum anderen trägt auch das steigende Angebot an HD-Inhalten zu weiterer Nachfrage bei. Ich bin mir allerdings sicher, dass sich diese Aufwärtsbewegung schon im zweiten Halbjahr verlangsamen wird. Das Ende des TV-Booms der vergangenen drei Jahre ist absehbar.

PoS-MAIL: Und was dann? Welche Empfehlungen geben Sie den EP: Händlern, um den zu erwartenden Umsatzrückgang in diesem Bereich auszugleichen?

Dr. Jörg Ehmer: Unsere Strategie basiert auf mehreren Säulen: Zum einen werden HD und die Digitalisierung der Programme weiterhin Treiber für die Branche bleiben. Hier eröffnen sich zum Beispiel beim Thema digitaler Satellitenempfang neue Chancen für den Zubehöerver-



Dr. Jörg Ehmer,
Managing Director
ElectronicPartner
Handel SE

kauf. EP: Händler können aber nicht nur die erforderlichen Geräte verkaufen, sondern sie können auch kompetent beraten, und sie sind dazu qualifiziert, die Geräte beim Kunden aufzustellen und einzurichten. Wir unterstützen unsere Mitglieder dabei, diese Trumpfkarte auszuspielen. Diese



Gute Beratung und moderne Shopgestaltung sind zwei wichtige Faktoren für die EP: Händler, um weiterhin erfolgreich zu sein. EP: Händler Manfred Büschgens (EP: Wacht & Büschgens, Alsdorf) gehört zu denjenigen, die das zukunftsorientierte Konzept bereits umgesetzt haben.

Serviceorientierung, die Rückbesinnung auf die Stärken des qualifizierten Fachhandels, ist die zweite Säule unserer Strategie. Wir unternehmen eine Menge Anstrengungen, um das Geschäft der EP: Händler in Richtung Innovation, Design und Lifestyle zu lenken und es ihnen erleichtern, Sortimente zu führen, die nicht oder nur eingeschränkt palletten- und internetfähig sind.

Hier ist etwa an das neue Thema Heimvernetzung zu denken. Ich bin nicht nur davon überzeugt, dass jetzt genau der richtige Zeitpunkt ist, um dieses Feld zu besetzen, sondern auch davon, dass derjenige, der von Anfang an dabei ist, dauerhaft in diesem Bereich erfolgreich sein wird.

Wir haben bereits die Initiative ergriffen, um unsere Händler für diesen neuen Markt fit zu machen. So sind wir bei der Info Tipp GmbH mit an Bord, die mit Unterstützung von Bitkom, ZVEI und BVT das PluralMedia Schulungskonzept rund um Multimedia und Heimvernetzung entwickelt hat.

Und wir haben eine Tagesveranstaltung von Samsung unterstützt, bei der sich an mehreren Standorten 400 Händler markenunabhängig über den Einstieg in die Heimvernetzung informieren konnten. Wir haben unsere Händler regelrecht zum Besuch der Seminare „getrieben“, damit sie den Zug nicht verpassen.

PoS-MAIL: Können Sie Ihre Ideen zur Sortimentsgestaltung etwas genauer ausführen?

Dr. Jörg Ehmer: Einfach gesagt geht es darum, sich unter Berücksichtigung der drei genannten Stichworte Innovation, Design und Lifestyle so zu positionieren, dass beim Endkunden die klare Botschaft ankommt, dass ein EP: Händler die Markttrends kennt, sich auf die Bedürfnisse des Konsumenten einstellt und ihm neben hochwertigen Geräten auch einen in jeder Hinsicht perfekten Service bietet. Dabei sollte sich Service nicht allein auf das Aufstellen und Einrichten der Geräte beim Kunden beschränken, sondern schon vor Ort am Point of Sale beginnen. So halten wir es für extrem wichtig, sich vom bislang meistens gelebten Abteilungsgedanken zu verabschieden und dem Kunden komplette Lösungen anzubieten. Zudem sollte sich ein EP: Händler dadurch auszeichnen, dass er dem Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis beschert. Meiner Meinung nach gehört dazu zum Beispiel die Präsenz des Chefs im Ladenlokal, aber auch ein Kaffee aus einem Kaffee-Vollautomaten, der in einer Porzellantasse ser-

viert wird und nicht in einem Pappbecher – damit sind wir wieder beim Sortiment: Wenn ich dem Kunden einen solchen Kaffee anbiete, warum sollte ich dann nicht auch Kaffeevollautomaten verkaufen; falls ich das bislang noch nicht mache?

PoS-MAIL: EP selbst und viele EP: Händler betreiben einen Online-shop. Das Internetgeschäft funktioniert aber bekanntlich vor allem über den Preis. Wie wollen Sie diesen Widerspruch zwischen niedrigem Onlinepreis und hochwertigem Einkaufserlebnis beim stationären Händler lösen?

Dr. Jörg Ehmer: Das lässt sich schnell beantworten: Den EP: Netshop wird es ab April nicht mehr in der bekannten Art und Weise geben. Wir haben die Diskrepanz zwischen dem derzeitigen Stand und dem Ziel, das wir erreichen wollen, auch erkannt und uns dazu entschlossen, die Verkaufsfunktion aus unserem Netshop zu entfernen. Das für den Internetverkauf notwendige „Billiger-Jakob-Image“ lässt sich unserer Ansicht nach nicht mit der von uns forcierten Positionierung der EP: Händler vereinbaren, und auch der qualifizierte Service kann über die im Onlinegeschäft zu realisierenden Margen nicht finanziert werden.

Aber nicht nur hinsichtlich der Bestellfunktion wird sich der Internetauftritt der Marke EP: ändern. Wir rücken die Aussage „Ich kann besser!“ an die Stelle der bisherigen Aussage „Ich kann billiger!“ Deshalb passen wir

unseren Onlineauftritt an das angestrebte hohe Image an und führen einen vollkommen neuen Bereich ein, in dem Videofilme mit „richtigen“ Menschen aktuelle Trends und Techniken erläutern und Hinweise darauf geben, wo die beschriebenen Produkte oder Lösungen zu bekommen sind. Der Fokus liegt hier aber ganz eindeutig auf der Darstellung der Leistungsfähigkeit unserer Händler und auf der Frequenzzuführung an den PoS, nicht auf der Verkaufsfunktion.

Ich meine, wir haben damit die Voraussetzungen für die erfolgreiche Zukunft unserer Händler geschaffen. Unsere nächste Aufgabe ist es, die Händler mit ins Boot zu holen bzw. diejenigen zu finden, die uns auf dem Weg begleiten wollen. Das verstehen wir unter bestmöglichem Service für unternehmerischen Erfolg.

PoS-MAIL: Lassen Sie uns noch einmal zum Thema Sortiment zurückkehren. Gibt es Ihrer Meinung nach neben der Heimvernetzung noch weitere Themen, die dem qualifizierten Fachhandel Erfolg in der Zukunft versprechen?

Dr. Jörg Ehmer: Ganz klar: Ja. Und zwar sowohl in den klassischen CE-Bereichen als auch in vollkommen neuen Sortimenten. Für besonders wichtig halte ich es, dass EP: Händler die Digitalisierung des Satellitenempfangs vorantreiben. Hier lassen sich kurzfristig nicht nur Umsätze und Erträge mit dem entsprechenden Zubehör erzielen, sondern es

nicht in den Preiskampf zu kommen. Das gilt entsprechend auch für unser Exklusiv-Geräte-Portfolio, das wir für 2010 verdoppelt haben.

Weitere Wachstumsfelder sehe ich in neuen Segmenten. Hervorragend läuft zum Beispiel das Geschäft mit Geräteversicherungen, das eine klassische Win-win-Situation für Anbieter, Handel und Endkunden darstellt. Auch die Vermarktung von Strom und Gas, die seit geraumer Zeit über den CE-Handel möglich ist, verspricht gute Aussichten für die Zukunft. Ebenso wie Serviceangebote rund um die Themenfelder Gesundheit und Medizin. Ein besonders vielversprechendes Wachstumsfeld ist aus meiner Sicht auch die Nachhaltigkeit. Insbesondere eine jüngere Käuferschicht macht sich Gedanken um die Auswirkungen der Produkte auf die Umwelt. Green-IT und Green-CE werden in Zukunft erheblich an Bedeutung gewinnen. Auch hier werden wir mit geeigneten Unterstützungsmaßnahmen dazu beitragen, dass unsere Händler dem Markt nicht hinterherlaufen, sondern ihn vorantreiben und der Motor sind.

PoS-MAIL: Dies alles sind übergeordnete Konzepte für eine mehr oder weniger langfristige Zukunft. Gibt es für die kommende Saison konkrete Marketing-Aktionen, von denen Ihre Händler sofort profitieren können?

Dr. Jörg Ehmer: Neben den üblichen Unterstützungsmaßnahmen für den Point of Sale, die immer



So (oder ähnlich) präsentiert sich die neue EP: Markenhomepage ab April (Stand: 19. März).

eröffnen sich auch Möglichkeiten des Hochverkaufs für alle Consumer Electronics Geräte, die im Wohnzimmer stehen. Außerdem sollte sich der Handel insgesamt wieder viel mehr auf die Themen Zubehör und Eigenmarken konzentrieren, mit denen sich hervorragende Deckungsbeiträge erzielen lassen.

Vor allem unsere Eigenmarken bieten die Vorteile, qualitativ hochwertig zu sein und nicht im Wettbewerb zu stehen, also auch

bereitstehen, planen wir zur Fußball-Weltmeisterschaft eine große Aktion zur Unterstützung des Nachwuchssports. Dazu werden wir für die EP: Markenhändler ein attraktives Marketingpaket schnüren, in dessen Mittelpunkt ein farblich frei wählbarer Satz Trikots steht, den der Händler einer Jugendmannschaft seiner Wahl zukommen lassen kann.

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

CeBIT zeigte „das Haus von morgen“ Connected Living

Einer der interessantesten Haltepunkte auf der CeBIT 2010 war der Stand von Connected Living im Future Park in Halle 9. Dort zeigte das gleichnamige Informationszentrum auf rund 400 Quadratmetern, wie sich die Idee des vollautomatisierten Hauses von morgen schon heute in die Realität umsetzen lässt.

In vier Räumen standen Einrichtungen und Dienste, die den Nutzer dabei unterstützen, komfortabler, effizienter, kostenbewusster und gesünder zu leben, zum Testen bereit. Die Basis des vollautomatisierten Hauses bildet eine herstellerübergreifende Vernetzung aller elektrischen Haushaltsgeräte und ihre Einbettung in neuartige digitale Assistenzsysteme. Der Bewohner übernimmt die individuelle Integration und Steuerung des Heimnetzwerks. Technisches Fachwissen ist dazu nicht erforderlich. Die vier Demozimmer teilen sich so auf: In der Küche erhalten die Besucher einen Einblick, wie verschiedene Elektrogeräte in das zentrale Heimportal eingebunden und mit Hilfe von digitalen „Butlern“ optimal bedient werden. Am Beispiel eines Brotbackautomaten wird gezeigt, wie auch ein bisher nicht vernetzbares Gerät einfach mit anderen Geräten verbunden werden kann, um den Komfort zu erhöhen und gleichzeitig weniger Energie zu verbrauchen. Der „4 Star Cooking



Der Connected Living Stand in Halle 9 gehörte zu den Anziehungspunkten der CeBIT 2010.

Assistant“ schlägt aus Datenbanken Rezepte vor, generiert eine Einkaufsliste, die sich auf einem mobilen Endgerät in den Supermarkt mitnehmen lässt, unterstützt den Nutzer bei den einzelnen Zubereitungsschritten und konfiguriert den Herd.

Im Gesundheitsbereich wacht der virtuelle Vitalcoach über die korrekte Durchführung eines Fitnessprogramms, indem er nicht nur Daten wie Herzschlag und Blutdruck kontrolliert, sondern auch individuelle Trainings- und Ernährungspläne zusammenstellt. Wer beim Training Gesellschaft braucht, kann sich mit einem virtuellen oder realen Partner verabreden. Der sich auch an einem anderen Ort befinden kann, denn der Austausch funktioniert über eine Internet-Telefonverbindung.

