

POS-MAIL

April 2011

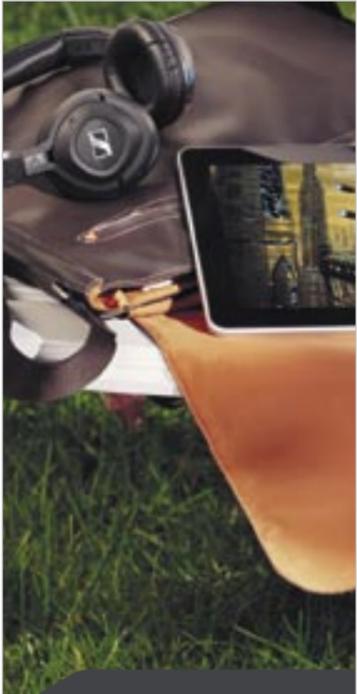
ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

12. Jahrgang • 51612



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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



SOUNDSTARKES TRAUMPAAR

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

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

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



SENNHEISER

Untereinander kommunizierende Multimedia-Technologien Das vernetzte Haus



Heimvernetzung ist in aller Munde, und doch haftet dem Begriff immer noch etwas Visionäres an. Dabei wissen die wenigsten Internetanwender, dass sie bereits Besitzer eines funktionsfähigen Heimnetzwerkes sind. Denn schon ein Breitbandzugang wie DSL und ein Router bilden die Basis eines Heimnetzwerkes. Alle Geräte, die mit ihm verbunden werden, können untereinander Daten austauschen und sind somit in der Lage, miteinander zu kommunizieren. Ob der Anwender Musik im ganzen Haus hören möchte, Urlaubsfotos auf dem

Fernseher betrachten will, Videos übertragen, Dateien gemeinsam nutzen und Games gemeinsam spielen möchte: Die Anwendungsmöglichkeiten für das vernetzte Zuhause sind so vielseitig und erweiterbar, wie die Ansprüche des Kunden selbst. Hier bietet sich dem qualifizierten Handel viel Spielraum, zielgruppen- und umsatzorientiert zu beraten. Heimvernetzung wird nach BITKOM-Einschätzung in Deutschland zu einem Milliardenmarkt und zum Treiber der gesamten Consumer Electronics.

Ein deutscher Haushalt verfügt derzeit im Schnitt über rund 50 Elektrogeräte. Die meisten dieser Geräte werden schon bald inter-

netzfähig. Fernseher, Waschmaschine, Heizung, Lampen und Co. geben ihr Insel-Dasein auf, werden intelligent vernetzt und sind

über das Internet steuerbar. Das erwartet der High-Tech-Verband BITKOM. „Bald gibt es das ‚Eine-Fernbedienung-Haus‘. Mit dieser

einen Fernbedienung, einem Handy oder Tablet-PC werden alle elektronischen Haushaltsgeräte gesteuert“, sagte Michael Schid-

motto ii
Toshiba Partnerprogramm

DIE DIGITALE VIDEOCASSETTE

TF 2000
www.trs-star.com

motto ii
Toshiba Partnerprogramm



In eigener Sache

Als Verleger von PoS-MAIL melde ich mich in dieser Ausgabe einmal in eigener Sache zu Wort, und zwar zunächst um „Danke“ zu sagen. Danke nämlich an Franz Wagner, der PoS-MAIL seit der allerersten Ausgabe im März 2000 als Objektmanager gemeinsam mit unserem engagierten Team zu einem wichtigen Medium für die High-Tech-Branche aufgebaut hat.

Als Franz Wagner im Herbst 1999 zum C.A.T.-Verlag stieß, brachte er jahrzehntelange Erfahrung aus den Bereichen Consumer Electronics und Imaging mit – in seinem Lebenslauf stehen namhafte Unternehmen wie Sony, LG, Mitsubishi und zuletzt Fujifilm, wo er vor seinem Einstieg bei PoS-MAIL sechs Jahre lang als Vertriebsleiter für die Geschäfte in Deutschland verantwortlich war.

Man könnte ihn als „Urgestein“ bezeichnen, wenn diesem Begriff nicht ein gewisser archäologischer Beigeschmack anhaften würde. Denn Franz Wagner blickt bis heute lieber nach vorn als zurück, und er hat mit Weitblick und dem sicheren Gespür für die Entwicklung der Technologien und Märkte dafür gesorgt, dass sich PoS-MAIL als führendes Medium der High-Tech-Branche etabliert hat, das Trends und Zukunftsperspektiven frühzeitig aufgreift und so dem High-Tech-Fachhandel die Informationen liefert, die notwendig sind, um die Geschäfte erfolgreich in die Zukunft weiterzuentwickeln.

Mit sofortiger Wirkung übernimmt Sebastian Lindemann nun das Objektmanagement von PoS-MAIL. Er kennt die High-Tech-Branche sehr gut, denn er hat bekannte Consumer Electronics Unternehmen während seiner Tätigkeit für zwei PR-Agenturen erfolgreich betreut. Unter seinem Management wird PoS-MAIL die High-Tech-Branche auch weiterhin über Innovationen und Trends aktuell und kompetent informieren – dem Trend der Zeit entsprechend in Zukunft auch verstärkt über digitale Medien.



Sebastian Lindemann hat das Objektmanagement von PoS-MAIL übernommen.

Franz Wagner bleibt uns und Ihnen erhalten und wird PoS-MAIL in beratender Funktion unterstützen. Auch das ist eine gute Nachricht für uns und die Leserinnen und Leser. Bitte bleiben Sie uns gewogen.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

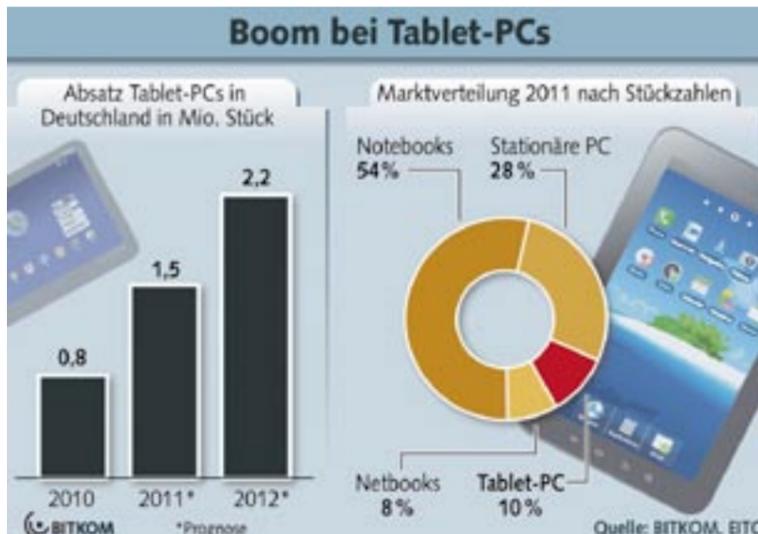
Franz Wagner
Objektmanagement

lack, Experte für Heimvernetzung und Consumer Electronics beim BITKOM.

Ein Beispiel für die zunehmende Heimvernetzung ist das Zusammenwachsen von TV und Web. So steigt der Absatz internetfähiger Fernseher in Deutschland derzeit stark an. 2011 soll der Absatz dieser hybriden TV-Geräte auf 4 Millionen Stück ansteigen. Mit Hybrid-TV-Geräten lassen sich Filme aus dem Internet bequem direkt auf dem Fernseher ansehen. Auch der Zugriff auf bestimmte Nachrichten und Informationen aus dem Netz ist auf diese Weise möglich. „Internetfähige Fernseher bringen das Web auch in Haushalte, die keinen Computer haben und schließen dort den digitalen Graben in unserer Gesellschaft“, so Schidlack. Hybrid-TV-Geräte besitzen zusätzlich zur klassischen Antennenbuchse einen Internet-Anschluss und damit einen Zugang zum Heimnetzwerk. Alle anderen Flachbildschirme können für den Internet-Empfang nachgerüstet werden, wie beispielsweise über hybride Set-Top-Boxen. Nach Prognosen des Marktforschungsinstituts EITO wird für 2011 ein Absatz in Höhe von 6,5 Millionen Set-Top-Boxen erwartet. Der Umsatz mit Set-Top-Boxen konnte 2010 um fast 40 Prozent auf 720 Millionen Euro steigen, 2011 wird ein Wachstum um weitere 30 Prozent auf knapp 940 Millionen Euro erwartet.

Tablet PC als Steuerzentrale

Zu Beginn des Jahres 2010, kurz vor dem Markt-Debüt des iPads, schlossen Technik-Experten und



Der BITKOM rechnet für das Jahr 2011 mit einem Absatz von rund 1,5 Millionen Tablet-PCs allein in Deutschland.

IT-Analysten noch Wetten ab: Würde die neue Geräteart einen Boom auslösen oder als Flop enden? Skeptiker gaben dem Prototypen der Tablet-Rechner kaum eine Chance: Als Smartphone zu groß, als Computer zu eingeschränkt, sahen sie in dem flachen Gerät nur ein Spielzeug für besser verdienende Technikliebhaber. Optimisten dagegen trauten den flachen Rechnern eine Blitzkarriere zu – als Surf-Stationen, Medienmaschinen, Kommunikations-Werkzeuge und universelle Problemlöser für alle Lebenslagen. Der BITKOM rechnet für das Jahr 2011 mit einem Absatz von rund 1,5 Millionen Einheiten allein in Deutschland. Führende Hersteller der Consumer Electronics und der IT-Industrie haben zum Jahresbeginn mehr als 80 neue Modelle angekündigt. Die überwältigende Nachfrage nach Tablet-Computern hat branchenweit eine eindrucksvolle Entwicklungsinitiative ausgelöst. So erschließen die Geräte Medien aller Art – vom Web-Radio über elektronische Videotheken, Foto-, Musik- und

Filmarchive bis hin zum Live-Fernsehen über das Heimnetzwerk. Die gesamte CE-Industrie hat die Tablets zudem als perfekte Fernbedienung entdeckt: Viele Hersteller haben bereits Bedien-Apps für Heimkinos, Fernseher, Receiver, Recorder oder HiFi-Anlagen entwickelt. Für Hybrid-Fernseher, die neben Hunderten von Fernsehprogrammen auch noch ein täglich wachsendes Angebot von audiovisuellen Inhalten über das Internet erschließen, sind Tablets die Steuergeräte der Zukunft. Spezielle Apps können dann das ganze mediale Angebot übersichtlich als verkleinerte TV-Bildschirme darstellen, zur Auswahl genügt das bloße Antippen.

Die richtige Verbindung

Ein Netzwerk lebt von seiner Verbindung. Daten wie digitale Fotos, MP3-Songs und Videos lassen sich in einem Heimnetzwerk kabellos oder kabelgebunden übertragen. In beiden Fällen ist der Router hier das Herzstück und die Zentrale eines Netzwerks. Er sorgt dafür, dass alle an ihn



videociety Video-on-demand-Service

Der in Hamburg ansässige Video-on-demand-Service videociety hat mit Beginn des Jahres seine dreimonatige Soft-Launch-Phase beendet. Den Nutzern des Angebotes stehen derzeit über 250 Filme zur Verfügung. Diese werden ausschließlich in HD-Qualität und Dolby Digital 5.1 auf jeden internetfähigen Blu-ray-Player mit BD-Live-Implementierung und die PlayStation 3 gestreamt. Die Eigenschaften der Geräte werden mit dem Service um attraktive IPTV- und On-Demand-Funktionalitäten erweitert. Videociety ist, nach Angabe des Herstellers, in seiner Art weltweit einzigartig. Besonderen Wert wird auf die Aktualität der Filmauswahl gelegt. Die mehrheitliche Anzahl der Titel wird direkt nach der Kinophase in das Angebot aufgenommen. Bis Jahresende wird sich die Anzahl der Filme auf 600 erhöhen. Das Filmsortiment erstreckt sich von FSK 0 – 18 Jahre. Das Unternehmen arbeitet in Kooperation mit den wichtigsten nationalen und internationalen Filmstudios. In der jetzigen Phase kann der Dienst ausschließlich in Deutschland genutzt werden. Eine Ausweitung in andere europäische Länder ist geplant. Um den Service nutzen zu können, muss man sich einmalig auf videociety.de kostenlos registrieren und den persönlichen Account freischalten lassen. Jeder Film wird einzeln abgerechnet – eine monatliche Grundgebühr und eine Vertragsbindung fallen nicht an. Filme kosten zwischen 2,99 Euro und 5,99 Euro. Die Bezahlung erfolgt über Kreditkarte, PayPal oder die monatliche Mobilfunkrechnung mittels „Mobile Payment“. Bei der Bezahlung per Kreditkarte oder PayPal besteht die Möglichkeit, Guthabenblöcke in einer Höhe von bis zu 50 Euro zu erwerben. Bei 50 Euro gibt es zusätzlich einen Bonus über 5 Euro.

Apple bringt iPad 2



Apple hat Anfang März das iPad 2 vorgestellt, die nächste Generation des Tablet-Macs für das Surfen im Web, Lesen und Senden von E-Mails, Betrachten von Bildern, Videos, Musikhören, Spielen, Lesen von E-Books und vielem mehr. iPad 2 verfügt über ein komplett neues Design, das 33 Prozent dünner und bis zu 15 Prozent leichter ist als das ursprüngliche iPad, wobei es den gleichen 9,7-Zoll-LED hintergrund-beleuchteten LCD-Bildschirm besitzt. iPad 2 verfügt über Apples neuen Dual-Core A5 Prozessor für eine schnelle Geschwindigkeit und beeindruckende Grafikperformance sowie zwei Kameras: eine vorderseitig ausgerichtete VGA-Kamera für FaceTime und Photo Booth und eine rückseitige Kamera für 720p HD-Videoaufnahmen, die die FaceTime-Funktion erstmalig für iPad-Nutzer bereitstellen. Obwohl es dünner, leichter, schneller und mit zahlreichen neuen Funktionen versehen ist, bietet iPad 2 die von den Anwendern erwartete Batterielaufzeit von bis zu zehn Stunden. iPad 2 ist verfügbar in Schwarz und Weiß, mit Modellen, die auch in 3G-Netzwerken laufen, und führt das innovative iPad 2 Smart Cover in einer Auswahl von lebhaften Polyurethan- und satten Lederfarben ein. Das iPad 2 ist in den USA seit Mitte März lieferbar. Die UVPs betragen je nach Ausstattung und Speicherkapazität zwischen 499 und 829 US-Dollar.

angeschlossenen Geräte untereinander kommunizieren können. Während die Einrichtung von WLAN sehr unkompliziert ist, ist die Installation eines kabelgebundenen Netzwerkes mit etwas mehr Aufwand verbunden. Hierbei müssen nicht nur Kabel verlegt, son-



AVM hat zur CeBIT u. a. eine neue FRITZ!Box für den Einstieg in die Heimvernetzung vorgestellt.

dern auch Löcher gebohrt und ganze Stockwerke überwunden werden. Eine andere und zugleich komfortable Möglichkeit ist die Datenübertragung via Powerline. Dabei werden alle Informationen mittels eines Adapters über das hausinterne Stromnetz übertragen. Das heißt: Der Adapter wird in einem Raum in die Steckdose gesteckt und über ein Ethernet-Kabel mit dem gewünschten Gerät verbunden, ein zweiter „holt die Daten“ im gewünschten Raum wieder heraus. Der Vorteil für den Verbraucher: Für Powerline sind keine besonderen Netzwerkkennnisse erforderlich, zudem lassen sich auch schnell und einfach Verbindungen über mehrere Stockwerke hinweg realisieren. Zu beachten sei aber hierbei: Nur Adapter mit hoher Datenrate (200 Megabit pro Sekunde oder mehr) eignen sich für Videos.

Der Server als Datenpool

Denkt man bei dem Begriff Server immer an einen Hochsicherheitstrakt, in dem sensible Daten verwaltet werden, so wird man in Sachen Heimvernetzung eines Besseren belehrt. Musik, Fotos und Videos liegen in einem Netzwerk auf einem zentralen Speicher. Als Server können Desktop-PCs oder Notebooks eingesetzt werden, aber auch Geräte zur Audio- und Video-Wiedergabe. PCs lassen sich schnell in einen Server verwandeln. Benötigt wird hierfür nur ein entsprechendes Programm.

Der Windows Media Player ist als Medien Server auf vielen Rechnern installiert. Die Version 11 kann das Programm Medien-Dateien nicht nur abspielen, sondern auch ins Netzwerk übertragen. Allerdings sind die Möglichkeiten des Microsoft-Betriebssystems etwas eingeschränkt. Der Anwender hat wenig Einfluss auf die Darstellung seiner Medien-Bibliothek auf anderen Geräten. Spezielle Server-Programme, die es von verschiedenen Herstellern gibt, bieten mehr Komfort. Sie erlauben umfangreiche Suchfunktionen, stellen den Titelkatalog übersichtlich dar und geben auch Web-Radio-Stationen im heimischen Netzwerk aus, Server lassen sich überall in der Wohnung aufstellen. Auch mehrere Datenspeicher im selben Netzwerk sind möglich. Die

Urlaubsfotos müssen also nicht vom PC im Arbeitszimmer auf einen anderen Computer kopiert werden, um sie im Netzwerk zu verbreiten. Es können sogar mehrere Server-Programme gleichzeitig auf einem Computer laufen. Das ist nötig, wenn Player und Abrufgeräte zum Einsatz kommen, die einen bestimmten Server als Gegenstück verlangen. Jedes Foto, Video oder Musikstück muss dabei trotzdem nur einmal auf der Festplatte gespeichert sein. Es wird einfach von zwei verschiedenen Server-Programmen gelesen und im Netzwerk verteilt. Einen wichtigen Gegenpart zum Server spielt der Client. Server und Client müssen dieselbe Sprache sprechen. Ein Client bedient sich aus dem Datenpool und ermöglicht die Wiedergabe der gespeicherten Daten.

Netzwerk-Standards

Die Abkürzung DLNA steht für „Digital Living Network Alliance“. Diese Allianz ist ein Zusammenschluss von fast 250 Firmen aus der Unterhaltungselektronik, der Computer- und der Telekommunikationsbranche. Die Allianz stellt Richtlinien auf, die das Zusammenspiel verschiedener Geräteklassen regeln. Zusätzlich entwickelt sie Kompatibilitätstests sowie Zertifizierungsprogramme und verleiht DLNA-Logos an die zertifizierten Produkte. Geräte, die das DLNA-Logo tragen, sind somit in der Lage, miteinander zu kommunizieren.

Der Standard Universal Plug and Play (UPnP) dient zur herstellerübergreifenden Ansteuerung von Geräten (Stereoanlagen, Router, Drucker, Haussteuerungen) über ein IP-basierendes Netzwerk. Es baut auf einer Reihe von standardisierten Netzwerkprotokollen und Datenformaten auf. UPnP wurde ursprünglich von der Firma Microsoft eingeführt; heute spezifiziert das UPnP-Forum den UPnP-Standard und zertifiziert Geräte, die dem Standard entsprechen.

Apple geht im Bereich der Netzwerk-Standards eigene Wege: Das Jukebox-Programm iTunes und alle damit verbundenen Clients wie iPod, iPhone, iPad oder Apple-TV verstehen kein Universal Plug and Play (UPnP). Das heißt: Wer mit Netzwerk-Geräten anderer Hersteller auf die iTunes-Mediathek zugreifen will, muss zusätzlich einen UPnP-Server installieren – ein Zugang zu kopiergeschützten Videos aus dem iTunes-Store ist allerdings trotz UPnP-Installation nicht möglich.

PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia PluralMedia – Heimvernetzung ist kein Trend!

Jeder Trend ist irgendwann zu Ende. Doch Heimvernetzung ist kein Trend, es ist eine technologische Entwicklung.

Eine Entwicklung, die das Leben der Menschen verändert. Die Preise für Geräte im Bereich Heimnetzwerk sind im Grunde für jeden erschwinglich geworden sowie mittlerweile in vielen Geräten wie Fernsehern oder Verstärkern integriert. So schlummern in vielen Haushalten bereits mehrere netzwerkfähige Endgeräte, ohne miteinander verbunden zu sein – ein gewaltiges Potential und eine Marktlücke für den cleveren Fachhändler dazu. Denn selbst die technisch versierteren Konsumenten, die HDMI oder Chinch Kabel heute selbst verlegen, kapitulieren beim Thema Routerprogrammierung.

Während bei den Standard-Dienstleistungsangeboten wie Lieferung und Inbetriebnahme im Fachhandel oftmals eine Verrechnung wegverhandelt wird, ist die Akzeptanz, für hochwertigen Service im Bereich Heimvernetzung den entsprechenden Preis zu zahlen, vorhanden.

Der Fachhandel muss heute eine klare Entscheidung treffen: Löse auch ich mich vom meinem Servicepersonal und von dem damit verbundenen Kostenblock oder qualifiziere ich mein Personal so weit, dass ich ganzheitliche Lösungen, bestehend aus Produkten und Dienstleistung, anbieten kann und empfehle mich damit in meinem Einzugsgebiet als kompetenter Partner innovativer Technik. Die einzige Qualifizierung, die einen offiziellen Stellenwert genießt, ist PluralMedia.

Dabei stellt PluralMedia – neben der Vermittlung der notwendigen Kernkompetenzen – sicher, dass immer der aktuellste technische Standard geschult wird. PluralMedia beobachtet die Entwicklung und nimmt dann die Inhalte in die Schulungskonzepte auf, wenn die Marktreife beispielsweise durch die ausreichende Verfügbarkeit von Produkten gesichert ist.

Für Rückfragen steht zur Verfügung:

Dr. Ralph K. Metternich

PluralMedia Kommunikation

www.pluralmedia.de



POs-MAIL INHALT

Im Gespräch mit Sebastian Boss, System Designer bei media@home Jokesch in Düsseldorf ... 4

Das media@home Konzept von Euronics ... 4

Termine ... 4

UE-Aktuell ... 6

UE-Neuheiten ... 6, 30

VideoWeb baut Programm für Stützpunkthändler aus ... 8

Philips Smart TV: Maximale Konnektivität ... 9



Die neue Sharp Führung hat ambitionierte Pläne ... 10

Willkommen bei LG Cinema 3D ... 11

LTE kann Störungen beim Fernsehempfang verursachen ... 12

Pioneer: Beats für Designfreunde ... 13

Satellitentechnik ... 14

Samsung und der Fachhandel: Gemeinsam zum Erfolg ... 15



Samsung: Perfekt abgestimmtes Produktsortiment ... 16

Neue TV-Generation Samsung Smart TV: Smarte Produkte für ein smartes Leben ... 18



Car Media ... 19

Messe zeigt Trends des mobilen Infotainments: Auf zur Amicom ... 20



Boomprodukt Tablet-PC ... 22

Comodo Console : 100 Anwendungen mit zwei Klicks ... 23

Noch längere Lebensdauer für Varta Batterien ... 23

MobileWorld legt neues Kooperationsmodell auf ... 24

CeBIT mit klarerer Struktur ... 25



TK-Nachrichten ... 26, 27

Informationstechnologie ... 28

Business Forum Imaging Cologne 2011: Imaging Innovationen ... 29

Kleinanzeigen ... 30

Impressum ... 30

Im Gespräch mit Sebastian Boss, System Designer bei media@home Jokesch in Düsseldorf

„Haben Sie eine Digitalkamera?“



Sebastian Boss

Heimvernetzung ist ein Thema, das dem qualifizierten Fachhandel neue spannende Ansätze für eine zielgruppen-gerechte Beratung bietet. Es stellt ihn aber auch dank seiner Vielseitigkeit vor zahlreiche Herausforderungen. media@home Jokesch in Düsseldorf hat sich in Sachen „Vernetztes Zuhause“ professionell aufgestellt. PoS-MAIL sprach mit System-Designer Sebastian Boss über Möglichkeiten, Trends und Marketingmaßnahmen.

PoS-MAIL: Herr Boss, wie erklären Sie Ihren Kunden die Bedeutung und

die Möglichkeiten des Themas „Vernetztes Zuhause“.

Sebastian Boss: Der Bedarf eines Kunden lässt sich oftmals mit der Frage: „Haben Sie eine Digitalkamera?“ ermitteln. Kunden, die diese Frage mit „Ja“ beantworten, sind meistens in der Lage, sehr schnell die Vorzüge der Vernetzung zu erkennen. Das Betrachten von eigenen Fotos und Videos auf dem TV-Gerät, ohne dass ein USB-Stick oder eine DVD als Medium zum Einsatz kommen müssen, beeindruckt die Kunden dann oftmals. Wir stellen auch gerne die Frage, ob Fotos von Familie und Freunden per E-Mail empfangen werden. Damit wissen wir sehr schnell, ob ein Internetanschluss zur Verfügung steht. Hier können wir dann ganz gut auf das Gespräch aufbauen und auf weitere Vorzüge der vernetzten Möglichkeiten hinweisen. Generell gibt es zwei Kundentypen, die sich für das Thema Heimvernetzung interessieren: der TV-User, der sich für die Funktionen rund um Fotos, Videos und Film interessiert, und der Audio-User, der gerne Musik im ganzen Haus hören möchte.

PoS-MAIL: Was sind die aktuellen Trends in Sachen Heimvernetzung?

Sebastian Boss: Derzeit zeichnen sich drei wesentliche Trends ab. Das sind zum einen Smart TVs mit Zugriff auf Mediatheken und Video-on-Demand-Dienste, dann Multiroom-Audio, also Musik im ganzen Haus, z. B. über Web-Radio, und nicht zuletzt HbbTV, als Nachfolge von Videotext. Nach 3D wird außerdem häufig gefragt; in der Praxis sieht es aber so aus, dass es noch nicht so häufig genutzt wird. Es zählt somit für uns nicht zu den „must-have“-Kriterien für ein perfektes Bild.

PoS-MAIL: Wie schätzen Sie das derzeitige Interesse der Kunden zum Thema Vernetztes Zuhause ein?

Sebastian Boss: Es gibt tatsächlich noch viele Kunden, die behaupten, sie bräuchten kein vernetztes Zuhause. Dabei haben sie die Basis für ein Multimedia-Netz bereits im Haus: den DSL Router. Unsere Devise lautet dann: Keine Angst vor dem Multimedia-Netz. Andere Kunden wiederum fragen ganz explizit nach Multimedia-Funktionen. Sie haben sich bereits über Möglichkeiten in der Fachpresse und in einschlägigen Medien informiert. Die Nachfrage erfreut sich steigender Tendenz.

PoS-MAIL: Wie gehen Sie auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden ein – nicht jeder hat die

gleichen Einsatzmöglichkeiten für ein vernetztes Heim.

Sebastian Boss: Ein vernetztes Heim bedeutet nicht immer gleich, dass mehrere Abspielgeräte bzw. Flat-TV's im Einsatz sein müssen. Viele Kunden verstehen unter dem Begriff Vernetztes Zuhause auch Multimedia Anwendungen oder einen simplen USB-Anschluss. Grundsätzlich unterscheiden sich hier unsere Projekte in Immobilien mit vielen Räumen (Strukturierte Verkabelung und Planung ab Rohbau/Sanierung inkl. Antennenanlage und Netzwerkplanung) und einfachen Mietwohnungen mit begrenzten Ausbaumöglichkeiten. Es reicht also vom simplen NAS Laufwerk bis zum Multimediane-Netz mit Video/Audio Streaming und Mediensteuerung.

PoS-MAIL: Welche Marketing-Maßnahmen kommen bei Ihnen rund um das Thema Heimvernetzung zum Einsatz?

Sebastian Boss: In unserem Showroom haben wir viele Möglichkeiten für Demonstrations-Zwecke. Alle Flat TV's haben einen funktionierenden Internetanschluss, und wir zeigen z. B. die Nutzung von Facebook und Twitter auf ausgewählten Produkten. Zudem haben wir im Internet eine Vielzahl an Ratgebern online gestellt, die u. a. die Themen Heimvernetzung und Multimedia aufgreifen. Diese Ratgeber von media@home gibt es zudem als Handout für unsere Kunden. Neu ist unsere Facebook-Unternehmensseite, die interessierte Kunden regelmäßig mit aktuellen News rund um das Thema versorgt.

PoS-MAIL: Wie werden Sie seitens der Hersteller in Sachen Marketing unterstützt?

Sebastian Boss: Die Ratgeber sind Teil des media@home Konzepts von Euronics. Von Herstellerseite gibt es immer wieder Marketing-Aktionen zu dem Thema. Allerdings ist in den Katalogen und Printmedien derzeit 3D das beherrschende Thema. Einen besonderen Ansatz in Sachen Netzwerklösungen bietet Loewe. Die aktuellen LED-Modelle sind alle mit umfangreichen Online-Features ausgestattet.

