

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Juli 2010

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

11. Jahrgang • 51612



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



HDLuxe.

Der neue Loewe Individual. Jetzt bei Ihrem Loewe Fachhändler und auf www.loewe.de

LOEWE.

Ein neuer Markt für Games und Konsolen 3D spielend verkaufen



Auf der Couch sitzen ist out. Wie wild vor dem Bildschirm hüpfen ist in. Die Gaming-Branche ist in Bewegung, und das am liebsten in 3D. Alles, was auf den Highscore-Listen der Gamer-Welt Rang und Namen hat, blickt in diesen Tagen nach Los Angeles. Die Videospielmesse Electronic Entertainment Expo (E3) zeigt die neuesten Trends in Sachen Spielsoftware und Konsolen und dabei einiges an bahnbrechenden Neuheiten. 3D ist bei den drei großen Konsolenherstellern ein ganz wichtiges Thema. Die Ambitionen sind jedoch recht unterschiedlich und unterstreichen entsprechend die Unternehmensphilosophien. Sony Computer Entertainment Europe hat im Rahmen der Spielemesse neue Produkte und Services angekündigt, die den Führungsanspruch und die Spitzenpositionierung von PlayStation in Sachen Unterhaltungselektronik weiter festigen sollen. Nintendo zog mit innovativen Produkteinführungen alle Blicke auf sich. Microsoft dagegen hält sich in Sachen 3D noch vornehm zurück. Das Unternehmen präsentierte jedoch mit einer neuen Spielart Alternativen und ist für die Zukunft bestens gerüstet. Auch wenn es 3D-animierte Spiele in der IT-Welt schon etwas länger gibt, ist der IT-Markt stets bestrebt, auf dem neuesten Stand zu bleiben und aufzurüsten. Zudem rückt auch hier wieder einmal die Konvergenz der Technologien in den Vordergrund. Für den Handel eröffnen sich im Games-Segment neue Perspektiven, interessante Marktchancen und unterhaltsame Beratungsmöglichkeiten.

nierung von PlayStation in Sachen Unterhaltungselektronik weiter festigen sollen. Nintendo zog mit innovativen Produkteinführungen alle Blicke auf sich. Microsoft dagegen hält sich in Sachen 3D noch vornehm zurück. Das Unternehmen präsentierte jedoch mit einer neuen Spielart Alternativen und ist für die Zukunft bestens gerüstet. Auch wenn es 3D-animierte Spiele in der IT-Welt schon etwas länger gibt, ist der IT-Markt stets bestrebt, auf dem neuesten Stand zu bleiben und aufzurüsten. Zudem rückt auch hier wieder einmal die Konvergenz der Technologien in den Vordergrund. Für den Handel eröffnen sich im Games-Segment neue Perspektiven, interessante Marktchancen und unterhaltsame Beratungsmöglichkeiten.



50th Edition
IFA

**Wo die Welt
Premieren feiert.**

Die globale Trendshow für Consumer Electronics.

Berlin, 3. – 8. September 2010 · www.ifa-berlin.com



Mobil für die IFA

Drei Monate vor dem Start der IFA in Berlin zeigt sich die High-Tech-Branche in guter Form. Das zeigen die von der GfK ermittelten Zahlen für das erste Quartal – und zwar trotz eines leichten Umsatzrückgangs im Brot- und Butter-Segment TV (-0,6 Prozent). Dahinter steht immerhin ein Mengenwachstum von 5,6 Prozent, mit dem die Umsätze wegen sinkender Durchschnittspreise pro Gerät nicht mithalten konnten. Insgesamt weist der Consumer Electronics Markindex Deutschland (CEMIX) im Segment Unterhaltungselektronik für die ersten drei Monate dieses Jahres ein Umsatzminus von 2,1 Prozent aus.