Alle Fäden laufen im Wohnzimmer zusammen. Über einen Computer oder einen netzwerkfähigen Fernseher lässt sich das Heimnetzwerk bedienen. Damit der Nutzer auch unterwegs den Status seiner Wohnung überprüfen

kann, ist der sichere Zugriff über ein Smartphone möglich. Das vierte Zimmer des Zukunftshauses lädt zum Spielen ein. An einem modernen Multi-Touch-Tisch kann ausprobiert werden, welche Geräte miteinander kombiniert werden können und welcher Mehrwert sich daraus ergibt. Am Beispiel eines digitalen Bilderrahmens sieht der Nutzer hier, wie eine Spielkonsole per plug & play den Rahmen selbständig als Ausgabegerät im Heimnetzwerk erkennt. Anschließend kann der Rahmen anzeigen, welche Freunde online sind, was sie gerade spielen und welche Highscores sie erzielt haben. Auch aktuelle Informationen über das Haus wie die Raumtemperatur oder die laufenden Heizkosten können jederzeit vom Display des Bilderrahmens abgelesen werden. www.connected-living.org

Connected Living will einheitlichen Standard für Heimvernetzung schaffen

Connected Living steht für eine gemeinsame Vision für das vernetzte Haus in einer vernetzten Welt. Das Innovationszentrum Connected Living wurde im Sommer 2009 auf Initiative der Technischen Universität Berlin/DAI-Labor gegründet und hat derzeit 25 Mitglieder. Das Partnernetzwerk von Unternehmen und wissenschaftlichen Institutionen hat das Ziel, einen einheitlichen Standard für die Heimvernetzung zu schaffen. CE, IT, TK, Weiße Ware und Gebäudetechnik sollen herstellerübergreifend über eine Plattform miteinander kommunizieren und vom Nutzer selbst einfach gesteuert werden können. So vereinen sich nicht nur verschie-



Ausführliche Informationen finden sich auf der Homepage www.connected-living.org. Von dort können auch verschiedene Broschüren zum Thema Heimvernetzung heruntergeladen werden.

dene Lebensbereiche, sondern auch verschiedene Branchen. Forschungsschwerpunkte bzw. Arbeitsgruppen sind „Kommunikation & Entertainment“, „Energiebewusstsein & Effizienz“, „Haushalt & Versorgung“, „Konsumelektronik & Komfort“, „Gesundheit & Homecare“, „Sicherheit: Security, Safety, Privacy“ sowie „Enabling Technologies“. Die Basis für die gemeinsamen Arbeiten bildet das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderte Projekt Service Centric Home (SerCho). Bis Ende des Jahres 2010 sollen rund 35 Mitglieder an der Umsetzung der Vision des vernetzten Heimes mitwirken.

Wachstumsprognosen und Erfolgstendenzen

Optimismus bei den Kooperationen

Die Geschäftsführer der Fachhandelskooperationen expert AG und Electronic Partner waren im Rahmen der Frühjahrstagung (expert) und der Jahreshauptversammlung (EP) bezüglich der Entwicklungsprognosen für das laufende Geschäftsjahr positiv gestimmt. Auch Euronics erwartet für das laufende Geschäftsjahr ein deutliches Wachstum. Die Ergebnisse für das vergangene Geschäftsjahr fielen trotz Rezession für alle drei Verbundgruppen nicht schlecht aus.

Euronics: Deutliches Umsatzplus

Die Euronics Deutschland eG erwirtschaftete in den ersten sechs Monaten des aktuellen Geschäftsjahres 2009/2010 ein deutliches Umsatzplus. „Der Start von HDTV und die Olympischen Winterspiele haben den Absatz von TV-Geräten und HD-Empfangsgeräten spürbar belebt. Konsumenten, die einmal in den Genuss des hochauflösenden Fernsehens gekommen sind, möchten nicht mehr auf die neue Bildqualität verzichten“, erklärte Benedict Kober, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG, auf dem Euronics Kongress in Leipzig. „Euronics hat von dieser HDTV-Begeisterung natürlich profitiert.“ Im Bereich der Unterhaltungselektronik konnte die Verbundgruppe ihren Umsatz im Zeitraum Oktober bis März um elf Prozent erhöhen. Maßgeblich zu dieser guten Entwicklung beigetragen haben aus Sicht von Euronics allerdings auch die im Herbst 2009 gestartete TV-Kampagne sowie zahlreiche Aktivitäten zum 40jährigen Bestehen der Verbundgruppe.

Einen Umsatzanstieg verbuchte der Euronics Fachhandel darüber hinaus im Bereich PC/MM mit 13 Prozent, in der Unterhaltungssoftware liegt die Umsatzentwicklung auf Vorjahresniveau. Im Bereich Weiße Ware erzielte die Verbund-

gruppe ebenfalls ein erfreuliches Plus von 13 Prozent.

„Verbraucher sind zunehmend bereit, in hochwertige und langlebige Produkte zu investieren. Wir setzen deshalb auch in Zukunft klar auf eine qualitative Vermarktung. Unsere Händler empfehlen nachhaltige Markenprodukte, die eine längere Lebensdauer, eine bessere Ausstattung und damit verbunden einen echten Mehrwert für die Kunden bieten, verglichen mit Produkten im Preiseinstiegslevel.“

Begleitend zur Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika hat Euronics eine spezielle Kampagne entwickelt, die ihre Mitglieder in allen verkaufsrelevanten Bereichen unterstützen wird. „Im Mittelpunkt steht die Vermarktung von TV-Geräten, die durch Sportgroßereignisse immer eine besondere Nachfrage erfahren. Zur WM rechnen wir mit einer erhöhten Nachfrage im Bereich der großformatigen, hochwertig ausgestatteten TV-Geräte. Viele Endverbraucher möchten das sportliche Großereignis in Südafrika mit der besten Technik verfolgen. Unsere Marketingmaßnahmen geben die notwendigen Impulse, damit der Endverbraucher zur WM den Weg zum Euronics Fachhändler findet“, so Kober.

In Leipzig präsentierte Euronics den rund 1.000 Mitgliedern das neue Markenkonzept für Fachgeschäfte. Fachgeschäfte jeder Größenordnung erhalten mit dem neuen Konzept maßgeschneiderte Lösungen für ihre Außen- und Innenoptimierung. Auch die Umstellung der Fachmärkte auf Euronics XXL läuft bei der Verbundgruppe aus Ditzingen weiter auf Hochtouren – bis Ende 2010 werden über 100 Fachmärkte den neuen Auftritt umgesetzt haben.

Das neue Konzept Euronics mobile vereint flexible Lösungen für die Präsentation von Produkten und Angeboten am Point of Sale mit einem neuen, modular aufgebauten Beilagenkonzept. Dadurch eröffnen sich den Euronics Mitgliedern neue Vermarktungsmöglichkeiten. Neben dem Euronics Außenauftritt mit dem „Stern“ als neuem Superzeichen ist

eine zentralseitig angebotene Kompetenzbeilage, die der ständig fortschreitenden Konvergenz der Sortimente Rechnung trägt, fester Konzeptbestandteil. „Mit der individualisierbaren Telekommunikationsbeilage erhalten unsere Fachhändler und Spezialisten die Gelegenheit, sich individuell mit lokalen Angeboten als Problemlöser im Tarif- und Angebotsdschungel der unterschiedlichsten TK- und Konvergenzprodukte zu positionieren“, erklärt Kober. „Euronics mobile wird von unseren starken Unternehmerpersönlichkeiten, der Euronics Dachmarkenkampagne und der Waren- sowie Sortimentskompetenz der Euronics profitieren.“

Und damit die Kunden bei offenen Fragen rund um neue Technologien und Anwendungen auch in Zukunft optimal betreut werden, investiert Euronics Jahr für Jahr in erheblichem Umfang in Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen. „Unsere Verbundgruppe wird deshalb ihre im letzten Jahr begonnene Qualifizierungsoffensive für die Mitgliedsbetriebe auch 2010 konsequent ausbauen. Neben umfangreichen Schulungsmaßnahmen zu den Themen Vernetzung oder HDTV wird die Euronics Führungskräfte-Akademie, die sich speziell um den Unternehmensnachwuchs kümmert, im Juni 2010 in die zweite Runde starten.

expert steigert Umsatz zum fünften Mal in Folge

Im Kalenderjahr 2009 steigerte die expert Gruppe ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 10,7 Prozent auf 1,659 Milliarden Euro. Damit lag der Umsatz zum fünften Mal in Folge weit über dem Marktdurchschnitt. „Die Umsatzsteigerung der letzten vier Jahre betrug mehr als eine halbe Milliarde Euro, berichtete Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. Obwohl die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in diesem Jahr für den Einzelhandel weiterhin schwierig bleiben werden, blickt die expert AG optimistisch in die Zukunft. „Wir haben die Weichen für das Jahr so gestellt, dass

die Gruppe sich besser entwickeln wird als der Einzelhandel und der Markt der technischen Konsumgüter. Bis zum Abschluss unseres ablaufenden Wirtschaftsjahres (31. März 2010) prognostizieren wir bereits einen Umsatz von 1,7 Milliarden Euro“, erklärte Müller.

„Die Herausforderung, der sich der qualifizierte Fachhandel zukünftig stellen muss, verdeutlichte auch das Schwerpunktthema der diesjährigen CeBIT „Connected Worlds“, so Müller. „Produkt- und Ausbildungsprogramme zu neuen Technik-Trends gewinnen zunehmend an Bedeutung, um für die kommenden Aufgaben gewappnet zu sein.“ Ein Kernthema der Frühjahrstagung war daher die Vorstellung der Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen der expert Akademie/Plural Media für 2010. Darüber hinaus gab auch die im Rahmen der Frühjahrstagung durchgeführte Messe wichtige Impulse. Unter dem Motto „zu einem guten Bild gehört auch ein guter Ton“ präsentierten sich HiFi-Lieferanten erstmalig auf einer gemeinschaftlichen Ausstellungsfläche. Diesen Ansatz will expert auf kommenden Tagungen weiterentwickeln, da der HiFi-Markt wieder Wachstumsraten verspricht.

Aufbruchstimmung bei EP

ElectronicPartner zieht für seine Jahresveranstaltung ein positives Resümee: „Volles Haus, starkes Ordervolumen und Aufbruchstimmung“, fasst Dr. Jörg Ehmer, Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren von ElectronicPartner, das im Februar in Düsseldorf stattgefundene Veranstaltungswochenende mit Branchentreff, Mitgliederversammlung, Unternehmertagung, Messe und Party zusammen. An den drei Messtagen zählte ElectronicPartner rund 15.000 Besucher aus Europa. Mehr als 300 Aussteller präsentierten in zwei Messehallen auf 25.000 Quadratmetern ihre Angebote für die Mitglieder der Verbundgruppe. Die herausragenden Themen hießen an diesem Wochenende „Heimvernetzung, Digitalisierung, Energiesparen und innovative Dienste“. Die Vorbereitung auf die Fußball-WM 2010 hat bei den Fachhandelsmitgliedern von ElectronicPartner insbesondere das Interesse an hochwertigen TV-Geräten verstärkt. Zusätzlich

haben die Mitglieder der Düsseldorfer Kooperation die vorgestellten WM-Marketing-Pakete sehr positiv angenommen. Neben dem sorgfältig ausgewählten Portfolio margenstarker Exklusivgeräte, das ElectronicPartner auf über 100 Produkte ausgeweitet hat, standen die Dienstleistungsangebote insbesondere im Bereich Strom/Gas und Telekommunikation ganz oben auf der Nachfrageliste.

Für die erste ElectronicPartner-Jahresveranstaltung unter seiner Verantwortung zieht Dr. Jörg Ehmer eine positive Bilanz: „Wir sind mit dem Ordervolumen und der Rückmeldung unserer Unternehmer und Industriepartner sehr zufrieden und gehen optimistisch in das Handelsjahr 2010“. Mit einer Umsatzsteigerung von 1,485 Mrd. Euro in 2008 auf 1,498 Mrd. Euro in 2009 schreibt das Unternehmen ein moderates Wachstum mit einem Umsatzplus von rund einem Prozent. (Alle Umsatzzahlen beschreiben den Zentralumsatz, also das Einkaufsvolumen der Mitglieder von ElectronicPartner des Lager- und Vermittlungsgeschäftes.) Dabei ist das nationale Ergebnis insbesondere durch den nachlaufenden Effekt der Insolvenz der Multi-Media ProMarkt Handels GmbH belastet, die größter Franchisenehmer der Fachmarktlinie Medimax war. Zudem bremste ein der Marktlage entsprechend schwaches B2B-Geschäft im Systemhausumfeld vor allem in der ersten Jahreshälfte 2009 die Umsatzentwicklung. In Summe verbucht ElectronicPartner für das Geschäftsjahr 2009 einen Zentralumsatz von 2,183 Milliarden Euro. Nach 2,205 Milliarden Euro in 2008 schreibt das Unternehmen einen Rückgang des Gesamtumsatzes um ein Prozent. Die Umsatzentwicklung 2009 liegt damit unter den eigenen Ansprüchen von ElectronicPartner.

„ElectronicPartner ist kerngesund und finanziell komplett unabhängig. Trotz der rückläufigen Umsatzentwicklung 2009 hat ElectronicPartner die geplanten Investitionen getätigt und hiermit wichtige Weichen für eine positive Entwicklung gestellt. Unser erklärtes Ziel ist es, wieder stärker auf Wachstumskurs zu gehen – hierfür sind wir gut gerüstet“, kommentiert Dr. Jörg Ehmer, Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren, die Zahlen.

Immer im Bild – die Kooperationen



Fachhandel bleibt für Nokia ein wichtiger Partner

Zukunftstaugliche Konzepte

Der Wandel des Unternehmens und die dynamische Entwicklung des Geschäftskonzeptes standen im Mittelpunkt eines Pressegesprächs, zu dem Nokia Vertreter von TK-Fachmedien nach Düsseldorf eingeladen hatte. Gesprächspartner beim „Nokia Kamingespräch Handel“, das seit 2006 regelmäßig im Frühjahr stattfindet, waren Heikki Tarvainen, General Manager Nokia Deutschland, und Oliver Fröhlich, Head of Retail Nokia Deutschland.

Der Wandel des Unternehmens in den vergangenen Jahren ist unübersehbar: Vom reinen Hardwareanbieter hat sich Nokia zum Anbieter ganzheitlicher Lösungen entwickelt, die Produkte genauso umfassen wie Services. „Der Wandel ist gewissermaßen in unserer DNA gespeichert“, stellte Tarvainen zu Beginn seiner Ausführungen fest. Der Telekommunikationsmarkt gebe immer neue Impulse, die man aufgreifen und in eine erfolbringende Strategie umsetzen müsse.