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

Das media@home Konzept von Euronics

Für den spezialisierten Fachhandel bietet die Euronics Verbundgruppe das Premiumkonzept media@home, das mittlerweile an 64 Standorten in Deutschland erfolgreich vertreten ist. Patrick Schwarzhaupt, Leiter spezialisierter Fachhandel/media@home bei Euronics über die Vorteile des Konzepts:

„Hochwertige Produkte und individuelle Lösungen stehen zunehmend im Fokus der Verbraucher. Für den spezialisierten Fachhandel gilt es, diese Produkte und deren Anwendungsmöglichkeiten nicht nur zu erklären, sondern auch erlebbar zu machen. Das Euronics Premiumkonzept media@home, das mittlerweile an 64 Standorten in Deutschland erfolgreich vertreten ist, setzt genau dies um. Wer ein media@home Fachgeschäft betritt, den erwartet Wohlfühlatmosphäre, gepaart mit Markenqualität und kompetenter Beratungsleistung und abgestimmt auf die verschiedensten Kundenwünsche. Als Zentrale ist es eine unserer Aufgaben, die Mitglieder optimal zu beraten. Neben der Standortanalyse begleiten wir daher auch bei Bankgesprächen und der Personalsuche, bis hin zum eigentlichen Ladenbau und zur Sortimentspflege. Hinzu kommen umfangreiche Marketingmaßnahmen wie Beilagen, Mailings und Händlerseiten im Internet. Durch media@home kann ein Fachhändler sein Profil als Spezialist für Unterhaltungselektronik beim Endverbraucher nachhaltig schärfen. Das Konzept bewährt sich seit 2005 und unterliegt ständiger Optimierung. Das Interesse sowohl auf Seiten der Fachhändler als auch bei den Endverbrauchern ist groß. Auch für 2011 stehen noch Eröffnungen auf dem Plan – die Erfolgsgeschichte geht also weiter. Interessenten, die am Konzept teilnehmen wollen, steht unser Außendienst für Gespräche zur Verfügung und berät vor Ort bzw. prüft, ob das Konzept umgesetzt werden kann.“



Patrick Schwarzhaupt

Branchen-Termine

April bis Mai 2011

9.–13.4. **Amicom 2011** – Messe Leipzig – Parallel zur Amitec, Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service, und der Amistyle, Die Messe für Car-Styling, Individualisierung, Umrüstung und Service, zwei weitere Messen mit dem Fokus Aftersales statt.
<http://www.amicom-leipzig.de>

12.4.–26.5. Unter dem Motto „**Philips unlimited Roadshow 2011**“ geht Philips ab April mit einer großen Roadshow auf Tour durch Deutschland und Österreich. Ziel ist es, den Einkäufern und Verkäufern des Handels die Produktneuheiten von Consumer Lifestyle zu demonstrieren, aber auch intensiv zu erklären.

Termine:

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

5.–8.5. **CAR + SOUND 2011** Messe Friedrichshafen – Als internationale Leitmesse für mobiles Info- und Entertainment zeigt die Car + Sound rund 100.000 Fachbesuchern und Privatkunden, welche Techniken im Auto für die Unterhaltung, Kommunikation und Navigation eingesetzt werden können.
<http://www.carandsound.com>

11.–12.5. **7. IT-Profits** – Berlin Auf dem Forum der 7. IT-Profits dreht sich alles rund um IT-, Web- und Mobile-Services.
<http://www.it-profits.de>

17.–21.5. **Händler-Hausmesse bei Hama** Umfangreiches Zubehörsortiment mit rund 18.000 Produkten. Jedes Jahr ungefähr 4.000 Neuzugänge. Auf mehr als 2.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche werden Produktneuheiten vorgestellt, Präsentationen und Ideen für den PoS gezeigt und natürlich das breite Zubehörsortiment für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Mobile Kommunikation, Foto, Video und Weiße Ware dargestellt. Ein zusätzlicher, 200 Quadratmeter großer Schnäppchenmarkt lockt mit unzähligen lukrativen Messeangeboten quer durch alle Sortimente. Informativ, speziell auf den Handel zugeschnittene Verkaufstrainings und Workshops. Anmeldungen ab sofort möglich.
www.hama.de/hausmesse

19.–22.5. **High End 2011** – M.O.C. München – Der beste Ton – das beste Bild – Donnerstag, 19. Mai, nur für Fachbesucher.
<http://www.highendsociety.de>

CASIO.

Eva Padberg featuring FRIDAY GOLD



Die neue EXILIM TRYX

Ungewöhnliches Design. Eine Linse, ein Display, ein Rahmen. Drei simple Elemente, die das ewig gleichgebliebene Design von Digitalkameras revolutionieren und die EXILIM TRYX von einem bloßen Gebrauchsobjekt zum Accessoire erheben.

Ungesehene Bilder. HDR, HDR Art, Full HD Video und Panorama-Funktion. Fotos in HDR. Kunstwerke mittels HDR Art-Technologie. Filme im Full HD-Modus. Szenarien in 21 mm Weitwinkel. Atemberaubende Panoramen. Auf einen Knopfdruck mit EXILIM TRYX.

Ungeahnte Perspektiven. Schwenkbarer Rahmen, drehbares Display. Fotografieren frei und ohne Limits. Der typische EXILIM TRYX-Rahmen ist Stativ, Aufhängung, Haltegriff für Selbstporträts und Winkel zum Um-die-Ecke-Fotografieren zugleich.

Unglaubliche Geschwindigkeit. EXILIM Engine HS. Highspeed-Bildverarbeitung trifft auf Highspeed-Technologie: hohe Geschwindigkeit beim Starten, der Reaktion, im Fokus, Quick Response-Funktion sowie detailreiche Nachtaufnahmen durch High-sensitivity CMOS Sensor.

Unerreichte Technik. Motion-Shutter, Touchscreen, Eye-Fi. Ein Foto durch eine Geste auslösen. Über den Touchscreen durch die Galerie gehen. Und durch einfache USB-Verbindung über den PC direkt hochladen. Fertig.



Normal



HDR



HDR Art

www.twistyourtryx.com



EXILIM TRYX

UE



Pos Aktuell

Oliver Kuhlen neuer Sales Director ISP bei LG

Ab dem 1. April 2011 ist Oliver Kuhlen (42) neuer Sales Director für die Business Unit ISP bei LG und zeichnet damit für sämtliche Vertriebsmaßnahmen in diesem Bereich verantwortlich. Kuhlen übernimmt die Position von Stefan Tiefenthal, der das Unternehmen Ende

Oliver Kuhlen

des Jahres 2010 verlassen hat. Oliver Kuhlen war zuvor zehn Jahre beim Drucker- und MPS-Spezialist OKI Systems Deutschland in verschiedenen leitenden Management Positionen tätig. Zuletzt zeichnete er dort als Vertriebsleiter für das deutschlandweite Channel- und Key Account-Business verantwortlich. Davor hatte Kuhlen unter anderem bei der Lexmark GmbH und der Xerox GmbH strategische Vertriebspositionen inne. Mit seiner umfangreichen B2B-Expertise wird er das Geschäftskunden-Business im Bereich ISP weiter vorantreiben.

www.lge.de

TV-Markt kann weltweites Wachstum verzeichnen

Aktuellen Statistiken des Marktforschungsunternehmens DisplaySearch zufolge wurden im vierten Quartal des vergangenen Jahres weltweit 77,6 Mil-

lionen TV-Geräte verkauft. Dies ergab eine Steigerung nach Stückzahl um 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die einzige Region, in der ein Rückgang von 2 Prozent der Verkaufszahlen verzeichnet wurde, war China. Grund hierfür war, dass das schnelle Wachstum bei LCD- und Plasma-TV-Geräten die rapide sinkenden Verkäufe von Röhren-Fernsehern nicht ausgleichen konnte. Den weltweiten Löwenanteil machten mit insgesamt 82 Prozent Geräte mit LCD-Bildschirm aus. Rund 30 Prozent der LCD-TV-Geräte wurden mit LED-Hintergrundbeleuchtung ausgeliefert. Plasma-Displays konnten um ein Fünftel auf rund sieben Prozent Marktanteil zulegen. Der Anteil der 3D-fähigen Fernsehgeräte stieg auf neun Prozent. Laut DisplaySearch wird die Liste der Hersteller von Samsung mit einem Anteil von 21,4 Prozent angeführt (plus 2 Prozent). Dahinter liegen Sony (14,2, plus 34 Prozent), LG (12,7, plus 18 Prozent), Panasonic (8,3, plus 13 Prozent) und Sharp (8,1, plus 67 Prozent).

www.displaysearch.com

Siegfanz verlässt Sharp

Zum Ende des laufenden japanischen Geschäftsjahres verlässt Petra Siegfanz am 31. März 2011 die Sharp Electronics GmbH. In den vergangenen fünf Jahren verantwortete sie hier den Bereich des Manager Marketing Consumer Electronics & Home Appliances für Deutschland und Österreich. Siegfanz blickt auf 14 Jahre in der Branche der Unterhaltungselektronik zurück und widmet sich einer



Petra Siegfanz

neuen beruflichen Herausforderung. Die Aufgaben von Petra Siegfanz übernimmt bis auf weiteres Herman Karabetyan, der seit November 2010 als Division General Manager Sharp Electronics Deutschland/Österreich verantwortlich zeichnet.

www.sharp.de

Vier iF Design Awards für Sony

Bei der diesjährigen Verleihung des iF Design Awards erhielt Sony vier „Gold Awards“ für außergewöhnliche Designleistungen. Ausgezeichnet wurden im Rahmen der feierlichen Gala die Handycam NEX-VG10, der Bravia Fernseher NX805, die Systemkamera NEX-5 sowie die Projektoren VPL-FX500L und VPL-FX30. Der iF Design Award ist einer der weltweit renommiertesten Designwettbewerbe. In diesem Jahr wurden beinahe 3.000 Produkte eingereicht, von denen 50 einen „Gold Award“ erhalten haben.

www.sony.de

LG Electronics zieht von Willich nach Ratingen-West

Einem Bericht der Rheinischen Post zufolge zieht der koreanische Elektronik-Konzern LG Electronics im Sommer dieses Jahres mit mehr als 300 Mitarbei-

tern von Willich nach Ratingen West. Neuer Firmenstandort soll ein bereits bestehendes Gebäude an der Berliner Straße werden. In den vergangenen Jahren habe es bei LG mehrmals Überlegungen bezüglich eines Umzugs gegeben, heißt es weiter. Grund hierfür sei das Wachstum des Unternehmens. Der Mutterkonzern LG beschäftigt weltweit mehr als 84.000 Mitarbeiter weltweit. Das Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatz von 44,7 Mrd. US-Dollar.

www.lge.de

HbbTV auf LCD-Fernsehern von Sony

Die neuen Bravia-LCD TVs sind fit für HbbTV. Sie ermöglichen uneingeschränkten Zugriff auf die Online-Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender (ARD, ZDF und Arte) sowie bei der ARD weiterführende Informationen zu TV-Themen plus übersichtlicher, elektronischer TV-Programmführer mit Bildern, Suchfunktion und Video-Vorschau. Mit der Bravia Internet Video Funktion stehen Online-Videos von ProSieben, SAT.1 und kabeleins kostenlos zum Anschauen zur Verfügung. Hinzu kommen weitere kostenfreie Video-Kanäle wie zum Beispiel YouTube oder „DFB Highlights“. Wer Lust auf Kino-Blockbuster hat, wird bei der Online-Videothek „Qriocity“ fündig. Hier kann jeder die neuesten Videofilme aller bekannten Filmstudios direkt aus dem Internet abrufen und im Wohnzimmer anschauen. Die Videos kosten in SD- oder HD-Qualität zwischen 2,99 und 5,99 Euro. Darüber hinaus gibt es über sechs Millionen Musiktitel beim „Music

Unlimited“ Service von „Qriocity“. Ab 3,99 Euro im Monat kann jeder seine Lieblingsongs über viele netzwerkfähige Produkte von Sony abspielen. Wenn das alles nicht reicht, der kann jede beliebige Website ansteuern, um exakt das zu sehen oder zu hören, was er möchte. Der in allen neuen internetfähigen Bravia LCD-Fernsehern integrierte Browser macht es möglich. Auch Video-Telefonate mit Freunden oder der Familie via Skype gehören ab sofort zum Repertoire der neuen LCD-Fernseher von Sony, denn alle Sony Internet TV-Modelle sind für Skype vorbereitet und benötigen nur noch die optional erhältliche Kamera mit eingebautem Mikrofon.

www.sony.de

Panasonic bietet Geld-zurück-Aktion bei HD-Recordern

Kunden, die im Zeitraum vom 10. März 2011 bis zum 30. April 2011 einen Panasonic Recorder kaufen, der für das HD-Zeitalter gerüstet ist, bekommen von Panasonic 100 Euro vom Kaufpreis erstattet. Die Aktion gilt beim Kauf eines HD-Recorders mit der Produktbezeichnung DMR-BS750, DMR-BS850, DMR-BS785 oder DMR-BS885. Die Kunden müssen sich dazu einfach online registrieren, ein Aktionsdatenblatt sowie den Originalkaufbeleg bis zum 10.05.2011 (Poststempel zählt) einschicken und erhalten bei korrekter, vollständiger Angabe der Daten die Summe von 100 Euro in Form eines Orderschecks zurückerstattet.

www.panasonic.de

Pos Neuheiten

Zwei neue Kompaktkameras von General Imaging

General Imaging hat zwei neue Kompaktkameras im Programm, die sich wie die Schwestermodelle durch einfache Bedienung und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen. Die GE E1450 wendet sich an alle, die eine einfache Kamera für den alltäglichen Fotospaß suchen, die GE J1470S kommt als Weiterentwicklung der ersten Point-and-Shoot-Kamera mit versenkbarem USB-Anschluss auf den Markt. Die GE E1450W kombiniert schlankes Aluminium-Design mit intelligenten, intuitiven Funktionen. Sie bietet unter anderem HD-Video, ein Fünffach-Zoomobjektiv mit 28 mm Weitwinkel und Bildstabilisierung. Weitere Ausstattungsmerkmale sind



die 14-Megapixel-Auflösung, der 2,7-Zoll-LCD-Bildschirm, Auto Panorama (horizontal und vertikal), der Li-Ionen-Akku und Features wie automatische Szenenerkennung, 20 Motivprogramme, Gesichts-, Lächel- und Blinzelerkennung, Rote-Augen-Korrektur und Portraitfunktion. Die Kamera wird zum unverbindlichen Verkaufspreis von 119 Euro in den Farben Schwarz, Silber und Rot erhältlich sein.

Nachdem 2010 die branchenweit erste Point-and-Shoot-Kamera mit einem versenkbaren USB-Anschluss vorgestellt wurde, hat GE diese Funktion in der Kamerageneration 2011 verfeinert. So ist das Hochladen von Fotos jetzt ebenso einfach und bequem wie die Ladung des Akkus. Die GE J1470S bietet darüber hinaus 14 Megapixel Auflösung, ein Siebenfach-Zoom-Objektiv, HD-Video, Auto Panorama (horizontal und vertikal), automatische Szenenerkennung, 20 Motivprogramme und ein 7,6 cm großes LC-Display. Viele weitere GE-typische Features wie Gesichts-, Lächel- und Blinzel-erkennung, Rote Augen Korrektur und Portraitfunktion erweitern das Leistungsportfolio dieser Kamera der Smart Serie, die ab Mai zu einem UVP von 129,99 Euro in den Farben Schwarz, Silber und Rot erhältlich sein wird.

www.general-imaging.com

Surround Sound-Lautsprecher mit Kinoqualität von Logitech

Mit den Logitech Surround Sound Speakers Z906 können Audiofans künftig jedes noch so feine Sounddetail aus Filmen, Spielen und Musiktracks genießen. Das neue Lautsprechersystem mit einer Effektivleistung von 500 Watt ist THX-zertifiziert. Soundtracks im Dolby Digital- oder DTS-Format wandelt die digitale 5.1-Decodierung in detailreichen Surround-Sound um – vom Aufschrei der Menge bis hin zu sich von hinten annähernden unheimlichen Schritten in Thrillern. Wer wummernde Bässe liebt, dem liefert der 165 Watt starke Subwoofer mit seitlich gerichtetem Bassreflexrohr reine, verzerrungsfreie Tiefen. Die Logitech Surround Sound Speakers Z906 klingen nicht nur gut, sie fügen sich auch perfekt in jedes Wohnzimmerambiente ein. Bis zu sechs Audiogeräte können gleichzeitig angeschlossen werden – beispielsweise Fernseher, DVD-Player oder -Recorder, Blu-Ray-Player, Xbox 360, Playstation 3, Wii, iPod und sogar ein PC oder ein Mac Notebook. Und mit ihrem klar lesbaren Display und dem leicht integrierbaren Design passt die Bedienkonsole perfekt zu jedem Home-Entertainment-System. Das Hörvergnügen ganz komfortabel von der Couch aus steuern – die passende Fernbedienung macht es mög-



lich. Und die wandmontierbaren Satellitenlautsprecher verwandeln jedes Zimmer in ein echtes Heimkino. Die Logitech Surround Sound Speakers Z906 sind ab sofort zu einer UVP von 349 Euro verfügbar.

www.logitech.com

Samsungs neuer Heimkinoprojektor kann 3D und 2D

Der neue Samsung Projektor SP-A8000 verwandelt das Wohnzimmer dank Active Shutter Technologie in einen Kinosaal und projiziert plastische Bilder sowohl in 3D als auch in 2D. Mit dem neuen SP-A8000 von Samsung können Nutzer selbst entscheiden, wann sie 3D sehen wollen. Die Intensität der Tiefenwirkung lässt sich bequem per Fernbedienung an die individuellen Bedürfnisse anpassen. Der SP-A8000 verfügt über die von Samsung eigens entwickelte Bildoptimierungs-Technologie 3D HyperReal Engine. Sie analysiert das Bildsignal und optimiert Farbgebung, Kontrast und Bewegungen – egal ob bei 2D- oder 3D-Inhalten. Der Projektor arbeitet mit einem Kontrastverhältnis von 10.000:1 und einer Auflösung

von 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Die maximale Projektionsdiagonale beträgt rund sechs Meter. Dank einer HDMI-1.4-Schnittstelle kann der SP-A8000 mit verschiedensten Endgeräten verbunden werden.

www.samsung.de

„Music Unlimited“: Online-Service von Sony

Ab sofort gibt es „Music Unlimited powered by Qriocity“ auch in Deutschland. Ab 3,99 Euro im Monat können alle internetfähigen Bravia LCD-Fernseher, Blu-ray-Player, Heimkino-Systeme und die PlayStation 3 auf über sechs Millionen Hits und Klassiker zugreifen. Neben Vaio Notebooks kann auch jeder PC das „Music Unlimited“-Angebot von Sony abrufen. Der Service steht den Nutzern in zwei verschiedenen Varianten zur Verfügung: Das Basis-Angebot ermöglicht den Zugriff auf Dutzende individueller Musik-Kanäle – eingeteilt in Genres wie Rock, Klassik oder Jazz. Zudem besteht die Möglichkeit, seine Favoriten nach jeweiliger Stimmung auszuwählen. Hier stehen maßgeschneiderte Kanäle für Party, Entspannung und Co. zur Auswahl. Das Premium-Angebot für 9,99 Euro monatlich ermöglicht den Nutzern die Suche nach ihren Lieblings-Songs, die in persönlichen Playlisten zusammengefasst werden können. Außerdem können jederzeit die ständig aktualisierten Top 100 verschiedener Länder abgerufen werden.

www.sony.de

Ab 15. April auf **videociety.de**

I SAW THE DEVIL

Der schnellste Weg zum Filmvergnügen:

Direkt aus dem Web auf Ihren Blu-ray Player!



Einmalig und nur bei videociety finden Sie actionreiche Blockbuster in HD-Qualität und Dolby 5.1 Surround Sound zum Abruf bereit – direkt per Fernbedienung auf Ihren Fernseher! Bestimmen Sie einfach selbst, wann Sie welchen Film sehen wollen. Registrieren Sie sich einmalig und kostenlos unter www.videociety.de. Fordern Sie kostenlos unsere videociety Blu-ray™ Zugangs-Disc an – und schon kann es losgehen.

Keine Grundgebühren. Keine Vertragsbindung. Alle Genre FSK 0-18, 48 Stunden leihen.

Um das videociety Angebot zu nutzen, benötigen Sie einen Blu-ray™ Player mit BD-Live (Profile 2.0) oder eine Sony Playstation 3 sowie einen schnellen Breitband-Internetanschluss (4Mbit/s oder höher).

www.facebook.com/videociety

videociety 

VideoWeb baut Programm für Stützpunkthändler aus



VideoWeb bietet seinen Fachhandelspartnern attraktives PoS-Material – Verkaufsargumente gibt es inklusive.

Filmreifer Support

VideoWeb kündigt den Ausbau seines Stützpunktprogramms an. Dazu zählt die Möglichkeit, Demo-Geräte zum halben Preis sowie attraktive Aufsteller und Poster-Material für den HD-Kino-Bereich zu bestellen. Verkaufsargumente gibt's inklusive.

VideoWeb TV-Portals aktuell abrufbaren neuesten Blockbuster-Angeboten und kleine Aufsteller für die Boxen. Hinzu kommt ein besonderer und unübersehbarer Eyecatcher, mit dem der Stützpunkthändler seinen Verkaufsraum zum Showroom aufmöbeln kann: manns-hohe Papp-Aufsteller zu den Top Acts aus der Kinoszene, die alle Blicke auf sich ziehen. Die Aufsteller ziehen gleichzeitig das Augenmerk auf den von VideoWeb ständig verbesserten exklusiven HD-Kino-Service. Die Kunden können die geliehenen Topfilme jetzt noch länger genießen. Die Leihdauer der per VideoOnDemand verfügbaren Blockbuster ist ab sofort von 24 auf 48 Stunden bei gleichem Preis verdoppelt worden. Mit dem besonderen HD-VoD-Premium-Service haben VideoWeb-Kunden die Möglichkeit, per Internet über ihren Satellitenreceiver im Wohnzimmer aktuelle Blockbuster auf Abruf in Top-Qualität bis hin zu HD zu genießen. Bereits wenige Monate nach Kinostart bzw. oft zeitgleich zum

DVD- und Blu-ray-Verkaufsstart können sie bequem vom Wohnzimmer-sofa aus und in Top-Qualität die großen Erfolge von Paramount Pictures, NBC Universal, 20th Century Fox, MGM, Tele München, Sony Pictures und Warner Bros. genießen.

Kino-Feeling per VideoOnDemand

Verkaufsfankierend gibt VideoWeb seit März einen extra Kino HD Newsletter monatlich, und zwar immer zur Mitte des Monats, heraus, der gleich mit einem Gewinnspiel startet. „Für VideoWeb zählt der ‚HD Kino‘-Service zu den zentralen Inhalten des VideoWeb TV-Portals“, betont Matthias Greve, CEO VideoWeb. „HDTV-Blockbuster sind der prädestinierte Content, der neben der Kinoleinwand nur auf dem Fernseher voll zur Geltung kommt und das TV-Gerät wieder im Mittelpunkt des Wohnzimmers positioniert. Zudem spielen wir hier unsere besonderen technischen Stärken wie etwa die kundenfreundliche Sofort-Start-Technik aus.“ Mit

„HD Kino“, einem besonderen Dienst, der im Rahmen eines Servicevertrages von On Demand Deutschland bereitgestellt wird, hatte VideoWeb beim Marktstart eine Innovation auf den Markt gebracht. Zum ersten Mal können Anwender seitdem mit der Sofort-Start-Technik die Filme ohne Wartezeit auf einem HD-Fernseher starten und anschauen. Den ungetrübten Kino-Genuss auf dem heimischen Fernseher ermöglichen spezielle und komfortable innovative Technologien, die VideoWeb in den VideoWeb 600S integriert hat. Mit der besonderen Sofort-Start-Technik entfällt das zeitaufwendige Downloaden von Daten. Der Stream von HD-Filmen startet sekundenschnell nach der Titelauswahl. HDTV-Video on Demand ist in dem innovativen Satelliten-Receiver standardmäßig integriert. Durch Verwendung modernster Kompressionsverfahren ist „HD Kino“ auch bei kleiner DSL-Anbindung verwendbar. Filme in DVD-Qualität benötigen weniger als 2 Mbit/s und HD-Filme 4 Mbit/s verfügbare Bandbreite. Ein schneller DSL-Anschluss mit 10 oder mehr Mbit/s (z. B. 16, 25 oder 50 Mbit/s) ist nicht notwendig.

Filmgenuss ohne Abo-Verpflichtung

VideoOnDemand ist als Alternative zur CD und Videothek bald nicht mehr aus dem Wohnzimmer wegzudenken und eines der stärksten Verkaufsargumente für den Handel, wenn es um moderne Set-Top-Boxen wie den VideoWeb 600S geht. VideoWeb sieht ein enormes Potential bei aktuellem Hollywood-Content und für Blockbuster, die per VoD über neueste Unterhaltungselektronikgeräte wie dem Hybridreceiver VideoWeb 600S und das zugehörige VideoWeb TV-Portal zeitgleich mit DVD und Blu-ray auf dem Fernseher verfügbar sind. „HD Kino“ ist zudem kein Abonnement wie klassisches Pay-TV.

Der Kunde zahlt jeden Film einzeln (zwischen 1,99 Euro und 5,99 Euro je nach Aktualität) und bestellt aktuelle Blockbuster oder großartige Library-Filme ganz einfach vom Sofa aus, wann immer er es möchte. Die kostenpflichtigen Angebote zahlt der VideoWeb-600S-Besitzer je Film ohne Abo-Verpflichtungen bequem per Kreditkarte oder Bankeinzug.

Der HD-Kino-Service auf dem VideoWeb TV-Portal wird laufend erweitert und verbessert und bietet doppelte Leihdauer der Blockbuster bei gleichem Preis. „Mit unseren neuen Angeboten für die Stützpunkthändler kommen wir insbesondere den Wünschen der Handelspartner nach, die ihren Kunden anschauliche Beratungsgespräche bieten wollen“, betont Oliver Söllner, Vertriebsverantwortlicher bei

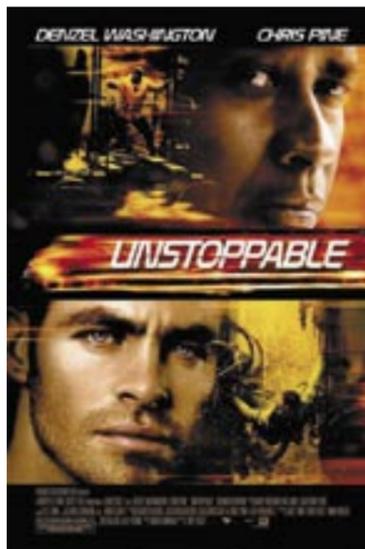
VideoWeb in Karlsruhe, „deshalb geben wir jetzt jedem Stützpunkthändler auch die Möglichkeit, bis zu zwei VideoWeb-Demo-Geräte zum halben Preis bei uns zu bestellen.“

Der Verkaufsraum wird zum Showroom

Der Bereich des PoS-Materials rund um HD-Kino wird ebenfalls ausgebaut. Die Stützpunkthändler erhalten auf Nachfrage kostenlose Poster zu den jeweils auf dem HD-Kino-Button des



Mit dem besonderen HD-VoD-Premium-Service haben VideoWeb-Kunden die Möglichkeit, per Internet über ihren Satellitenreceiver im Wohnzimmer aktuelle Blockbuster auf Abruf in Top-Qualität bis hin zu HD zu genießen.





PHILIPS SmartTV

Fit für das vernetzte Wohnzimmer Maximale Konnektivität

Die aktuellen TV-Modelle von Philips präsentieren sich als Medienportale mit maximaler Konnektivität. Die Fernsehgeräte ermöglichen den Zugang zu Online-Inhalten, das Streamen von Musik-, Foto- und Videodateien von Tablets, Smartphones oder Notebooks sowie das Speichern von Programmen und Spielfilmen auf einer externen Festplatte.

Aufbauend auf den vier Säulen SimplyShare, Control, Net TV und Program gehört Philips Smart TV nun zum Leistungsumfang aller neuen 2011er-Modelle der Reihen 6000, 7000, 8000, 9000 sowie

der Cinema 21:9 Platinum- und Gold-Modelle. Mit Smart TV erhalten Nutzer Zugang zu einer Fülle von Online-Apps. Diese Applikationen bieten Zugriff auf die Angebote von Online Videotheken, ermöglichen es via Facebook oder Twitter, mit Freunden und Familie zu kommunizieren, das TV-Gerät über ein Smartphone oder Tablet zu steuern und Inhalte ganz nach Belieben zu verwalten.

zepts. Ob nun Online-Inhalte durchstöbert, lokal gespeicherte Dateien durchsucht oder nur der Programmkanal gewechselt werden soll – für die Interaktion mit dem Philips TV gibt es diverse Optionen. Neben der klassischen Fernbedienung kann auch das Smartphone (mit iOS- oder Android-Betriebssystem) mit der entsprechenden App oder ein Tablet benutzt werden; selbst mit einer Funktastatur kann sich der Nutzer durch die verschiedenen Menüs bewegen und Text eingeben. Diese Flexibilität und Konnektivität machen Philips Smart TV im Alltag zu einem angenehmen und hilfreichen Ausstattungsmerkmal.

stützt wird der Zugang zu den Video-Stores Videoland, VideoFutur, Film2Home, Viewster sowie zu iConcerts und Cartoon Network. Die Lieblingssendung verpasst? Kein Problem – mit Net TV und der Mediathek des jeweiligen TV-Senders kann die gewünschte Sendung auch zu einem späteren Zeitpunkt gesehen werden. Net TV unterstützt die Angebote der folgenden Sender: ARD, ZDF, Pro7, Sat1, RTL, UitzendingGemist, ARTE, France24, Antena3 und TV3. Mit der umfangreichen Philips AppGallery ist Net TV nicht nur Ihr Zugangspunkt zu TV-Sendungen und Spielfilmen, sondern auch zu Infotainment-Angeboten, Spielen und einer Vielzahl von Online-Inhalten und -Videos. Und dank der ausgefeilten Philips 3D Super Resolution-Technologie, die die Schärfe eingehender Bilder automatisch optimiert und Farbfehler korrigiert, werden alle Inhalte in bestmöglicher Qualität angezeigt.

helfen die Smart TVs bei der Entscheidung. Anstelle langer Listen von Fernsehkanälen und Sendungen zeigen sie den Electronic Program Guide (EPG) an, eine übersichtliche Zusammenfassung des aktuellen TV-Angebots. Dabei kann der Zuschauer dank der praktischen Bild-in-Bild-Anzeige weiterhin der aktuellen Sendung folgen, während er gleichzeitig den elektronischen Programmführer aufruft.