Wer sich jetzt fragt, ob solch ein Umsatzrückgang wirklich auf die oben erwähnte „gute Form“ hinweist, sollte einen Blick auf die mobile Kommunikation werfen, deren wichtigste Produktgruppen im CEMIX unter Telekommunikation und Informationstechnologie subsummiert werden: Der Absatz von Smartphones schnellte im ersten Quartal um 116,9 Prozent auf 1,21 Millionen Stück nach oben. Das Umsatzwachstum belief sich dabei auf immer noch sehr erfreuliche 89,4 Prozent. Die Zahl der verkauften Notebooks legte um 18,8 Prozent auf 1,79 Millionen Stück zu; bei (wohl wegen der steigenden Bedeutung von Netbooks) deutlich sinkenden Durchschnittspreisen blieben dem High-Tech-Fachhandel in diesem Segment immer noch 5,3 Prozent mehr Geld in der Kasse als im Vorjahresquartal. Diese Zahlen bedeuten: Innerhalb von drei Monaten wurden mehr als drei Millionen „intelligente“ Mobilgeräte verkauft, mit denen man unterwegs im Internet surfen, seine E-Mails abfragen und oft genug auch Fernsehprogramme empfangen kann.

Neben dem „Dauerbrenner“ HD- und demnächst 3D-TV findet das Wachstum in unserer Branche zur Zeit bei Geräten für den „Out of Home“-Einsatz statt. Dazu passt, dass auch Digitalkameras überraschend gut laufen – auch hier hat sich der Markt im März wieder ins Plus gedreht.

Noch nicht in diesen Zahlen enthalten ist das in diesen Tagen gestartete iPad, das dem Vernehmen nach alle Verkaufsrekorde bricht. Die oben erwähnte IFA stellt sich auf den mobilen Boom mit neuen Ausstellungsbereichen ein, in denen Gerätehersteller und Content-Anbieter wie Medienhäuser und Verlage die Leistungsfähigkeit mobiler Unterhaltungs- und Informationstechnologie demonstrieren werden – ein weiterer guter Grund für den High-Tech-Fachhandel, Anfang September nach Berlin zu fahren. Ihre Kunden sind – die Verkaufszahlen zeigen es – sehr mobil. Seien Sie es auch!

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Sony Computer Entertainment hat die Veröffentlichung der weltweit ersten stereoskopischen 3D-Gaming-Erfahrung für PlayStation3 (PS3) angekündigt. Mit diesen Funktionen erhalten die Spieler ab sofort völlig neue Perspektiven und lernen ihre Lieblingstitel von einer ganz anderen Seite kennen. Die stereoskopische 3D-Collec-

benötigt, erhalten diese Titel gratis dazu. Ganz gleich, ob man den Nervenkitzel eines Rennens möchte oder Fan einer intergalaktischen Auseinandersetzung ist: Mit der stereoskopischen 3D-Collection erhält der Spieler ein noch intensiveres Spiele-Erlebnis und taucht dabei direkt ins Spielgeschehen ein. SCEE Presi-

Sony Computer Entertainment hat die Veröffentlichung der weltweit ersten stereoskopischen 3D-Gaming-Erfahrung für PlayStation3 (PS3) angekündigt. Mit diesen Funktionen erhalten die Spieler ab sofort völlig neue Perspektiven und lernen ihre Lieblingstitel von einer ganz anderen Seite kennen.



tion enthält PS3-Klassiker wie Wip-Eout HD, SuperStardust HD und PAIN sowie eine exklusive Single-Level-Demo von MotorStorm: Pacific Rift. Die Titel sind zu einem Preis von nur 29,99 EUR (UVP) erhältlich und können über den PlayStation Store heruntergeladen werden. Kunden, die sich für das Sony Bravia 3D-TV-Paket entscheiden, das alles enthält, was man für eine großartige Home-Entertainment-Erfahrung in 3D

dent Andrew House kommentierte die Markteinführung wie folgt: „PlayStation steht seit jeher für außergewöhnliche Unterhaltung. Die stereoskopische 3D-Collection legt die Tiefe der Technologie hinter PS3 offen und lässt uns das Potential künftiger Veröffentlichungen erahnen. Die stereoskopische 3D-Technologie in Verbindung mit den Vorzügen der Bewegungssteuerung von PlayStation Move versetzt uns in die