Impulse, das bedeute auch Bewegung und Mobilität. Die weltweit kostenlose Navigation mit Ovi Karten für Mobiltelefone und Smartphones zeige, wie eine massenmarkt-taugliche Lösung aus



Heikki Tarvainen, General Manager
Nokia Deutschland

Produkt und Service aussehen könne. Weitere Beispiele skizzierte Tarvainen mit den im Markt etablierten Lösungen wie dem Nokia

5800 XpressMusic oder dem Nokia N97 als integriertem Online- und Multimedia-Tool. „Diese Lösungen demonstrieren, dass Nokia auf langfristige, nachhaltige und zukunftstaugliche Konzepte setzt“, betonte Tarvainen. Man müsse Veränderungen – wenn sie nachhaltig sein sollen – eher mit einem Marathonlauf als einem Sprint vergleichen. „Sie müssen systematisch angegangen und flexibel realisiert werden. Wer vorne mitlaufen oder gar Schrittmacher sein will, muss das Ziel kontinuierlich und mit ausreichenden Kraftreserven verfolgen, ohne dabei die Übersicht zu verlieren oder die jeweils aktuellen Begleitumstände zu ignorieren“, so Tarvainen. Vor diesem Hintergrund sei auch die Neustrukturierung der Distributions- und Service-netzwerke im vergangenen Jahr zu verstehen.

Entscheidung am PoS

„Wer den Zweiklang von Anpassung an Veränderung und aktiver Gestaltung des Wandels beherrscht, hat beste Voraussetzungen, die Erwartungen des Kunden maßgenau zu treffen“, meinte Tarvainen. „Und wo geht das besser, als an der klassischen Schnittstelle von Verbraucher und Hersteller – am PoS?“ Den Fachhandel bezeichnete Tarvainen – neben Netzbetreibern und Distributoren – als stärkste Verbündete bei der gezielten Kundenansprache und -beratung: „Sie kennen die verschiedenen Kundentypen besser als jeder andere und haben die Erfahrung, Potentiale in konkreten Verkaufssituationen in Sekunden-schnelle zu erkennen und zu nutzen.“

Deshalb sei der Handel ein wichtiger Faktor in der Veränderungsphase von Nokia. Im Zentrum der Handelsstrategie stehe dabei neben der aufmerksamkeitsstarken visuellen Präsenz der Marke am PoS vor allem die stetige Ausweitung eines Lösungsangebots, das sich an den verschiedenen Zielgruppen orientiere und immer mehr unterschiedliche Lebensbereiche integriere – von mobiler Navigation bis Mobile Entertainment.

Aktive Unterstützung

„Der Fachhandel ist unser Partner und unser Botschafter gleichermaßen. Ihm fällt damit auch die



Auch in diesem Jahr führt Nokia als Partner des Handels zahlreiche Maßnahmen durch.

Aufgabe zu, unseren Wandel zum Lösungsanbieter zu kommunizieren und den Kunden durch entsprechende Beratung transparent zu machen. Eine wirklich elementare Aufgabe, bei der sich die Fachhändler unserer umfassenden Unterstützung sicher sein können“, bestätigte Oliver Fröhlich, Head of Retail Nokia Deutschland. Die Unterstützung reicht dabei von Online-Angeboten, die

kann nur erfolgreich gestaltet werden, wenn alle, die hier im selben Boot sitzen, auch mit gleicher Kraft in dieselbe Richtung rudern.“

www.nokia.de

Das neue Nokia C5

Nokia hat mit dem C5 ein Smartphone vorgestellt, mit dem Nutzer unterwegs auf Internet-Communities zugreifen und mühelos zum Beispiel Neuigkeiten und Fotos austauschen können. Als Smartphone bietet das Nokia C5 mit Ovi Karten außerdem weltweit kostenlose Navigation mit dem Auto und zu Fuß. Das Nokia C5 verbindet die Nutzer ganz einfach mit allen Menschen, die ihnen wichtig sind: Die engsten Kontakte findet der Nutzer direkt in der Startansicht. Dank schneller Internetverbindungen bleibt er immer auf dem laufenden, etwa über mobile Status-Updates bei Facebook und MySpace. Mit Ovi Karten kann er seinen aktuellen Standort an Facebook-Freunde übermitteln. Zusätzlich bietet das Nokia C5 mit Nokia Messaging einen bequemen, kostenlosen Ser-



Oliver Fröhlich, Head of Retail Nokia Deutschland

unter nokiaonline.de gebündelt sind, über Schulungen bis zur Vor-Ort-Unterstützung durch die Nokia Field Force. Diese betreut den Handel dort, wo Bedarf ist. Sie informiert über neue Produkte und Dienste ebenso wie über Verfügbarkeiten und Vermarktungschancen. Um die neuen Betreuungsangebote kennenzulernen und zu nutzen, können sich Händler über www.nokiaonline.de ab sofort neu bewerben.

„Solution Seller“

Damit der Handel den Weg von Nokia als „Solution Seller“ von Anfang an mitgehen und von den zusätzlichen Optionen, die dieser Weg bietet, profitieren kann, stellt das Unternehmen seinen Partnern nicht nur attraktive Incentive-Programme, sondern auch vielfältige, themenbezogene Weiterbildungs- und Trainingsangebote zur Verfügung. Denn, so ein Fazit der beiden Nokia Manager, „der Wandel

Nokia Kampagne für Entertainment-Lösungen

Menschen werden immer mobiler. Dieser veränderte Lebensstil erhöht auch den Bedarf an neuen Entertainmentangeboten. Mit attraktiven, besonders für das Entertainment optimierten Geräten und dazu passenden Diensten von Musik über Games bis zu sozialen Netzwerken sorgt Nokia dafür, dass dem Nutzer jederzeit und an jedem Ort ein interessantes Unterhaltungsangebot zur Verfügung steht.

Zum Thema mobiles Entertainment hat Nokia im März eine dreimonatige, crossmediale Kampagne gestartet. Sie rückt die spezifischen Möglichkeiten des Nokia 5230 und des Nokia X6 16 GB in den Mittelpunkt.



Das Nokia 5230 wurde vor allem für eine dynamische, entdeckungsfreudige Zielgruppe konzipiert und wird verstärkt als „Touchscreen für alle“ beworben. Im Zusammenhang mit seinen Musik- und Internetangeboten sowie Apps aus dem Ovi Store wird es als ein nahezu vollwertiges Entertainment-Center präsentiert. Das Nokia X6 16 GB fällt neben dem hochwertigen Design mit einem exzellenten Klang sowie einem kratzfesten, kapazitiven Touchscreen auf. Im Mittelpunkt der verschiedenen Kampagnenelemente steht die Website

www.nokia.de/entertainment. Neuigkeiten, Tips, Apps aus dem Ovi Store und vieles mehr lenken die Aufmerksamkeit auf das Thema Unterhaltung. Neben der Website gibt es großangelegte Anzeigen- und Bannerschaltungen in Lifestyle-Medien und Websites. Auch in der TV-Kampagne, die seit Anfang März läuft, und den zahlreichen Out of Home Maßnahmen liegt der Fokus auf dem Nokia X6 und dem Thema Design trifft Entertainment. Zusätzlich wird die Kampagne auf Portalen aber auch in Communitys und community-basierten Musikdiensten der Internetgemeinde präsentiert. Für den Fachhandel hält Nokia ausgesuchte Materialien bereit, die die Aufmerksamkeit der Kunden bei den Nokia Handelspartnern wecken sollen.

www.nokiaonline.de



vice für E-Mail-Konten der unterschiedlichsten Anbieter. Zahlreiche Spiele, Zusatzprogramme, Videos und viele weitere Apps gibt es im Ovi Store. Die Auslieferung beginnt im zweiten Quartal. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung wird dann voraussichtlich 169 Euro lauten.



Zwei Becker Traffic Assists der Premiumklasse

United Navigation hat mit den Modellen Becker Traffic Assist Z 213 und Z 215 unter der lizenzierten Marke Becker zwei portable Navigationsgeräte der Premiumklasse vorgestellt. Bei den neuen Navis wurden im Vergleich zu den Vorgängern Form und verwendete Materialien deutlich aufgewertet. Das Äußere fällt jetzt vor allem durch seinen in edlem Titanhochglanz-



Metallic ausgeführten Rahmen auf, der mit einem überaus robusten, mit gummierten Oberflächen ausgestatteten Korpus kombiniert wurde. Das Z 215 setzt sich zusätzlich noch durch einen eleganten Chromrahmen ab. Für optimale Übersicht und Orientierung auf dem rund elf cm großen, blendfreien TFT-Touchscreen sorgen realitätsgetreue 3D-Ansichten. Zusätzlich zeigen beide Geräte wichtige Warn- und Hinweisschilder auf Hauptverkehrsstraßen frühzeitig im Display an und warnen vor potentiell gefährlichen Verkehrssituationen. Die realitätsnahe Beschilderung von Autobahnkreuzungen sowie wichtigen Abfahrten erleichtert dem Fahrer ebenfalls die Orientierung. Die neue Aktivhalterung erleichtert das Einsetzen und Herausnehmen des Navis. Für einen erstklassigen Empfang sorgt eine separat neben dem

Ladekabel verlaufende TMC-Antenne. Diese wird über einen gemeinsamen Mini-USB-Stecker zusammen mit dem Ladekabel an die Halterung angeschlossen. Bei schlechtem Verkehrsfunk-Empfang hat der Fahrer die Möglichkeit, die TMC-Antenne zur Verstärkung des Signals vom Ladekabel zu lösen und an der Windschutzscheibe entlang zu verlegen. Über die Becker OneShot Sprachsteuerung kann die komplette Adresse mit einem einzigen Sprach-Kommando eingegeben werden. Neben der Möglichkeit, Straßen oder Routenabschnitte im Navigationssystem dauerhaft oder für einen definierten Zeitraum manuell zu sperren, berücksichtigt Navteq Traffic Patterns historische Verkehrsdaten und berechnet so die jeweils tages- und uhrzeitabhängig beste Strecke. Beide Modelle sind serienmäßig mit dem Stauwarner TMC, das Z 215 mit Premium-TMC-Diensten (inkl. TMCpro) für ganz Europa ausgestattet. Das Becker Traffic Assist Z 213 und das Z 215 sind beide ab April zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 279/329 Euro (Z 213/Z 215) erhältlich. www.mybecker.com

Per Upgrade wird der Navigon 2110max zum Navigon 4310max

Navigon hat ein Upgrade präsentiert, mit dem sich der Navigon 2110max, das meistverkaufte Navigon Gerät der vergangenen Jahre, zum 4310max aufwerten lässt. „Das 2110max wurde auf der CeBIT 2008 vorgestellt. Mit dem Upgrade bringt Navigon das Gerät auf den Stand der aktuellen Navigation. Neben Features der heutigen oberen Mittelklasse erhalten die Nutzer auch neues EU-Kartenmaterial“, sagte Jörn



Watzke, Vice President Product Line Management bei Navigon. Dank Navigon MyRoutes passt sich das Navi an den Fahrstil des Nutzers an und bietet mehr Transparenz bei der Streckenplanung. Abhängig vom Wochentag und der Tageszeit schlägt das Gerät eine optimale Route sowie bis zu zwei Alternativstrecken vor. Eine weitere Wahlmöglichkeit schafft die TMC-Routeninfo. Bei einer Verkehrsbehinderung errechnet das Navigationsgerät die voraussichtliche Zeitverzögerung. Das Gerät schlägt außerdem eine Alternativroute mit aktualisierter Entfernung und Ankunftszeit vor. Abhängig von diesen Informationen entscheidet der Fahrer, ob er seine ursprüngliche Strecke beibehält oder auf die Umgehungsroute ausweicht. In der Nähe des Zielorts informiert zudem die Funktion „Clever Parking“ über die verfügbaren Parkplätze und -häuser. Aus den angezeigten Vorschlägen wählt der Nutzer den Parkplatz aus, der seinen Vorstellungen hinsichtlich der Entfernung vom Zielort, der Öffnungszeiten oder des Preises entspricht. Durch die Sprachfeatures können Autofahrer umfangreichere Navigationsanweisungen hören. Text-to-Speech weist akustisch auf Straßen und Ausfahrten hin. Die TMC-Sprachansage informiert Nutzer per Sprachmeldung über Staus auf der Strecke, Staulängen sowie deren Ursache. Neben weiteren Features erhalten Nutzer mit dem Upgrade die aktuellen Europa-Karten sowie ein einmaliges Update der Navigon Safety Cameras. Das Upgrade zum Navigon 4310max kostet 69,95 Euro und kann über Navigon Fresh bezogen werden. www.navigon.de



AUDIO • INFOTAINMENT • NAVIGATION

Leipzig, 10.-14. April 2010

Trends. Neuheiten. Live-Events.

AMICOM – die neue Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug:

- Die renommierten Hersteller und Marken mit allen Neuheiten und aktuellen Angeboten
- Sound-Wettbewerb, Live-Einbau, Bühnen-Shows und Informationsprogramm
- Treffpunkt für Fachpublikum und Privatbesucher

AMICOM, AMI, AMITEC – 1 Ticket, 3 Messen, 600 Aussteller – die gesamte automobilen Welt. Das gibt es nur in Leipzig!