Smart USB-Recording ist eine weitere nützliche Funktion: Mit ihr wird die aktuelle Live-Sendung unterbrochen, wenn beispielsweise das Telefon klingelt oder eine Kleinigkeit aus der Küche geholt werden soll. Der Smart TV zeichnet sämtliche digitalen Sendehalte auf einer externen Festplatte auf, so dass die Sendung genau an der richtigen Stelle fortgesetzt wird. Auch bei Abwesenheit hilft der Smart TV, die Lieblingssendung nicht zu verpassen. Mit dem elektronischen Programmführer (EPG) wird der Philips TV programmiert und die Sendung aufgezeichnet.

www.philips.de

Was ist Smart TV?

Über eigens entwickelte Apps kann der Fernseher mit einem Smartphone oder Tablet PC gesteuert werden. Neben den normalen Fernbedienungsfunktionen ermöglicht dies die einfache Texteingabe, einen besseren Direktzugriff und die Übertragung von Bildern auf das Gerät.

Eine Vielzahl an Apps

Net TV ist eine interaktive On-Screen-Plattform für die Programmauswahl, den Download von Inhalten aus Online-Videotheken und den Zugriff auf eine Fülle von Applikationen, z. B. Apps der Videoanbieter Videoland, VideoFutur, Viewster und Film2Home sowie iConcerts und Cartoon Network. Net TV unterstützt zudem Mediatheken bedeutender Sender wie ARD, ZDF, Pro7, Sat1, RTL, UitzendingGemist, ARTE, France24, Antena3 und TV3.

Intuitive Programmierung

Der elektronische Programmführer (EPG) bietet eine übersichtliche Zusammenstellung aller Programmoptionen, die die Auswahl leicht macht. Mit Smart USB-Recording können außerdem Live-Sendungen unterbrochen und aufgezeichnet werden, um sie zu einem späteren Zeitpunkt anzusehen.

SimplyShare

Der Philips Fernseher kommuniziert über die Smart TV-Funktion mit allen WiFi-fähigen Geräten wie Telefonen, Laptops, Tablets und Heimcomputern. Mittels des Programms SongBird, einem Mediaplayer mit einem umfassenden, topaktuellen Codec-Satz für die verschiedensten Dateitypen, werden alle Dateien wiedergegeben, die auch auf dem PC abgespielt werden können. Von nun an gibt es immer die Wahl, ob die Fotos und Videos statt auf dem PC nicht lieber mit bestem Kontrast und hervorragender Farbqualität auf dem TV wiedergegeben werden sollen. Playlisten können nicht nur direkt aus der persönlichen digitalen Musiksammlung abgespielt, sondern auch am TV erstellt werden. Und da Smart TV voll WiFi-fähig ist, stehen auch Audio- und Video-Inhalte aus dem Internet fürs Streaming zur Verfügung. Dank Multiview können gleichzeitig Inhalte aus verschiedenen Quellen wiedergegeben werden. So besteht beispielsweise die Möglichkeit, ein TV-Programm zu sehen und gleichzeitig über Net TV die Fußballergebnisse abzurufen.

Einfache Bedienung

Die einfache und intuitive Kontrolle über die Inhalte ist eine der vier Säulen des Smart TV-Kon-

Net TV

Mit den Philips Smart TVs entscheidet der Nutzer, was er wann sehen möchte. Alle Modelle bieten Net TV, die interaktive On-Screen-Plattform für die Auswahl von Programmen und Apps. Net TV eröffnet auch den Zugang zu Online-Videotheken, so dass Filme auf dem Fernseher ausgewählt und genossen werden können. Unter-

Flexible Programmgestaltung

Ist der Anwender in der Programmwahl unentschlossen, so



Cinema 21:9 Gold

Nach der erfolgreichen Einführung des weltweit ersten 3D-fähigen Fernsehers im Kinoformat, des Philips Cinema 21:9 Platinum, im vergangenen Jahr, können Filmfans auch mit dem neuen Cinema 21:9 Gold echte Kinoatmosphäre erleben und Filme genießen, genau wie der Regisseur sie beabsichtigt hat – in ihrem ureigenen 21:9-Originalformat. Der Cinema 21:9 Gold verwendet eine von Philips entwickelte Formatierungstechnologie, um Filme in ihrem nativen Format so anzuzeigen, dass der 50-Zoll-Bildschirm vollständig ausgefüllt wird. Für Filmfans sind die Cinema 21:9-Modelle die perfekten TVs, da sie keine störenden schwarzen Balken am oberen und unteren Bildschirmrand anzeigen. Aber auch für TV-Sendungen, Filme, Spiele und DVDs im 16:9-Format sind die Cinema 21:9-Modelle gut geeignet, da auch solches Material ohne sichtbare Verzerrung formatfüllend auf dem Bildschirm dargestellt wird. Mit Easy 3D des neuen Cinema 21:9 Gold wird das 3D-Erlebnis zukünftig für viele Zuschauer erstmals Realität. Das neue Modell bietet eine besonders komfortable 3D-Lösung mit scharfen Bildern und geringen Doppelkonturen (Crosstalk). Durch die leichten, passiven 3D-Brillen und das moderne 3D-Display mit Polarisationsfilter bringt Easy 3D realistisches, erschwingliches 3D-Vergnügen für die ganze Familie ins Wohnzimmer. Dank eines der umfangreichsten Smart TV-Pakete überhaupt ist das neue Modell der Cinema 21:9 Gold-Serie ein Medienportal mit maximaler Konnektivität, das den Zugang zu Online-Inhalten, das Streamen von Musik-, Foto- und Videodateien von Tablets, Smartphones oder Notebooks sowie das Speichern von Programmen und Filmen auf einer Festplatte ermöglicht. Aufbauend auf den vier Säulen SimplyShare, Control, Net TV und Program bietet Philips Smart TV den augenblicklichen Zugriff auf eine Fülle von Online-Apps. Diese Apps bieten Zugang zu Online-Videotheken, ermöglichen die Kommunikation mit Freunden via Facebook oder Twitter, lassen den Fernseher über ein Smartphone oder Tablet steuern und erlauben, Inhalte ganz nach Belieben zu verwalten.

Der elektronische Programmführer (EPG) bietet eine übersichtliche Zusammenstellung aller Programmoptionen, die die Auswahl leicht macht. Mit Smart USB-Recording können außerdem Live-Sendungen unterbrochen und aufgezeichnet werden, um sie zu einem späteren Zeitpunkt anzusehen.

Die neue Sharp Führung hat ambitionierte Pläne

Wachstum durch Vielfalt

Seit November 2010 arbeitet Herman Karabetyan als Direktor Vertrieb/Marketing Unterhaltungs- und Haushaltselektronik in verantwortlicher Position bei Sharp Electronics Deutschland/Österreich. Nach einigen Monaten der „Eingewöhnung“ stand er nun PoS-MAIL offen Rede und Antwort zur aktuellen Situation bei Sharp. Der 45jährige Manager ist bereits seit zehn Jahren im Unternehmen und hat für die Weiterentwicklung der Marktposition von Sharp in den nächsten Jahren konkrete Ziele.

PoS-MAIL: Sharp ist von direkten Schäden durch die Umweltkatastrophe in Japan verschont geblieben. Welche Folgen sind dennoch für das Unternehmen absehbar?

Herman Karabetyan: Nach heutigem Stand ist die Frage nur schwer zu beantworten, da die Folgen sowohl mittel- als auch langfristig noch nicht absehbar sind. Derzeit sehen wir keine kurzfristigen Störungen in unserer Lieferkette, die wir laufend – natürlich auch in enger Abstimmung mit unseren Zulieferern – kontrollieren. Im Bereich der Komponentenherstellung ebenso wie bei der Produktion von Endprodukten wie beispielsweise TVs läuft der Herstellungsprozess nach wie vor reibungslos. Unsere größte Fabrik in Sakai im Süden Japans vereint zudem die wichtigsten Zuliefererbetriebe an einem Standort und verfügt über eine eigene Stromversorgung. Deshalb gehen wir davon aus, dass wir hier unabhängig von den derzeitigen kontrollierten Stromabschaltungen in Japan trotzdem in vollem Umfang weiter produzieren können.

PoS-MAIL: Vor welchen Herausforderungen stehen Sie als Direktor Vertrieb/Marketing SEGA durch diese Krise?

Herman Karabetyan: Grundsätzlich sehen wir keine Auswirkungen auf die Ausrichtung unserer Strategie in Europa und damit auch Deutschland und Österreich. Selbstverständlich haben wir unsere Kommunikationsmaßnahmen umgehend auf die Situation eingestellt. Unsere Kunden und Partner werden laufend direkt von uns informiert. Als gutes Zeichen werten wir ebenfalls, dass uns viele unserer nationalen wie internationalen Partner ihre Unterstützung angeboten haben. Ein intensiver Austausch ist in einer solchen Situation sehr wichtig.

PoS-MAIL: Betrachtet man die Marktzahlen im Bereich Flat- bzw. LCD-TV, dann stellt man fest, dass sich Sharp in Deutschland durchaus in einer schwierigen Situation befindet. Welche Strategie haben Sie, um diesen Trend in den nächsten Monaten umzukehren?

Herman Karabetyan: Unsere Entwicklung im deutschen Markt in den vergangenen zwölf bis 24 Monaten war tatsächlich unbefriedigend. Deshalb haben wir die Situation frühzeitig analysiert und Gegenmaßnahmen eingeleitet, die bereits im zweiten Halbjahr des vergangenen Jahres sichtbar wurden. Für 2011 streben wir unter anderem mit einem breiteren und tieferen LCD-TV-Sortiment eine Steigerung unserer Markenpräsenz an. Dies ist unser erstes Vehikel, verlorengewonnene Marktanteile zurückzugewinnen. Mit diesem erweiterten Sortiment werden wir weiter erfolgreich mit den bestehenden Partnern zusammenarbeiten und mit Sicherheit auch neue gewinnen, denn die Produktvielfalt ist gerade bei unseren Fachhandelspartnern die Basis für ein gutes Geschäft. Ein vielfältiges Sortiment mit mittel- und kleinformatischen Geräten in Standardausstattung ist dabei ebenso wichtig wie LCD-Fernseher mit großen Bilddiagonalen ab 40 Zoll und einer hochwertigen technischen Ausstattung. Features wie 3D, Internetfähigkeit und Energieeffizienz geben dem Handel Mehrwert für sein Verkaufsgespräch und bieten damit die Chance, gezielt auf höherwertige Geräte zu beraten.

PoS-MAIL: Welche Marktanteile können Sie mit dieser Strategie mittel- und langfristig erreichen?

Herman Karabetyan: Innerhalb der nächsten zwölf Monate möchten wir unser Geschäft kräftig ausbauen und visieren daher mit 4 Prozent eine Verdopplung unseres aktuellen Marktanteils an. In spätestens drei Jahren wollen wir dann wieder zu den Top 5-Playern im deutschen TV-Markt zählen.

PoS-MAIL: Sharp ist ein Unternehmen, das seit jeher auf eine sehr enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel setzt. Wie binden Sie den deutschen Fachhandel in Ihre Strategie im nächsten Geschäftsjahr, das am 1. April beginnt, ein? Bleiben Sie an dieser Stelle auf dem alten Kurs?

Herman Karabetyan: Der Fachhandel war für uns immer der wichtigste Qualitätspartner, und an dieser Strategie halten wir auch in Zukunft fest. Fakt ist, dass im Bereich Flachbildfernseher in Deutschland die Wachstumsdynamik nachlässt, die Haushaltsabdeckung liegt heute bei etwa 75 Prozent. So beobachten wir zwar immer noch ein Absatzwachstum in Stück, mit dem die Wertentwicklung jedoch leider nicht



Interview mit Herman Karabetyan, Direktor Vertrieb/Marketing Unterhaltungs- und Haushaltselektronik Deutschland/Österreich bei Sharp Electronics

Schritt hält. Das ist für den Markt durchaus eine Herausforderung, für uns aber auch eine große Chance, besonders was die Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel angeht: Denn wir bieten hochwertige Produkte mit einem eindeutigen Mehrwert für unsere Handelspartner und den Endkonsumenten an. Das wird von unseren Fachhandelspartnern erfolgreich umgesetzt, die unsere Quattron TVs in voller Sortimentsstärke anbieten.

PoS-MAIL: Wie sieht dieser Mehrwert konkret aus?

Herman Karabetyan: Dieser Mehrwert stellt sich auf zwei Ebenen dar: Zum einen ergeben sich klare Vorteile im Verkaufsgespräch mit dem Endkunden. Zukunftsfähige Ausstattungsmerkmale wie Aquos NET+, HbbTV, ein hoher Grad an Vernetzungsmöglichkeiten z. B. dank des dlna-Standards, aber auch die 2+1 Garantie und ein Vor-Ort-Reparatur-Service sind hervorragende Argumente für ein Sharp Gerät. Darüber hinaus gelten die direkten Vorteile für den qualifi-

zierten Fachhändler: Dieser profitiert von den Vorteilen der Markenmehrwert-Plattform, diversen technischen Hilfsmitteln sowie unserem anerkannt guten Service-Konzept. Mit diesem Leistungspaket kann der Händler im Verkaufsgespräch überzeugen, steigert so entsprechend seine Wertschöpfung und erzielt – das ist ebenfalls sehr wichtig – eine hohe Kundenzufriedenheit und -bindung.

PoS-MAIL: Welche Marketingaktivitäten haben Sie für das neue Geschäftsjahr geplant?

Herman Karabetyan: Mit unseren Kommunikationsaktivitäten rund um Quattron haben wir seit dem Launch Ende März 2010 über 340 Millionen Kontakte hier in Deutschland erreicht. Wir werden mit unseren Aquos LCD- TVs weiter auf diese einzigartige Technologie setzen, und zwar über das Jahr verteilt mit unterschiedlichen Schwerpunkten: In der ersten Jahreshälfte steht vor allem die Einführung und Nutzung des EU Energielabels bei Sharp im Fokus. Wir waren die ersten, die Ende Dezember 2010 unsere Handelspartner mit wertvollen Hintergrundinformationen und PoS-Material versorgt haben. Es ging uns dabei nicht nur darum, unsere Fernseher in den Verkaufsflächen mit dem neuen Label auszuzeichnen, sondern den Fachhandel dabei zu unterstützen, das EEL offensiv zu kommunizieren und damit im Verkaufsgespräch das Argument „Energiesparen“ effektiv und anschaulich einsetzen zu können.

In der zweiten Jahreshälfte möchten wir dann die Vorfreude auf ein großes Fußballereignis wecken. Auf der letzten IFA haben wir unsere dreijährige



Quattron TV Flaggschiff Aquos LC-LE925E

Partnerschaft mit der UEFA verkündet, die wir nun mit unterschiedlichen Maßnahmen aktivieren. Bereits während der Vorrundenspiele zur Fußball-Europameisterschaft 2012, die im vergangenen Herbst gestartet sind, nutzen wir das Sponsoring, um auf unsere Marke und unsere Produkte aufmerksam zu machen. Mit gezielten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen am PoS und in Richtung Endkunde möchten wir so die Vorfremde auf das größte europäische Sportereignis des nächsten Jahres wecken und das damit verbundene Interesse zur Aufmerksamkeitssteigerung für die Marke Sharp und seine Produkte nutzen.

PoS-MAIL: Noch vor einem halben Jahr war Internetverkauf für Sharp im Prinzip kein Thema. Doch die Umsätze des Online-Handels steigen rasant. Welches Konzept hat Herman Karabetyan für den Bereich e-Commerce?

Herman Karabetyan: Es wird bei unserer Distributionspolitik keinen Richtungswechsel geben, denn Sharp hat einen klaren Anspruch: Wir vermarkten Qualitätsprodukte, und diese Qualität wollen wir beim Endkonsumenten nicht erst im Endprodukt darstellen, sondern bereits beim Entscheidungs- und Kaufprozess. Dies setzt fachgerechte und professionelle Beratung



Ultraflach:
der Aquos BD-HP90S von Sharp

voraus, und es macht dabei keinen Unterschied, ob der Konsument off- oder online kauft. Jedem ist bewusst, dass das Internet den Konsumenten zunehmend als Informations- und Entscheidungshilfe dient. Deshalb stellen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten sicher, dass für unsere Produkte auch Online nicht ausschließlich der Preis im Fokus steht, sondern auch in diesem Vertriebskanal die Werte Service, Qualität und Beratung gelten. Die intensive Zusammenarbeit mit Handelspartnern, die diese Werte zu beiderseitigen Vorteilen umsetzen können, bietet für uns die Chance der Ausweitung qualitativer Distributionswege.

PoS-MAIL: In der Branche werden immer wieder bestimmte Schlagworte verwendet, um die aktuellen Trends zu kennzeichnen. Wir geben Ihnen eine Auswahl und fragen nach der jeweiligen Bedeutung für Ihre Strategie 2011/12. Das erste Stichwort heißt: 3D-TV...

Herman Karabetyan: ...ist Werttreiber im Segment der Flachbildfernseher mit großen Bilddiagonalen.

Der Nutzen für den Endverbraucher steht und fällt dabei mit den verfügbaren Inhalten. 3D wird zum Standardfeature, das die Zukunftssicherheit hochwertiger Geräte sichert. Bei der Technologie setzen wir nach wie vor auf die Shutterbrille, da bei Sharp herausragende Bildqualität stets im Mittelpunkt steht, ob in 3D oder 2D.

PoS-MAIL: Zweites Stichwort: Connected TV...

Herman Karabetyan: ... ist das zentrale Thema bei TV in den nächsten Jahren. Die große Herausforderung besteht im Moment darin, die bestehenden Inhalte sinnvoll auf den Fernseher zu bringen. Gemeinsam mit unseren Entwicklungspartnern haben wir große Ressourcen aufgewendet, um den Konsumenten eine optimale Lösung in Sachen Inhalt und Komfort zu bieten. Dabei wird das Angebot an Inhalten systematisch ausgebaut und stets den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden angepasst.

PoS-MAIL: Drittes Stichwort: Connectivity...

Herman Karabetyan: ...ist heute Standard im gesamten Spektrum der hochwertigen Home Entertainment Produkte. Sharp legt dabei Wert auf offene Systeme, um die Möglichkeit zu schaffen, möglichst viele digitale Geräte miteinander zu vernetzen, ohne den Konsumenten einzuschränken. Besonders spannend wird für uns in Zukunft das Thema Galapagos Tablet PCs – diese haben wir auf der CES vorgestellt. Daher arbeiten wir derzeit an einem Konzept, unsere Tablet-Lösung zeitnah auch in Europa in den Markt einzuführen.

PoS-MAIL: Viertes und letztes Stichwort: das EU Energielabel TV...

Herman Karabetyan: ... ist ein wertvolles, weil neutrales Qualitätsmerkmal, da Energieeffizienz ein immer wichtigeres Entscheidungskriterium beim Kauf eines neuen Fernsehers wird. Grund dafür ist das steigende Bewusstsein der Konsumenten für Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

PoS-MAIL: Herr Karabetyan, Ihr Fazit nach den ersten vier Monaten in der neuen Position?

Herman Karabetyan: Ich fühle mich sehr wohl, denn ich werde von einem hochmotivierten Team unterstützt. Wir arbeiten gemeinsam schnell, effektiv und vertrauensvoll

darin, die Marke Sharp im deutsch/österreichischen Markt erfolgreicher zu machen. Neben AQUOS LCD-TV setzen wir dabei in den nächsten Monaten auch auf unsere Stärken im AV-Bereich sowie das Thema Smart Kitchen – intelligente und innovative Küchengeräte wie unsere SteamWave Dampfgarer oder die DualSwing Kühlschränke. Denn auch in diesem Segment sehen wir gute Wachstums- und Wertschöpfungschancen – für uns und unsere Handelspartner.

PoS-MAIL: Herzlichen Dank für dieses Interview

Sharp kooperiert mit Viewster

Der Video on Demand Dienst Viewster ist ab sofort für alle Sharp Aquos Net+ Nutzer verfügbar. Die Besitzer von Aquos Net+ Geräten erhalten über Viewster künftig Zugang zu einer umfangreichen Auswahl an Spielfilmen und TV-Serien. Das Programm wird ständig aktualisiert und durch thematisch verwandte Serien und Filme ergänzt. Die Kooperation von Sharp und Viewster konzentriert sich zunächst auf die fünf absatzstärksten Märkte in Europa, darunter auch Deutschland.

Willkommen bei LG Cinema 3D

Mit einer Abendveranstaltung im Münchener Filmcasino am Odeonsplatz krönte LG am 17. März seine derzeit stattfindende Roadshow durch Deutschland und präsentierte aufsehenerregend sein neues 3D Home Entertainment Line-up 2011.

Gastgeber Florian Rosenberg, Director Sales & Marketing Home Entertainment von LG Deutschland, hieß gemeinsam mit LG Pressesprecher Michael Wilmes Gäste aus Handel und Presse willkommen. Durch den Abend führten Collien Fernandes und Christian Tramitz. Nach einem einstimmenden Meet-and-Greet standen die Stars des Abends im Fokus des 3D-Cinema Events von LG. Gemeinsam mit ihrem aus Film und Fernsehen

LG 3D Cinema Home Entertainment



Von links: Sascha Hancke (Sales Director MC LG), Young Joon Choi (Senior Marketing Manager LG), Jae Deuk Shim (CEO LG Deutschland), Florian Rosenberg (Sales & Marketing Director LG), Collien Fernandes, Christian Tramitz, Michael Wilmes (PR Manager LG), Jason Schiess (Senior Marketing Manager LG)

bekanntem Kollegen Christian Tramitz zeichnete TV-Sternchen Collien Fernandes das neue 3D-LCD-TV Line-up mit dem Home Entertainment Award 2011 von LG aus. Premium Feature des Fernsehers: eine herausragende 3D-Bild-darstellung mittels Polarisations-technologie – dreidimensionale Bilder aus jeder Perspektive mit einer aus dem Kino bekannten ultraleichten und komfortabel zu tragenden Polarisationsbrille –

macht LG bereits heute möglich. Im Anschluss wurden weitere LG Neuheiten ausgezeichnet. Dazu gehörten die LG AudioVideo Highlights wie die 3D BD Heimkinosysteme HX966TZ und HX806PG, der 3D Micro Blu-ray-Player FX166 sowie die netzwerkfähigen 3D BD-Player BD660 und BD670. Zudem überzeugte das aktuelle Telekommunikations-Line-up von LG. Nach der unterhaltsamen Preisverleihung konnten sich die Gäste

persönlich von den neuen LG Produkten überzeugen. Gekrönt wurde der Abend mit dem Auftritt von Roger Cicero, Deutschlands bekanntestem Frauenversther, der das begeisterte LG Publikum mit seinen Texten aus den Kinossesseln riss. Bis zum Ende der Veranstaltung standen wieder die Geräte des koreanischen Elektronikonzerns im Mittelpunkt. Diese werden ab sofort in den deutschen Handel eingeführt. www.lge.de

LTE kann Störungen beim Fernsehempfang verursachen Klötzchen und Tonausfälle

Für die Mobilfunkunternehmen und ihre Handelspartner soll der neue Mobilfunkstandard LTE eine neue Einnahmequelle darstellen, beflügelt er doch sowohl den Ausbau des mobilen Highspeed-Internets und die damit verbundenen Anwendungsmöglichkeiten zum Beispiel von Smartphones und Tablet PCs als auch die Versorgung bislang un- oder unterversorgter Regionen mit breitbandigem Internet. Auch andere Institutionen und Organisationen sehen mit dem Roll-out von LTE einen Ansturm auf den Handel zukommen. Allerdings sind es nicht Kunden mit gezückter Geldbörse, die in diesem Szenario erwartet werden, sondern solche mit einem dicken Hals und drohend erhobener Faust.

Denn nach wie vor existiert ein ungelöstes und offenbar nicht so schnell zu lösendes Problem: Internationale und nationale Berichte und Messungen belegen eindeutig, dass durch die Öffnung des oberen UHF-Bereichs für drahtlose Internetdienste sowohl der leitungsgebundene und nicht leitungsgebundene Rundfunk als auch die Empfangsgeräte erheblich gestört werden (können). Allen voran zu nennen sind hier DVB-T-Empfänger. Entstehen im günstigsten Fall Streifen, Klötzchen und Tonausfälle nur über Sekundenbruchteile oder wenige Sekunden, so kann es in anderen Fällen zum nicht mehr zu tolerierenden Totalausfall von Bild und Ton kommen. Betroffen sind aber nicht nur DVB-T-Empfänger (als separate Geräte oder integrierter Bestandteil eines TV-Gerätes), sondern auch Kabelnetze. Bei diesen kann der Fernsehempfang ebenso gestört werden wie das Surfen im Internet und die Telefonie.

Schließlich werden Probleme auch im Bereich der Veranstaltungstechnik erwartet. Hier sind es vor allem Headsets und draht-

lose Mikrofone, die empfindlich gestört werden können oder gar ausfallen. Schon im September 2009 stellte die Deutsche TV-Plattform in ihrer Studie „Fakten zur Verträglichkeit von Rundfunk und Mobilfunk im UHF-Band“ zu diesem Thema fest: „Der Parallelbetrieb von drahtlosem Internet und drahtlosen Mikrofonen ist nicht möglich!“

Wie die Situation entstanden ist

Durch die Digitalisierung des Antennenfernsehens und die Umstellung des analogen PAL-Fernsehempfangs auf den digitalen DVB-T-Empfang sind Übertragungskapazitäten auf den UHF-Frequenzen zwischen 790 und 862 MHz (Kanäle 61–69) freigegeben. Diese werden als „Digitale Dividende“ bezeichnet und wurden 2010 durch die Bundesnetzagentur an die Mobilfunkunternehmen O2, Deutsche Telekom und Vodafone versteigert. Diese wollen die Frequenzen nutzen, um über den neuen Mobil-

* Basis: 37,412 Millionen deutsche TV-Haushalte

funkstandard LTE (Long Term Evolution) die Versorgung mit breitbandigem Internet deutschlandweit zu verbessern – insbesondere in den Gebieten, die als „weiße Flecken“ bezeichnet werden und in denen bislang außer per Satellit kein Breitbandanschluss zur Verfügung stand oder steht.

Viele Millionen Geräte sind betroffen

Dass es sich bei den möglichen Problemen nicht um eine zu vernachlässigende Minderheit von Nutzern handelt, zeigt eine weitere Studie. So nannte Prof. Dr. Michael Silverberg, Leiter des Instituts für Nachrichtentechnik der FH Köln, auf der Jahrestagung des ATRT (Ausschuss für Technische Regulierung in der Telekommunikation) im März 2010 im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unter dem Stichwort „Betroffenheit der Haushalte“ folgende Zahlen: 11,3 Prozent (= 4,2 Millio-

nen) der deutschen TV-Haushalte mit einem DVB-T-Empfangsgerät und 52,8 Prozent der deutschen TV-Haushalte mit einem Kabelanschluss (= 19,7 Millionen Haushalte und 27 Millionen an Kabel angeschlossene TV-Geräte, bei einem Schnitt von 1,4 Geräten pro Haushalt).

Und für die TV-Endgeräte im deutschen Markt (Stand: 31. Dezember 2009) nannte Silverberg folgende Zahlen:

- iDTVs mit DVB-T-Empfangstuner: 12,5 Millionen
 - Set-Top-Boxen mit DVB-T Empfangstuner: 7,8 Millionen
 - Weitere DVB-T-Empfänger (einschließlich mobile und portable Geräte): 6 Millionen
 - iDTVs mit DVB-C-Empfangstuner: 3,8 Millionen
 - Set-Top-Boxen mit DVB-C-Empfangstuner: 8 Millionen
 - Kabel-Modems: 2,4 Millionen.
- Das ergibt eine Summe von 40,5 Millionen Geräten, die nach dem



Die Mobilfunkanbieter arbeiten emsig am LTE-Ausbau, so wie hier Techniker der Deutschen Telekom an einem Sendemast in Kyrütz in Brandenburg.

heutigen Stand der Technik nicht oder nur mit erheblichem Aufwand geschützt werden können.

Abhilfe lässt noch auf sich warten

In Sachen TV-Empfang wird aller Voraussicht nach erst DVB-T2 Abhilfe schaffen. Die Einführung dieses neuen Standards ist aber nicht vor 2013/2014 zu erwarten. Bis dahin werden Mobilfunke, TV-Sendeanstalten und die Bundesnetzagentur sicherlich noch viel Klärungsbedarf haben – und sich nach gängiger Praxis gegenseitig den Schwarzen Peter für die Situation zuschieben.

www.tv-plattform.de



Für Vodafone bietet LTE erfolgversprechende Geschäftsaussichten. Auch auf der CeBIT 2011 war der neue Mobilfunkstandard eines der zentralen Themen.