Nintendo 3DS ohne Spezialbrille

Mit der Einführung des 3DS ist es Nintendo mal wieder gelungen, die Welt der Videospiele ein Stück weit zu revolutionieren. 2004 führte das Unternehmen in Japan mit dem Nintendo DS den Touchscreen ein, 2006 die Bewegungssteuerung mit Wii. Und nun den Nintendo 3DS, der die Spieler tiefer denn je in ihre virtuellen Welten eintauchen lässt. Auf der E3 stellte Nintendo die neue, tragbare Konsole vor. Sie lässt Spiele dreidimensional erscheinen, ohne dass die Nintendo-Fans dafür eine Spezialbrille aufsetzen müssen, wie man es zum Beispiel aus dem Kino kennt. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen für den Nintendo 3DS direkt eine Vielzahl neuer Spiele. „Die zusätzliche Tiefendimension in 3D erleichtert es Spielern, Größenverhältnisse besser zu beurteilen und gibt den Entwicklern neue Möglichkeiten an die Hand, Spiele und Spielerlebnisse zu schaffen, die die räumliche Tiefe nutzen“, sagt Nintendo-Chef-Spieledesigner Shigeru Miyamoto, der mit Super Mario 64 das erste komplett in 3D animierte Videospiel der Welt ge-

Controller für 3D-Games

Das Technologieunternehmen Cambridge Consultants hat mit Suma eine Controller-Technologie vorgestellt, die auf das dreidimensionale Drücken des Eingabegeräts als revolutionäre Bedienmethode setzt. Das verspricht eine intuitive Bedienung für Anwendungen von 3D-Games bis hin zu robotischen Chirurgiesystemen. Im Prinzip kann ein Suma-Eingabegerät ein normaler Controller sein, dessen Hülle durch eine spezielle Sensorkonstruktion ersetzt wird. Dadurch entstünden Fertigungsmehrkosten von weniger als einem Dollar, doch dafür eröffneten sich neue Interaktionsmöglichkeiten für Software. „Die Form eines Suma-Geräts kann aber praktisch beliebig sein“, betont ein Unternehmenssprecher gegenüber presstext. Somit wären etwa Spielzeugkatzen für Kinder-Games oder für CAD-Anwendungen optimierte Formen denkbar. Suma setzt darauf, mit einem Sensorsystem die 3D-Deformation eines Objekts in eine für Software verständliche Form zu übertragen. Das verspricht eine hochempfindliche Steuerung durch Fingerbewegungen oder den Druck der ganzen Hand. Gegenüber herkömmlichen Controllern erlaube dies zusätzliche Freiheitsgrade in der Eingabe, so das Unternehmen. Dabei sei der Zugang sehr intuitiv. „Einer unserer frühesten Instinkte als Babys ist es zu greifen, und etwa ein Viertel des motorischen Kortex im Gehirn ist für die Muskeln der Hand zuständig“, sagt Duncan Smith, Leiter der Consumer-Produktentwicklung bei Cambridge Consultants. Anwendungspotential sehen die Entwickler unter anderem bei Design- und Kreativsoftware oder in der Fernsteuerung von robotischen Systemen. Zunächst sind aber Games für Cambridge Consultants der Schwerpunkt. „Unternehmen aus dem Videospiel-Bereich sind bei der Umsetzung solcher Technologien meist Vorreiter“, so der Sprecher. Gerade für 3D-Games wäre der Ansatz interessant. Diese dürften in den nächsten Jahren verstärkt aufkommen. Denn nach Schätzungen von Frost & Sullivan werden in fünf Jahren schon bis zu 60 Prozent der US-Haushalte ein 3D-Display besitzen.





Der neue Nintendo 3DS lässt Spiele dreidimensional erscheinen, ohne dass die Nintendo-Fans dafür eine Spezialbrille aufsetzen müssen, wie man es zum Beispiel aus dem Kino kennt.

schaffen hat. Der Nintendo 3DS verfügt über zwei Bildschirme, einen oberen Bildschirm von 3,53 Zoll Größe und einen unteren Touchscreen von 3,02 Zoll. In ihm sind drei Kameras integriert: eine innere und zwei äußere. Sie erzeugen den 3D-Effekt und ermöglichen sogar die Aufnahme eigener 3D-Fotos. Zudem ist er mit einem Bewegungssensor, einem Gyro-Sensor und sogar mit einem analogen Slide Pad ausgestattet, das 360-Grad-Eingaben erlaubt. Auf der E3 zeigte Nintendo eine breite Palette von Spielen und Software für den Nintendo 3DS. Einige der beliebtesten Spielserien werden damit völlig neu erfunden. Dazu gehören: Kid Icarus: Uprising, Mario Kart, Nintendogs + cats, Pilot-Wings Resort, Animal Crossing StarFox 64 3D, Steel Diver und Paper Mario. Darüber hinaus erhält der Nintendo 3DS die stärkste Publisher-Unterstützung, die eine neue Nintendo-Konsole jemals erhalten hat, heißt es seitens des Unternehmens.