Jetzt online Tickets kaufen – nur 6,50 Euro im Vorverkauf!



www.amicom-leipzig.de

Über 100.000 Fahrzeuge werden über TomTom Webfleet verwaltet

TomTom Work, der auf Nutzfahrzeuge fokussierte Geschäftsbereich von TomTom, hat bekanntgegeben, dass inzwischen mehr als 100.000 Nutzfahrzeuge aktiv über TomTom Webfleet verwaltet werden. Dieser Erfolg unterstreiche die führende Position, die TomTom Work seit seiner Gründung im Jahre 2006 etablieren konnte, hieß es in einer Pressemitteilung. Der Meilenstein sei ein Ergebnis des fortgesetzten starken Wachstums und zeige, dass Unternehmen trotz eines wirtschaftlich schwierigen Umfelds weiter in Technologien, die Geschäftsprozesse optimieren, investieren. TomTom Work nutzt Navigationsinnovationen, um einfache, elegante und kostensparende Lösungen für Fahrzeugflotten anzubieten, die Unternehmensprozesse rationalisieren und schließlich zu positiven Umsatzergebnissen beitragen. Von Anfang an hat TomTom Work zahlreiche Innovationen präsentiert, die speziell für die Unterstützung von Unternehmensflotten entwickelt wurden. Mit dem Einsatz von TomTom Work Lösungen können Unternehmen ihre Effizienz verbessern, indem sie den jeweiligen Auftrag dem Fahrer zuordnen, der den kürzesten Anfahrtsweg hat, Fahrzeiten durch die beste Routenwahl und durch Verkehrsvermeidung reduzieren sowie wichtige Daten der Fahrzeugflotte in ihre Backend-Anwendungen integrieren.

www.tomtomwork.com

TK



72 Prozent der Senioren nutzen ein Handy

Das Marktforschungsunternehmen Synovate hat im Auftrag von Doro eine internationale Studie durchgeführt, bei der es um die Einstellungen und Gewohnheiten von älteren Menschen bei der Nutzung von Mobiltelefonen und neuen Technologien ging. Die Umfrage zeigte, dass 72 Prozent der Senioren in Deutschland Zugriff auf ein Handy haben, aber 34 Prozent sich noch immer unsicher fühlen und neue Technologien nur zögerlich annehmen. Die 2.000 befragten Personen waren 65 Jahre oder älter und stellen eine repräsentative Auswahl der Altersgruppe des jeweiligen Landes dar. Die Umfrage zeigte auch, dass die Nutzung von Mobiltelefonen bei Senioren weiterhin zunimmt. Von den Befragten in Deutschland gaben 73 Prozent an, sie würden ihr Handy hauptsächlich für Telefonate nutzen, außerdem für SMS-Nachrichten (27 Prozent). Durch die Umfrage wurden darüber hinaus große Unterschiede zwischen Ländern, Altersgruppen und sozialen Hintergründen festgestellt. So gibt es Differenzen zwischen den Altersgruppen von 65–74 und der über 75 und mehr Jahren. Fast 90 Prozent der Befragten in der Altersgruppe 65–74 besitzen ein Mobiltelefon, während nur zwei Drittel der Befragten in der Altersgruppe 75 und älter eins haben. Auch zwischen den Ländern gibt es große Abweichungen. In vorderster Linie (65 Prozent) stehen die USA, wenn es um die positive Einstellung zur Nutzung neuer Technologien geht, dicht gefolgt von Schweden (62 Prozent), Deutschland (62 Prozent) und Großbritannien (44 Prozent).

www.doro.com

HFO Telecom AG startet Festnetz Incentive 2010

Die HFO Telecom AG hat ihr diesjähriges Festnetz-Incentive gestartet. Die Gewinner werden von HFO Telecom eingeladen, im November 2010 nach Florida, den südlichsten Bundesstaat der USA, zu reisen. Der Traum vom entspannten Urlaub in Florida kann für die drei erfolgreichsten Partner und den besten Neueinsteiger wahr werden, die am Ende des Aktionszeitraums jeweils mindestens 50 Punkte verzeichnen. Gewertet werden alle Business Direct Neukunden-Abschlüsse. Alle Vertriebspartner mit einer VO-Nummer der HFO Telecom AG oder deren Tochterunternehmen Epsilon Telecom GmbH nehmen automatisch teil. Das Incentive läuft bis zum 31. August.

www.hfo-events.de

Mein BASE Incentive von aetka und E-Plus

Das Incentive „Mein BASE Schneeschmelze“ der Fachhandelskooperation aetka und des Düsseldorfer Netzbetreibers E-Plus soll Lust auf Frühling und steigende Temperaturen machen. aetka Mitglieder, die im Zeitraum 1. März bis 30. April an diesem E-Plus-Incentive teilnehmen, erhalten – abhängig von der Zahl der Freischaltungen von „Mein BASE“-Tarifen mit mindestens einer gebuchten Option oder E-Plus Alttarifen – unterschiedliche Prämien. Für zehn Freischaltungen stehen ein OBI-Gutschein im Wert von 30 Euro oder eine Körperfett-Waage zur Wahl. Ab 30 Freischaltungen steht ein Kärcher Hochdruck-Reiniger auf der Prämienliste. Alternativ können sich die

Incentive-Teilnehmer für eine Eismaschine entscheiden. Die nächste Prämienstufe (60 Freischaltungen) motiviert dazu, sich an die frische Luft zu begeben: Die Incentive-Teilnehmer können sich auf ein Picknick-Set oder Nordic-Walking-Stöcke, beides im Wert von circa 150 Euro, freuen. Entspannung garantieren die Prämien ab 100 Freischaltungen: ein bequemer Outdoor-Sitzsack der Marke Fatboy oder ein Golf-Set. Und ab 200 Freischaltungen winkt ein Edelstahl-Gasgrill von Landmann inklusive Grillbesteck. aetka-Partner können sich im Onlineinformationstool Karlo.de oder über ihren Kundenbetreuer für das E-Plus-Incentive von aetka anmelden. Voraussetzung für das Abrufen einer Prämie ist eine Steigerung der Freischaltungen um 15 Prozent im Vergleich zu den beiden Vormonaten.

www.aetka.de

MobileWorld Distribution Incentive zur Fußball-WM

Die neue The Phone House Marke MobileWorld Distribution schickt ihre erfolgreichsten Partner im Juni zur Fußball-Weltmeisterschaft nach Südafrika. Der The Phone House Geschäftsbereich bietet seinen Distributoren in Kooperation mit Sony Ericsson und Vodafone die Chance, live im Stadion beim Spiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Ghana dabei zu sein. Neben der letzten Begegnung der Vorrunde werden die Gewinner die Faszination der afrikanischen Natur auf einer Rundreise erleben. Das MobileWorld Distribution-Team wählt die Gewinner der Reise auf Grundlage eines Punktesystems aus. Basis der Bewertung ist die Vermarktung bestimmter Voda-

TPH-Studie zur Nutzung des mobilen Internets

Nutzen deutsche Verbraucher das mobile Internet, dann stehen das Abrufen und Versenden von E-Mails (75,8 Prozent), die Informationsrecherche über Suchmaschinen (69,1 Prozent) und der Austausch mit Freunden in sozialen Netzwerken (40,4 Prozent) in der Rangliste der beliebtesten Funktionen ganz oben. Dies hat eine repräsentative Studie des Meinungsforschungsinstituts Innofact im Auftrag von The Phone House (TPH) ergeben. Mit 23,5 Prozent verwendet zudem fast ein Viertel der mobilen Internetnutzer das Mobiltelefon als Navigationsgerät. Eher



seltener wird dagegen das mobile Internet für Entertainment genutzt, denn lediglich 21,4 Prozent spielen mobil Online-Games, und nur 15,6 Prozent laden sich Musik herunter. Auch Applikationen sind weniger beliebt als vermutet: Bislang haben sich 21,4 Prozent der mobilen Internetnutzer eine App mobil auf ihr Handy heruntergeladen.

fone-Tarife sowie ausgewählter Sony Ericsson Mobiltelefone. Die Aktion endet am 31. Mai.

www.mobileworld.de

NT plus bietet jetzt auch Gamba LKW-Navisoftware

NT plus und Kemper Technology haben ihre neue Zusammenarbeit bekanntgegeben. Fachhändler können dadurch ab sofort die Gamba

Truck-Navigationssoftware bei NT plus beziehen. Gamba ist eine ausgereifte Navigationssoftware, die speziell für LKWs entwickelt wurde. Sie basiert auf dem Kartenmaterial von Navteq und bietet Transportunternehmen ein hohes Maß an Navigationskomfort sowie Zeit- und Kosteneinsparungen. Die Gamba Software ist für Navigationsgeräte der Hersteller Mio, Medion und Falk verfügbar.

www.ntplus.de

Vodafone forciert das Geschäft mit Geschäftskunden

Vodafone hat auch auf der diesjährigen CeBIT wieder ausschließlich seine Angebote für Geschäftskunden vorgestellt. Gemeinsam mit einigen Dutzend Partnern präsentierte das Düsseldorfer Unternehmen zahlreiche neue Services.

Navigator Pro. So lassen sich beispielsweise mit Navigator Pro im Internet erstellte Routen direkt auf Handys übertragen. Das Angebot ist speziell für Unternehmen mit Außendienst-Mitarbeitern geeignet. Das System erlaubt die intelligente Vernetzung der Terminplanung mit den Aufenthaltsorten der Mitarbeiter. Firmen können so beispielsweise die dienstlichen Routen der Angestellten zentral steuern und deren Einsätze optimieren. Navigator Pro zeichnet sich durch die intelligente Verbindung von Diensten auf mobilen Endgeräten und im Web aus. Die integrierten Services sorgen für eine Vernetzung der Terminplanung mit den Aufenthaltsorten der Mitarbeiter. Firmenkunden, die das innovative Navigationssystem nutzen möchten, benötigen hierfür keine eigene Infrastruktur und können so günstig und flexibel die Produktivität

ihres Außendienstes erhöhen. Offene Schnittstellen ermöglichen zudem beispielsweise die Anbindung von Fahrtenbüchern, die geplante und zurückgelegte Routen erfassen und damit die Abrechnung vereinfachen. Navigator Pro ist in jedem beliebigen Fahrzeug nutzbar und informiert über Staus und leitet auf Wunsch auf Alternativstrecken um. Tankstellen, Parkplätze und weitere Sonderziele entlang einer Route werden von der mehrsprachigen Software angezeigt und lassen sich bequem als Ziel suchen und finden. Dafür greift „Navigator Pro“ auf ständig aktualisierte Karten- und Verkehrsinformationen zu, die auf einem zentralen Server bereitgestellt werden.

OfficeNet. Für den klassischen Telefonanlagenmarkt stellte Vodafone die Firmenlösung OfficeNet vor. Die virtuelle Telefonanlage aus dem Netz soll die Flexibilität und Effizienz von Unternehmen erhöhen. Bislang nötige

Investitionen in klassische, hardwarebasierte TK-Anlagen sind dank der konvergenten Lösung nicht mehr nötig. OfficeNet bietet den Kunden eine kostensparende und intelligente Lösung aus den bislang getrennten Welten Festnetz und Mobilfunk an. Das Handy wird dabei zur vollwertigen Nebenstelle der virtuellen Telefonanlage. Mitarbeiter sind so auch unterwegs unter ihrer Büronummer erreichbar. Alle typischen Merkmale der Telefonanlage lassen sich damit auch mobil nutzen. OfficeNet richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen ebenso wie an Konzerne mit zahlreichen Niederlassungen. Variable Laufzeiten und ein flexibles Abrechnungsmodell schaffen die Grundlage dafür, dass sich OfficeNet jederzeit an wechselnde Anforderungen anpassen lässt.

PC Backup Pro. Mit dem neuen Online-Service PC Backup Pro können Geschäftskunden ihre Daten automatisch online sichern und jederzeit wiederherstellen. Die Daten werden dabei auf räumlich voneinander getrennten Server-Plattformen des Speicherspezialisten EMC2 abgelegt. Die Anwendung lässt sich

einfach installieren und an die individuellen Bedürfnisse anpassen. Unternehmen können unabhängig davon speichern, ob der Computer über das Festnetz oder per Funknetz mit dem Internet verbunden ist. Durch PC Backup Pro erhalten kleinere und mittelgroße Unternehmen die Möglichkeit, ihre Geschäftsdaten kostengünstig nach höchstem Sicherheitsstandard zu schützen.

Die Vorteile für Kunden ergeben sich dadurch, dass keine Hardware-Anschaffungskosten anfallen sowie durch effiziente Kapazitätsauslastung und die verschlüsselte Übertragung und Speicherung der Daten. Redundante Server in getrennten Rechenzentren gewährleisten zu jedem Zeitpunkt absolute Sicherheit und Datenverfügbarkeit. Aktualisierungen im Datenbestand können jederzeit automatisch gespeichert werden. Während des Sicherungsvorgangs werden nur die Änderungen im jeweiligen Datenbestand übertragen. PC Backup Pro ist für die mobile Datennutzung geeignet und in die Benutzeroberfläche der Vodafone Mobile Connect-Software integriert. Bei hohem Datenvolumen oder im

Roamingfall wird automatisch vor möglichen Zusatzkosten gewarnt. Bei einem Gesamtvolumen von 10 GB Speicher für fünf Lizenzen steht die neue Vodafone Datensicherungslösung Geschäftskunden bereits ab monatlich zehn Euro zur Verfügung. Zusätzliches Speichervolumen kann jederzeit hinzugebucht und unter den Nutzern aufgeteilt werden.