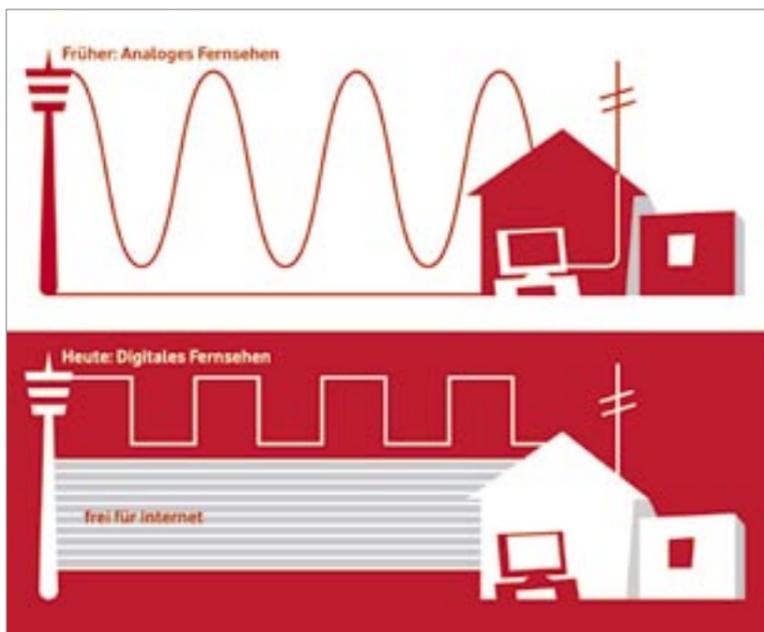
Auch die E-Plus Gruppe startet LTE-Feldtests

Auch die E-Plus Gruppe hat Anfang März Feldtests für den neuen Standard LTE gestartet, die insgesamt auf drei Frequenzen erfolgen. Mit diesen breit angelegten Tests lotet die E-Plus Gruppe die Einsatzmöglichkeiten der neuen LTE-Technologie aus. Um beim späteren Start optimal aufgestellt zu sein, testen die Düsseldorfer Experten gleich auf drei Frequenzen: auf 1,8, auf 2,1 und 2,6 GHz (das sind nicht die Frequenzen im störungsanfälligen Bereich). Auf diese Weise will sich das Mobilfunkunternehmen eine maximale Flexibilität sichern, um schnell auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden reagieren zu können. Bei den Untersuchungen im 2,6-Gigahertz-Bereich wird erstmals auch der in Deutschland wenig bekannte Standard TDD-LTE genutzt. Möglich ist dies durch

eine Kooperation mit TDD-Pionier China Mobile und dem Partner ZTE, einem der führenden Techniklieferanten in diesem Bereich.

Ausgehend von den Ballungszentren breitet E-Plus sein Highspeed-Netz weiter aus und versorgt die Fläche zügig mit Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 21,6 Mbit/s.

Bei seinem zukunftsorientierten Ausbau setzt E-Plus auf flexible Netzelemente, die beide Technologien, also HSPA+ und LTE, unterstützen. Die neuen Sendestationen lassen sich deshalb schnell auf den Standard LTE umstellen. Dies ist aus Sicht des Düsseldorfer Netzbetreibers jedoch erst dann sinnvoll, wenn ausreichend Endgeräte zu verbraucherfreundlichen Preisen verfügbar sind und auch der Massenmarkt von diesem Standard profitiert.



So in Ordnung ist die LTE und DVB-T-Welt nur auf dieser Graphik von Vodafone. Im realen Leben können sich die Frequenzen durchaus ins Gehege kommen.

Neue Kopfhörer von Pioneer

Beats für Designfreunde

Mit den Modellen SE-CL721 und SE-MJ151 stellt Pioneer zwei neue Kopfhörer vor, die durch eine beeindruckende Klangqualität und Bassintensität sowie ein attraktives Design überzeugen. Ebenfalls neu im Sortiment ist der SE-NC31C, ein geschlossener In-Ear-Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung.

Der leichte In-Ear-Kopfhörer SE-CL721 ist mit einem weichen Silikonmaterial gepolstert, das die Ab-

dichtung verbessert und für eine ausgezeichnete Geräuschdämmung sorgt. Mit den in drei Größen mitgelieferten weichen Ohrkappen wird die Passform an die individuelle Form der Ohren angepasst, so dass der Kopfhörer stets komfortabel und sicher sitzt. Der ohraufliegende Kopfhörer SE-MJ151 ist mit dicken, weichen Lederoptik-Ohrpolstern aus Urethanschaumstoff ausgestattet. Das im angesagten Retrodesign gehaltene Modell weist große 40-mm-Treiber mit breitem Frequenzgang (10 Hz bis 25 kHz) und ausgewogenem, kraftvollem Klang auf. Ein vergoldeter 3,5-mm-Stereo-Klinkenstecker sorgt für einen hervorragenden elektrischen Kontakt und eine ausgezeichnete Audioübertragung, und ein 1,20 m langes Kopfhörerkabel beugt

Kabelsalat vor. Der Kopfhörer SE-CL721 (Bass Head) ist seit März 2011 in Hellgrün, Schwarz und Weiß verfügbar, jeweils kombiniert mit Rot. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt für jede Variante bei 29,99 Euro. Der Kopfhörer SE-MJ151 (59,99 Euro) ist ebenfalls ab März in den Farben Schwarz, Weiß und Blau verfügbar.

Rauschfrei

Der neue Pioneer Kopfhörer SE-NC31C ist eine flexible Lösung für HiFi-Fans, die unterwegs Musik genießen möchten, ohne in lauten Umgebungen wie Zügen und Flugzeugen die Lautstärke erhöhen zu müssen. Durch eine bis zu 90prozentige Eliminierung der Umge-



Der neue Pioneer Kopfhörer SE-NC31C arbeitet mit einer Rauschunterdrückung, die bis zu 90 Prozent der Umgebungsgeräusche verschwinden lässt.

in drei Größen mitgelieferten Ohrkappen bieten eine hervorragende Abdichtung. Der Kopfhörer ist mit großen 14,2-mm-Treibern mit breitem Frequenzgang (5 Hz–16.000 Hz) ausgestattet, die alle Arten von Musik mit besonders klarem und bassstarkem Sound wiedergeben. Darüber hinaus sorgen ein vergoldeter 3,5-mm-Stereo-Klinkenstecker und ein versilbertes OFC-Kupferkabel für einen hervorragenden elektrischen Kontakt und eine ausgezeichnete Audioübertragung. Das 1,40 m lange Y-Kabel des SE-NC31C minimiert Kabelinterferenzen und maximiert den Tragekomfort. Ein Kabelhalter reduziert die Spannung des Kabels an den Ohren, verhindert das Herausfallen der In-Ohr-Hörer und vermeidet Störgeräusche, die durch Reibung des Kabels an der Kleidung entstehen können. Zum Zubehör gehören ein Aufbewahrungsbeutel, ein Flugzeugadapter und eine AAA-Batterie. Der Kopfhörer SE-NC31C ist ab sofort verfügbar, die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 99,99 Euro. www.pioneer.de

bungsgeräusche werden eine wesentlich bessere Verständlichkeit und ein angenehmeres Klangempfinden erzielt. Bei ausgeschalteter Geräuschunterdrückung arbeitet der SE-NC31C als herkömmlicher geschlossener Kopfhörer. Die raffiniert konstruierten Ohrstücke des kompakten Kopfhörers sorgen für einen komfortablen und sicheren Sitz, und die

Everio



GS-TD1

3D Full HD Camcorder

Begeisternde Bildqualität in einer neuen Dimension.

Gewinnen Sie ganz neue Möglichkeiten beim Filmen in 3D – ohne Kompromisse: Räume neu wahrnehmen. Wirklichkeit erleben. Beeindruckende Effekte kreieren.

- 3D Videos in Full HD 1920 x 1080
- Lichtstarkes F1.2 Twin-Objektiv (Zoom)
- 3D Touch Screen Monitor
- 3D Fotoaufnahme
- Dynamischer 3D Sound (JVC BIPHONIC)
- Alle Aufnahmen auch in 2D nutzbar

Jetzt mehr erleben: www.jvc.de



JVC
The Perfect Experience



Funk-Pionier Frank Sihh feierte 70. Geburtstag

Frank Sihh, einer der weltweiten Pioniere der Empfangs- und Verteiltechnik, hat im März seinen 70. Geburtstag gefeiert. Unter seiner Führung hat sich die heutige WISI Communications GmbH & Co. KG (WISI) zu einem rund um den Globus operierenden Technologieunternehmen entwickelt. Sihh wurde 1941 in Pforzheim geboren. Nach dem Abitur an der Wirt-



Frank Sihh

schaftsoberschule in Pforzheim studierte er BWL in München und Mannheim. 1967 trat er in das väterliche Unternehmen ein und wurde 1972 dessen alleiniger Komplementär. In fast vier Jahrzehnten unter seiner Leitung nahm das Unternehmen durch zahlreiche Innovationen eine technische Vorreiterrolle beim analogen und digitalen Rundfunk sowie in der Kfz-Antennentechnik ein. Zugleich trieb Sihh die internationale Präsenz durch die Gründung von Niederlassungen in der Schweiz (1976), Hong Kong (1978), China (1978), Spanien (1990) und Österreich (1992) voran. Dabei wurde er durch seinen Sohn Axel unterstützt, der 1994 in die WISI-Geschäftsführung

eintrat. Zum 75jährigen Bestehen nahm Frank Sihh 2001 durch den damaligen Wirtschaftsminister Walter Döhring in Gegenwart von 1.300 Gästen für WISI die Wirtschaftsmedaille des Bundeslandes Baden-Württemberg entgegen. Im Jahr 2006 übergab er die operative Unternehmensleitung an Axel Sihh, der seither das Unternehmen erfolgreich fortführt. www.wisi.de

Kompakte Zapping-Box von smart electronic für den HD-Empfang

smart electronic hat mit dem neuen smart Zappix HD+ eine kompakte Zapping-Box für den einfachen Empfang von HD-Fernsehen in den Handel gebracht. Der HDTV-Satellitenreceiver empfängt sowohl klassisches als auch hochauflösendes Digitalfernsehen. Dank integriertem Zugangssystem und der beigefügten Smartcard können auch die über Astras HD+ Plattform gesendeten TV-Programme in High Definition wiedergegeben werden. Verbindet man den Receiver mit einer externen Festplatte oder einem USB-Stick, können Filme und Serien aufgezeichnet werden. Das gewohnte Bedien-



konzept der bestehenden Receiverreihe von smart findet sich auch im Zappix HD+ wieder: Mittels weniger Tastendrucke können Zuschauer zwischen den einzelnen Menüpunkten navigieren und schnell ihre Auswahl treffen. In Verbindung mit einem SEPP-Dongle (USB-WLAN-Stick) fungiert der Receiver als Multimediazentrale und öffnet dem Zuschauer das

Tor zu interaktiven Fernsehwelten. Der Zappix HD+ erlaubt wie auch die größeren Schwestermodelle VX 10 sowie CX 10 den Zugriff auf das innovative smart-Portal und verspricht mit einer Vielzahl an attraktiven Web-Diensten bestes Home-Entertainment. Neben den Online-Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender können Zuschauer verschiedene soziale Netzwerke sowie die Videoplattform Youtube nutzen, sich zurücklehnen und einzigartiges Heimkino-Feeling genießen. Der smart Zappix HD+ ist ab sofort zum Preis von 139,95 Euro (UVP) erhältlich. Eine für zwölf Monate freigeschaltete Smartcard für HD+ ist im Lieferumfang enthalten. www.smart-electronic.de

SES Astra und Telekom kombinieren Free-TV- und Entertainangebote

SES Astra und die Deutsche Telekom haben eine Kooperation beschlossen. Im Rahmen der Zusammenarbeit sollen das umfassende Satelliten-Free-TV-Angebot von Astra, inklusive HD+, mit dem IPTV-Produkt Entertain der Deutschen Telekom kombiniert werden. Das Angebot wird alle frei empfangbaren TV- und Radiosender von Astra in Standardauflösung und High Definition (HD) inklusive HD+ sowie die typischen Entertain-Dienste wie Video-on-Demand, TV-Archiv und Elektronischer Programmführer enthalten. Entertain Sat umfasst auch zeitversetztes Fernsehen und einen Festplattenrecorder mit 500 GB Speicherplatz. Ebenso inbegriffen sind eine Internet- und Telefon-Flatrate. Entertain Sat wird für Haushalte in Deutschland mit einer DSL-Verbindung von mindestens drei Mbit/s verfügbar sein. HD+ ist eine von SES Astra gestartete Plattform für den Empfang von HD-Programmen. Aktuell gehören zum Angebot von HD+ acht private Free-TV-Sender in HD: RTL HD, Vox HD, RTL2 HD, ProSieben HD, Sat.1 HD, kabel eins HD, Sport1 HD und sixx HD. www.astra.de/www.telekom.de

Internetagentur Schott informiert über nächste Satspeed-Generation

Die Internetagentur Schott hat auf der CeBIT ihr weiterentwickeltes Breitbandsystem Satspeed vorgestellt. Neben innovativen Systemlösungen zur Breitbandversorgung von Wohnanlagen und Mehrfamilienhäusern informiert Schott über Satspeed der nächsten Generation: Mit bis zu 10 Mbit/s im Download und bis zu 4 Mbit/s im Upload bietet Satspeed künftig mehr Leistung, um DSL-unversorgte Regionen mit Highspeed-Internet zu versorgen. Die innovativen Mehrteilnehmeranlagen von Schott ermöglichen die besonders effiziente Versorgung von Wohnanlagen und Mehrfamilienhäusern mit mehreren, satellitengestützten Breitbandanschlüssen über ein zentrales Satspeed-Terminal. Eigens entwickelte Verteilkomponenten sorgen

Satellitengestützter Breitbanddienst Astra2Connect trägt dazu bei, die „weißen Flecken“ zu verringern

SES Astra hat eine neue Lösung vorgestellt, bei der Kommunen ohne Zugang zu terrestrischen Breitbandnetzwerken mit dem innovativen satellitenbasierten Breitbanddienst Astra2Connect versorgt werden. Dank des neuen Dienstes können Telekommunikationsanbieter und Internet Service Provider in ganz Europa Breitband-Internetverbindungen über die bestehende Infrastruktur der letzten Meile anbieten. Die Technologie wurde erstmals auf der CeBIT präsentiert. Sie wird in Baden-Württemberg gemeinsam mit dem Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz und mit Unterstützung der Technologiepartner Nokia Siemens Networks und ND SatCom zum ersten Mal eingesetzt.

Dank der neuen Lösung kann SES Astra kleine Gemeinden in den „weißen Flecken“ mit Breitbandverbindungen von bis zu 6 Mbit/s versorgen, ohne dass Haushalte eine eigene Satellitenantenne installieren müssen.



Auf der CeBIT informierte SES Astra die Messebesucher im Rahmen der Broadband World über die neue Breitbandlösung Astra2Connect.

Die Satellitenbreitbandverbindung wird am Kabelverzweiger der Gemeinde installiert, die Breitbandverbindung zum Endkunden wiederum wird durch die bestehende Infrastruktur der letzten Meile realisiert. Endkunden benötigen lediglich ein Standard-DSL-Modem, um Zugang zum Breitbandinternet zu bekommen.

„Wir freuen uns sehr, mit einer solch innovativen Lösung zur aktuellen Breitbanddiskussion beitragen zu können“, sagte Norbert Hölzle, Chief Commercial Officer bei SES Astra. „Unsere neue Technologie hat enormes Potential, die weißen Flecken in Deutschland zu schließen und gleichzeitig Kooperationen zwischen Infrastrukturanbietern und Telekommunikationsunternehmen zu fördern. Wir sind davon überzeugt, dass wir eine für Gemeinden, Internet Service Provider und Endkunden gleichermaßen attraktive Lösung anbieten.“ www.astra.de

für die optimierte Internetkonnektivität, die die Installation individueller Einzelterminals überflüssig macht. Herzstück ist eine speziell auf Satspeed abgestimmte Server-Architektur, die sowohl das Bandbreitenmanagement als auch Internettelefonie (VoIP) unterstützt. www.satspeed.de

für analoge und digitale Programme, Messgeräte für alle Übertragungswege sowie zahlreiches elektrisches und mechanisches Zubehör gehören. Ebenfalls enthalten ist eine Vielzahl von Planungs- und Anwendungsbei-

Eutelsat-Tochter führt satellitengestützten Breitbanddienst mit bis zu 10 Mbit/s ein

Die Eutelsat-Tochter Skylogic wird ab Ende Mai mit deutschen Partnern ihren satellitengestützten Tooway Breitbanddienst der nächsten Generation in den Markt bringen. Dieser vollwertige Breitbanddienst bietet dann flächendeckend je nach Kundenwunsch bis zu 10 Mbit/s im Download und 4 Mbit/s im Upload. Ermöglicht wird der neue Dienst über KA-SAT, den ersten High Throughput Satelliten in Europa. Dieser kann über eine Million Haushalte und kleine Unternehmen versorgen. Zur CeBIT 2011 informiert Skylogic mit den Distributionspartnern Internetagentur Schott, skyDSL und Sat Internet Services erstmals über die geplanten Dienste und Konditionen (siehe dazu auch PoS-MAIL 1/2011, S. 17). Die neue Tooway Hardware besteht aus einer kleinen Satellitenantenne mit Sende- und Empfangseinheit sowie einem Modem für den Anschluss an den PC oder das Heimnetz. Mit einem leicht zu bedienenden, mitgelieferten Beeper-Kit lässt sich die Anlage selber installieren. Tooway unterstützt alle gängigen Nutzungsszenarien wie E-Mail-Clients, Social Media, Cloud Computing und mehr. Je nach Anbieter sind über Tooway zudem Voice-over-IP und der Empfang digitaler Satellitenprogramme in SD- und HD-Qualität möglich. Zudem soll es zu einem späteren Zeitpunkt eine zusätzliche IPTV-Lösung geben. www.eutelsat.de/www.tooway.de



Kathrein-Katalog 2011 informiert auf 340 Seiten über das aktuelle Portfolio

Kathrein hat seinen Katalog 2011 für den qualifizierten Fachhandel veröffentlicht. Darin informiert das Unternehmen auf 340 Seiten umfassend über sein aktuelles Produktportfolio, zu dem neben bewährten Produkten und Systemlösungen rund um die terrestrische-, Satelliten- und Kabel-Empfangstechnik auch Geräte und Komponenten zu Themen wie mobiler Satellitenempfang, Sat-ZF-Verteiltechnik auch für große Satellitenanlagen, modernste Kopfstellentechnik

spielen sowie zahlreiche Anschlussschemen als Hilfestellung bei der Planung und Realisierung moderner Anlagen. Der Kathrein Katalog 2011 kann über die Kathrein-Vertriebszentren und -Niederlassungen als Printausgabe oder auf CD-ROM bezogen werden. www.kathrein.de

Samsung und der Fachhandel

Gemeinsam zum Erfolg

Auf seiner deutschlandweiten Roadshow startete Samsung seine Trainingsoffensive 2011. Wie der geschulte Fachhändler darüber hinaus die Kundenzufriedenheit steigern kann, verrät Gerd Weiner, Director Sales & Marketing A/V Samsung Electronics GmbH, im Interview.

PoS-MAIL: Herr Weiner, Samsung tourt derzeit zum dritten Mal quer durch die Republik. Wie ist die Roadshow bislang angenommen worden?

Gerd Weiner: Bereits vor unserer letzten Station in Stuttgart können wir mit Stolz sagen: Die Samsung Roadshow war wieder ein voller Erfolg. In diesem Jahr durften wir besonders viele Besucher begrüßen. Mit unserem neuen Produktsortiment geben wir dem Fachhandel die Möglichkeit, seinen Kunden perfekt aufeinander abgestimmte Geräte anzubieten. Diese Idee haben wir auf der Roadshow in Form vernetzter Lebenswelten wie zum Beispiel eines Wohnzimmers, Arbeitszimmers oder einer Küche anschaulich gemacht.

PoS-MAIL: Welche Rolle spielt das Thema Vernetzung in diesem Jahr bei der Kaufentscheidung?

Gerd Weiner: Ob unterwegs oder zu Hause – wir sind rund um die Uhr vernetzt. Damit steigen auch die Anforderungen an elektronische Produkte. Der moderne Verbraucher sucht nach einem Gerät, das nicht nur mehrere Funktionen in sich vereint, sondern auch im Handumdrehen mit anderen Geräten interagiert. Als Vollsortimenter entwickeln wir immer neue Technologien, um den Austausch zwischen unseren Produkten noch schneller, einfacher und komfortabler zu machen. Auf der Roadshow konnten die Besucher beispielsweise selbst testen, wie einfach man den LED TV D8090 mit den Galaxy-Smartphones steuern oder die Lieblingsmusik per Knopfdruck vom Netbook auf die Heimkinoanlage holen kann.

PoS-MAIL: Auf der Roadshow hat Samsung dem Handel erstmals seine neue TV-Kategorie Samsung Smart TV vorgestellt. Wie waren die Reaktionen?

Gerd Weiner: Samsung Smart TV wird den Bedürfnissen moderner Verbraucher in besonderer Weise gerecht. Das haben auch die Fachhändler erkannt, die sehr positiv auf unsere neue Kategorie reagiert haben. Denn mit Samsung Smart TV profitieren Fachhändler von gleich sechs umsatzbringenden Vorteilen – und erfüllen gleichzeitig die wichtigsten Kundenwünsche beim Fernseher-Kauf: brillantere 3D-Bild- und -Tonqualität, stilvolleres Design, vielseitigere Verbindungsmöglichkeiten, mehr Interaktivität, maximaler Bedienkomfort und höhere Energieeffizienz.

PoS-MAIL: Wie vermitteln Sie dem Kunden am PoS Ihr neues Konzept Samsung Smart TV?

Gerd Weiner: Wir machen das Thema Samsung Smart TV mit interaktiven Shop-Displays flächendeckend im Handel erlebbar: Über ein Touchscreen erfahren die Konsumenten alles Wissenswerte rund um die neue TV-Kategorie und werfen mit 3D-Brillen einen Blick in die dritte Dimension. Damit besonders der stationäre Fachhandel von unserer neuen TV-Kategorie profitiert, haben wir unsere Partner-



Gerd Weiner, Director Sales & Marketing A/V Samsung Electronics GmbH

programme AV-Select und AV-Elite 2011 um zahlreiche Samsung Smart TV-Produkte ergänzt.

PoS-MAIL: Welche Möglichkeiten bieten Sie dem Fachhandel, um sich gezielt auf den Abverkauf von Samsung Smart TV vorzubereiten?

Gerd Weiner: Uns ist es wichtig, dass unsere Handelspartner ihren Kunden die Vorzüge von Samsung Smart TV professionell erläutern können. Deshalb bilden wir Verkäufer im Rahmen eines umfangreichen Zertifizierungs-Programms zu Samsung Smart TV-Spezialisten aus, Techniker werden zu Experten. In Online-Trainings und intensiven Workshops vor Ort in den Märkten erfahren Teilnehmer die besten Ver-

kaufsargumente, wie sie Samsung Smart TV am PoS aufmerksamkeitsstark inszenieren und wie sie die neue Geräte-Generation beim Kunden zu Hause installieren. So profitieren teilnehmende Händler nicht nur vom großen Potential der neuen TV-Kategorie, sondern können ihren Kunden nach erfolgreichem Programmabschluss auch zusätzliche Dienstleistungen anbieten.

PoS-MAIL: Welche Trainingsangebote erwarten den Fachhandel 2011 noch?

Gerd Weiner: Der Fachhandel stellt für Samsung die wertvollste Unterstützung im Vertriebsgeschäft dar. Grundlage für unseren beiderseitigen Erfolg ist die hohe Beratungsqualität der Händler. Deshalb legen wir Wert auf intensive Schulungsmaßnahmen. Den Startschuss für unsere diesjährige Trainingsoffensive haben wir auf der Roadshow gegeben und die Besucher in Workshops zu unseren Produktneuheiten geschult. Darüber hinaus haben wir geplant, unser Schulungsangebot 2011 noch stärker auszubauen –



Die erfolgreichen Samsung Partnerprogramme AV-Select und AV-Elite werden ausgebaut und um neue Samsung Smart TV-Produkte ergänzt.

damit unsere Handelspartner das ganze Jahr über das richtige Training für ihren Erfolg bekommen. Ob Basis-, Aufbau- oder Profi-Modul, ob auf Messen, online oder direkt am PoS – mit Samsung steigern Fachhändler langfristig die Zufriedenheit ihrer Kunden und damit die Erträge ihres Unternehmens.



Samsungs Produktsortiment lässt sich mit der auf DLNA basierenden Samsung AllShare-Technologie einfach miteinander vernetzen.

Perfekt abgestimmtes Produktsortiment

Das Team für Grenzen

Samsung entwickelt innovative Produkte, die genau auf die Ansprüche moderner Verbraucher zugeschnitten sind. Vom smarten Fernseher, über vielseitige Blu-ray-Geräte bis hin zu vernetzbaren Digitalkameras oder Netbooks – alle Geräte können miteinander kommunizieren und machen Unterhaltung zu einem ganzheitlichen Erlebnis.



Smarte TV-Lösung

Das Highlight-Modell LED TV D8090 der neuen Geräte-Kategorie Samsung Smart TV bietet Möglichkeiten, die weit über den klassischen Fernsehkonsum hinausgehen: Nutzer können mit dem D8090 zum Beispiel Videos sowie Bilder kabellos aus dem Heimnetzwerk oder Internet auf den großen TV-Bildschirm holen. Alle Inhalte finden Verbraucher in Sekundenschnelle über die innovative Stichwortsuche Search All – und spielen sie in brillanter Qualität ab. Durch eine intelligente Steuerung der LED-Hintergrundbeleuchtung hat Samsung den Bildkontrast und die Schwarzdarstellung weiter verbessert. Das intensivere Seherlebnis unterstützt das neue minimalistische „One Design“: Mit dem nur fünf Millimeter schmalen Rahmen scheint das Bild förmlich im Raum zu schweben – vor allem bei plastischen Bildern ein verblüffender Eindruck.



Mobile Begleiter: die Galaxy-Serie

Mit der Samsung Galaxy-Reihe bietet Samsung mobile Endgeräte, die besonders kompakt und leistungsstark sind: Zum Beispiel ist das neue Smartphone Samsung Galaxy S II nur 8,49 Millimeter dünn und mit einem 1-GHz-Dual-Core-Prozessor sowie dem Android-Betriebssystem 2.3 ausgestattet. Damit spielen Nutzer unterwegs mitreißende 3D-Games, schauen HD-Filme oder surfen komfortabel im Internet. Viel Platz für Unterhaltung bieten Samsungs Galaxy Tab-Modelle: Auf dem großen Bildschirm lesen Nutzer angenehm E-Books, bearbeiten Dokumente oder genießen Bilder, Videos und Musik in brillanter Qualität. Beide Geräte sind darüber hinaus mit zwei Kameras ausgestattet, so dass sich unterwegs Fotos und Videos machen lassen, die zu Hause komfortabel im Heimnetzwerk übertragen werden können. Besitzer eines Samsung Smart TVs können die Galaxy-Geräte als Fernbedienung einsetzen und je nach Modell sogar das TV-Bild auf den mobilen Begleitern darstellen.



Mehr als ein Blu-ray

Die neuesten Blockbuster von der TV-Lieblingsserie aufzeichnen. Der BD-D6900 bietet Nutzern mehr als ein Blu-ray-Geräte – dank eines integrierten S2-Tuners. Damit ist das Gerät ohne digitale Empfangsfunktion geeignet. Verbraucher können TV-Sendungen mitschneiden und auf dem USB-Speichermedium speichern. Das Programm mit der Timeshift-Funktion bewertet sogar ältere Fernsehsendungen auf: Über Smart Hub greifen sie auf das Angebot aus dem Internet zu und laden media-Dateien ab.

Kabellose Unterhaltung

Heimkinoanlagen mit 3D-Sound

Samsung macht die dritte Dimension jetzt auch hörbar – mit der 3D-Heimkinoanlage HT-D6759W. Sie analysiert das Frequenzspektrum des Films und ermittelt hieraus den optimalen 3D-Sound zum Bild. So fühlen sich die Zuschauer nicht mehr nur visuell, sondern auch akustisch mitten ins Geschehen versetzt. Ein weiteres Highlight der Anlage sind ihre Lautsprecher: Durch die Integration zusätzlicher Lautsprechersysteme in die vorderen Boxen wird aus der platzsparenden 5.1-Anlage ein vollwertiges 7.1-System – Nutzer profitieren von einem intensiveren Surround-Sound ohne zusätzliche Boxen.

Wer eine Anlage sucht, die sich dezent auf einem Bücherregal oder einer Kommode aufstellen lässt, greift zur HT-D7100 im eleganten würfelförmigen Modul-Design. Ihr aktiver drahtloser Subwoofer lässt sich frei im Raum platzieren, und mit 110-Watt-RMS-Leistung sorgt sie für ein exzellentes Sounderlebnis.

Breites Zubehör-Sortiment

Fachhändler können ihren Kunden beim Kauf eines Samsung TV-Geräts direkt das passende Zubehör anbieten: Mit dem One Foot-Router binden Nutzer ihren Samsung Smart TV kinderleicht ins kabellose Heimnetzwerk ein – einfach den Router einmalig in die Nähe des Fernsehers halten und schon ist dieser konfiguriert. Die Slim-Design-Wandhalterung erlaubt die individuelle Befestigung des Fernsehers an der Wand, und der TV-Standfuß ist höhenverstellbar und bietet zusätzlich Platz für eine Soundbar sowie einen Zusieler. Genauso durchdacht ist auch das neue Induktionsladegerät: Es lädt bis zu vier neue Samsung 3D-Brillen gleichzeitig kabellos auf. Wer mit seinem LED TV ab Serie 6500 über Skype in brillanter HD-Qualität videotelefonieren möchte, greift zu Samsungs TV-Kamera, die sich einfach am Fernsehrahmen befestigen lässt. HDMI-Kabel in verschiedenen Varianten runden das Zubehör-Sortiment ab.

Leistungsstarke Netbooks

Verbraucher wollen auch unterwegs immer vernetzt sein und auf unterschiedlichsten Wegen kommunizieren. Hierfür bietet das Samsung Netbook NC210 mit integriertem WLAN, Bluetooth und der PC-to-Phone-Funktion die idealen Voraussetzungen: Nutzer können ihr Smartphone mit dem Netbook verbinden und sogar SMS und MMS verschicken. Das NC210 wiegt nur 1,18 Kilogramm und ist damit der ideale Reisebegleiter. Nutzer profitieren vom leistungsstarken Intel ATOM™-Prozessor, der für alle mobilen Aufgaben bestens geeignet ist. Der Akku hält bis zu zehn Stunden, so dass Anwender problemlos einen ganzen Geschäftstag auf das Ladegerät verzichten können. Zu Hause lässt sich das Netbook ganz einfach in das kabellose Heimnetzwerk einbinden, und über Samsung AllShare gelangen Multimedia-Dateien im Handumdrehen auf den TV-Bildschirm.