Microsofts Alternative heißt Kinect

Microsoft hielt sich im Rahmen der E3 als dritter großer Spielkonsolenhersteller in Sachen 3D bedeckt. Wie das Online-Magazin videogameszone berichtet, erklärte Microsoft UK-Boss Neil Thompson auch den Grund dafür: Demnach sei „3D“ noch schlicht zu teuer: „Wenn wir uns anschauen, was der Einstieg kostet, dann denken wir, dass wir den Kunden mit Kinect ein überzeugenderes Angebot für die nächsten Jahre machen können, anstatt sich vielleicht jetzt schon mit ‚3D‘ zu beschäftigen.“ Noch vor dem offiziellen Beginn der Electronic Entertainment Expo (E3) in Los Angeles feierte Microsoft die Weltpremiere von Kinect. Im Rahmen einer vom Cirque du Soleil

inspirierten Show zeigte ein Team von Tänzern, was beim Spielen ohne Controller möglich ist. Bisher bekannt als Projekt Natal, macht Kinect dabei den Nutzer selbst zur Steuerung und bietet so eine vollkommen neue Art des Entertainments. „Im Zentrum dieser neuen, außergewöhnlichen Unter-



Bisher bekannt als Projekt Natal, macht Kinect den Nutzer selbst zur Steuerung und bietet so eine vollkommen neue Art des Entertainment.

haltung steht der beste Controller, der je entwickelt wurde – der Spieler selbst“, erklärt Kudo Tsunoda, Creative Director der Microsoft Game Studios. „Kinect

erkennt den Nutzer, der vor dem Sensor steht, reagiert auf seine Gesten und Stimme. Und das Beste daran – es funktioniert mit jeder Xbox 360.“ Microsoft und Lucas Arts gaben bekannt, dass sie 2011 einen Star Wars Titel für Kinect veröffentlichen werden. Auch Disney wird seine Magie auf der Xbox 360 mit Kinect allen zugänglich machen.

3D-Notebook von Toshiba

Toshiba hat mit dem „Satellite A665“ sein erstes 3D-Notebook angekündigt. Mit dem Gerät, das ein 15,6-Zoll-Display bietet, zielt das Unternehmen unter anderem darauf ab, Gamer durch ein wirklich dreidimensionales Spielerlebnis anzulocken. Doch auch Film-Fans will Toshiba ansprechen. Das Satellite A665 ist laut Hersteller das erste Notebook der Welt, das Blu-ray-3D-Filme abspielen kann.

„Das Satellite A665 ermöglicht es Gamern, mit Haut und Haar in die spannenden 3D-Umgebungen ihrer Spiele einzutauchen“, sagt Dirk Thomaere, General Manager Computer Systems Central Europe. Um das zu ermöglichen, setzt Toshiba beim 3D-Notebook auf ein 120-Hertz-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung und eine aktive Shutterbrille. Letztere stammt ebenso wie die integrierte Grafikkarte vom Typ GeForce GTS 350M aus dem Hause Nvidia. Toshiba's Satellite A665 wird dagegen bereits im dritten Quartal 2010 in den Handel kommen, wobei das Abspielen von Blu-ray-3D laut Unternehmen ein geeignetes Software-Update erfordern wird. Für Anwender, die noch nicht auf den 3D-Zug aufspringen wollen, wird es auch eine Gerätevariante mit einem normalen 16-Zoll-HD-Display geben. Zu den Preisen gibt es noch keine Informationen.



Der Satellite A665 ist Toshiba's erstes 3D-Notebook. Das Unternehmen möchte damit Gamer zu einem dreidimensionalen Spielerlebnis bewegen.

PoS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia

Die ersten 200 PluralMedia Berater sind zertifiziert

Seit Beginn des Monats Juni übersteigt die Zahl der technischen Verkäufer mit dem Personenzertifikat „PluralMedia Berater“ die Zahl 200. Fachhändler der vier großen Kooperationen ElectronicPartner, Euronics, Expert und Teling bieten ihren Kunden in vielen Städten bereits PluralMedia Berater als kompetente Ansprechpartner an.