M2M-Kommunikation. Vodafone und Cinterion, Marktführer drahtloser Module, haben die Zusammenarbeit im Bereich M2M-Kommunikation vertieft. M2M steht für den automatisierten Informationsaustausch zwischen Maschinen, Automaten oder Fahrzeugen. Ziel der strategischen Allianz ist die Erschließung des wachsenden M2M-Marktes mitsamt seiner vielfältigen Anwendungsgebiete. Vodafone und Cinterion wollen ihren Kunden gemeinsam den Mehrwert aufzeigen und konkrete Angebote unterbreiten. Dies ermöglicht den Kunden, den Prozess der eigenen Produktentwicklung deutlich zu verkürzen.

www.vodafone.de

Deutsche Telekom mit umfassender Präsentation Neue Produkte und Dienste

Als einziges Großunternehmen der TK-Branche präsentierte sich die Deutsche Telekom auf der CeBIT 2010. Ihr Stand in Halle 4 war nicht nur einer der größten der Messe, sondern auch einer der am stärksten frequentierten. Den Gästen präsentierte der Bonner Konzern eine Fülle neuer Produkte und Dienstleistungen. Der Ausstellungsschwerpunkt lag dabei klar auf Groß- und Geschäftskunden, aber auch für die Privatkunden der Deutschen Telekom gab es Neuheiten. Wir können an dieser Stelle nur einen kleinen Ausschnitt zeigen.

Entertain. Die Paketstruktur des TV-Angebots Entertain der Deutschen Telekom zeigt sich ab sofort vereinfacht. Neukunden können jetzt zwischen Entertain Comfort ab 44,95 Euro und Entertain Premium ab 49,95 Euro monatlich wählen. Für Kunden, die keinen Internetanschluss benötigen, gibt es zudem mit Entertain Pur ein Angebot ab 27,95 Euro monatlich. Entertain Comfort und Entertain Premium beinhalten eine Telefon-Flatrate ins deutsche Festnetz, eine Highspeed-DSL-Flatrate sowie einen TV-Anschluss mit rund 70 Sendern. Zudem stehen alle Leistungsmerkmale von Entertain wie zeitversetztes Fernsehen,

Online-Videothek, persönlicher Videorecorder und der Programm Manager zur Programmierung via PC und Handy zur Verfügung. Im Entertain Premium-Paket sind außerdem neun weitere TV-Sender enthalten, darunter TNT Film, RTL Crime, Sci Fi, AXN, Sat.1 Comedy und Kinowelt TV. Die Vertragslaufzeit von Entertain beträgt 24 Monate. Darüber hinaus bietet die Deutsche Telekom bereits seit dem Ende der CeBIT zahlreiche neue TV-Senderpakete an, die jederzeit über das Entertain Menü hinzugebucht werden können. Alle Pakete haben eine Mindestvertragslaufzeit von nur einem Monat und sind nach Ablauf die-



Mit einer Fülle neuer Angebote aus allen Unternehmensbereichen lockte die Deutsche Telekom die CeBIT-Besucher auf ihren Stand in Halle 4.

ser jederzeit kündbar. Dieses flexible Pay-TV-Portfolio erweitert das Programmangebot je nach Wunsch um Sendergruppen für Spielfilme, Sport, Dokumentationen, Lifestyle und Special Inter-est.

Homepage-Pakete. Die Deutsche Telekom vervielfacht den Inklusiv-Speicherplatz in ihren Homepage-Paketen ab der Basic Variante. Insbesondere steigert der Konzern bei den Top-Lösungen Homepage Advanced und Homepage Professional den Speicherplatz drastisch. Darüber hinaus steht den Kunden ab Homepage Basic unbegrenztes Transfervolumen für den virtuellen Besucheransturm zur Verfügung. Damit bieten die Pakete privaten wie gewerblichen Nutzern viel Platz für die Bereitstellung von Inhalten und den Datenaustausch sowie noch mehr Kostentransparenz und Planungssicherheit.

E-Mail@t-online. Das Webprodukt E-Mail Center ist ab sofort auf jedem internetfähigen Handy in komplett überarbeiteter Form über den mobilen Browser erreichbar. Nutzer profitieren von neuem Design und verbesserter Bedienbarkeit. Unter <http://m-email.t-online.de> können sie jederzeit und überall E-Mails empfangen, versenden und auf ihre Kontakte zugreifen. Zudem bietet das mobile E-Mail Center erweiterte, kostenfreie Funktionen an: So können Nutzer Dateianhänge direkt auf ihrem Mobiltelefon oder im Mediacenter speichern. Umgekehrt haben sie die Möglichkeit, Inhalte aus dem Handyspeicher oder dem Mediacenter an eine E-Mail anzuhängen. Wer für die mobile E-Mail-Kommunikation die entsprechende Software seines Mobiltelefons nutzen

möchte, findet auch dafür die passende Lösung bei der Deutschen Telekom. Solche E-Mail-Programme, sog. E-Mail Clients, sind auf vielen internetfähigen Mobiltelefonen bereits vorinstalliert. Die Nachrichten werden vom E-Mail-Programm des Handys heruntergeladen, so dass diese ganz bequem auch ohne aktive Internetverbindung verfügbar sind und bearbeitet werden können. Der Empfang und Versand der E-Mails erfolgt über die Standardprotokolle POP3 oder IMAP und SMTP.

Handy-Schutzbrief. Gemeinsam mit dem Versicherungsunternehmen Axa bietet jetzt auch die Deutsche Telekom den Kunden einen Handy-Schutzbrief an: Damit sind Reparaturkosten bei selbst verursachten Schäden oder hohe Ausgaben für die Ersatzbeschaffung bei Totalschäden, Raub oder Einbruchdiebstahl abgedeckt. Kunden haben die Wahl zwischen dem Handy-Schutzbrief

Basic und dem Handy-Schutzbrief Premium. Der Basisschutz lässt sich für Mobiltelefone – mit Ausnahme des iPhones – abschließen. Die Deckungssumme beträgt 400 Euro bei einem Selbstbehalt von 40 Euro je Schaden. Der Handy-Schutzbrief Premium gilt für das iPhone, Smartphones und Netbooks. Hier ist das Gerät bis 600 Euro mit einem Selbstbehalt von 60 Euro versichert. Besonders Extra für iPhone-Eigentümer ist eine Garantieverlängerung um zwölf Monate. Ob Basic oder Premium, in jedem Fall ist der „Lost & Found“-Service mit einem Finderlohn von 50 Euro Teil des Schutzpakets. Der Käufer muss sich hierzu im Internet unter www.extrapolice24.de/handyschutzbrief mit Name, Anschrift und Gerät für den Service registrieren. Versicherbar sind Geräte, die Kunden innerhalb der letzten 30 Tage bei der Deutschen Telekom erworben haben. www.telekom.de

Deutsche Telekom und Continental bringen Infotainmentdienste in Klein- und Mittelklasseautos

Die Deutsche Telekom und Continental haben eine Partnerschaft geschlossen, um die bisher ausschließlich in der Premiumklasse üblichen Infotainment-Dienste auch in die Klein- und Mittelklasse-Wagen zu bringen. Ziel ist es, das Internet sowie spezielle Applikationen (Apps) für Autofahrer als Serienausstattung in alle Fahrzeugklassen zu bringen. Die Lösung orientiert sich am Prinzip des iPhones: Die einfache Handhabung dieses Telefons und seine Apps haben Maßstäbe gesetzt, die dank der



neuen Technologiepartnerschaft jetzt auch ins Auto Einzug halten sollen. Continental hat für die Miniprogramme eigens einen Cockpit-Computer entwickelt, der das von Google entwickelte Betriebssystem Android nutzt. Die Apps „laufen“ auf diesem Cockpit-Computer entweder als festinstallierte Programme oder über einen speziellen Browser, der die Daten auf einer Internet-Plattform abrufen. T-Systems, die Großkundensparte der Deutschen Telekom, kombiniert Informations- und Kommunikationstechnik hierfür so, dass Internet und Miniprogramme auch während der Fahrt zur Verfügung stehen. Auf der CeBIT waren unter anderem Apps für Musiksuche und Download über den Telekom-Dienst Musicload sowie für den Nachrichtendienst von T-Online zu sehen. Auch die Möglichkeit, E-Mails im Auto zu empfangen, vorgelesen zu bekommen und sie per Sprachaufnahme zu beantworten, wurde gezeigt.

Sinus 103 Activity für den rauen Alltagseinsatz

Das Mobilteil des neuen analogen Schnurlostelefons Sinus 103 Activity, das die Deutsche Telekom auf der CeBIT vorgestellt hat, ist nach dem IP-Code 54 (IP = International Protection) gegen Staub und Spritzwasser geschützt. Damit richtet sich das Gerät an Privat- und Geschäftskunden, die in rauer Umgebung telefonieren wollen oder müssen – zum Beispiel bei der Gartenarbeit oder in der Werkstatt. Für den Komfort bei Telefonaten sorgen neben dem robusten Gehäuse beispielsweise die Freisprecheinrichtung,



das beleuchtete, grafische Display, das Telefonbuch für bis zu 100 Einträge und acht Kurzwahlnummern. Zu den weiteren Leistungsmerkmalen gehören die menügesteuerte Benutzerführung und die Möglichkeit, SMS-Nachrichten via Festnetz zu versenden und zu empfangen. Das Netzteil mit Stromspartechnik sorgt für einen energieeffizienten Betrieb.

Die Stand-by-Zeit beträgt bis zu 100 Stunden, die Gesprächszeit bis zu zehn Stunden. Das Sinus 103 Activity ist ab Mai zum unverbindlichen empfohlenen Verkaufspreis von 49,99 Euro erhältlich.

TK



Mit dem GT540 von LG direkt ins Social Web



Ein drei Zoll großes LC-Display und ein schmaler Rahmen bestimmen die Optik des neuen Touchscreen Smartphones GT540 von LG. Das Smartphone läuft unter dem Android-Betriebssystem von Google und wurde für mobiles Networking konzipiert: Mit dem integrierten Social Networking Services (SNS) Manager kann jeder Nutzer schnell und ein-



fach auf Social Networking-Dienste wie Facebook oder Twitter zugreifen. „Mit dem LG GT540 kann jeder immer und überall am Puls des Social Webs sein“, erklärte Gunter Thiel, Head of Marketing Mobile Communications bei der LG Electronics Deutschland GmbH. „Mit zahlreichen Apps ausgestattet und dabei einfach in der Bedienung ist es perfekt für alle, die gerne immer und überall mit ihren Freunden verbunden sind.“ Zusätzlich kann das Smartphone an den ganz persönlichen Style angepasst werden: einfach zwischen den Farben Weiß, Pink, Silber oder Schwarz auswählen, ein persönliches Menüthema und individuelle Widgets aussuchen. Mit dem LG GT540 ist mobiles Surfen via WLAN und HSDPA 7.2 möglich. Mit einem Klick gelangt der Nutzer zu den Mobile-Angeboten von Google wie Google Maps, Google Search, Gmail oder YouTube. Das persönliche Linkbook verwaltet alle gespeicherten Kontakte und gewährt einen Über-

blick über die Aktivitäten aller Freunde in der virtuellen Welt. Die Push-E-Mail-Funktion bringt auch die elektronische Post immer auf den neuesten Stand. Musikliebhaber können per Motion Control durch Schütteln des Gerätes ihre Musikstücke neu mixen. Auch DivX- und WMV-Wiedergabe, 3-Megapixel-Kamera mit Autofokus und bis zu 200 MB interner Speicher runden die Ausstattung ab. Das LG GT540 ist ab Mai verfügbar. Der Preis wird bei Marktstart bekanntgegeben.

www.lge.de

Speedport Powerline 100 fürs Inhouse-Netzwerk



Mit dem neuen Speedport Powerline 100 der Deutschen Telekom verwandeln sich Steckdosen zu Netzwerkanschlüssen, und die Stromverkabelung in Haus und Wohnung wird zum Breitband-Datennetz. Mit den Geräten können Nutzer zum Beispiel sehr komfortabel ihren Media Receiver in der ersten Etage und den PC im Dachgeschoss mit dem Internet-Router und dem Festnetzanschluss im Keller verbinden. Die Lösung nutzt die sogenannte HomePlug-Power-



line-Technik. Sie empfiehlt sich vor allem dort, wo aufgrund der baulichen Gegebenheiten eine Netzwerkverkabelung zu aufwendig wäre. Auch in Gebäuden, in denen etwa Stahlbetondecken die Reichweite eines

WLAN einschränken, ist die Vernetzung über die Steckdosen eine Alternative. Der Speedport Powerline 100 nutzt die Leitungen des haus- oder wohnungsinternen Stromnetzes für die Datenverbindungen. Über die vorhandenen Stromkabel lässt sich damit ein Datennetzwerk aufbauen. Anwender müssen keine neuen Kabel verlegen, die Adapter sind als Plug-and-Play-Geräte ausgelegt und werden wie übliche Stecker in die Steckdose gesteckt. Der Speedport Powerline 100 ermöglicht die Datenkommunikation über die Stromleitungen in der gesamten Wohnung oder im ganzen Haus. Die maximale Bandbreite beträgt dabei 200 Mbit/s. Über einen Router können Nutzer an allen angebundenen Rechnern und anderen Geräten gleichzeitig auf das Internet zugreifen. Die verschlüsselte Datenübertragung sorgt für hohe Sicherheit; der Stromzähler dient als Netzabschluss, so dass keinerlei Daten etwa in das Stromnetz des Nachbarn gelangen können. Über die integrierte Steckdose ist es möglich, den Stromanschluss trotz des eingesteckten Adapters weiter zum Anschluss von elektrischen Geräten zu verwenden. Das Startpaket Speedport Powerline 100 (Duo) enthält zwei Powerline-Adapter nach dem HomePlug-AV-Standard inklusive der Kabel zur Verbindung mit netzwerkfähigen Geräten wie Computern, Media Receivern und Spielkonsolen. Das Paket kostet 99,99 Euro, Einzeldapter sind zum Preis von 59,99 Euro erhältlich (jeweils unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen). Das Angebot ist ab April verfügbar.