Intuitive Digitalkamera mit WLAN

Die Samsung SH100 ist viel mehr als eine kompakte Digitalkamera: Mit ihr machen Nutzer nicht nur hochauflösende Fotos, sondern übertragen sie auch über WLAN kabellos auf ihr TV-Gerät. Wollen sie zum Beispiel ihre Eindrücke vom Rockkonzert mit daheimgebliebenen Freunden teilen, stellen sie ihre Schnappschüsse direkt auf Facebook und Picasa online oder versenden mit der Kamera eine E-Mail – über die intuitive Smart Touch 3.0-Oberfläche. Ihre leicht erkennbaren Symbole im App-Stil ermöglichen den völlig unkomplizierten Zugriff auf die wichtigsten Einstellungen der Kamera direkt über den 7,62 Zentimeter großen Bildschirm. Ein Fingerstrich genügt, und schon ist zum Beispiel der Kontrast geregelt oder sind spezielle Foto-Effekte aktiviert. Auf ebenso bequemem Weg blättern Nutzer durch gespeicherte Aufnahmen und erleben so ihre schönsten Erlebnisse aufs Neue.



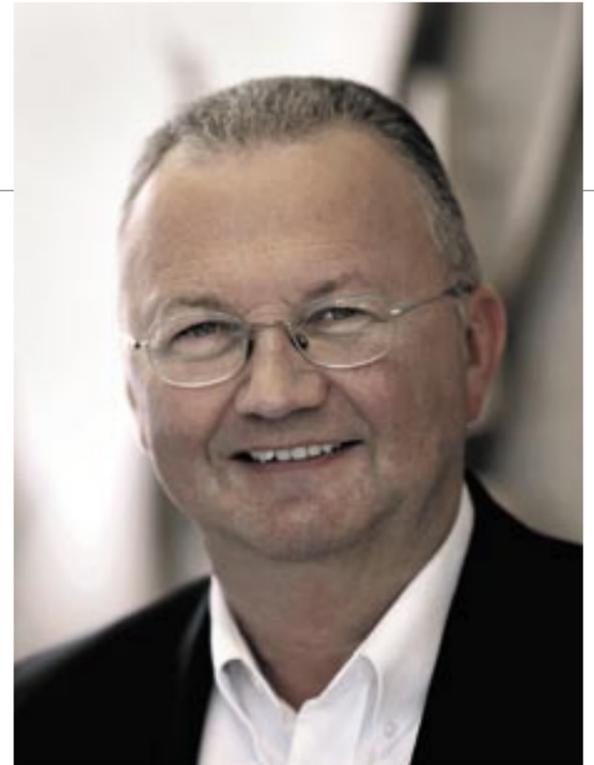
Player

Blu-rays genießen oder die... Samsungs Blu-ray-Player... Flexibilität als herkömmliche... DVB-C/T- oder wahlweise... Player ideal für ältere TV-... Recorder... können zudem komfortabel... diese auf einem angeschlos-... sichern oder das aktuelle Pro-... tion pausieren. Der BD-D6900... mit umfangreichen Funktio-... fen Nutzer auf ein vielfältiges... oder rufen ihre eigenen Multi-

Eine TV-Kategorie, die jeden Anspruch erfüllt

Smarte Produkte für ein smartes Leben

Samsung hat sich dem Ziel verschrieben, die Bedürfnisse der Menschen bei der Produktentwicklung wieder in den Vordergrund zu stellen. Dieses Vorhaben setzt Samsung in seiner neuen TV-Generation Samsung Smart TV bereits in die Tat um.



Hans Wienands, Senior Vice President, Samsung Electronics GmbH

„Bei der Entwicklung neuer Produkte mit immer mehr Funktionen und mehr Leistung sind die Kundenwünsche in den letzten Jahren stärker in den Hintergrund gerückt. Moderne Verbraucher achten bei der Kaufentscheidung jedoch auf mehr als nur auf hohe Leistungsfähigkeit – sie wünschen sich Produkte mit wirklichem Mehrwert, die ihr Leben bereichern und komfortabler machen.

Deshalb stellen wir den Menschen wieder in den Mittelpunkt unserer Entwicklungen. Als Inspiration dient uns die aktive Lebenswelt der jungen Generation: Sie ist zu jeder Zeit und an jedem Ort vernetzt und von digitalen Begleitern umgeben. Kunden wollen Inhalte flexibel nutzen, eigene Inhalte gestalten und diese einfach mit ihren Freunden oder der Familie teilen. Durch das veränderte Mediennutzungsverhalten fällt der Unterhaltungselektronik eine ganz neue Rolle zu – die Geräte müssen smarter werden. Mit unserer neuen TV-Kategorie Samsung Smart TV können wir die gestiegenen Bedürfnisse erstmals in allen Aspekten erfüllen.

Die Geräte sind dem aktiven Lebensstil der Verbraucher perfekt angepasst und bieten viel mehr als nur Fernsehen. Davon profitiert auch der Handel, der mit unseren smarten Geräten alle wichtigen Kaufkriterien seiner Kunden erfüllen kann: Brillante Bild- und Tonqualität, ein stilvolles Design, vielseitige Vernetzungsmöglichkeiten, mehr Interaktivität mit maximalem Bedienkomfort und eine höhere Energieeffizienz.“

Design:

Die Designs der neuen Geräte-Generation Samsung Smart TV sehen gut aus und harmonieren perfekt mit jeder Wohnumgebung. Besonders das minimalistische „One Design“ der LED TVs D8090 und D7090 fasziniert: Die Rahmen sind mit fünf Millimetern extrem schmal – der Fernseher wirkt dadurch fast unsichtbar und das Bild scheint förmlich im Raum zu schweben. Vor allem plastische Bilder nehmen Zuschauer dadurch noch intensiver wahr. Darüber hinaus sind die Geräte dank ihrer Ultra Slim-Bauweise sehr dünn und ideal für die Wandmontage geeignet.

3D-Bild- und -Tonqualität:

Mit Samsung Smart TV tauchen Nutzer in faszinierende Bilderwelten ein: Die neuen LED TVs verfügen über eine intelligente LED-Hintergrundbeleuchtung, die kontrastreiche Bilder mit noch satterem Schwarz liefert. In schnellen Kameraschwenks zeigen die Modelle ruckelfreie und scharfe Bilder mit einer Clear Motion Rate von bis zu 800 Bildern pro Sekunde – auch in 3D. Und mit der hochwertigen Active Shutter-Technologie und den neuen 3D-Brillen erleben Verbraucher dreidimensionale Abenteuer in Full-HD-Qualität mit reduzierten Doppelkonturen. Für die passenden Klänge sorgt die neue 3D-Sound-Technologie: Mit ihr bewegt sich der Ton passend zur dreidimensionalen Darstellung.

Eco:

Viel Leistung muss nicht automatisch hohen Energieverbrauch bedeuten – das zeigen die Samsung Smart TV-Produkte: Die neuen LED TV-Geräte verbrauchen weniger Strom als die Vorjahresmodelle bei gleichzeitig gesteigerter Bildqualität und umfassenderer Ausstattung. Hierfür sorgen unter anderem das effiziente Produktdesign und die optimierte Anordnung der LED-Hintergrundbeleuchtung. Ein Großteil der Samsung Smart TV-Modelle erreicht beim neuen Energielabel für Fernseher die höchste Energieeffizienzklasse A. Nutzer leisten so einen Anteil für eine grünere Zukunft und reduzieren außerdem ihren Stromverbrauch.

Samsung SMART TV

Die sechs umsatzbringenden Vorteile:



Vernetzbarkeit:

Die Geräte der Samsung Smart TV-Generation sind mit vielseitigen Anschlüssen ausgestattet, die die Vernetzung innerhalb des Heimnetzwerkes zum Kinderspiel machen. So sind zum Beispiel die Highlight-Modelle der neuen LED TV-Serien mit WLAN und bis zu drei USB-Anschlüssen ausgestattet. Nutzer rufen damit kinderleicht ihre Multimedia-Dateien vom Netbook, Smartphone und von der Kamera ab, oder verbinden ihre Festplatte direkt mit dem Fernseher – störende Kabel gehören der Vergangenheit an. Noch nie war die Kommunikation zwischen der Unterhaltungselektronik so komfortabel.

Bedienbarkeit:

Die Nutzerführung bei Samsung Smart TVs ist besonders einfach: Auf der intuitiven Smart Hub-Oberfläche behalten Nutzer den Überblick über sämtliche Inhalte und finden diese in Sekundenschnelle – mit Search All. Das Eintippen eines Suchworts gelingt besonders komfortabel mit der optionalen Touch-Fernbedienung oder einem Samsung Galaxy-Gerät. Mit ihnen blättern Nutzer auch schnell durch die integrierte elektronische Bedienungsanleitung und die bebilderte Einrichtung, die die Installation der Fernseher deutlich vereinfachen.

Anwendungen:

Nur Fernsehen war gestern: Samsung Smart TV eröffnet Nutzern die Welt zu mehr Inhalten. Ein großes Angebot an TV-Apps wie tagesschau.de, maxdome, YouTube, Facebook oder Skype bringt bekannte Internetdienste in brillanter Qualität auf den TV-Bildschirm. Erstmals können Nutzer auch bequem im Internet surfen und währenddessen weiter das laufende Fernsehprogramm verfolgen – mit dem integrierten Web-Browser.



CAR MEDIA

Navigon Update des Mobile-Navigators 3.5.4 für Smartphones

Navigon hält für Android-Smartphones das neue kostenlose Update des MobileNavigators 3.5.4 für die Europa- und alle Regionalvarianten bereit. Die Software erweitert die Vollversionen der Navi-App um die Funktion Navigon Fußgänger Taschenlampe, die die Photo-LED des Smartphones als Leuchte nutzt. Das Update unterstützt außerdem das neue Betriebssystem Android 2.3 (Gingerbread) und läuft auch auf



dem Samsung Galaxy S 19000 sowie dem Galaxy Tab. Für das Gerät Samsung Galaxy S 19000 bietet Navigon zudem jetzt auch ein Design Car Kit zur sicheren Anbringung des Geräts an der Frontscheibe des Autos an. Neben dem Update können nun auch Besitzer eines Android-Smartphones, die den MobileNavigator noch nicht nutzen, eine kostenlose Navigon Anwendung auf ihr Gerät laden: Die App help2park ist im Android Market downloadbar und hilft, überall auf der Welt einen Parkplatz zu finden. Dafür greift die Software auf die Daten von Google Maps zurück. help2park ist die erste App der Geburtstags-Serie, die Navigon in diesem Jahr anlässlich seines 20jährigen Bestehens veröffentlicht und die neben dem Android Betriebssystem auch für iOS auf dem iPhone verfügbar ist. Das Update 3.5.4 des Navigon Mobile-Navigators für Android-Smartphones und die Parkplatz-App können ab sofort im Android Market heruntergeladen werden. www.navigon.com

Auch O2 liefert anonymisierte Daten für Navigationsgeräte

Auch Telefónica O2 Germany will zukünftig dafür sorgen, dass sich der Verkehrsfluss auf Straßen viel genauer analysieren und vorher-sagen lässt. Dazu fließen anonymisierte Handy-Standortdaten aus dem O2 Netz in das Verkehrsinformationssystem der ITIS Deutschland GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der britischen ITIS Holdings plc, ein. Als einer der ersten Hersteller wird die BMW Group die neue PrecisionTraffic-Technik als Teil ihres europäischen Verkehrsservices in ihren Fahrzeugen verwenden. Für den neuen Service werden anonymisierte Signaldaten von über 17 Millionen mobilen Endgeräten erfasst und sofort ausgewertet. Durch die Mobilfunkdaten lassen sich viel größere Gebiete erfassen als mit anderen Techniken wie GPS oder fest installierten Verkehrssensoren. So können mehr Straßen abgedeckt werden, und die Informationen sind viel akkurater. Weil die verwendeten Standortinformationen als vertrauliche Kundendaten von O2 gelten, wurde das ganze System durch den Bundesbeauftragten für Datenschutz überprüft und freigegeben. Die kontinuierliche Anonymisierung und ein regelmäßig wechselnder Verschlüsselungsalgorithmus machen einen Rückschluss auf einzelne Kundeninformationen unmöglich. ITIS PrecisionTraffic wird ab dem zweiten Quartal zur Verfügung stehen und richtet sich an Automobilhersteller, Navigationssoftware-Hersteller sowie an lokale und bundesweite Regierungsstellen. www.o2.de

Car-Entertainment Produkte von Axion neu im ENO-Portfolio

Eno hat sein Portfolio um Produkte und Lösungen von Axion erweitert. Mit 1-DIN-Navigationsgeräten oder 24V Radios für Lkw, Rückfahrkameras und Entertainmentlösungen bietet Axion Produkte, die neben maximaler Sicherheit auch beste Unterhaltung auf Rädern gewährleisten sollen. Axion entwickelt und vertreibt moderne Überwachungs- und Entertainmentssysteme für Fahrzeuge aller Art. Die Ausstattung von Pkw's, Minivans, Reisemobilen, Nutzfahrzeugen, Landmaschinen, Bussen und Bahn gehört ebenso zum Geschäft wie die Nachrüstung von Monitoren für fast jeden Bedarf, für Deckeneinbau und Standmontage, mit und ohne TV-Modul, DVD-Spieler, Digitalrecorder und Rückfahrkamera-Systeme für nahezu alle Einsatzmöglichkeiten. www.eno.de/www.axionag.de

ENO stellt erstmals auf der Amicom in Leipzig aus

Zum ersten Mal nimmt ENO vom 9. bis 13. April an der Amicom in Leipzig teil. Händler, die einen Termin am ENO-Stand vereinbaren, bekommen ihre Eintrittskarten vom Nordherner Distributor kostenlos. Auf dem Leipziger Messegelände erwartet die Besucher ein aktueller Überblick über die Innovationen aus den Bereichen Audio, Infotainment und Navigation. Auf 40 m² präsentiert ENO unter anderem zwei Fahrzeuge, in denen man live erleben kann, was im Bereich Navigation und Telematik aktuell ist. Wer jetzt Partnerschaft mit ENO erleben und mehr Infos zu den Produkten aus den Bereichen Navigation und Telematik möchte, macht einfach einen Termin bei ENO am Stand und bekommt – solange der Vorrat reicht – eine Eintrittskarte kostenlos sowie eine Überraschung auf der Messe. Zu finden ist ENO in Halle 5 an Stand F18. www.eno.de

Navteq Traffic vom TÜV Rheinland zertifiziert

Navteq hat für seine präzise Echtzeit-Verkehrslösung Navteq Traffic das TÜV-Qualitätszertifikat und die Note „sehr gut“ erhalten. Die Studie wurde vom TÜV Rheinland durchgeführt. Das Ergebnis zeigt, dass Navteq Traffic 95 Prozent der Staus korrekt wiedergegeben hat. In dem Test untersuchte TÜV Rheinland, wie oft und präzise Navteq Traffic die Echtzeit-Verkehrsbedingungen in Deutschland wiedergegeben hat. Der Test wurde von vier TÜV-Analyseteams auf deutschen Straßen zwei Wochen lang durchgeführt. Untersucht wurden dabei die am häufigsten befahrenen Verkehrsgebiete wie das Ruhrgebiet, Berlin, Stuttgart, München, Hamburg, Hannover und Köln-Bonn. Die Studie zeigt, dass 95 von 100 verkehrsrelevanten Ereignissen, also Staus oder stockender Verkehr, korrekt erkannt wurden. Navteq Traffic liefert zuverlässige, präzise Echtzeit-Verkehrsinformationen für deutsche Autobahnen, Bundes- und Nebenstraßen. Über eine Vielzahl an Datenquellen – Navteq verfügt nach eigenen Angaben über mehr als jeder andere Anbieter in Deutschland – werden Details erfasst, analysiert und verarbeitet: Dazu zählen sogenannte GPS-Spurdaten. Dabei handelt es sich um anonym erfasste Infos von Navigationssystemen mit Mobilfunkverbindung (connected devices), die auf Straßen in Deutschland unterwegs sind. Ebenso trägt auch das weltweit größte Netzwerk eigener Sensoren bei. Auch ereignisbezogene Meldungen etwa von der Polizei oder Notdiensten fließen mit ein, sowie historische Datensätze über das aus der Vergangenheit bekannte Verkehrsaufkommen auf Straßenabschnitten. www.navteq.de

LEIPZIG

9.-13. APRIL

2011

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

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



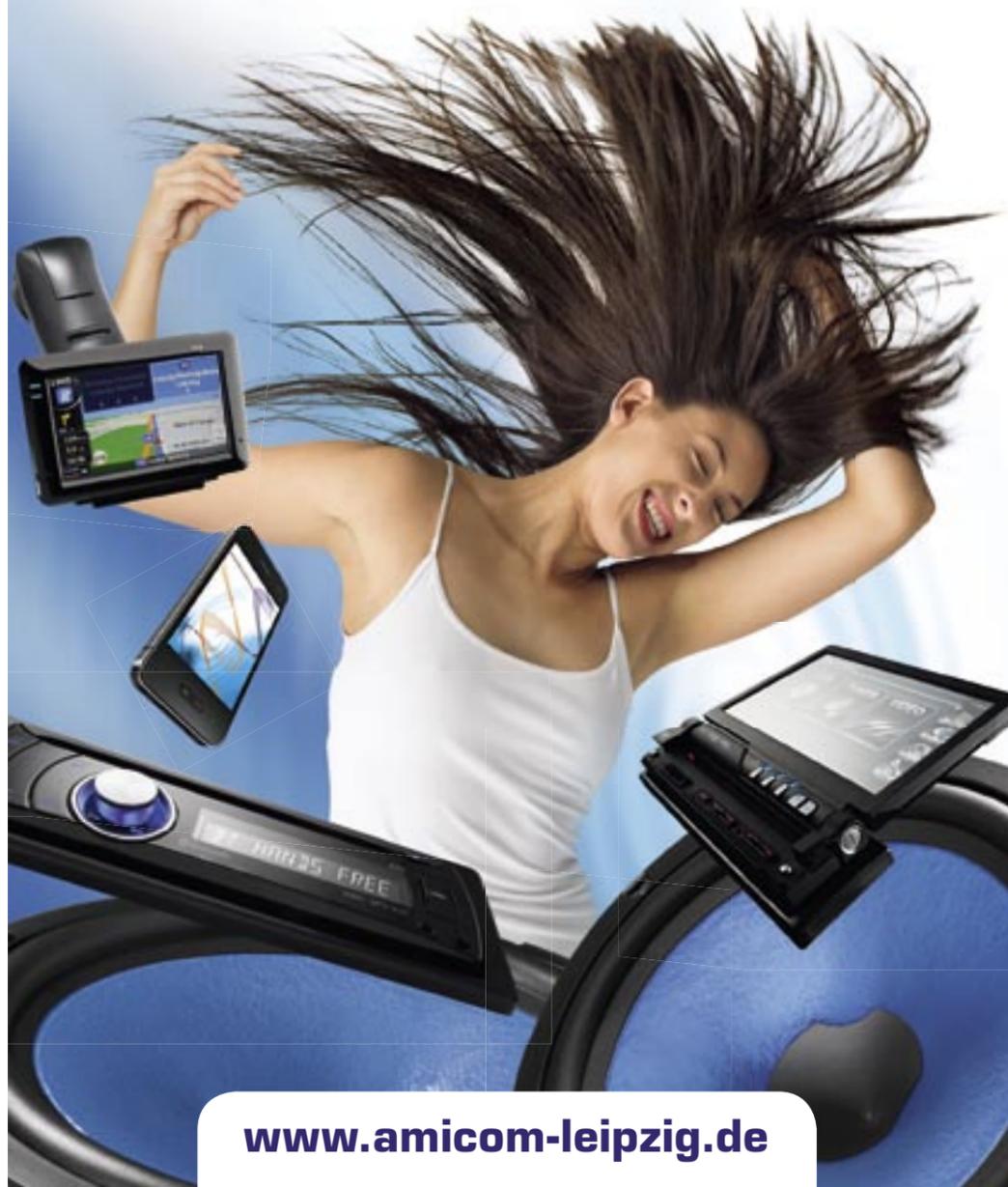
AUDIO • INFOTAINMENT • NAVIGATION

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

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

Wir informieren Sie gern!

per Telefon: +49 341 678-8220 oder
per E-Mail: info@amicom-leipzig.de



www.amicom-leipzig.de

Messe zeigt Trends des mobilen Infotainments



Auf zur

Wurden Sie schon einmal zu Besuch in einer fremden Stadt eingeladen? Sicherlich, viele Probleme können diesen Aufenthalt zu einem „unvergesslichen Erlebnis“ machen, einige lassen sich schon heute lösen. Zum Beispiel die Suche nach einem Parkhaus, der nächsten Tankstelle oder einem Sternrestaurant. Auf der Amicom, der Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug, werden auf dem Gelände der Leipziger Messe vom 9. bis zum 13. April zahlreiche nützliche Assistenten im Bereich In-Car-Elektronik vorgestellt, die Ihnen, vor allem aber auch Ihren Kunden, den Aufenthalt in fremden Gefilden angenehmer machen.

Und wer Angst vor der Langeweile auf langen Autofahrten hat oder stets auf dem neuesten Stand von Nachrichten und Verkehrshinweisen sein will, der kann sich auf der Amicom auch über die neuesten Trends in Sachen Car-Entertainment und Car-Infotainment informieren. Und das sogar rauschfrei, denn zukünftig verwöhnt der neue digitale Radioempfang (DAB) das Ohr.

Zahlreiche Marktführer kommen nach Leipzig

Zahlreiche marktführende Unternehmen aus den Bereichen Werkstatt und Service sowie Unterhaltungs-, Navigations- und Kommunikationstechnik im Fahrzeug werden auch in diesem Jahr wieder auf der Leipziger Messe vertreten sein. Das Veran-

staltungstrio bündelt damit verschiedene Bereiche des Aftermarktes und schafft für Aussteller, Fachbesucher und Privatpublikum vielfältige Synergien.

Mit der parallelen Durchführung der Amicom, der Amitec, Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service, und der Amistyle, Event für Car-Styling, Individualisierung, Umrüstung und Service, etabliert die Leipziger Messe eine Produktfamilie, die die Branche umfassend abbildet. „Mit diesem Verbund haben wir eine für Deutschland einzigartige Kombination entwickelt, die den Messestandort Leipzig auch im AMI-freien Jahr 2011 zum zentralen Treffpunkt für Fachbesucher und Auto-Enthusiasten macht“, sagt Projektdirektor Matthias Kober.



Auch auf der Amicom 2011 werden Pkw-Besitzer und -Interessierte wieder umfassende Anregungen für Individualisierungsmöglichkeiten bekommen.

Integration von Tablets und Smartphones

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

diesen Ansatz ist unter anderem die Flexibilität dieser Endgeräte.

Mit einer Diagonalen von sechs bis zehn Zoll, die viele dieser Endgeräte aufweisen, lassen sich viele Informationen übersichtlich darstellen. Den Anfang macht die Navigationsfunktion mit Points of Interest, gefolgt von einer Sprachsteuerung, die das Bußgeld bei Handynutzung erspart und nebenbei den kürzesten Weg zur nächsten Tankstelle findet. Große Automobilhersteller haben

eigene Marken-Applikationen, kurz App, im Angebot, beispielsweise den Hundeschreck, der vor „Markierungen“ schützt. All diese Entwicklungen gipfeln in einer kompletten medialen Abdeckung durch TV-, Audio- und Internetzugang im Cockpit.

Vielfältige Anwendungen für unterwegs

Verbunden mit den angesprochenen Features lassen sich vielfältige Anwendungen nun komfor-



Aussteller wie JVC gehören mit ihrem umfassenden Portfolio zu den Branchengrößen, die auf der Amicom vertreten sind.

Die Eintrittspreise für die drei Automessen

Die Karten im Vorverkauf kosten: Tageskarte 9,00 Euro, ermäßigte Tageskarte 6,00 Euro, im Online-Vorverkauf Tageskarte 7,50 Euro, Mehrtageskarte 16,00 Euro. Die Eintrittspreise an den Tageskassen lauten: Tageskarte 9,00 Euro, ermäßigte Tageskarte 6,00 Euro, Tageskarte Kind (6–12 Jahre) 4,00 Euro, Tageskarte Familie (pro Person) 6,00 Euro, Feierabendticket (ab 15 Uhr) 5,50 Euro, Mehrtageskarte 18,50 Euro. Der Eintritt für Kinder unter sechs Jahren in Begleitung Erwachsener ist frei.

Die Eintrittskarten – ausgenommen Online-Tickets – berechtigen am Besuchstag der Veranstaltung zur kostenfreien Hin- und Rückfahrt zum bzw. vom Messegelände mit den öffentlichen Personennahverkehrsmitteln des MDV (Mitteldeutscher Verkehrsverbund). Wer mit dem Pkw zum Messegelände anreist, zahlt 5,00 Euro Parkplatzgebühren.

Ermäßigte Karten gibt es gegen Vorlage eines gültigen Nachweises für Auszubildende, Arbeitslose, Sozialhilfeempfänger, Rentner, Schüler/Studenten, Schwerbeschädigte, Wehrpflichtige/Zivildienstleistende.

Der Messekatalog kostet 3,00 Euro (zzgl. Porto). Er kann online über eine der drei Internetseiten www.amicom-leipzig.de, www.amitec-leipzig.de oder www.amistyle-leipzig.de bestellt werden.

Amistyle und Gymkhana feiern ihre Premiere

Amicom



tabel unterwegs nutzen. Dazu gehören die Verwaltung von E-Mail-Konten, das Abrufen von Webstreams sowie die Möglichkeit, Freunde über Facebook immer und überall an seinem Leben teilhaben zu lassen.

Zwei der größten Gewinner dieses Trends sind iPod oder iPhone. Viele Hersteller haben sogenannte Dockingstationen im Angebot. Damit lassen sich vorhandene Endgeräte mit wenig Aufwand an die Car-Hifi-Systeme formschön anschließen. Allerdings sind das nicht die einzigen Geräte, die dafür in Frage kommen. Ebenso interessant sind die auf dem Google Betriebssystem Android basierenden Geräte.

Kickoff der Europäischen Gymkhana-Serie

Nicht nur die Amistyle selbst präsentiert sich 2011 zum ersten Mal, auch das Rahmenprogramm erlebt mit dem Kickoff der Europäischen Gymkhana-Serie 2011 während der Amistyle eine echte Premiere. Bei diesem Event können die Besucher im Freigelände die faszinierende Wirkung der Fliehkräfte erleben. Bei dieser

spektakulären Form des Geschicklichkeitsfahrens geht es am 9. und 10. April um das erfolgreiche Umkurven verschiedener Hindernisse mit Hilfe von Drift-Techniken. Wagemutige Besucher haben zudem die Gelegenheit, als Beifahrer im Drift-Taxi am eigenen Leib zu erfahren, was es heißt, Kurven in Querlage zu passieren. Adrenalin, Angstschweiß und unvergessliche Eindrücke sind also garantiert.

Frei übersetzt bedeutet Gymkhana soviel wie „sportlicher Geschicklichkeitswettbewerb“ und ist angelehnt an den Drift-Sport. Ziel der Disziplin ist, bei möglichst hoher Geschwindigkeit durch Querstellen des Autos einen Parcours zu absolvieren. Prinzipiell treten die Fahrer dabei gegeneinander auf einem spiegelbildlich aufgebauten Kurs an. Der Teilnehmer mit der besten Zeit gewinnt. Um Chancengleichheit zu gewährleisten, wird der Kurs an die Autobreite angepasst. Auch wenn der Aufbau der Strecke variabel ist, sind dennoch Regeln vorgegeben. Diese sind im „Reglement Gymkhana Drift Cup 2011“ festgeschrieben.

Gymkhana ist ein Sport für echte Profis, und diese können die Besucher der Amistyle hautnah erleben, sich im Fahrerlager umsehen und dort auf Tuchfühlung mit den Motorsportlern

gehen. Zum Kickoff werden 32 Teams aus ganz Europa erwartet, unter anderem aus Ungarn, Italien, Norwegen, England, Griechenland und Frankreich. Populär wurde dieser Sport hauptsächlich

durch Ken Block, einen US-amerikanischen Rallyefahrer. Er wurde vor allem durch seine viele Millionen Male abgerufenen Videos auf der Internetplattform YouTube bekannt.

Interview mit Matthias Kober, Projektdirektor der Amicom

„Die Besucher können sich auf eine gewachsene Amicom freuen“

PoS-MAIL: Mit 135.000 Besuchern hat die Amicom 2010 eine erfolgreiche Premiere gefeiert und bei Fachbesuchern und Privatleuten einen sehr positiven Eindruck hinterlassen. Was hat Sie im vergangenen Jahr an der Messe am meisten begeistert?

Matthias Kober: Mit qualitativ hochwertigen Angeboten aus den Bereichen Car Audio, Navigation, Mobile Media sowie Kommunikation wurde das Portfolio der In-Car-Elektronik-Branche auf Anhieb sehr gut abgedeckt. Eine solche Premiere, getragen von der Präsenz nahezu aller marktführenden Hersteller und Marken, ist in der Messelandschaft eher die Ausnahme. Auch das beeindruckende Interesse sowohl der Fachbesucher als auch des Privatpublikums bestätigt uns, dass das Konzept der Amicom sehr gut angenommen wird. Am meisten begeistert hat mich aber die konstruktive Zusammenarbeit mit den Ausstellern und den Branchenmultiplikatoren, von der Erarbeitung der Messekonzeption über die Festlegung der Inhalte des Rahmenprogramms bis zur Messedurchführung. Ohne dieses vertrauensvolle Miteinander wäre der gemeinsame Erfolg der Amicom nicht möglich gewesen.