www.telekom.de

Erstmals eine Fritz!Box für den Kabelanschluss



AVM hat mit der Fritz!Box 6360 die erste Fritz!Box für den Kabelanschluss vorgestellt. Das Gerät vereint Internet, Telefon und IPTV. Das integrierte Kabelmodem unterstützt bereits den kommenden Euro-Docsis-3-Standard mit Geschwindigkeiten über 100 Mbit/s. Dieser Standard ermöglicht zusätzlich den Einsatz an jedem bisherigen Kabelanschluss (Docsis 2). Die neue Fritz!Box 6360 ist mit allen Komfortfunktionen der AVM-Topmodelle ausgestattet. Schnelles WLAN N, vier Gigabit-Ethernet-Anschlüsse und ein USB 2.0-Anschluss garantieren beste Netzwerkverbindungen. Anschlussmöglichkeiten für Schnurlostelefone (DECT/CAT-iq) und die ebenfalls integrierte Telefonanlage (Internet/Festnetz) runden die umfassende Ausstattung ab. Der Marktstart orientiert sich am möglichen Angebot durch Kabelnetzbetreiber. Die Fritz!Box 6360 ist mit einer VoIP-Telefonanlage (SIP, RFC 3261) ausgestattet. Sie bietet Anschlussmöglichkeiten für zwei analoge Telefone und ein ISDN-Telefon (oder eine ISDN-Telefonanlage). Schnurlosen Komfort mit bis zu sechs Mobilteilen bietet die integrierte DECT-Basisstation. Fritz!Box unterstützt HD-Telefonie über DECT CAT-iq sowie den DECT-Eco-Modus zur Reduzierung

Gigaset AS280/AS285 in neuen Farbvarianten



Das Gigaset AS280/285 steht für einfache Bedienung und zuverlässige Funktionen in klarem Design. Dadurch, und durch sein gutes Preis-/Leistungsverhältnis hat es sich an die Spitze der Verkaufscharts in Deutschland gesetzt. Jetzt bringt Gigaset Communications das Telefon in zwei neuen Farbvarianten auf den Markt: Das Modell in klassischem Schwarz-Matt wird durch eine schwarz-silberne und eine weiß-silberne Variante ergänzt. Die schwarz-silberne Variante wirkt technisch und leistungsbetont, während sich das Gerät in Weiß-Silber besonders schick und eher untechnisch in Szene setzt. Zum Funktionsumfang des Gigaset AS280 gehören Freisprechen, eine beleuchtete Tastatur, energiesparende und strahlungsarme ECO-DECT-Technik sowie lange Standby- und Gesprächszeiten. „Die Kriterien für die Wahl des passenden Telefons sind nicht ausschließlich von technischen Merkmalen bestimmt, sondern auch von dem Mehrwert, den das Produkt in Bezug auf den eigenen Lebensstil und die Einrichtung der Wohnumgebung liefert“, sagte Hans-Henning Brabänder, verantwortlicher Designmanager bei Gigaset Communications. In allen drei Farbvarianten kostet das Gigaset AS280 29,99 Euro. Mit Anrufbeantworter ist es für 39,90 Euro erhältlich. Preislich attraktiv sind auch die Duo- und Trio-Varianten mit einer Basisstation und zusätzlichen Mobilteilen, beispielsweise das Gigaset AS285 Duo in Weiß-Silber für 59,99 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung).

www.gigaset.de



der Funkleistung. Die Fritz!Box 7390 ermöglicht bis zu 300 Mbit/s schnelle WLAN N-Verbindungen, wahlweise im 2,4-GHz- oder im 5-GHz-Band. Mit der NAS-Funktionalität (Network Attached Storage) stellt die neue Fritz!Box zusammen mit einem externen USB-Speicher Fotos, Musik, Videos und andere Dateien im gesam-

ten Netzwerk zur Verfügung. Die Anbindung eines Netzwerkspeichers kann dabei auf unterschiedliche Art erfolgen (Windows Netzwerk/SMB, FTP, UPnP, WebDAV). Netzwerkspeicher und weitere Funktionen sind über die Fritz!Box-Benutzeroberfläche einfach zu bedienen und leicht zu verwalten.

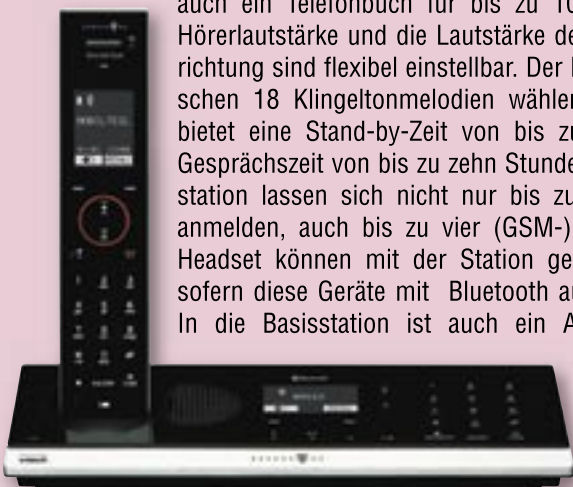
www.avm.de

Sinus A 602 Touch im edlen Design



Das neue Schnurlostelefon Sinus A 602 Touch präsentiert sich in exklusivem Design. Doch nicht nur die Optik ist herausragend, sondern auch die Bedienung über das Touchpanel. Über die menügesteuerte Benutzerführung lassen sich die vielfältigen Funktionen des Geräts sehr leicht abrufen. Dazu gehört neben dem Freisprechen auch ein Telefonbuch für bis zu 100 Einträge. Die Hörerlautstärke und die Lautstärke der Freisprecheinrichtung sind flexibel einstellbar. Der Nutzer kann zwischen 18 Klingeltonmelodien wählen. Das Mobilteil bietet eine Stand-by-Zeit von bis zu 100 und eine Gesprächszeit von bis zu zehn Stunden. An die Basisstation lassen sich nicht nur bis zu fünf Mobilteile anmelden, auch bis zu vier (GSM-)Handys und ein Headset können mit der Station gekoppelt werden, sofern diese Geräte mit Bluetooth ausgestattet sind. In die Basisstation ist auch ein Anrufbeantworter integriert, der eine Aufzeichnungszeit von 13 Minuten bietet. Das Schnurlostelefon gibt es im Herbst zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 99,99 Euro.

www.telekom.de



Swissvoice vereint Handy und DECT-Telefon



Mit dem DP550 BT von Swissvoice verschmelzen Mobiltelefon und DECT-Telefon zu einer Einheit. Befindet sich das Mobiltelefon in Reichweite der Basisstation des schnurlosen Telefons Swissvoice DP550 BT, werden Anrufe auf dem Mobiltelefon via Bluetooth an das DECT-Handgerät weitergeleitet. Bei abgehenden Telefonaten über das DECT-Telefon lässt sich im Vorfeld auswählen, ob der Ruf über die Festnetzleitung oder via Bluetooth über das Handy aufgebaut werden soll. So lässt sich zum Beispiel eine auf dem Handy existierende Flatrate ins Mobilfunknetz nutzen. Das DP550 BT erlaubt den Betrieb von bis zu zwei Mobiltelefonen oder einem Mobiltelefon und einem Headset via Bluetooth. Gleichzeitig profitiert der Nutzer von der guten Klangqualität, der DECT-Strahlungsreduzierung und dem Komfort des neuen Swissvoice DP550 BT. Darüber hinaus bietet das Gerät einen digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 15 Minuten Aufzeichnungskapazität und Fernabfragefunktion sowie ein vierzeiliges beleuchtetes Dot-Matrix-Display. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 79,99 Euro.

www.ivsgmbh.de



Eye-Fi stellt neue WLAN-SDHC-Karte vor

Als Eye-Fi vor fünf Jahren im US-amerikanischen Silicon Valley gegründet worden ist, hatten es sich die Initiatoren zur Aufgabe gemacht, die Speicherung und Verwaltung von Fotos und Videos grundlegend zu verändern und zu vereinfachen. Mit der zum Patent angemeldeten Eye-Fi-Technologie ist dies gelungen. Über die mit einem Wi-Fi-Modul ausgestattete Eye-Fi-Speicherkarte gelangen Bilder und Videos drahtlos und automatisch von einem digitalen Aufnahmegerät via Heimnetzwerk, Hotspot oder WLAN an einen vorab definierten Speicherort.

Inzwischen hat sich die Technologie in der Imagingbranche etabliert, und eine zunehmende Zahl von Fotokameras und Camcordern kommt mit einer speziellen Eye-Fi-Funktion auf den Markt. Passend zu den neuen Geräten hat Eye-Fi eine neue Kartengeneration vorgestellt, die Ende April in Deutschland zu haben sein soll: 8 GB Eye-Fi Pro X2 unterstützt neben den Funkstandards 802.11b (maximal 11 MBit/Sek. brutto) bzw. 802.11g (maximal 54 MBit/Sek. brutto) auch den neuen 802.11n-Standard (maximal 600 MBit/Sek brutto).

Die in die Karte integrierte X2-Engine ermöglicht größere Speicherkapazitäten und ein höheres Lese-/Schreibtempo (SDHC Class 6). Das neuartige Antennen-Design in Verbindung mit dem 802.11n-Standard garantiert schnellere drahtlose Uploads als



bei den Vorgängermodellen und eine erneut verbesserte Wi-Fi-Reichweite.

Die Eye-Fi Pro X2 lädt JPEG- und RAW-Dateien drahtlos von der Kamera zu Mac/PC oder auf eine vorab definierte Online-Plattform wie Flickr, Picasa, Facebook etc. hoch. Zudem können Benutzer eine Ad-hoc-Verbindung direkt

zum Computer herstellen und damit auch ohne Router drahtlos Bilddaten übertragen. Mit der Geotagging-Funktion, die sich am Standort des genutzten Netzwerks orientiert, kann die Pro X2 Aufnahmen darüber hinaus automatisch mit Standortinformationen versehen.

Neu bei der Eye-Fi Pro X2 ist der „Endless Memory Mode“. Mit ihm kann der Benutzer bestimmen, dass die Karte automatisch die verfügbaren Ressourcen überwacht und, wenn möglich, Speicherplatz freigibt. Da die Karte mit dem Computer kommuniziert, erhält sie zur Löschung eine Freigabe, sobald Fotos und Videos sicher auf einen Computer oder eine Online-Plattform übermittelt wurden. Wenn die Pro X2 ein vom Benutzer vorgegebenes Limit erreicht hat, werden Dateien gelöscht, die bereits sicher gespeichert wurden. Dabei wird immer mit den ältesten Dateien begonnen, selbst wenn die Karte nicht an das Netzwerk angeschlossen ist. Falls Bilder und Videos noch nicht gesichert wurden, löscht die Pro X2 keine Dateien.

Die Konfiguration der Pro X2, inklusive der Einstellungen für den „Endless Memory Mode“, wird über die neue Software

Eye-Fi Center vorgenommen, die dem Benutzer vielfältige Funktionen bietet. Die intuitiv bedienbare Benutzeroberfläche garantiert übersichtliche Navigation und ermöglicht die schnelle Übertragung der Bilddaten auf die gewünschten Online-Portale. Auch Bild- und Videodaten, die

nicht via Eye-Fi auf den Computer geladen wurden, können problemlos online gestellt werden. Im Offline-Modus bietet das Eye-Fi-Center ebenfalls diverse Einstellungsmöglichkeiten, wie zum Beispiel das Hinzufügen eines neuen WLANs zur Pro X2.

www.eye.fi



Eye-Fi wurde im Jahre 2005 gegründet

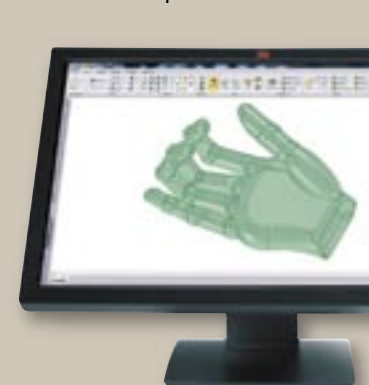
Seit der Gründung 2005 wurde Eye-Fi bereits mit mehreren renommierten Auszeichnungen prämiert, darunter CNETs „Best of CES 2010“ in der Kategorie „Digital Photo and Video“ sowie dem Photography's Outstanding Products (POP) Award 2009. Mit Hauptsitz in Mountain View, Kalifornien, wird das Unternehmen von den Investoren LMS Capital, Opus Capital, Shasta Ventures und TransLink Capital getragen. Informationen zum Unternehmen (auf englisch) finden sich auf der Homepage unter

www.eye.fi

Neuheiten

Das 3M Multi-Touch-Display kann mit zehn Fingern bedient werden

3M hat auf der CeBIT seine neue Multi-Touch-Technologie vorgestellt. Das 22 Zoll große Multi-Touch-LCD-Desktop-Display für professionelle und pro-aktive Konsumenten (Prosumer) eignet sich



speziell für Anwendungen, bei denen eine Zehn-Finger-Bedienung oder Nutzung durch mehrere Anwender und eine schnelle Reaktionszeit gefragt sind.