PoS-MAIL: Bereits 2010 hatten sich einige Branchengrößen für eine Präsenz auf der Amicom entschieden. Wie viele Aussteller erwarten Sie in diesem Jahr?

Matthias Kober: Wir wollen 2011 an den Erfolg des vergangenen Jahres anknüpfen. 100 Hersteller und Marken werden ihre Innovationen und aktuellen Produkte auf der Amicom präsentieren, darunter klangvolle Namen wie Audio Design, Clarion, German Maestro, Hama, JVC, Kenwood, Magnat und Pioneer. Prominente Neuaussteller, darunter ACR und Alpine, bereichern das Angebot der Messe zusätzlich. Insgesamt können sich unsere Besucher auf eine gewachsene Amicom 2011 freuen.

PoS-MAIL: Sie bezeichnen die Amicom in ihrem zweiten Jahr als führende Messe in Europa. Wie wollen Sie das Amicom-Konzept langfristig zum Erfolg führen?

Matthias Kober: Die Amicom ist der neue Branchentreffpunkt für alle Bereiche der In-Car-Elektronik. Mit der Vorstellung von Innovationen, Trends und aktuellen Sortimenten wird die Messe zur einzigartigen Plattform für Information, Gedankenaustausch, Kontakte und Order. Dies gilt in besonderem Maße für den B2B-Bereich, aber auch für die autoaffinen Endverbraucher. Selbstverständlich werden wir das Konzept der Amicom – wie bisher praktiziert gemeinsam mit den Ausstellern und Branchenmultiplikatoren an künftige Entwicklungen anpassen, um auch weiterhin über eine bedarfsgerechte Messe sprechen zu können.

PoS-MAIL: In welcher Form profitieren die Händler von einem Besuch der Amicom?

Matthias Kober: Für den Fachhandel ist die Messe ideal, um sich über Branchentrends zu informieren, Neuheiten hautnah kennenzulernen, Angebote zu vergleichen, neue Kontakte zu knüpfen, bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen und natürlich zu ordern. Die Anwesenheit von privaten Endverbrauchern auf der Messe bietet zudem die Gelegenheit, sich einen Eindruck von deren konkreten Interessen und Kaufneigungen zu verschaffen. Auf den Einbau von In-Car-Elektronik-Geräten spezialisierte Betriebe haben zudem die Möglichkeit, auf der parallel stattfindenden Fachmesse Amitec einen Überblick zu Spezialwerkzeugen und Ausrüstungen für ihre Tätigkeit zu bekommen. Und auf der Amistyle, die in diesem Jahr ihre Premiere feiert, können professionelle Besucher aus dem Handel sehen, welche Nischen es noch zu besetzen gibt.

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



Die Individualisierung von Fahrzeugen ist das Hauptthema der neuen Amistyle. Besonders gut gelungene Um- und Einbauten sind stets auch ein Anziehungspunkt für Fotografen.

Großes Interesse an der neuen Amistyle

Die neu konzipierte Amistyle stieß bereits im Vorfeld auf breites Interesse. Tuninganbieter, internationale Motorsport-Teams sowie zahlreiche Tuning-Clubs werden sich auf der Amistyle präsentieren. Das Konzept ist folgerichtig. Laut der Studie „Tuning Report 2010“ glauben rund 80 Prozent der befragten Autokäufer, dass in Zukunft das Thema Individualisierung von Bestandsfahrzeugen eine große Rolle spielen wird. Nicht nur Zubehöranbieter und Tuner haben diesen Trend längst erkannt, auch die Automobilhersteller bauen ihre Individualisierungs-, Originalteile- und Zubehörprogramme konsequent aus, um so zusätzliche Absatzkanäle zu erschließen.

Experten sagen für 2011 und 2012 stark wachsende Verkaufszahlen voraus

Boomprodukt Tablet-PC

Als im vorigen Jahr die ersten Prototypen der Tablet PCs angekündigt wurden bzw. auf den Markt kamen, begann das Rätselraten: Würde diese neue Gerätekategorie – zu groß für ein Smartphone, nicht so leistungsfähig wie ein Notebook – am Markt auf positive Resonanz stoßen? Inzwischen ist klar: Tablet PCs sind eines der Boom-Produkte in der ITK-Welt. Prognosen, zum Beispiel vom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom), sagen den flachen Multimediageräten Wachstumsraten im zweistelligen Bereich voraus.

So geht der Bitkom auf der Basis einer aktuellen Erhebung davon aus, dass sich der Verkauf von Tablet-PCs in diesem Jahr in Deutschland auf 1,5 Millionen Stück nahezu verdoppeln wird. Im kommenden Jahr werden die Verkäufe nach der Bitkom-Vorhersage erneut deutlich zulegen, und zwar um geschätzte 46 Prozent auf 2,2 Millionen Geräte. Im zweiten Jahr nach ihrer Einführung kommen die Tablet-PCs 2011 bereits auf einen Anteil am gesamten PC-Markt von zehn Prozent.

Netbooks verlieren

Dabei geht das Wachstum vor allem zu Lasten der kleinen Netbooks, die zunehmend Marktanteile verlieren. Deren Absatz sinkt bis Ende 2011 laut Bitkom um 15 Prozent auf 1,2 Millionen

Stück. Damit werden in diesem Jahr schon mehr Tablet-PCs verkauft als Netbooks.

Derzeit zahlt der Kunde am PoS oder bei der Online-Bestellung durchschnittlich 510 Euro für einen Tablet-PC. Ändert sich dieser Wert nicht, so wird der Umsatz mit Tablet-PCs im Jahr 2011 um 70 Prozent auf 770 Millionen Euro steigen, und im kommenden Jahr wird das Marktvolumen voraussichtlich erstmals die Marke von einer Milliarde Euro erreichen.

Inspiration für die Branche

Doch nicht nur beim Bitkom erwartet man eine positive Entwicklung. „Der Tablet-Boom inspiriert die gesamte Branche der Consumer Electronics“, fasste Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft für

Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), die Erfahrungen der letzten Monate zusammen. „Hier geht es um viel mehr als nur ein neues Hardware-Konzept: Die Tablets stehen für faszinierende ergonomische Lösungen, für extrem einfache und nutzerfreundliche Bedienung und für ein nahezu unerschöpfliches Anwendungspotential.“

Großes Einsatzspektrum

So erschließen die Geräte Medien aller Art – vom Web-Radio über elektronische Videotheken, Foto-, Musik- und Filmarchive bis hin zum Live-Fernsehen über das Heimnetzwerk. Doch das anfangs häufig gebrauchte Bild eines mobilen Nutzers, der unterwegs seine E-Mails bearbeitet, sich am Flughafen die Zeit mit Spielen vertreibt oder auf der Zugfahrt Filme schaut, E-Books liest oder Musik hört, spiegelt nur einen Teil des Anwendungsszenarios wider. Inzwischen hat die gesamte CE-Industrie die Tablets als perfekte Fernbedienung entdeckt: Viele Hersteller haben Bedien-Apps für Heimkinos, Fernseher, Receiver, Recorder oder HiFi-Anlagen entwickelt. Für Hybrid-Fernseher, die neben Hunderten von TV-Programmen auch noch ein

täglich wachsendes Angebot von audiovisuellen Inhalten über das Internet erschließen, sind Tablets nach Meinung der gfu die Steuergeräte der Zukunft. Spezielle Apps können dann das ganze mediale Angebot übersichtlich als verkleinerte TV-Bild-

schirmen darstellen, zur Auswahl genügt das bloße Antippen. Sogar komplett vernetzte Häuser lassen sich über Tablet-Apps steuern und überwachen – von der Heizung im Keller über die Webcam im Garten bis zum Medienserver im Wohn- oder Arbeitszimmer. So hilft die neue Geräteart, die Heimvernetzung zum Massenmarkt zu entwickeln.

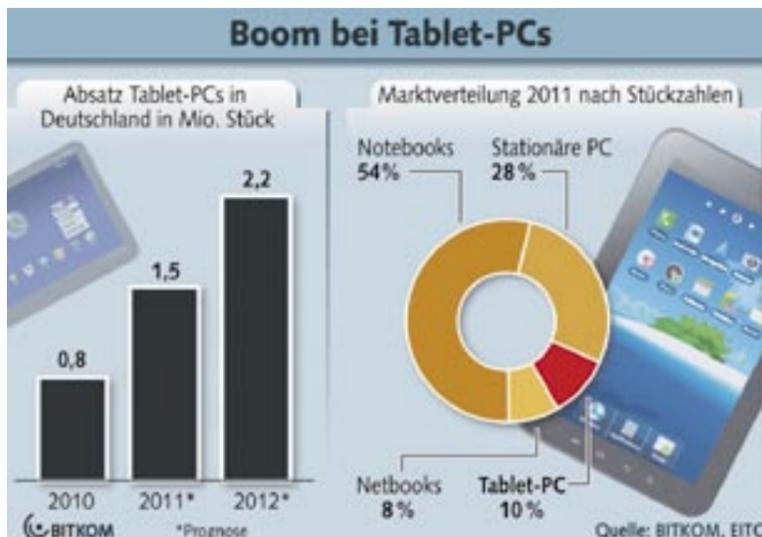
gress in Barcelona, CeBIT in Hannover) weit über 100 neue Modelle vorgestellt – ein Ende ist nicht absehbar. „Mit den Tablets wird sich der PC-Markt weiter differenzieren“, sagte Bitkom-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. „Es drängen immer mehr Anbieter in den Markt, die Modelle in unterschiedlichen Preis- und Leistungsklassen anbieten.“ Und die mit verschiedenen Betriebs-

Bild rechts: Arbova 8. Bild unten: Asus Eee Slate EP 121.

Samsung Galaxy Tab 10.1 (rechts), MSI Wind Pad (unten) und Archos 7v2 (links).

Bild links: Mit dem Iconia bietet Acer ein innovatives Gerät, das sich am Konzept der Tablet-PCs orientiert und zwei Displays im 35,6 cm (14 Zoll)-Format mit intuitiv bedienbarer Multitouch-Technologie kombiniert.

Bilder im Uhrzeigersinn von oben: Motorola Xoom, LG Optimus Pad, Viewsonic Pad 10, HTC Flyer.



Den Tablet-PCs steht eine rosige Zukunft bevor: Der Branchenverband Bitkom sagt dieser neuen Gerätekategorie in den kommenden Jahren starkes Wachstum voraus.

Chance für den Handel

Zwar werden nicht alle Neuheiten in Deutschland verfügbar sein, aber dennoch liegt in der Vielfalt der neuen Produkte eine große Chance für den Handel. Zwar gelingt es Apple immer noch, mit dem iPad und dem neuen iPad2 ein „Muss-ich-haben“-Kultprodukt anzubieten, aber bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass auch andere Hersteller sich weder hinsichtlich des Designs, noch wegen der Bedienung oder der Ausstattung hinter den Mac-Produkten zu verstecken brauchen, dabei aber dem Handel mehr Marge bieten.

Viele Neuheiten

Bei derart positiven Einschätzungen liegt es auf der Hand, dass auch die Hersteller Tablet-PCs als neues Betätigungsfeld entdeckt haben. So wurden allein in den ersten drei Monaten des Jahres auf den drei großen CE-, TK- und IT-Messen (CES in Las Vegas, Mobile World Con-

Die Comodo Console ist ein neuartiges Car-Entertainment-Produkt 100 Anwendungen mit zwei Klicks

Recht unspektakulär, mit einem geschlossenen Stand ohne öffentlich zugängliche Demogeräte, Promotoren, Vitrinen und Showroom – und daher von den meisten Besuchern vermutlich gar nicht beachtet – präsentierte sich das israelische Start-up-Unternehmen Iway Mobile im Februar auf dem World Mobile Congress in Barcelona. Dabei war das Understatement gar nicht erforderlich, denn mit der Comodo Console zeigte das Unternehmen ein neuartiges und sehr interessantes Produkt aus dem Bereich Car-Entertainment.

Die Comodo Console bietet verschiedene Telefonfunktionen und mehrere Dutzend Dienste, die speziell für die Integration in die Umwelt des Fahrers entwickelt wurden und in neun „Welten“ eingeteilt sind. „Die Comodo Console wurde gestaltet, um die Fahrzeit unterhaltsamer zu machen, Kosten und Zeit zu sparen und Dienste bereitzustellen, die sich an den Wünschen und Bedürfnissen des Fahrers und der Mitreisenden orientieren“, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Gerät ist ein Festeinbau und wird mit der Elektrik und dem Audiosystem des Fahrzeugs verbunden. Es beinhaltet Bluetooth zum Telefonieren, eine Kamera, die sich beim Einlegen des Rückwärtsgangs automatisch einschaltet, 3D-Navigationssoftware und einen Musik Player. Zur Ausstattung gehören weiterhin Hun-

derte von webbasierten Angeboten, die den Reisenden auf einem kapazitiven 4,3“/10,9 cm Touchscreen (480 x 272 Pixel) mit 16,7 Millionen Farben präsentiert werden. Der Touchscreen ist mit einer speziellen Beschichtung gegen Kratzer geschützt. Jede der neun „Inhaltswelten“ der Comodo Console bietet zirka zehn Services und Applikationen, die, so der Hersteller, „in einer einzigartigen Weise, elegant, einfach und klar gestaltet und an das Innere des Fahrzeugs angepasst wurden“. Die verschiedenen Welten sind: Die Welt der Information, des Fernsehens, der Straße, der Freizeit, der Musik, des Alltags, der Widgets, des Büros und des „nützlichen Inhalts“. Die jeweiligen Inhalte gelangen über das mobile Internet auf das Gerät. Dabei wurde das Menü so konzipiert, dass jede Applikation mit maximal zwei



Die verschiedenen Dienste der Comodo Console werden über einfache Symbole – auf dem einzigen verfügbaren Pressefoto leider mit hebräischen Schriftzeichen – über den Touchscreen ausgewählt.

Klicks erreichbar ist. Um Sprache und Daten gleichzeitig nutzen zu können, bietet das Gerät zwei unabhängige Kanäle für die Sprach- und Datenübertragung. Das Menü steht in zehn Sprachen bereit. Dazu gehören deutsch, englisch, russisch und türkisch. „Die Comodo Console ist das am weitesten entwickelte Telekommunikations- und Servicesystem in der Automobilbranche“, erklärte Danny Knafou, CEO und Gründer von Iway Mobile, auf dem World Mobile Congress. „Kein anderes System

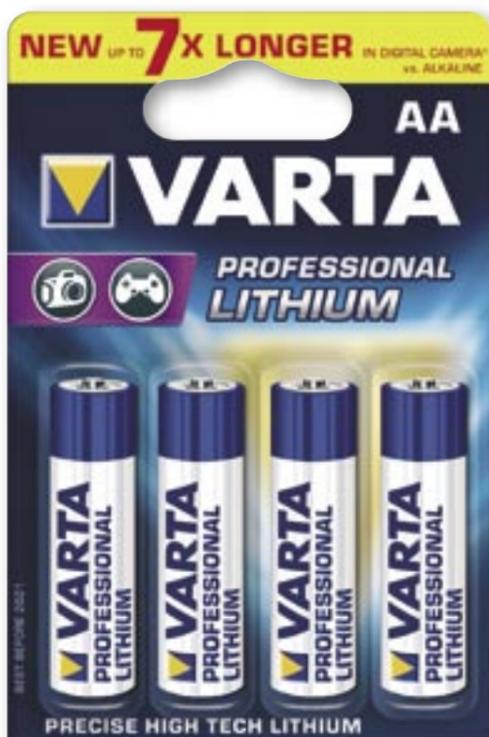
weltweit bietet so viele Inhalte und Möglichkeiten, ohne dabei Kompromisse hinsichtlich der Sicherheit einzugehen.“ So bietet die Konsole neben Bluetooth für freihändiges Telefonieren und dem großen Touchscreen für die einfache Navigation durch das Menü auch einzigartige Alarmer, zum Beispiel bei der Fahrt über gefährliche Straßen, Radarwarnungen und einen Notfallknopf. Außerdem werden Video- und Fernsehbilder beim Fahren ebenso blockiert wie die Funktion, SMSen oder E-Mails zu senden oder zu verschik-

ken oder im Internet zu surfen. Eine Besonderheit ist die Möglichkeit, eine bestimmte Person per SMS beispielsweise darüber zu informieren, wenn der Fahrer die Geschwindigkeit übertritt oder sich aus einem zuvor definierten Bereich entfernt – nützlich etwa dann, wenn Eltern ihren Kindern oder Arbeitgeber ihren Mitarbeitern das Fahrzeug überlassen.

Die Comodo Console hat die Abmessungen 207 x 122 x 13 mm und ist in den Farben Pearl Nickel und Cream Champagner zu haben. Sie basiert auf einem 530-MHz Prozessor von Samsung und läuft mit dem Betriebssystem Windows CE5. Sie bietet 4 GB integrierten Speicherplatz. Die Speicherkapazität kann mit optional erhältlichen MicroSD-Karten um bis zu 3 GB ausgebaut werden. Ein extern angebrachter GPS-Receiver und ein Mobilfunkmodul in Form eines ebenfalls extern installierten USB-Sticks bilden die Grundlage für Navigation, Telefonie und Internetzugang. Das Gerät kann MP3- und WMA-Audiodateien sowie MPEG4- und 3GP-Video dateien abspielen.

Zur Vermarktung der Konsole sucht der Hersteller Partner in Deutschland. Kontakt (auf englisch) über (Frau) Orit Zrubavel von der PR-Agentur, E-Mail oritzat@allmedia.co.il.

www.comodoconsole.com



Die AA Batterien halten bis zu sieben Mal länger als herkömmliche Alkali Batterien.

Die Lithium-Technologie steckt ab April 2011 auch in AA und AAA Batterien des Professional Segments von Varta. Dadurch halten Lithium-AA-Batterien bis zu sieben Mal länger und AAA-Batterien bis zu vier Mal länger in Digitalkameras als herkömmliche Alkali-Batterien.

Noch längere Lebensdauer für Varta Batterien

Die Lithium-Technologie besticht durch lange Lagerfähigkeit (bis zu zehn Jahren), geringe Selbstentladung und die Einsatzfähigkeit selbst bei extremen Temperaturen. Ein weiterer Vorteil gegenüber Alkali-Batterien ist das geringe Gewicht, welches sich gerade in mobilen Geräten, wie beispielsweise Digitalkameras, bemerkbar macht. Das bereits bestehende Varta Professional Lithium Sortiment wird durch die Erweiterung auf 1,5 Volt AA- und AAA-Batterien sinnvoll ergänzt. Die Vorteile der starken Lithium-Technologie gegenüber gewöhnlichen Alkali-Batterien machen das Segment vor allem für anspruchsvolle Kunden, wie etwa professionelle Fotografen, interessant. Durch das bewährte „TriEnergy“-Konzept von Varta ist es für den Ver-

braucher ein Leichtes zu erkennen, für welche Geräte die Batterien optimal einsetzbar sind. Die Varta Lithium Batterien sind ab 5,49 Euro im Handel erhältlich. Lithium-Batterien, wie die „Professional Lithium“ von Varta, verfügen neben einer hohen Energiedichte über eine äußerst geringe Selbstentladung. Daher eignen sich diese Batterien insbesondere für Anwendungen mit langer Lager- bzw. Ruhezeit, wie etwa Rauchmeldern. Sie eignen sich außerdem auch für Geräte mit einem hohen Stromverbrauch und wechselnden Energie-

anforderungen, wie beispielsweise bei Digitalkameras und Blitzgeräten. Batterien und Akkus werden, laut Varta, in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Schon heute sind sie ein bedeutender Teil der Zukunftstechnologien in den verschiedensten Geräten. Speicherkapazität, Lagerfähigkeit und Belastbarkeit werden weiter verbessert, während die Selbstentladung weiter abnehmen wird. Varta ist daher, nach eigenen Aussagen, kontinuierlich bemüht, Produktneuentwicklungen zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse der Verbraucher zugeschnitten sind.

Vor allem Zuverlässigkeit und Lebensdauer der Batterien werden ständig weiterentwickelt und für die Ansprüche modernster Anwendungen optimiert.



Das bereits bestehende Varta Professional Lithium Sortiment, wird durch die Erweiterung auf 1,5 Volt AA- und AAA-Batterien sinnvoll ergänzt.

Varta V-Man Home Station erhält Plus X Award

Das innovative Multi-Ladegerät, die Varta V-Man Home Station, wurde im Februar 2011 mit dem Plus X Award geehrt.

Die Varta V-Man Home Station ist ein Multi-Ladegerät für verschiedenste Mobilgeräte. Ganz gleich ob Handy, Digitalkamera, MP3-Player oder die Playstation Portable von Sony – das Gerät lädt bis zu vier Gadgets gleichzeitig auf. Hierfür ist die Varta V-Man Home Station mit acht Adaptern ausgestattet, die sich beliebig auf der Station anordnen lassen. Parallel zu den Lieblings-Gadgets lassen sich auch Mignon- (AA) und Micro- (AAA) Akkus aufladen – und das alles ohne lästiges Kabelgewirr unzähliger Ladegeräte. Die V-Man Home Station ist für 49,99 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

MobileWorld legt neues Kooperationsmodell auf Weg mit den weißen Flecken

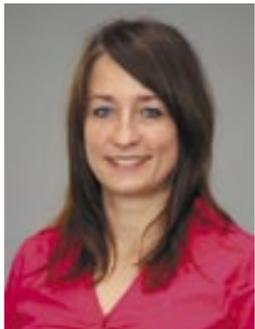
The Phone House und die vier Netzbetreiber wollen gemeinsam mit einem neuen Kooperationsmodell für die Eigenmarke MobileWorld ab April die „weißen Flecken“ im Telekommunikationshandel beseitigen. Gemeint sind hier nicht die Flecken, die derzeit immer wieder im Zusammenhang mit dem Ausbau von LTE zitiert werden, sondern jene Ortschaften, in denen der TK-Handel und besonders die Mobilfunkwelt nicht gut oder gar nicht präsent sind. Dort werden Kooperationspartner aus dem Handel gesucht, die ihr Geschäft gemeinsam mit MobileWorld und den Netzbetreibern erweitern wollen.

„Das müssen nicht zwingend TK-Händler sein. Uns sind CE-, IT- oder Fotoexperten, die beispielsweise durch die wachsende Nachfrage nach Smartphones und

Base sowohl bei der optischen Präsentation gegenüber dem Kunden als auch bei der Vermarktung der Angebote klar in den Vordergrund zu stellen.

Damit dies gelingt, kann der Händler auf die original Deko- und Ladenbaumaterialien der Netzbetreiber ebenso zurückgreifen wie auf die speziell von den Mobilfunkunternehmen für MobileWorld entwickelten Aktionen und Angebote. Wieviel Unterstützung der Partner bekommt, hängt von den gegebenen Möglichkeiten vor Ort und den individuellen Zielvereinbarungen ab.

„Die Marke MobileWorld fungiert höchstens als ‚Klammer‘, um die



Nadine Wegener, Leiterin Vertriebssteuerung bei MobileWorld Distribution

Tablet PCs neue Chancen im TK-Markt sehen, ebenso willkommen. Und auch der TK-Händler, der bislang eine Ein-Marken-Strategie gefahren hat und expandieren will, darf sich von unserem neuen Angebot angesprochen fühlen“, erklärte Nadine Wegener, Leiterin Vertriebssteuerung bei MobileWorld Distribution, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Zwei Mobilfunknetze

Das Konzept der neuen MobileWorld Geschäfte sieht vor, dem Handelspartner die Auswahl aus allen vier Mobilfunkbetreibern zu lassen, aber jeweils einen D-Netz- und entweder O2 oder



Die Telekom ist einer der vier Netzbetreiber, mit denen das neue Konzept umgesetzt wird.

Was Kooperationspartner mitbringen sollten

Um Partner im neuen MobileWorld Kooperationsmodell von The Phone House zu werden, sollten potentielle Interessenten bestimmte Qualifikationen mitbringen bzw. Bedingungen erfüllen. Hier die wichtigsten:

- Ladengeschäft mit ausreichend Fläche, um zwei Netzbetreiber repräsentativ darzustellen (ab 40 m² mit zwei Schaufenstern).
- Sichtbare Darstellung und Integration eines D-Netzes und entweder O2 oder Base.
- Bevorzugte Vermarktung der beiden integrierten Netzbetreiber.
- Aktionen der Netzbetreiber und der MobileWorld werden deutschlandweit gemeinsam angeboten und präsentiert.
- Nutzung des MobileWorld Kassensystems bzw. Lieferung eines Abverkaufsreportings.
- Der jährliche Mindestumsatz beträgt 420.000 Euro (Stand bei Redaktionsschluss; dieser Betrag kann sich noch nach unten geändert haben).
- Durchschnittlicher Hardware-Umsatz 5.000 Euro pro Monat.



Die Besucher der CeBIT 2011 hatten Gelegenheit, sich am Stand von MobileWorld Distribution über das neue Kooperationsmodell zu informieren.

beiden Mobilfunknetze am PoS optisch miteinander zu verbinden“, erläuterte Wegener.

Ausgewählter Kreis

Konzipiert wurde das neue Angebot für einen ausgewählten Kreis von Fachhandelspartnern. Diese

klar in Richtung Wireless World“, meinte Wegener. „Die MobileWorld Partner sollen dagegen zunächst einmal über das ‚Brot- und-Butter-Geschäft‘ auf eine solide wirtschaftliche Basis im TK-Markt gestellt werden.“

Kooperationsvertrag

Der Kooperationsvertrag wird für zwei Jahre geschlossen, „ein Jahr davon garantieren wir dem Händler einen festen Partnerstatus“, so Wegener, „danach bewerten wir die Zusammenarbeit neu.“ Angeboten werden zwei Varianten der Kooperation, einmal ein direktes Modell, zum Beispiel für freie Fachhändler, zum anderen ein indirektes Modell für die Händler, die bereits mit einem strategischen Distributor wie Selectric zusammenarbeiten.

Zu den Vorteilen der neuen Partner gehört, dass MobileWorld die komplette IT-Infrastruktur inklusive eines Freischaltportals bereitstellt. Außerdem sorgt MobileWorld für notwendige Liquidität, zum Beispiel durch Anpassung der Provisionszahlungen an den Rhythmus der Netzbetreiber. Das bedeutet, dass beispielsweise statt der bei The Phone House üblichen monatlichen Provisionszahlung die Provisionen zweiwöchentlich (bei der Telekom) bzw. wöchentlich (bei O2) ausgezahlt werden.

Außendienstbetreuung

Obwohl sich der neue Partner dazu bereiterklären muss, 100 Prozent seines TK-Geschäftes

über MobileWorld abzuwickeln, ist auch der Außendienst der Netzbetreiber direkter Ansprechpartner für die MobileWorld Händler. Zusätzlich werden diese durch einen MobileWorld-eigenen Außendienst betreut. Dazu hat die Marke drei Teams aufgebaut, die in den Vertriebsregionen West, Ost und Süd unterwegs sind.

www.mobileworld.de

Mit MobileWorld billiger in 26 Länder telefonieren

The Phone House hat die Preise im hauseigenen Prepaid-Tarif MobileWorld für Telefonate in 26 europäische und außereuropäische Länder gesenkt. Kunden können jetzt bei Telefonaten in die Mobilfunknetze Ungarns und Rumäniens über 30 Prozent sparen. Hier beläuft sich der Minutenpreis nur noch auf 19,9 Cent. Das Festnetz der beiden Länder kann für 6,9 Cent pro Minute erreicht werden. Auch für Telefonate auf den afrikanischen Kontinent wurden die Preise umfangreich gesenkt. So können ab sofort bei Festnetzaufrufen nach Syrien 20 Prozent (19,9 Cent pro Minute) und nach Marokko 18 Prozent (9,9 Cent pro Minute) gespart werden. In das ägyptische Mobilfunk- und Festnetz telefoniert man fortan für nur noch 14,9 Cent pro Minute. Das Starterpaket mit der MobileWorld SIM kostet 9,95 Euro und beinhaltet 7,50 Euro Startguthaben.



Bild links: Die vom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) organisierte Broadband World in Halle 13 gehörte zu den Publikumsmagneten der diesjährigen CeBIT. Die Broadband World war, ebenso wie die Bitkom Cloud Computing World, eine von zahlreichen Sonderschauen, die der High-Tech-Verband auf insgesamt 5.500 Quadratmetern Ausstellungsfläche präsentierte. Bild rechts: Seit Jahren ein Anziehungspunkt vor allem für die CeBIT-Besucher aus dem Fachhandel ist der Planet Reseller, der sich in den Hallen 14 und 15 etabliert hat.

Auch in diesem Jahr standen B2B-Angebote im Mittelpunkt CeBIT mit klarerer Struktur

Hatte man als regelmäßiger Besucher der CeBIT in den vergangenen Jahren deutlich angemerkt, dass ihr die Neupositionierung nicht leicht fiel, so präsentierte sich die weltgrößte Technologiemesse in diesem Jahr mit einer klareren Struktur. Im Mittelpunkt standen dabei B2B-Angebote, die in Hannover erstmals auf den vier Plattformen CeBIT pro (ITK-Lösungen für Unternehmen), CeBIT gov (Technik für die öffentliche Verwaltung und das Gesundheitswesen), CeBIT lab (Plattform für die Forschung) und CeBIT life (digitaler Lifestyle) gezeigt wurden.