Während die meisten Multi-Touch-Technologien mit Zwei-Finger-Bedienung und Gesten arbeiten, registriert das 22-Zoll-Desktop-Display M2256PW von 3M zehn Finger und bietet hochmoderne

Gestentechnik. Die neue Technologie ermöglicht Softwareentwicklern technisch einen großen Sprung nach vorn – nicht nur in Bezug auf die Interaktion der Nutzer mit Informationen aller Art. Denn damit lassen sich auch die Möglichkeiten der herkömmlichen Touch-Bedienung durch Einschluss mehrerer Anwender und verstärkter Zusammenarbeit erweitern. Zu den Anwendungen, denen diese Interaktivität zugute kommt, zählen CAD, Digital Signage, Computerspiele, Überwachungssysteme, Anwendungen im Schul- und Bildungswesen sowie Videokonferenzen.

Das 3M Display M2256PW ist mit einem LCD mit hoher Auflösung (1.680 x 1.050), DVI- und VGA-Video- und Audioeingang, Dual-Mode-Kommunikationsprotokoll USB und RS232 (seriell) sowie einer strapazierfähigen Oberfläche mit Entspiegelung ausgestattet. Es ist mit Windows 7 kompatibel, so dass keine Treiber von Drittanbietern benötigt werden. Für die Betriebsprogramme Linux und Windows XP/Vista plant 3M, einen Multi-Touch Treiber und Software-Utilities auf den Markt zu bringen. Außerdem stehen Dokumente für Kommunikationsprotokolle für Kunden bereit, die ihre eigenen Treiber entwickeln möchten.

www.3M.com/de/touch

Archos präsentiert zwei Android Tablets mit großen Displays

Die Archos-Home-Tablet-Reihe bildet die Brücke zwischen einem Smartphone und einem Desktop-PC und sorgt zu Hause für einen permanenten Zugang zu Internet und Multimedia-Inhalten. Auch die beiden neuen Android-basierten Multimedia-Tablets Archos 7 und Archos 8 Home Tablet wurden speziell für den Einsatz zu Hause entwickelt. Die Archos-



Home-Tablets bilden eine separate Serie von Android-Geräten, die auf dem ARM 9 Prozessor @ 600 MHz basieren. Die Reihe läuft neben der Archos-Internet-Tablet-Serie und bietet Funktionen, Features und Applikationen für den Heimgebrauch. Die Home-Tablets Archos 7 und Archos 8 liefern Internet, Multimedia, Live-Informationen, Social Networking und Apps direkt nach Hause. Sie bieten Zugriff auf das Internet, E-Mails, Social Networks, E-Papers, Fotos, Videos, Musik oder Wetterberichte. Android Applikationen können nun auf einem großen Bildschirm mobil

genutzt werden. Die großen Bildschirme sind speziell für Multimedia-Anwendungen konzipiert. Die Home-Tablets können als hochwertiger digitaler Bilderrahmen genutzt werden und parallel dazu auf Anwendungen zugreifen. Dank der Archos Video-Player-Software können Inhalte von YouTube direkt auf das Home-Tablet gestreamed werden. Über den integrierten MP3-Player, der Zugriff auf kostenlose Musik-Streaming-Services bietet, sowie die eingebauten Lautsprecher können die Geräte auch für die musikalische Unterhaltung genutzt werden. Der Nutzer kann sein Gerät so konfigurieren, dass Services wie „Live Widgets“ auf dem Desktop oder im Internet Browser angezeigt werden. Die Familienmitglieder können einfach über den Touchscreen auf E-Mail, Facebook, Twitter oder andere Soziale Netzwerke zugreifen. www.archos.com

Buffalo Technology zeigt erste portable USB-3.0-Festplatte



Buffalo Technology hat sein Portfolio auf der CeBIT 2010 mit der MiniStation Lite USB 3.0 HD-PEU3 komplettiert. Die neue handliche externe Festplatte bietet SuperSpeed-Datentransferraten, die die aktuell oberste Leistungsgrenze bei Festplatten darstellen und ist bis zu dreimal schneller als eine

USB-2.0-Festplatte. Dank 2,5-Zoll Notebook-Technologie reicht dem 12,9 Zentimeter langen und acht Zentimeter breiten Speicher die Stromversorgung aus einem USB-Port; ein separates Netzteil ist nicht erforderlich. Die neue Speicherlösung in Klavierlack-Schwarz ist abwärtskompatibel zu USB 2.0. Die MiniStation Lite USB 3.0 HD-PEU3 wird ab April in den Kapazitäten 500 GB und 640 GB ab 119,99 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) angeboten.

Ebenfalls neu bei Buffalo Technology ist eine externe USB-Festplatte für die Panasonic Viera Plasma- (VT20/V20/G20 Serie) und LCD-Fernseher (V20/D28): Mit der JustStore HD-EU2 unterstützt Buffalo Technology die Produktfamilie der Panasonic Viera mit einer leistungsstarken, preiswerten und anwenderfreundlichen USB-Festplatte. Kompatible Geräte der Panasonic Viera Serie sowie die Buffalo JustStore HD-EU2 sind bereits erhältlich. Die USB-Festplatte ist zu folgenden Panasonic Viera Modellen kompatibel:

- Panasonic Viera Plasma-Fernseher (VT20/V20/G20 Serie)
- Panasonic Viera LCD-Fernseher (V20/D28; über 81 cm/D25/G20 Serie)

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



Verbatim Blu-ray BD-R LTH Type 25 GB 2x Printable

Die neue Blu-ray 2x BD LTH Type Printable von Verbatim bietet 25 GB Speicherkapazität mit einer zweifachen Brenngeschwindigkeit und einer bis zum Innenring bedruckbaren Oberfläche. Diese Blu-ray ist beson-



ders geeignet für Filmaufnahmen in HD-Qualität sowie für Backups großer Datenmengen und das Archivieren von Fotos und Videos. Die neue Verbatim Blu-ray 2x BD LTH Type Printable ist ab sofort als 10er-Spindel für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 29,90 Euro erhältlich. www.verbatim.de

Aktuelle Samsung Aktion verspricht Mehrumsatz mit Farblasergeräten

„Anschlallen, Starten, Drucken“, so lautet das Motto der aktuellen Samsung Aktion, bei der Endkunden noch bis zum 30. April Samsung Farblaser-Drucker und -Multifunktionsgeräte „probefahren“ können. Samsung stellt den Fachhändlern dazu fünf neue Modelle zur Verfügung, die der Endkunde für 14 Tage kostenlos und unverbindlich testen kann. Nach Ablauf der zwei Wochen erhält der Händler 40 Prozent des Händlereinkaufspreises (HEK) zurückerstattet, ganz gleich, ob der Kunde das Gerät

Microsoft startet umfassendes Marketingprogramm für den Channel zum Launch von Office 2010

Nach der Einführung von Windows 7 im Herbst 2009 kommt mit Office 2010 im Juni bereits der nächste Software-Blockbuster von Microsoft in den Handel. Um gemeinsam mit dem Channel auch diesen Produktlaunch möglichst gewinnbringend umzusetzen, knüpft Microsoft an die Maßnahmen rund um den Windows 7 Start an. Mit einem umfassenden Channel-Marketingprogramm wird der Handel von Produkttrainings über Online-Fortbildungen bis zur bestmöglichen Visualisierung am PoS unterstützt.

Einer Stagnation der Verkäufe von Office 2007 im Vorfeld des Launches beugt Microsoft mit einer Technologiegarantie für die Vorgängerversion vor: Kunden, die zwischen dem 5. März und dem 30. September eine upgradeberechtigte Version von Office 2007 erwerben, installieren und aktivieren, können kostenlos ein Techno-

logie-Upgrade auf Office 2010 herunterladen, sobald die neue Version offiziell im Handel erhältlich ist. Durch diese Maßnahme soll einer Kaufzurückhaltung in den Wochen vor Launch des neuen Office 2010 entgegengewirkt werden.

Das Trainingsangebot rund um den Office 2010 Launch ist in vier Phasen gegliedert: Im ersten Schritt ist bereits jetzt die Microsoft Trainingsforce wieder auf Tour. Bei Inhouse-Fortbildungen in insgesamt 350 Märkten werden dabei über 1.200 Verkäufer zu den Produktfeatures von Office 2010 geschult. In Kürze startet die zweite Phase, in der auf dem Portal www.sales-wissen.de vorbereitende Online-Qualifizierungen angeboten werden.

In der dritten Stufe des Trainingsprogramms macht sich ab Mai die Microsoft Trainingsforce zu weiteren Schulungen auf und wird bei Inhouse-Terminen und im Zuge einer Roadshow über 2.400 Mitarbeitern aus

650 Märkten die Eigenschaften und Verkaufsargumente von Office 2010 näherbringen. Zum Produktlaunch schließlich werden fortgeschrittene Online-Trainings auf www.sales-wissen.de aktiviert, mittels derer sich jeder Verkäufer weiterführende Kenntnisse aneignen kann.

Durch das umfassende Trainingsangebot bereitet Microsoft den Vertriebskanal auf die Fragen der Kunden vor, damit diese sich als Dienstleister vom Wettbewerb abheben können.

„Unser Trainingsprogramm für Office 2010 wird einen signifikanten Beitrag dazu leisten, das Personal im Retail noch stärker als aussagekräftiger Berater in Addition zu den Aufgaben als Verkäufer auftreten zu lassen“, erläuterte Oliver Kaltner, Country Manager Entertainment & Devices, Microsoft Deutschland. „Die guten Erfahrungen mit dem Windows 7 Launch haben uns darin bestätigt, dass kompetentes Verkaufspersonal die besten Voraussetzungen für einen

erfolgreichen Start im Handel schafft. Nun wollen wir auch bei Office 2010 gemeinsam mit dem Handel das volle Absatzpotential wirkungsvoll und nachhaltig ausschöpfen.“

Am PoS wird Office 2010 bereits deutlich vor dem Start durch eine spezielle Werbekampagne visualisiert. Pünktlich zum Start der Technologie-Garantie für Office 2007 stehen bereits heute die ersten Werbemittel zur Verfügung und können von Händlern auf www.sales-wissen.de angefordert werden. Ziel der gesamten Kampagne ist es, frühzeitig das Bewusstsein der Konsumenten für den anstehenden Produktlaunch zu schärfen und Interesse an den neuen Möglichkeiten zu wecken – sowie vor und nach der Markteinführung für einen durchgehend starken Abverkauf aller Office Versionen zu sorgen.

www.microsoft.de

nach der Testphase kauft oder zurückgibt. Einzige Bedingung ist, dass der Händler ein vom Endkunden ausgefülltes Testformular und seine Distributorenrechnung im Aktionszeitraum einreicht. Damit bietet Samsung seinen Partnern eine attraktive Möglichkeit, mit topaktuellen Produkten für zusätzlichen Umsatz zu sorgen. Teilnahmeberechtigte Fachhändler können die Aktionsgeräte zum regulären Händlereinkaufspreis (HEK) bestellen und anschließend Kunden zum Test zur Verfügung stellen. Die Aktion soll dazu dienen, interessierten Unternehmen die Möglichkeit zu geben, vor dem Kauf eines Gerätes dessen Leistungsfähigkeit im Praxiseinsatz auszuprobieren.

Die empfohlenen HEKs der fünf Testkandidaten: Produkt/empfohlener HEK/Rückerstattung bei 40 Prozent Rabatt:

CLP-620ND/343 Euro/ca. 137 Euro;
CLP-670ND/449 Euro/ca. 180 Euro;
CLP-770ND/729 Euro/ca. 290 Euro;
CLX-6220FX/479 Euro/ca. 190 Euro;
CLX-6250FX/714 Euro/ca. 285 Euro.

www.samsung.de/probefahrt-fachhandel

Toshibas Tecra M11-Reihe soll vor allem Business- Anwender ansprechen

Mittlere und große Unternehmen will Toshiba mit der neuen Tecra M11-Reihe ansprechen. Die auf den neuen

Intel Core i3/i5/i7 Prozessoren basierende Plattform fällt unter anderem durch ihr robustes, kratzerresistentes Oberflächendesign in Schwarz auf. Außerdem bietet das neue entspiegelte 14"/35,6 cm-Zoll-HD-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung eine höhere Auflösung als bisherige Modelle und klare Bilder selbst bei ungünstigen Lichtverhältnissen. Ein größeres und effizienteres Touchpad mit Chromdesign sorgt in Verbindung mit dem Accupoint für angenehmes und flexibleres Arbeiten. Für eine schnelle und komfortable Integration des Notebooks in die bestehende Bürokommunikation ist eine Dockinglösung mit dem optionalen Express Port Replicator möglich.

Neben diesen Tools zur komfortablen Bedienung gehören auch Maßnahmen zur Sicherheit und Konnektivität zum EasyGuard-Konzept, das die Plattform auszeichnet. Neu ist zudem eine ECO-Taste an Bord. Sie ermöglicht per Knopfdruck die sofortige Umstellung in einen besonders sparsamen Modus. Die ersten Modelle der neuen Serie werden im April auf den Markt kommen. www.toshiba.de

Duracell erweitert das Ladegeräte-Sortiment mit fünf neuen Geräten

Im Ladegeräte-Sortiment bei Duracell sind ab sofort die neuen Easy Charger für AA- und AAA-Batterien, der 1 Hour Charger sowie die USB-Ladegeräte Pocket Charger, Instant Charger und 2-in-1 Charger erhältlich. Der Easy Charger lädt entweder zwei AA- oder zwei AAA-Batterien in acht bis zehn Stunden. Der 1 Hour Charger lädt ebenfalls AA- und AAA-Batterien auf, benötigt dazu aber nur eine Stunde. Alle Ladegeräte sorgen mit einer Temperatur-/Timerabschaltung, einer Ladeschlusserkennung, einer Mikroprozessor-Kontrolle, einem Stromkreisschutz und einer Primärbatterien-Erkennung für höchste Sicherheit beim Laden.