Auch in diesem Jahr standen die ehemals hauptsächlich von Unternehmen der TK-Branche belegten Hallen 24, 25 und 26 ebenso wie das davor befindliche Freigelände leer. So bot sich vor allem den Messebesuchern, die das CeBIT-Gelände über den Messebahnhof Laatzen bzw. den Eingang West aufsuchten, zunächst ein eher tristest Bild. Aber in den Hallen musste dieser erste Eindruck

schnell korrigiert werden. So waren nicht nur die großen Stände von Ausstellern wie Microsoft, SAP oder Deutsche Telekom hochfrequentiert, auch die Sonderschauen, die der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) auf insgesamt rund 5.500 Quadratmetern Ausstellungsfläche organisiert hatte, entwickelten sich zu Publikums-

magneten. Hervorzuheben sind hier die Broadband World und die Bitkom Cloud Computing World, die verschiedene Aspekte der jeweiligen Themenbereiche umfassend beleuchteten. Auch der nur für Fachbesucher zugängliche Planet Reseller stellte in diesem Jahr erneut seine Anziehungskraft unter Beweis.

Zuspruch aus dem Ausland

„Mit den richtigen Trend-Themen, hochkarätigen Meinungsführern und einem gesteigerten Zuspruch aus dem Ausland hat die CeBIT in diesem Jahr ihre Stärken demonstriert“, erklärte Ernst Raue, der für die CeBIT zuständige Vorstand der Deutschen Messe AG, zum Abschluss der Veranstaltung in Hannover. Und auch Bitkom-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer begrüßte das geänderte Messekonzept: „Das neue Profil schafft Klarheit, die Fülle an Themen wird besser gegliedert“, so Scheer.

339.000 Besucher

Insgesamt kamen nach Angaben der Messeveranstalter 339.000 Besucher aus 90 Nationen zur CeBIT 2011, von denen rund 80 Prozent aus beruflichem Interesse die Reise nach Hannover angetreten hatten. Auf seiten der Aussteller wurden mehr als 4.200 Unternehmen aus rund 70 Ländern gezählt, darunter auch zahlreiche Firmen, die nach mehrjähriger Pause zur CeBIT zurückgekehrt waren. Dazu zählten beispielsweise Motorola, Oracle, HP, Xerox, Canon, Epson und

Siemens Enterprise Communications. An der Ausstellerliste wurde auch die zunehmende Vernetzung der IT-Branche mit anderen Technologiesektoren deutlich: So präsentierten sich etwa Autohersteller und Stromversorger. Themen wie ITK im Auto und die Mobilität von morgen stießen ebenfalls auf Interesse. „Die CeBIT hat gezeigt,

Experton Group zufolge sogar ein Volumen von 13 Milliarden Euro erreichen. Cloud Computing wurde deshalb auf der Messe nicht nur im Rahmen der vom Bitkom organisierten Sonderschau thematisiert, sondern war darüber hinaus auch bei einer Vielzahl von Ausstellern präsent. „Die Cloud beschäftigt sämtliche



Wer sich über Cloud Computing informieren wollte, hatte dazu unter anderem am Stand von Microsoft in Halle 4 Gelegenheit. Das Unternehmen stellte zur CeBIT 2011 Windows Intune vor, eine Kombination aus Microsoft Cloud-Diensten für die PC-Verwaltung. Der Service ist als Abonnement erhältlich und steht ab sofort zur Verfügung.

wie moderne Technologien unser Leben verändern werden“, sagte Scheer. Und Raue betonte, dass sich die Internationalität der CeBIT auf einem Spitzenniveau befinde.

Hohes Investitionsvolumen

Wenig überraschend bildete das Thema Cloud Computing einen der Schwerpunkte auf der CeBIT, sagen doch viele Experten diesem Bereich grandiose Wachstumschancen voraus. So soll der Cloud-Umsatz mit Geschäfts- und Privatkunden in diesem Jahr um 55 Prozent auf 3,5 Milliarden Euro steigen, und bis 2015 wird der Cloud-Markt einer Prognose der

Sparten der ITK-Branche und führt zu tiefgreifenden Veränderungen in allen Branchen. Die CeBIT hat eine Fülle von Anwendungen präsentiert, die Akzeptanz für Cloud-Technologien erhöht und signifikante Geschäftsabschlüsse realisiert“, stellte Raue fest.

Das potentielle Investitionsvolumen auf der CeBIT 2011 ist nach Raues Angaben im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent gestiegen. Raue: „Viele Unternehmen haben deutlich mehr Leads geschrieben als im Vorjahr.“ Für die Unternehmen gelte es nun, aus den Leads Umsatz zu realisieren.

www.cebit.de



Eine High-Tech-Messe ohne das Thema 3D ist derzeit nicht denkbar. So legten auch auf der CeBIT 2011 viele Aussteller den Fokus auf 3D. Interessant war dabei vor allem die Vielfalt der Angebote. Das Spektrum reichte von 3D-Spielen, so wie hier am Stand von Nintendo, über den Einsatz von 3D-Monitoren im Bereich Digital Signage bis zu riesigen 3D-Displays für Werbung im Außenbereich. Vor allem 3D-Produkte, die zur Betrachtung keine Brille erfordern, fanden das Interesse der CeBIT-Besucher.

TK



Gigaset Communications steigt in den Markt für IP-Business-Telefone und -Telefonanlagen ein

Gigaset Communications steigt mit der neuen Profiline Gigaset pro in den Markt der Telefonanlagen und IP-Systemtelefone für kleine und mittlere Unternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern ein. Diese neue Linie wird exklusiv über die Komsa AG und die Allnet GmbH vermarktet. Zum Marktstart umfasst Gigaset pro IP-Systemtelefone (zum Teil mit DECT-Integration), eine IP-DECT Basissta-

und damit auf größtmögliche Interoperabilität mit IP-Telefonanlagen aller namhaften Hersteller und Business-Provider. Die einfache und intuitive Bedienung steht an erster Stelle. Sobald die IP-Systemtelefone an das Unternehmensnetzwerk angeschlossen sind, erfolgt ihre Konfiguration nahezu selbständig. Bei der Handhabung baute Gigaset auf seine jahrzehntelange Erfahrung aus dem Con-



tion und IP-Telefonanlagen. Während die Telefonanlage T300 PRO bis zu 15 Mitarbeiter bedient, wird die T500 PRO mit 10 Benutzerlizenzen ausgeliefert und ist auf 100 Anschlüsse erweiterbar. Die IP-Anlagen der Gigaset pro-Produktlinie zeichnen sich durch eine einfache Konfiguration und Installationsroutine aus. Gigaset setzt auf offene Standards wie SIP (Session Initiation Protocol)

sumer-Markt: Einfach und logisch strukturierte Menüs, die Fünf-Wege-Taste mit Touch-Wheel für den Schnellzugriff auf häufig benötigte Funktionen sowie leicht lesbare Displays erleichtern die tägliche Arbeit. Gigaset Communications legte bei der Entwicklung seiner professionellen Produktlinie nach eigenen Angaben nicht nur Wert auf einfache Bedienung sowie umfassenden Funk-

Vodafone wendet sich mit Business PBX-Lösung an den Mittelstand

Vodafone Deutschland hat sein bestehendes Telefonanlagen-Angebot um eine weitere Kommunikationslösung für mittelständische Unternehmen erweitert. Mit der Business PBX-Lösung bietet Vodafone im Mittelstandsegment eine stationäre Telefonanlage, die alle Bedürfnisse einer modernen Büro-Kommunikation beinhaltet. Diese TK-Lösung wird ergänzt um das Festnetz- und Mobilfunk-Portfolio von Vodafone, so dass der Kunde in vollem Umfang durch einen Anbieter bedient wird. Der Einsatz von Business PBX bietet für eine Firmengröße von 50 bis 500 Teilnehmern umfangreiche Leistungen: Telefonie (Festnetz und mobil), Unified Communications, Telefon-, Multimedia- und Video-Konferenzen sowie integrierte Fax-Server und Instant Messaging. Die hybride Lösung unterstützt sowohl IP- als auch klassische Telefonie.

Mit Business PBX ergänzt Vodafone neben OfficeNet/OfficeNet Mobil und OfficeNet Enterprise PBX das Produktportfolio im Bereich Telefonanlagen. Es handelt sich im Gegensatz zu den beiden virtuellen Ansätzen der OfficeNet-Familie um eine dezidierte, am Kundenstandort installierte TK-Anlagenlösung. Diese hybride Lösung ermöglicht sowohl die Umsetzung von VoIP-Telefonie als auch die Unterstützung von digitalen, analogen und DECT-Endgeräten. Ergänzt wird die Lösung um zahlreiche Unified Communications-, Fixed Mobile Convergence und Konferenz-Module.

Business PBX bindet das Mobiltelefon als vollständige Nebenstelle ein und bietet die gleichen Leistungsmerkmale wie Bürotelefone. Alle wichtigen Funktionalitäten der Kommunikationslösung sind auf einem Server

vorinstalliert und jederzeit einsatzbereit. Bei Bedarf können umfangreiche Funktionen wie z. B. Call Center ergänzt werden. Nicht nur mit dem Bürotelefon, sondern auch per Mobiltelefon kann auf ein zentrales Firmentelefonverzeichnis zugegriffen werden, das gleichzeitig den Präsenzstatus des Adressaten anzeigt. Die



jeweils optimale Kommunikationsform, sei es Telefonat, Chat, Videocall oder Mail, kann somit gezielt ausgewählt werden. Durch eine Anbindung der Business PBX an das E-Mail-System des Kunden (Microsoft Outlook oder Lotus Notes) sind die dort gespeicherten Kontakte direkt auf allen Endgeräten abrufbar. Ebenso können Faxe über einen integrierten Fax-Server direkt per Mail empfangen und gesendet werden.

www.vodafone.de

tionsumfang, sondern auch auf ein ausgezeichnetes Design, das bereits im Premium Consumer-Segment Zeichen gesetzt hat. Die Integration von DECT-Telefonen in die Business-Infrastruktur ist eine große Stärke von Gigaset. Bluetooth ermöglicht die Nutzung von Headsets ebenso wie die Einbindung von

Mobiltelefonen. Die link2mobile genannte Funktion ermöglicht, dass am Handy eingehende Gespräche am Schreibtisch angenommen werden können. www.gigaset.de

O2 „Gurus“ erklären die Welt der Smartphones

Telefónica O2 Germany hat eine neue Form von Online-Videoanleitungen unter dem Motto „So einfach ist das!“ gestartet: Sogenannte O2 Gurus erklären mit kurzen Filmen die Features der neuesten Smartphones und zeigen Tricks und Kniffe für ihre Anwendung. Im Gegensatz zu anderen Videos sind die Protagonisten bei O2 keine Schauspieler oder TV-Profis. Alle „Gurus“ sind hauptberufliche Mitarbeiter von O2 und echte Mobilfunk-Experten. Weil sich die O2 Gurus im Job täglich intensiv mit Handys beschäftigen, können sie viele Hilfestellungen geben. Alles wird ganz einfach erklärt, damit die Zuschauer noch während des Videos ihre Smartphones mit Hilfe der Anleitung konfigurieren können. Auch Experten kommen auf ihre Kosten, weil sie mit den Filmen die neuesten Smartphones genau begutachten können. Während die meisten Produktvideos eher trocken und theoretisch sind, legen die O2 Gurus viel Wert auf eine direkte Ansprache und unterhaltsame Beiträge. Sie stellen die wichtigsten Funktionen der aktuellen Smartphones vor und geben praxiserprobte Tipps zu einzelnen Anwendungen und zur optimalen Einstellung der Geräte. Die Videos leben von der Erfahrung, aber auch ganz besonders von dem Witz und dem persönlichen Charme jedes einzelnen O2 Gurus.

Gestaltet werden die Videos von O2 Mitarbeitern aus verschiedenen

Bereichen: Der Smartphone-Experte aus dem Einkauf ist genauso dabei wie die Personal-Managerin mit Smartphone-Leidenschaft oder der Shop-Mitarbeiter, der seine Kunden am besten kennt.

Zum Start stehen fünf Filme bereit. Danach veröffentlicht O2 regelmäßig neue Folgen. Beim Sony Ericsson Xperia X8 wird beispielsweise die 4-Ecken-Navigation für Android vorgestellt und beim HTC HD7 das neue Betriebssystem Windows Phone 7 genau erklärt. Auch die WLAN-Installation bei Smartphones wird gleich mit drei Videos für verschiedene Betriebssysteme vorgeführt. Die O2 Gurus sind sowohl auf der O2 Website als auch im offiziellen YouTube-Kanal von Telefónica O2 Germany zu finden. Neue Videos werden sofort über Twitter und Facebook angekündigt. Außerdem gibt es die Videos auch in 210 Shops von O2 mit Untertiteln zu sehen.

www.O2.de/guru

Lebara Mobile neu im Portfolio von Herweck

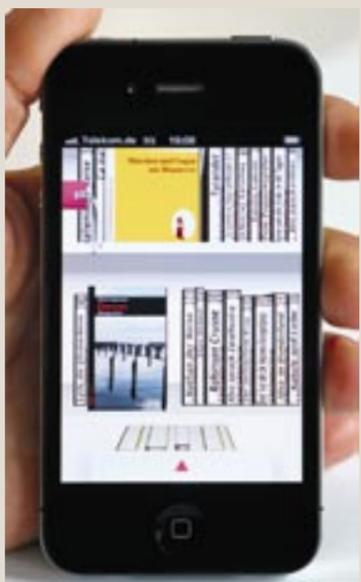
Der Fachhandel kann die Prepaid SIM Karten von Lebara Mobile jetzt auch über den Distributor Herweck beziehen. Ein entsprechender Vertrag zwischen beiden Unternehmen wurde auf der CeBIT geschlossen. Lebara Mobile ist ein Prepaid-Anbieter für mobile Auslandstelefonie, der seit 2010 auch in Deutschland arbeitet. Lebara Mobile bietet günstige Auslandstarife und wettbewerbsfähige nationale Gesprächspreise im Netz von T-Mobile. Für Fragen zu den Produkten von Lebara Mobile steht das Herweck Vertriebsteam unter Telefonnummer 06849-9009-110, -112 zur Verfügung. www.herweck.de

Mit PagePlace schafft die Deutsche Telekom Plattform für das E-Publishing

Zahlreiche Studien sagen dem Markt für elektronische Bücher, Magazine und Zeitungen eine glänzende Zukunft voraus. Gleichzeitig erlebt der Bereich mobiler Endgeräte ein enormes Wachstum. Vor diesem Hintergrund hat die Telekom in Kooperation mit vielen Verlagen eine Plattform entwickelt, die Verlagen die Möglichkeit bietet, ihre digitalen Inhalte gewinnbringend zu vermarkten. Mit dem neuen Online-Kiosk PagePlace können digitale Zeitungen, Magazine und Bücher künftig auch auf dem PC, Tablet-PC oder Smartphone gekauft, bezahlt und jederzeit auf verschiedenen Endgeräten gelesen werden. PagePlace versteht sich als ergänzendes Angebot zur klassischen Mediennutzung. Die Telekom sieht ihre Rolle darin, die Verlage bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zur Vermarktung ihrer Inhalte zu unterstützen und ihre leistungsstarke E-Publishing Plattform sowie Bezahlservices einzubringen. Darüber hinaus stellt die Telekom ihre große Kundenbasis von 24,7 Millionen Festnetzkunden und 34,7 Millionen Mobilfunkkunden in Deutschland für das neue Angebot zur Verfügung. Diese neuen Geschäftsmodelle bieten künftig Potential für interessante Bundle-Angebote mit Geräten, Tarifen und möglicherweise Verlagsinhalten. Für den Verbraucher bedeutet PagePlace mehr Angebot, mehr Komfort und ein bisher nicht dagewesenes

Leseerlebnis. Wer bislang digitale Inhalte abrufen wollte, musste umständlich die verschiedenen Internetseiten oder Apps der Magazine bzw. Verlage einzeln anwählen. Damit ist es nun vorbei. Für mobile Nutzer, die jederzeit und überall Zugriff auf den Erwerb und das Lesen digitaler Inhalte haben wollen, wird PagePlace die zentrale Anlaufstelle für verlagsunabhängige Angebote. Alle gekauften Inhalte findet der Kunde in seinem „Bücherregal“. Die Online-Bibliothek kann er immer bei sich führen. Markiert er etwas im Text oder setzt er ein Lesezeichen ins Buch, wird das automatisch über alle Endgeräte hinweg synchronisiert. PagePlace startete zur CeBIT als Vorabversion mit dem Web Shop und Desktop Client auf Windows sowie mit dem iPhone, iPod touch und dem iPad. In den kommenden Tagen wird die Nutzung zusätzlich auf den ersten Android-Geräten sowie auf Mac OS möglich sein. Weitere Endgeräte sollen folgen. Das Shopangebot von PagePlace ist erreichbar unter www.pageplace.de. Die App PagePlace für iPhone, iPod touch und iPad ist kostenfrei im App-Store von Apple oder unter www.itunes.com/appstore erhältlich. Die Bezahlung digitaler Inhalte erfolgt wahlweise über die Telekom-Rechnung, den Online-Bezahldienst ClickandBuy, Paypal oder per Kreditkarte.

www.telekom.de



Für den Nutzer bietet PagePlace eine zentrale Anlaufstelle für verlagsunabhängige Angebote.

TK



Samsung B7722 bietet Platz für zwei SIM-Karten

Das neue Touchscreen-Handy Samsung B7722 bietet Platz für zwei separate SIM-Karten, die parallel genutzt werden können. So können beispielsweise private und berufliche Gespräche oder die Benutzung von Datendiensten mit zwei unterschiedlichen Rufnummern voneinander



getrennt werden. Die primäre SIM-Karte des neuen Samsung B7722 bietet schnelle Übertragungsraten in HSDPA-Geschwindigkeit mit bis zu 3,6 MBit pro Sekunde. Damit kann der Nutzer auch unterwegs Internetseiten ohne große Verzögerung aufrufen. Für den Wechsel zwischen den beiden SIM-Karten bietet Samsungs Nutzeroberfläche TouchWiz ein eigenes Widget. Dieses führt direkt zu dem entsprechenden Menüpunkt. Dort kann der Nutzer per virtuellem Tastendruck die primäre SIM-Karte bestimmen, ohne dass das Gerät neu gestartet werden muss. Die Bedienung des Samsung B7722 ist dank großzügigem Touchscreen mit einer Diagonale von 8,13 Zentimetern

komfortabel. Das Display bietet ausreichend Platz für Foto- und Video-Ansichten. Für Fotos steht eine Fünf-Megapixel-Kamera mit LED-Fotolicht bereit. Die Aufnahmen können sofort zu YouTube hochgeladen oder via Facebook oder MySpace präsentiert werden. WLAN sorgt neben HSDPA für schnelle Internet-Verbindungen. Auch Bluetooth 2.1 und USB 2.0 sind integriert. Der eingebaute microSD-Steckplatz erlaubt eine Speichererweiterung um bis zu 16 GB. Der empfohlene Verkaufspreis für das Samsung B7722 lautet 349 Euro.

www.samsung.de

Android-Smartphone beTouch E210 von Acer

Mit dem neuen Android-Smartphone beTouch E210 wendet sich Acer vor allem an Nutzer, die auch unterwegs Wert auf erstklassiges Entertainment legen. Neben den üblichen Telefoniefunktionen bietet die Neuheit einfachen Zugriff auf Internet, E-Mail,



Instant Messaging und Social Networks. Die neu gestaltete Tastatur erlaubt eine bequeme Eingabe sowie

schnellen Zugriff auf alle Kontakte und die Kamera. Die rechte untere Taste kann zudem vom Benutzer mit der bevorzugten Messaging-App belegt werden. Als eines der wenigen Smartphones auf dem Markt ist das beTouch E210 mit einem Touchscreen, einer vollständigen Qwertz-Tastatur, die sich unter dem 2,6-Zoll-LCD verbirgt, sowie einem optischen Trackpad ausgestattet. Die ergonomisch angeordneten Tasten ermöglichen komfortables Schreiben. Als Betriebssystem ist Android 2.2 Froyo installiert. Darüber hinaus zeichnet sich das neue Modell durch eine intuitive Menü-Navigation aus. Das Acer beTouch E210 ist ab sofort zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis ab 249 Euro in den Farben Light Silver und Shiny Black erhältlich.

www.acer.de

O2 Business verschenkt 15 Megabyte pro Monat für Internet im Ausland

Telefónica O2 Germany hat eine neue Aktion für Geschäftsreisende gestartet, die im Ausland das Internet nutzen möchten: Wer bis zum 31. Mai den Tarif O2 on Business mit dem Data Pack 15 MB Weltzone 1-3 bucht, bekommt dieses Daten-Paket im ersten halben Jahr geschenkt. Damit können jeden Monat 15 Megabyte im Ausland versurft werden, ohne dass dabei Kosten für Daten oder Roaming anfallen. Mit seinem Inklusiv-Volumen von 15 Megabyte lassen sich ungefähr 750 E-Mails ohne Anhang oder 40 E-Mails mit Anhang (Größe 400 Kilobyte) abrufen oder 300 optimierte Webseiten (Größe 50 Kilobyte) lesen (unverbindliche Durchschnittswerte). Sobald das Inklusiv-Volumen erreicht ist, kann zu normalen Konditionen weitergesurft werden. Nach Ablauf der kostenfreien Nutzungszeit von sechs Monaten läuft der Vertrag automatisch weiter, und das Data-Paket kann für 25 Euro netto monatlich genutzt werden. Die Laufzeit des Vertrages für das Data Pack 15 MB Weltzone 1-3 beträgt 24 Monate. Das Angebot kann ab sofort gebucht werden. Eine Länderübersicht der O2 Weltzone 1-3 ist online unter www.o2business.de/weltzonen zu finden.

www.o2online.de

Ay Yildiz legt neues Sparpaket für türkische Community auf

Mit der Option Türkei Roaming hat Ay Yildiz ein Sparpaket für die türkische Community vorgestellt. Für jeweils zehn Euro können Prepaid-Kunden ab sofort bei Ay Yildiz eine Stunde lang grenzenlos telefonieren. Die neue Roaming-Option gilt von der Türkei aus in alle türkischen und deutschen Netze sowie für ankommende Gespräche. Türkei Roaming bietet eine Kostenersparnis von bis zu 88 Prozent gegenüber üblichen Roaming-Konditionen. Ay Yildiz Kunden zahlen einmalig zehn Euro und haben 30 Tage Zeit, das Kontingent von 60 Gesprächsminuten aufzubrauchen. Dabei ist es

Jugendliche nutzen ihr Mobiltelefon vor allem als Multimedia-Zentrale

Neun von zehn Teenagern (94 Prozent der Mädchen und 89 Prozent der Jungen von zehn bis 18 Jahren) besitzen ein eigenes Mobiltelefon. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des High-Tech-Verbandes Bitkom hervor. „Ein eigenes Handy ist heute noch selbstverständlicher als ein eigenes Fahrrad. Das ist ein Trend, dem wir als Eltern gerecht werden müssen“, sagte René Schuster, Mitglied des Bitkom-Präsidiums. Selbst zehn- bis zwölfjährige Kinder haben zu 82 Prozent ein eigenes Handy.

„Jugendliche nutzen ihr Mobiltelefon als Multimedia-Zentrale“, so Schuster. „Sie setzen das Handy wesentlich vielseitiger ein als die meisten Erwachsenen, die es meistens nur zum Telefonieren oder SMS-Versenden nutzen.“ SMS sind zwar mit 89 Prozent die beliebte-

Teenager nutzen Handy als Multimedia-Zentrale



ste Zusatzfunktion bei jungen Leuten, allerdings dicht gefolgt vom Fotografieren (74 Prozent) und Musikhören (68 Prozent). Mehr als die Hälfte der Teenager nutzt auch den integrierten Wecker (60 Prozent) und Handyspiele (55 Prozent).

Dabei gibt es interessante Unterschiede nach Altersgruppen: Bei den Jüngsten sind Handyspiele mit 63 Prozent sehr populär, während die 16- bis 18jährigen nur zur Hälfte (47 Prozent) diesen Zeitvertreib nutzen. Mädchen sind nicht nur beim SMS-Versenden aktiver als Jungen (95 Prozent gegenüber 83 Prozent), sondern machen vor allem auch mehr Fotos und Filme mit dem Handy als die Jungen (81 zu 66 Prozent).

Die Angaben gehen aus einer Studie hervor, bei der mehr als 700 Zehn- bis 18jährige befragt wurden. Die repräsentative Befragung wurde vom Institut Forsa im Auftrag des Bitkom durchgeführt.

www.bitkom.org

AVM nimmt neue Fritz!Box für die Mobilfunktechnik LTE ins Sortiment

AVM hat erstmals eine Fritz!Box für den neuen Mobilfunkstandard LTE ins Sortiment aufgenommen. Damit bietet das Berliner Unternehmen künftig für die wichtigen Zugangstechnologien VDSL, Kabel und LTE eigene Fritz!Box-Modelle an. Breitbandanschlüsse über LTE, VDSL und Kabel sind technologisch für Datenraten von 100 Megabit/s oder mehr ausgelegt. Daher sind Endgeräte mit entsprechender Prozessorleistung Voraussetzung für den Zugriff mit mehreren Computern sowie den Datenverkehr via WLAN im Heimnetz. Fritz!Box 6840 LTE integriert neben Internet auch die Telefonfunktion für analoge und DECT-Handgeräte und ersetzt somit vollständig das bisherige Kupferkabel. Fritz!Box 6840 LTE bietet die von AVM



gewohnte Funktionsvielfalt. Dazu zählen WLAN N und Gigabit-Ethernet für schnelle Verbindungen im Heimnetz. Fotos, Musik, Videos und andere Dateien stellt die Fritz!Box 6840 LTE dank der integrierten NAS-Funktionalität (Network Attached Storage) im gesamten Netzwerk zur Verfügung. Über USB 2.0 angeschlossene Geräte wie Speichermedien oder Drucker werden per Druck- und Mediaserver ebenfalls im Heimnetz angeboten. Bei der digitalen Telefonie bieten die Fritz!Box LTE-Modelle eine integrierte DECT-Basis für bis zu sechs Mobilteile und die Anschlussmöglichkeit für ein analoges Telefon. Bekannte ISDN-Komfortmerkmale lassen sich bequem und wie vom Festnetzanschluss gewohnt einsetzen. Die neue Fritz!Box 6840 LTE unterstützt beide Frequenzbänder – 800 MHz für dünner besiedelte, ländliche Regionen und 2,6 GHz für den Einsatz in Stadtgebieten.

www.avm.de

unerheblich, ob sie innerhalb der Türkei telefonieren, vom Bosphorus aus mit Freunden in Deutschland sprechen oder Anrufe dort entgegennehmen. Die auf den deutsch-türkischen Markt spezialisierte Mobilfunkmarke kommt mit dieser Zusatzoption den speziellen Wünschen ihrer Kunden nach. Abgerechnet wird minutengenau: Nach 60 Minuten Gesamtgesprächszeit schaltet sich der Ay Yildiz Tarif auf die sonst gültigen Roaming-Konditionen um. Die Option gilt 30 Tage und kann danach auf Wunsch verlängert werden. Wählbar ist Türkei Roaming für die Tarife AyDE und KolayKart. www.ayyildiz.de

Android-Smartphone HTC Incredible S jetzt auch in Deutschland

Das im Februar auf dem World Mobile Congress in Barcelona vorgestellte HTC Incredible S ist jetzt auch auf dem deutschen Markt zu haben. Das von Ingenieuren und Designern in Zusammenarbeit entwickelte konturierte Gehäuse hebt die innenliegenden Hardware-Komponenten hervor und erzielt dadurch ein außergewöhnliches haptisches Erlebnis. Zu

den technischen Leistungsmerkmalen gehören der brillante 10,2 cm WVGA Super LCD-Bildschirm, der 1 GHz Prozessor und 4 GB eMMC ROM. Weiterhin bietet das Smartphone eine 8-Megapixel-Kamera mit Dual-LED-Blitz, mit der HD-Bilder und Videos aufgenommen und mit-



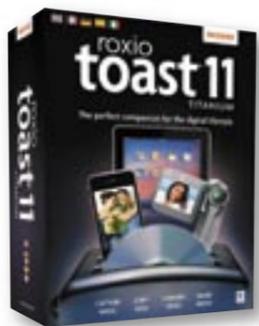
tels DLNA-Technologie direkt auf ein TV-Gerät übertragen werden können. Für Videotelefonate steht zudem eine 1,3-MP-Kamera bereit. Dank HSPA+ und WLAN 802.11 b/g/n lässt sich schnell im Internet surfen, auf soziale Netzwerke und den Android Market zugreifen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 539 Euro.

www.htc.com/de/



Roxio Toast 11 für Mac bietet deutliches Plus bei den Möglichkeiten

Rovi Corporation hat die Software Roxio Toast 11 Titanium für Mac vorgestellt. Dabei handelt es sich um ein umfangreiches Software-Update, das Mac OS- und iLife-Anwendungen mit neuen Möglichkeiten und Features zum Aufnehmen, Kopieren, Konvertieren und Konsumieren digitaler Medien und Entertainment-Inhalte ausrustet. Die Software fungiert als Medien-Hub, der jede Art von digita-



lem Inhalt – unabhängig von Format oder Speicherort – zum Teilen und Konsumieren auf jedem Gerät oder jeder Plattform aufbereitet. Die neue Version von Toast wurde von Grund auf neu gestaltet und beinhaltet eine neue, intuitive Benutzeroberfläche. Zudem bietet die neueste Version des langjährigen Mac-Standards einen aufbereiteten Workflow mit integrierten Video-Tutorials, die erfahrenen Toast-Nutzern ebenso wie Einsteigern die umfassenden Funktionen schnell näherbringen. Mit Toast 11 werden der Software zahlreiche neue Features hinzugefügt wie das gleichzeitige Überspielen von Medieninhalten auf verschiedene Datenträger, ein vereinfachter Update-Mechanismus sowie das Speichern personalisierter

Videoprofile für bestimmte Geräte. Die neue Version enthält außerdem vorinstallierte Schnittstellen, um Medieninhalte direkt auf soziale Netzwerke hochzuladen sowie Technologieoptimierung – synchronisierter VideoBoost –, die die Umwandlung und das Codieren von HD-Inhalten (H.264) signifikant beschleunigt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 99,99 Euro. Ein zusätzliches Blu-ray Plug-in, notwendig für das Erstellen von Blu-ray-Videos, ist separat erhältlich für 19,99 Euro (UVP). www.roxio.de/toast

Neues Samsung Netbook NC210 sorgt für schnellen Zugang zum Internet

Mit dem neuen Netbook NC210 von Samsung steht Anwendern die Welt der mobilen Kommunikation offen. Für den reibungslosen Ablauf beim Surfen via WLAN, SMS-Schreiben, MMS-Versenden oder beim Einsatz der PC-to-Phone-Funktion sorgen der Dualcore-Hochleistungsprozessor Intel Atom N550 sowie 1 Gigabyte DDR3 Arbeitsspeicher mit 1.066 MHz. Samsung bringt das 1,18 Kilogramm (inklusive 3-Zellen-Akku) schwere Gerät in der Farbe Silber auf den Markt. Das klassische Premium-Design zeichnet sich durch eine dezente Wellen-Struktur unter einer transparent versiegelten Oberfläche aus. Mit dem Hochgeschwindigkeitszugang kann der Anwender über LAN oder WLAN auf alle Inhalte im Internet zugreifen. Auch bei direkter Sonneneinstrahlung ist das entspiegelte LED-Display mit 10,1"/25,6 Zentimetern Bildschirmdiagonale gut zu erkennen. Für die audiovisuelle Kommunikation bietet das Net-



book ein integriertes Mikrofon, einen Kopfhörer-Anschluss und eine Webcam. Mit dem Samsung NC210 können Anwender jetzt auch bequem SMS und MMS verschicken oder mit ihrem Handy im Internet surfen. Mit der PC-to-Phone-Funktion lässt sich das Netbook via Bluetooth 3.0 mit den Mobiltelefonen aller gängigen Hersteller verbinden. Der neue Intel Atom N550-Prozessor erhöht die Energieeffizienz für eine lange Betriebsdauer und verbessert gleichzeitig die mobile Performance. Gemein-

sam mit dem stromsparenden LED-Monitor und dem leistungsstarken Drei-Zellen-Akku sind je nach Gerätekonfiguration Akkulaufzeiten von bis zu zehn Stunden möglich. Der optional erhältliche Sechs-Zellen-Akku ermöglicht sogar Laufzeiten von bis zu 15 Stunden. Samsung gewährt auf alle Netbooks innerhalb Deutschlands 24 Monate Vor-Ort-Abholservice inklusive Verpackungsservice. Darüber hinaus bietet Samsung zwölf Monate internationale Garantie. www.samsung.de

MSI TouchPCs mit BEN richten sich an Computer-Einsteiger und „Best Ager“

MSI hat eine neue TouchPC-Serie vorgestellt, die mit der mühelos zu bedienenden Softwarelösung BEN des Unternehmens Software4G ausgerüstet ist. Die Windows-basierte Benutzeroberfläche erleichtert aufgrund der klar verständlichen Symbole und großen Beschriftungen die Bedienung des PCs deutlich. Damit wenden sich die Produkte vor allem an junge Computer-Einsteiger und Senioren, die zum ersten Mal Kontakt zur digitalen Computerwelt aufnehmen wollen.