Mit den neuen USB-Ladegeräten mit integriertem Lithium-Ion Hochleistungsakku lassen sich mobile Geräte einfach, schnell und sicher von unterwegs laden. Zum Sortiment gehören hier der Pocket Charger, der mit Hilfe eines eingebauten Li-Ion-Hochleistungsakkus und ausklappbarem USB-Stecker oder Mini-USB-Ladekabeln BlackBerry oder andere mobile Geräte mit USB- oder Mini-USB-Ladeanschluss lädt, der Instant Charger, der dieselben Eigenschaften wie der Pocket Charger hat, aber einen vollen Ladezyklus für Mobilfunkgeräte erreicht, und der 2-in-1 Charger, der bei Bedarf zwei mobile Geräte gleichzeitig lädt. www.duracell.de

Toshiba nimmt neue Notebooks der Qosmio F60-Reihe und der Satellite L-Reihen ins Programm

Mit der neuen Qosmio F60-Reihe bringt Toshiba kompakte und vergleichsweise leichte Notebooks auf den Markt (15,6"/39,6 cm-Display, 2,7 kg). Ein neuer Intel Core i5-430M-Prozessor zeichnet den Qosmio F60-10L aus. Dank seiner Turbo Boost Technologie arbeitet er wesentlich schneller und ermöglicht so neben exzellentem Multitasking eine flüssige Wiedergabe von 3D-Spielen. Der Arbeitsspeicher bietet 4.096 MB + 2.024 MB DDR3-RAM. Außerdem ist das neue Modell mit einem TV-Tuner für den Empfang von analogem TV oder digitalem DVB-T und einer 500-GB-Festplatte ausgestattet.

Zum Schutz aller Daten arbeitet die Festplatte mit einem 3D-Bewegungssensor. Im Mittelpunkt der Multimedia-Plattform steht das HD-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung. Über das Blu-ray-Laufwerk mit Schreibfunktion werden dort Filme und Spiele in erstklassiger Qualität abgespielt. Bei Games sorgt die NVIDIA GeForce GT 330M für einen flüssigen Ablauf selbst anspruchsvoller



Spiele. Die HD-Webcam lässt sich für Filmaufnahmen oder Videochats nutzen. Außen überzeugt das Design in elegantem Rot, silberne Linien verzieren die Handauflagefläche. Auch die Gitter der High-End-Stereolautsprecher von Harman Kardon tragen zum positiven Gesamtbild bei.

Eine große Auswahl an Allroundern stellt Toshiba in den Satellite L-Serien vor. In drei 15,6-Zoll-Reihen kommen neue Modelle auf den Markt und

erweitern so das Sortiment für alle, die ein Gerät suchen, das sowohl zu Hause als auch unterwegs eingesetzt werden kann. Außerdem steht ein 17,3-Zoll-Modell in der Satellite L550-Reihe bereit.

Ganz neu kommt der Satellite L505D-109 als erster Vertreter der Plattform mit dem AMD Turion II Dual-Core Prozessor für Notebook PCs M500. Außerdem überzeugt das Modell mit einer 500-GB-Festplatte und einer

starken Mittelklasse-Grafikkarte mit 1 GB VRAM, die DirectX 10.1-fähig ist.

Weitere neue Modelle bieten die zuverlässige Satellite L500-Serie sowie die Satellite L450- und L550-Reihe, die mit einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis versehen ist. Hier haben Interessenten die Wahl zwischen verschiedenen Display-Größen, besonders großen Festplatten und einer starken Grafik.

Neben allen Unterschieden gibt es aber auch Gemeinsamkeiten. So arbeiten alle Modelle mit der vorinstallierten Original Windows 7 Home Premium Edition 64 Bit und haben eine 32 Bit DVD beigelegt. Für eine schnelle Verbindung ins Internet ist WLAN b/g/n gemeinsam mit der Toshiba Software ConfigFree zuständig. Die vorinstallierte Software ermöglicht zudem das Speichern von Standortprofilen. Videochats können bei Bedarf mit Hilfe einer VGA-Kamera mit eingebautem Mikrofon durchgeführt werden.

www.toshiba.de

PoS-Aktuell

skyDSL startet Breitbandwochen

Die Berliner skyDSL will im Rahmen ihrer Breitbandwochen einen aktiven Beitrag zum Schließen der Breitband-Versorgungslücken in Deutschland leisten und bietet den Dienst skyDSL2+ bis zum 12. April zu günstigen Konditionen an: Neukunden erhalten das komplette Hardware-Paket mit Satellitenschüssel, interaktivem LNB und Satellitenmodem für null Euro.

www.skydsl.de

Robytone startet als neuer High-End HiFi-Vertrieb

Mit einem Portfolio angesehener Marken startet Robytone jetzt auch in Deutschland seine Aktivitäten als neuer Fachhandelsvertrieb für HiFi-Geräte. Das Unternehmen hat seinen Stammsitz im holländischen Deurne und ist in ganz Europa aktiv. Der Firmenname ist ein Anagramm von Tony Boer, der das Unternehmen 2009 gegründet hat. Der versierte Netzwerker und Ex-Fußballprofi war unter anderem Vice President bei Universal Electronics/One For All und Final Sound. Zu den wichtigsten Produk-

ten von Robytone zählen die klassischen Verstärker von Adcom, die nach rund zehn Jahren Pause wieder in Deutschland zu haben sind, ebenso wie die extravaganten Röhrenverstärker von AddOn und im High-End-Bereich die Röhrenverstärker von Melody, die Robytone ebenfalls exklusiv vertreibt. Weiterhin führt das Unternehmen die Lautsprecher von Morel, bekannt durch die Fat Lady, NuForce Hochleistungs-Vollverstärker mit Class D Endstufen im Mini-Format und die im Unternehmen aufgerüsteten Oppo NuForce Edition Blu-ray-Player (Lieferdatum unbestimmt). Zur Zeit rundet der Music-Server von Sonata das Programm ab. In Deutschland wird das Vertriebsnetz gerade aufgebaut. Fachhändler und HiFi-Fans können die Marken und Produkte von Robytone auf der High End 2010 vom 6. bis 9. Mai in München begutachten. Weitere Informationen zum Unternehmen gibt es unter info@robytone.com oder telefonisch unter +31-493-744020. www.robytone.com

Herweck schaltet neuen Internetauftritt frei

Die Herweck AG hat ihren Onlineauftritt unter www.herweck.de komplett überarbeitet. Die Homepage des saarländischen Unternehmens zeigt sich ab sofort in einem neuen Design.

Panasonic richtet seine VideoZone in sozialen Online-Netzwerken ein

Der Startschuss für die Panasonic VideoZone ist gefallen: In den sozialen Online-Netzwerken studiVZ und meinVZ leistet Panasonic seit einigen Tagen allen Videointeressierten Hilfestellung beim Drehen von Filmen und schafft ein Forum zum Austausch mit Gleichgesinnten. Zum aktiven Mitmachen gibt es Video-Wettbewerbe und Gewinnspiele. Informationen stehen unter www.dreh-das-ding.de bereit. In der ersten Phase können Mitglieder beim Gewinnspiel „Dreh das Ding – Find ich gut“ teilnehmen und Panasonic Camcorder und Digitalkameras sowie Kino-Gutscheine gewinnen. Seit dem 15. März läuft der erste Wettbewerb „Filmpuzzle – Das Verhör“. Dabei geht es darum, zu vorgegebenen Filmsequenzen eines Polizei-Verhörs den Part der Verdächtigen zu entwickeln und zu filmen. Bis zum 9. Mai können Filmhersteller ihre Werke hochladen, die dann bis zum 23. Mai von der Community bewertet werden. Die besten Filme der Vorauswahl stellen sich der Auswahl

einer Fachjury. Zu gewinnen gibt es Panasonic Produktpakete im Wert von mehr als 5.400 Euro. In der Rubrik „Tipps & Tricks“ werden alle zwei Wochen Filmclips mit Tipps zum Filmen und Nachbearbeiten vorgestellt. Ob „Reverse Motion“, „Stop-Motion“ oder der „Ghost Effekt“ – die Clips geben Anregungen, eigene Filme kreativ zu gestalten. Das Forum zum Austausch der Mitglieder untereinander sowie zum Austausch mit professionellen Filmemachern folgt ab April. Begleitet wird die Kampagne mit einem YouTube-Channel www.youtube.com/drehdasding und einen Twitter Account www.twitter.com/drehdasding.

Entwickelt wurde die Kampagne „Dreh das Ding“ mit Studenten der „die medienakademie“ (www.die-medienakademie.de) in Hamburg. In einem vierwöchigen Cross-Media Projekt entwickelten 19 Studenten des dritten Studiensemesters die Idee für die Kampagne. www.dreh-das-ding.de

Neu ist beispielsweise das horizontale, klare Seitenlayout. Von der Startseite aus erschließt sich sofort die komplette Bandbreite des Premium-Distributors. Logisch und intuitiv findet der Fachhändler sofort zum gewünschten Service, ohne in weiteren Unterrubriken suchen zu müssen. Shop, Aktivierungsplattform und Aktionen sind genauso von der Startseite der Fachhandelsplattform erreichbar wie Schulungscenter, Reparaturservice und das Reklamationsstool. Die aktuellen Angebote fin-

det der Fachhändler in einer Highlightbox links. Auf die Highlightbox hat er von jeder Seite aus Zugriff und kann somit schneller durch die Seiten navigieren. Auf der Seite „Die Herweck AG kennenlernen“ werden die Besucher über verschiedene Videosequenzen von Jörg Herweck durch das Unternehmen geführt. Der Unternehmensblog ist ebenfalls eine Neuerung, mit dem Herweck dem Trend zum Social Web gerecht werden möchte. Auch über die Website soll der Dialog mit dem Fachhandel her-

gestellt werden. Im Blog wird Herweck über Neuheiten aus der Branche berichten und diskutieren.

„Unser neuer Webauftritt ist einfacher und strukturierter. Er zeigt, wer hinter Herweck steckt: Vor allem die Menschen, die täglich mit und für den Fachhandel arbeiten“, so Sabine Frisch, Leiterin Marketing Kommunikation bei Herweck. „Herweck steht seit 25 Jahren für individuelle und persönliche Betreuung des Handels. Der neue Webauftritt trägt diesem Aspekt Rechnung.“ www.herweck.de

PoS-MAIL

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Tagesaktuelle News aus der Welt der Consumer Electronics...



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

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

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

Key Account & Manager Vertriebsleiter

sucht qualifizierte Management- und Führungsaufgabe im Bereich Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie und Weiße Ware.

In einem zukunftsbezogenen Markt möchte ich zielgerichtet meine solide gewachsenen Kontakte zu allen Entscheidern in den Zentralen der Fachhandelskooperationen – MSH, CC-Märkte, LEH-Discounter, usw., in professionell-innovativer Weise in Ihrem Unternehmen einbringen.

Mein Profil:

Erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken, kaufmännische Kompetenz und Organisationsgeschick zähle ich neben umfangreichen Kenntnissen in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung ebenso zu meinen Stärken wie ein hohes Maß an Eigeninitiative und Kreativität. Fundierte Vertriebs- und Fachkompetenz als Teamplayer mit hoher sozialer Verantwortung und ausgeprägter Kommunikationsfähigkeit geben mir die Basis zum erfolgreichen Führen und Motivieren einer Vertriebsmannschaft. Verhandlungssicherheit und einer anspruchsvollen Vertriebstätigkeit angemessene sprachliche und allgemeine Umgangsformen sowie sicheres Auftreten in jeder Situation runden mein Erfahrungsprofil ab.

Kontaktaufnahme unter Chiffre 4320994

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer,
DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635

Gigaset

Große Gefühle drücken
Sie am besten mit ganz
kleinen Dingen aus.

Das neue SL400



Gigaset Communications GmbH ist Markenlizenznehmerin der Siemens AG.
Ab dem 01.10.2011 werden Gigaset-Produkte, die die Marke 'Siemens' tragen, exklusiv die Marke 'Gigaset' nutzen.



VIBRATIONSLARM



MINI-USB



BLUETOOTH®



~ 500 EINTRÄGE



Klein, schlank und elegant erfüllt das Gigaset SL400/SL400A höchste Ansprüche an High-End-Funktionalität, Design und Bedienbarkeit. Mit 120 mm x 46 mm x 16 mm ist es das derzeit kleinste Gigaset. Beste Technologien für Display, Tastatur und Akustik sind kompakt in eine moderne und edle Form eingebunden. Authentische Materialien wie der Echtmetall-Rahmen und die Metall-Tastatur sowie klare Benutzeroberflächen auf einem großen Farbdisplay sorgen für eine einfache Bedienung. Der integrierte USB-Anschluss sowie Bluetooth® ermöglichen den Datenaustausch mit dem PC.

www.gigaset.com/de

GIGASET. INSPIRING CONVERSATION.
MADE IN GERMANY

SIEMENS