Nach dem Systemstart öffnet sich automatisch die für die Fingerbedienung optimierte Benutzeroberfläche. Diese kann wegen ihres vollständig modularen Aufbaus für jedes Anwendungsszenario entsprechend angepasst werden. Die Software4G GmbH bietet dazu momentan mehr als 25 Module an, die ständig weiterentwickelt und ergänzt werden. So sind mit einer einzigen Berührung des Touchscreens stets die aktuellen Informationen aus dem Internet abrufbar. Ebenso lassen sich mit einem einzigen Fingerdruck Videos im Internet wiedergeben, Multimedia-Anwendungen starten und E-Mails versenden.

Auch Briefe zu schreiben oder Einladungen für Jubiläen oder andere Familienfeste zu erstellen, ist einfach möglich. Der Kalender erinnert stets an wichtige Termine und Ereignisse, um zum Beispiel den Überblick über Arztbesuche und Geburtstage nicht zu verlieren. Fotos können ebenfalls komfortabel von der Kamera auf den PC geladen und auf dessen großem Bildschirm angesehen werden. Für die Verwaltung der Bilddaten steht

die einfach zu bedienende Bildergalerie zur Verfügung. Für die Bildtelefonie über das Internet steht eine integrierte Webcam bereit. Auf Wunsch können vorab festgelegte Personen die BEN-Systeme über das BEN-Portal konfigurieren. Dazu muss der einzustellende PC nicht einmal an oder online sein. Die Einstellungen



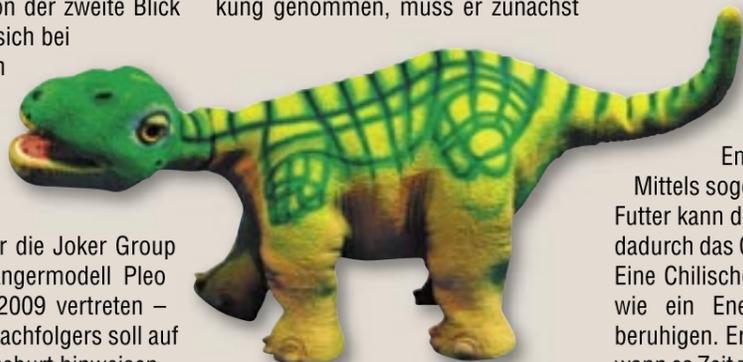
können direkt im Portal angepasst werden, und beim nächsten Start des BEN-Systems übernimmt es automatisch die veränderte Konfiguration aus der Cloud. Ergänzend kann der Nutzer Inhalte wie zum Beispiel Kontakte, Adressen, Fotoalben und Internetlinks hinterlegen. www.msi-computer.de

Pleo ReBorn bietet dem Handel die Chance, eine Nische zu besetzen und hohe Margen zu erwirtschaften

Beim ersten Blick auf den CeBIT-Stand der Joker Group waren wohl viele Messebesucher verwirrt, erinnerte doch eines der ausgestellten Geräte eher an ein Spielzeug als an ein High-Tech-IT-Produkt. Aber schon der zweite Blick zeigte, dass es sich bei

Pleo ReBorn um einen mit IT und Sensoren vollgestopften Roboter handelt. Bereits vor zwei Jahren war die Joker Group mit dem Vorgängermodell Pleo auf der CeBIT 2009 vertreten – der Name des Nachfolgers soll auf dessen Wiedergeburt hinweisen. Jeder Pleo Dinosaurier ist ein Unikat – sowohl vom Farbdesign als auch von seiner Art. Das High-Tech-Innenleben sorgt dafür, dass Pleo ReBorn von seinem Besitzer lernt und auf dessen Verhalten reagiert. So kann das Gerät eine „echte“ Beziehung zu den Menschen aufbauen, die ihn hegen und pflegen und diese sogar an ihrer Stimme erkennen. Die einzigartige und patentierte robotische Bewe-

gungsplattform ermöglicht es Pleo, sich flüssig und naturgetreu zu bewegen und dabei gleichzeitig vollkommen autonom zu verhalten und emotional auf sein Umfeld zu reagieren. Wird Pleo ReBorn aus der Verpackung genommen, muss er zunächst



Pleo ReBorn ist ein mit IT, Sensoren und Motoren vollgestopfter Roboter ...

einmal alles lernen. Eine neue RFID-Erkennung sorgt dafür, dass jede Aktion Einfluss auf die Stimmung und Gesundheit des Dinos hat. Er benötigt mit seinen fast 40 Sensoren und Motoren, darunter auch Infrarot- und akustische Stereosensoren, keinerlei Fernbedienung und kann mit seinem Besitzer und seinem Umfeld selbständig interagieren. Dank des

Life Form Operating Systems (Betriebssystem), das durch drei leistungsfähige Prozessoren gesteuert wird, kann Pleo alle Signale der Sensoren gleichzeitig verarbeiten und in Kombination mit der komplexen Verhaltensplattform nutzen, um unabhängig zu handeln und sich durch Bewegung, Akustik und „echte“ Emotionen ausdrücken.

Mittels sogenannter Lernsteine und Futter kann der Besitzer die RFID und dadurch das Gemüt von Pleo steuern. Eine Chilischote wirkt beispielsweise wie ein Energydrink, Kaffeeblätter beruhigen. Er weiß, wann es Tag und wann es Zeit zum Schlafen ist. Zusätzlich kann Pleo Temperaturen fühlen. Fallen beispielsweise die Temperaturen zu stark, holt er sich einen Schnupfen, ist es zu heiß, schwitzt er. Pleo ReBorn kann außerdem seinen Namen lernen, mit dem Schwanz zählen, wie oft sein Besitzer in die Hände klatscht, singen, tanzen oder sich verbeugen. Um diese Verhaltensweisen zu erlernen, werden die als Zubehör angebotenen „Erziehungssteine“ benötigt. Über Kom-

mandos und Handgriffe ist es zudem möglich, Pleo zum Lachen zu bringen, ihn auf zwei Beinen balancieren zu lassen oder sich tot zu stellen.

Gegenüber der ersten Pleo Generation wurde die Akkulaufzeit erheblich gesteigert, und die „Haut“ ist jetzt deutlich strapazierfähiger. Pleo rb ist ab Juli zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 490 Euro erhältlich. Für den Han-



...dessen Verhalten mit sogenannten Lern- und Erziehungssteinen und „Futter“ beeinflusst werden kann...

del interessant ist dabei nicht nur die Möglichkeit, mit einem Nischenprodukt zusätzlichen Ertrag zu erwirtschaften, sondern auch die Tatsache, dass die Marge bei etwa 30 Prozent des UVP liegt. www.joker-group.net



MediaRange bringt neue CD- und DVD-Rohlinge für Langzeitarchivierung

MediaRange hat neben seinen klassischen CD-, DVD- und Blu-ray-Rohlingen erstmals eine neue Mediengeneration für die Langzeitarchivierung ins Programm genommen. Eine reflektierende Schicht aus 24karätigem Gold steigert die Haltbarkeit der Discs um ein Vielfaches. Die MediaRange Gold DVD-Rs erreichen nach Angaben des Herstellers eine Lebensdauer von bis zu 200 Jahren, die CD-Rs sollen bei korrekter Lagerung selbst nach 300 Jahren noch lesbar sein. Diese Zahlen wurden durch ein Zeitraffer-Testsystem ermittelt, das die Umwelteinflüsse auf die Medien simuliert. Die Gold-Discs eignen sich besonders für langfristige Archivierung in Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und bei anspruchsvollen Endkunden. www.mediarange.de

Mehr als 230 Teilnehmer informierten sich auf dem Business Forum Imaging Cologne 2011 über die aktuellen Innovationen und Trends auf dem Imaging-Markt.

Business Forum Imaging Cologne 2011

Imaging-Innovationen

Auf großes Interesse stieß das von der photokina veranstaltete Business Forum Imaging Cologne, das am 1. und 2. März 2011 im Kongress Zentrum Nord der Koelnmesse stattfand. Über 230 Teilnehmer aus Industrie, Bilddienstleistung und Handel informierten sich auf dem Kongress

über die Imaging-Trends der Zukunft und diskutierten mit Top-Managern aus der Imaging-Branche sowie unabhängigen Experten über die neuen Technologien und ihre Auswirkungen auf die Zukunft der Vermarktung digitaler Produkte und Imaging-Dienstleistungen.

Auch die Gold- und Silber-Sponsoren, die auf dem photokina-Event ihre aktuellen Imaging-Produkte und Dienstleistungen in einer Netzwerk-Zone präsentierten, waren mit den Ergebnissen der Veranstaltung sehr zufrieden. Als Gold-Sponsoren waren Europas größter Bilddienstleister Cewe Color sowie die Hersteller HP, Kodak und Samsung in Köln vertreten. Dazu kamen die Silber-Sponsoren Felix Schoeller, Fujifilm, Imaging Solutions, Kis/Photo-Me, Kolbus, locr maps, Noritsu, Orwo Net, Photobook Technology, Pixolution, Saal Gruppe, Taopix, Tetenal und Xerox.

Das Business Forum Imaging Cologne wurde von der photokina veranstaltet. Als Organisatoren fungierten die globale Imaging-Zeitschrift aus dem C.A.T.-Verlag, INTERNATIONAL CONTACT, und der amerikanische Informationsdienst Photo Imaging News. Als weitere Partner unterstützten der Photoindustrie-Verband, als Mitveranstalter der photokina, seine Tochtergesellschaft Prophoto GmbH und das Marktforschungsunternehmen GfK Retail und Technology die Veranstaltung.

Umsatz mit Social Media

Unter dem Titel „Memories are more... CONNECTED“ zog sich die wachsende Bedeutung sozialer Medien wie ein roter Faden durch das hochkarätige Konferenzprogramm: Facebook war sozusagen in aller Munde – und das mit Recht, denn mit mehr als 600 Millionen Usern ist dieses soziale Netzwerk inzwischen der drittgrößte Staat der Welt, wie die amerikanische Spezialistin Alexandra Gebhardt darstellte. 60 Milliarden hochgeladene Bilder bieten gerade für Bilddienstleister und Fotohändler ein gigantisches Potential, zumal sich diese Zahl alle 20 Minuten um 2,7 Millionen weitere Bilder erhöht.

In Zukunft könnten vor allem Apps eine wichtige Rolle spielen, um dieses Potential zu nutzen: Die Branche rechnet nämlich damit, dass bis zum Jahr 2015 nicht weniger als drei Milliarden mobile Geräte, die vornehmlich zur Unterhaltung dienen, mit dem Internet verbunden sein werden, so der IBM Manager Thomas Ross. Nicht nur die Benutzer von Smartphones und Tablet Computern, sondern auch die Besitzer von Fernsehgeräten können immer häufiger ihre Geräte mit Apps personalisieren und so genau die Anwendungen nutzen, für die sie sich interessieren. Dabei spie-

len Bilder eine bedeutende Rolle, denn das Fotografieren ist bei der Nutzung von Smartphones neben dem Telefonieren und dem Versenden von SMS die am dritthäufigsten genutzte Anwendung.



Darren Johnson (Kodak Europe) stellte in seinem Vortrag die Möglichkeiten für Einzelhändler dar, von der Bilderflut in sozialen Netzwerken zu profitieren.

Programmierbare Kameras?

In diesem Umfeld stellte sich notwendigerweise die Frage nach der Zukunft des Kameradesigns, denn zur Zeit sind Digitalkameras – von wenigen Ausnahmen abgesehen – weder netzwerkfähig, noch können sie mit Apps personalisiert werden. Dass sich dies bald ändern könnte, machte Professor Hendrik Lensch von der Universität Ulm in seinem Vortrag deutlich. Er stellte das Projekt der „Frankenkamera“ vor, die ein internationales Team von Wissenschaftlern, zu denen auch Hendrik Lensch gehörte, an der Stanford Universität in den USA entwickelt hat. Hinter dem Namen „Frankenkamera“ verbirgt sich eine Digitalkamera mit offener Software-Architektur, deren Leistungsprofil nicht nur von ihrem Sensor und der eingesetzten Optik bestimmt wird, sondern vor allem durch die Software, die dem jeweils gewünschten Einsatzzweck individuell angepasst werden kann. Dabei bietet „Computational Photography“ faszinierende Möglichkeiten für die Qualitätsverbesserung von Stehbildern und Videofilmen. Denn immer leistungsfähigere Prozessoren ermöglichen die Bildbearbeitung in Echtzeit und machen es möglich, die Bilder bereits während der Aufnahme digital zu bearbeiten – und zwar so, dass das Ergebnis genau dem gewünschten Einsatzzweck entspricht.

Mehr Möglichkeiten

Diese Möglichkeiten der Technik, verbunden mit einer immer schnelleren und übergreifenden Infrastruktur der Netzwerke, bieten den Konsumenten eine ständig wachsende Zahl von Anwendungsmöglichkeiten für ihre Bilder. Für die Imaging-Branche kommt es darum darauf an, die passenden Dienstleistungen zu entwickeln und den Kunden aktiv anzubieten. Konzepte dafür stellten in Köln sowohl Vertreter der Imaging-Industrie als auch Repräsentanten von Bilddienstleistern vor und illustrierten erfolgreiche Geschäftsmodelle auch mit Fallbeispielen. Dabei ergab sich die klare Botschaft, dass der Markt für neue digitale Bilddienstleistungen nicht von allein entsteht, sondern aktiv von Industrie, Bilddienstleistern und Einzelhandel gestaltet werden muss.

Wichtige Plattform

Das Business Forum Imaging Cologne 2011 konnte den Erfolg der Auftaktveranstaltung, die im Oktober 2009 stattgefunden hatte, weiter ausbauen. Die Zahl der Teilnehmer legte um 15 Prozent zu; auch die Unterstützung durch Sponsoren aus Industrie und Bilddienstleistung war deutlich gewachsen. „Mit dem Business Forum Imaging Cologne bieten wir dem europäischen Fachhandel, den Bilddienstleistern und der Industrie eine wichtige neue Plattform, um die aktuellen Innovationen

und Branchentrends vorzustellen und zu diskutieren“, resümierte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhr. „Dieser Erfolg bestätigt die Notwendigkeit einer solchen Veranstaltung. Daher werden wir das Business Forum Imaging Cologne mittelfristig zu einem für die Branche wichtigen Frühjahrstermin ausbauen und weiter im Markt etablieren.“

Das Business Imaging Cologne 2012 wird im Frühjahr nächsten Jahres in der Koelnmesse stattfinden; ein genauer Termin soll in Kürze bekanntgegeben werden.



Gut besucht waren die Präsentationen der Sponsoren in der Lobby des Kongress Zentrums Nord der Koelnmesse.

Sonderprogramm für deutsche Fachhändler

Speziell auf die Bedürfnisse des deutschen Fachhandels zugeschnitten war das gut besuchte Sonderprogramm, das am zweiten Veranstaltungstag des Business Forums Imaging Cologne parallel zu den englischsprachigen Vorträgen stattfand und die Praxis in den Mittelpunkt der Präsentationen stellte. Unter dem Titel „Innovationen für den Fotohandel“ ging es vor allem darum, wie Einzelhändler von den neuen Netzwerk-Technologien und Geschäftsmodellen profitieren können. Nachdem Marion Knoche (GfK) die aktuellen Zahlen für den deutschen Foto- und Imagingmarkt präsentiert hatte, stellte Ringfoto Verkaufsleiter Martin Wagner die wichtigsten Produktneuheiten dieses Frühjahrs vor. Wie man mit Facebook und anderen sozialen Netzwerken als Einzelhändler neue Kunden gewinnen kann, war das Thema des Vortrags „Mehr Umsatz mit Facebook & Co.“, für den die Organisatoren Felix Beilharz vom DIM Deutsches Institut für Marketing gewonnen hat. Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis zeigte Beilharz auf, was Social Media Marketing überhaupt ist, wie ein Einzelhändler strategisch ins Web 2.0 starten kann und welche Instrumente dafür geeignet sind. Die begeisterten Reaktionen seiner Zuhörer machten deutlich, dass Beilharz mit seinen Anregungen ins Schwarze getroffen hatte.

Zum Abschluss des deutschen Sonderprogramms kam die jüngere Generation zu Wort: Junioren der Fachhandelskooperation Ringfoto stellten ihre favorisierten Imaging-Apps vor.

UE



Samsung bringt in Zusammenarbeit mit Silhouette 3D-Brille auf den Markt

In einer Design-Kooperation mit dem österreichischen Brillenhersteller Silhouette hat Samsung seine 3D-Brillen überarbeitet. Das Modell SSG-3700CR ist seit März für Euro 159,90 (UVP) im österreichischen Handel erhältlich. Die Brille hat ein Gewicht von 27 Gramm und wiegt damit, laut Angaben des Herstellers, 25 Prozent weniger als frühere Modelle. Die LCD Response Zeit ist außerdem verringert und das Kontrastverhältnis verbessert worden. Das ermöglicht ein helleres und schärferes 3D-Bild und hat eine geringere Ermüdung der Augen zur Folge. Die ebenfalls neu eingesetzte Bluetooth-Technologie verbessert zudem die Kommunikation zum Fernseher, indem sie Interferenzen mit anderen Funkquellen ausschließt. Die Ladezeiten für die 3D-Aktivbrille SSG-3700CR mit kabellosem Ladegerät entsprechen in etwa den Ladezeiten mit

USB-Kabel. Selbstverständlich kann die Brille auch mittels mitgeliefertem USB-Kabel aufgeladen werden. An der 3D-Brille selbst befindet sich eine Anzeige für den Batteriestatus. Die Brille schaltet sich automatisch durch die Bewegung beim Aufsetzen ein und schaltet sich aus, wenn die eingebauten Bewegungs- und Beschleunigungssensoren keine Bewegung oder Berührung mehr erkennen können. www.samsung.de

Small-Size-LED-TVs von BenQ

BenQ präsentiert zwei neue Small-Size LED-TVs, den E24-5500 mit einer 60,96 cm/24 Zoll Bildschirmdiagonale und den E26-5500 mit einer Diagonale von 66 cm/26 Zoll, die sich unter anderem durch ihre außergewöhnliche Blickwinkelstabilität auszeichnen. Beide Klein-TVs sind mit DVB-T und DVB-C Tuner und jeweils zwei HDMI 1.3 Schnittstellen ausgestattet. Die eingesetzten Panels arbeiten mit VA-LED-Technologie und gewährleisten in Verbindung mit einem sehr hohen dynamischen Kontrast von



20 Millionen:1 sehr gute Farbverläufe und Bilder mit außergewöhnlicher Detailgenauigkeit. Ein weiterer Vorteil des VA-Panels ist der weite Blickwinkel von 178° horizontal/vertikal. In Kombination mit dem großen Schwenkbereich (-6° / 17°) bietet es dem Betrachter, je nach Aufstellungsort, immer eine einwandfreie Sicht und einen brillanten Filmgenuss. Zudem verbrauchen die BenQ Small-Size-LED-TVs durch den Einsatz der LED-Backlight-Technologie bis 33 % weniger Energie. Beide Small Size TVs verfügen über einen integrierten Sleep-Timer, mit dem die Zeit vor eingestellt werden kann, zu der sich die Small-Size-TVs selbst ausschalten. Der

E24-5500 und E26-5500 verfügen zudem beide über eine integrierte Kindersicherung, d. h., dass der Zugang zu bestimmten TV-Kanälen oder Uhrzeiten geblockt sind. Das SRS HD Surround System mit satterm Bass und klaren Höhen direkt aus den integrierten Lautsprechern sowie das ansprechende Design runden das Profil der BenQ Small-Size-LED-TVs ab. www.benq.de

Mediola Connected Home Systeme für Samsung und B&O-Produkte

Die Mediola Connected Living AG hat zwei wesentliche Neuerungen für ihr gleichnamiges Connected-Home-System angekündigt. Die beiden Neuerungen richten sich an Verbraucher, die ihre vier Wände mit Audio- und Video-Equipment von Samsung oder Bang & Olufsen ausgestattet haben. Für Samsung hat Mediola eine neue Version seiner Software IP/DLNA-Creator vorgestellt. Mit dieser wird es möglich, die neue Generation der netzwerkfähigen TV- und Hifi-Gerätschaften von Samsung

via iPad/iPad2, Android-Tablet oder Smartphone direkt über das heimische WLAN zu steuern. Bislang hatte nur der Hersteller Samsung selbst eine Lösung hierfür angeboten – und die war wiederum auf die eigene Produktpalette beschränkt. Mit Mediola IP/DLNA-Creator lassen sich hingegen die Samsung-Geräte zusammen mit dem Equipment anderer Anbieter von einer einzigen Applikation aus per iPad/iPad2, Android-Tablet oder Smartphone kontrollieren. An alle Fans von Bang & Olufsen, die ihr exklusives Hifi-Equipment in eine moderne Connected-Home-Umgebung integrieren wollen, wendet sich die Mediola Connected Living AG mit einer neuen Preisaktion. So ist das „Mediola All-In-One Gateway B&O Control Package“ bis 31. März 2011 für 499 statt 699 Euro im Connected-Home-Shop www.mediola.de verfügbar. Mit dem Paket lässt sich der iPod Touch, das iPad/iPad2 oder ein Android-Tablet als eine Art Universalfernbedienung für alle B&O-Geräte einsetzen – und erlaubt gleichzeitig die Steuerung des Audio/Video-Equipments anderer Hersteller. www.mediola.de

POS-MAIL

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare



YAMAHA

Yamaha ist einer der weltweit führenden Hersteller von Musikinstrumenten und Hifi-Komponenten. An unserem Standort in Rellingen (nordwestlich von Hamburg) befindet sich unser europäisches Headquarter. Mit europaweit etwa 800 Mitarbeitern vertreiben wir die Yamaha-Produkte im gesamten europäischen Wirtschaftsraum.

Zur Verstärkung der Audio/Video-Abteilung suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen

Assistant Sales Manager (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Unterstützung des YME-Sales-Managers in sämtlichen Sales-Aktivitäten für die Märkte in Deutschland, Österreich, in der Schweiz und in den Benelux-Staaten
- eigenverantwortliche Bearbeitung des Gebietes BeNeLux nach erfolgreicher Einarbeitungsphase
- selbstständige Planung des Verkaufsbudgets sowie Steuerung aller Aktivitäten zur Erreichung der Verkaufsziele
- kontinuierliche Analyse des Vertriebsgebiets und sorgfältiges Reporting
- Steuerung und Monitoring des Audio/Video-Sales-Teams Benelux

Ihre Qualifikation:

- erfolgreich abgeschlossene Ausbildung zum/zur Handelsfachwirt/in oder Studienabschluss als Diplom-Betriebswirt/in
- einschlägige Berufspraxis – insbesondere im Verkauf – im Bereich Audio/Video und Consumer Electronics sowie ausgezeichnete Marktkenntnisse
- idealerweise erste Führungserfahrung
- sicheres Deutsch und Englisch in Wort und Schrift
- weitere Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil
- exzellente analytische Fähigkeiten, sehr gute Auffassungsgabe und strukturierte Arbeitsweise, auch unter hohem Arbeitsdruck
- Eigeninitiative und Ausdauer
- Teamgeist, Verantwortungsbewusstsein und Kommunikationsstärke

Und das erwartet Sie:

- ein internationaler Konzern, der sich durch Zuverlässigkeit und nachhaltiges Handeln für Kunden und Mitarbeiter auszeichnet
- eine engagierte und motivierte Mannschaft mit ausgeprägtem Teamgeist
- eine leistungsorientierte Vergütung

Für den ersten Kontakt senden Sie bitte Ihre Bewerbung mit Anschreiben, frühestem Eintrittstermin und Gehaltsvorstellung an:

Yamaha Music Europe GmbH
Personalabteilung · Frau Bahners · Siemensstraße 22-34 · 25462 Rellingen
Telefon: 04101 303-305 · E-Mail: j.bahners@yamaha.de

www.yamaha.com

IMPRESSUM

POS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner, Sebastian Lindemann

Redaktion:

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

Anzeigen: Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen 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

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

ANGACable
Fachmesse für Kabel, Breitband und Satellit

Besuchen Sie uns auf Ebene 10.1,
Stand R41 vom 3. bis 5. Mai.



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

Sagen Sie Ihren Kunden: Ihr Fernseher kann mehr!

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

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

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

Verkaufen Sie eine Kombination mit Zukunft:

VideoWeb TV-Portal und SAT-Receiver

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



Überzeugen Sie Ihre Kunden.

Wir unterstützen Sie. Informieren Sie sich unter <http://handel.videoweb.de/POS411> oder rufen Sie uns an.

Unsere Händler-Hotline: 0721 - 7540 54 23

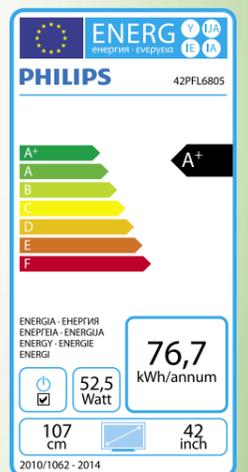


VIDEOWEB

Aus Fernsehen wird Mehrsehen



Econova LED TV 42PFL6805



Endlich lebensechte Bild- und Soundqualität in einem zukunftsweisenden Fernsehgerät, dem Philips Econova LED-TV. Europas umweltfreundlichster Fernseher des Jahres stellt sich vor.*

solar
remote control



Die unabhängigen EISA-Experten aus 19 europäischen Ländern waren sich schnell einig. In diesem Jahr haben sie die renommierte Auszeichnung bester „Green TV des Jahres 2010-2011“ unserem 42" Econova LED TV (107 cm) verliehen – für Bestleistung in Verbindung mit einem ganzheitlichen Ökodesignkonzept, mit einem Stromverbrauch von nur 40 Watt, recyclingfreundlichem Aluminiumdesign und einer solarbetriebenen Fernbedienung.
www.philips.com/eisa

*Der 42PFL6805 wurde von der EISA zu Europas Green TV des Jahres 2010-2011 gewählt.

PHILIPS
sense and simplicity