Diese können nun individuelle Anwendungsideen und Lösungsmöglichkeiten rund um Multimedia und Heimvernetzung nach dem aktuellen Stand der derzeit marktfähigen Technik anbieten.

„Die Schulungskapazitäten wurden seit Beginn der Seminare kontinuierlich erweitert. Dennoch kam es aufgrund der überraschend großen Nachfrage zu Engpässen, und wir konnten leider einigen Kunden nur längerfristige Termine anbieten. Jetzt können wir seit einigen Wochen bis zu vier Seminare pro Woche parallel durchführen“, so Dr. Ralph Metternich, Pressesprecher PluralMedia.

Die 200 Absolventen sind das Ergebnis der ersten sechs Monate im Regelbetrieb der PluralMedia Qualifizierungen. Derzeit beenden bis zu 40 Teilnehmer pro Woche die Schulung mit dem erfolgreichen Abschluss zum PluralMedia Berater. Nachzeitigem Buchungsstand werden demnach etwa 1.100 PluralMedia Berater bis zum Ende des Jahres ihren Abschluss gemacht haben.

Die Qualität und das hohe Niveau dieser Weiterbildung zeigt sich auch noch von einer anderen Seite: Die Statistik zeigt zur Zeit eine Durchfallquote von rund 7%. Dr. Metternich: „Dies führt vereinzelt zu Irritationen. Doch die Akzeptanz unserer Qualifizierung hängt entscheidend von der durchgängigen Qualität und dem Know-how der Absolventen ab. Auch hier grenzen wir uns von anderen Schulungen der Branche ab. Bei PluralMedia wird keine Anwesenheit belohnt, sondern ausschließlich die erlangte und nachweisbare Kompetenz.“ Diese wird nicht nur durch die Präsenzseminare erworben, sondern erfordert das Selbststudium ebenso wie die Teilnahme an den webbasierten Tutorien. Dabei vereint PluralMedia das komplexe technische Wissen der UE, IT und TK auf aktuelle Anwendungsgebiete im Bereich der Heimvernetzung.

Der Konsument wird die PluralMedia Kompetenz und Beratungsqualität wahrnehmen – und sich fortan für seine Konsumbedürfnisse gezielt am Gütezeichen „PluralMedia“ orientieren. Eine Chance, die der Fachhandel nutzen muss.

Für Rückfragen steht zur Verfügung: Dr. Ralph K. Metternich • PluralMedia Kommunikation • InfoTip Service GmbH • Am Walzwerk 21 • Satkom Tower • 45527 Hattingen • Germany • Phone: +49 2324 9195270 • Mobil +49 151 24056749 • ralph.k.metternich@infotip.de



www.pluralmedia.de

PoS-MAIL

INHALT

Aktuell ... 4, 21

Bose präsentiert das Unify Intelligent Integration System ... 6



Philips SoundBar mit Ambisound: Kinosound im Wohnzimmer ... 7

3D-Spezial – Teil 2: Von der 3D-Produktion bis zur Reproduktion in den eigenen vier Wänden ... 8



expert AG beendet Geschäftsjahr mit Umsatzwachstum ... 10

Flexible iPod-Soundsysteme von Pioneer ... 11

UE-Neuheiten ... 12, 17

Satellitentechnik ... 13

Neuheiten-Spektrum auf der IFA 2010 ... 14

Plux X Award-Night 2010: Die siebte Verleihung ... 16



Car Media ... 18

Neue Kameras für den Urlaub ... 20

TK-Nachrichten ... 21, 22

Samsung Mobiltelefone haben sich im Markt etabliert: Kreativer Paradiesvogel ... 23

TK-Neuheiten ... 24

Neues Garmin nüvi 3790T erhält reddot design award ... 25

Herweck lud zum achten Mal zur Perspectives ... 26

IT-Nachrichten ... 27

IT-Neuheiten ... 28

Office 2010 bietet dem Handel großes Absatzpotential: Fachwissen statt Fläche ... 29

HDMI: Viele Neuheiten für den Handel ... 30

Impressum ... 30



Wechsel in der Geschäftsführung der Kenwood Electronics GmbH



Das neue Kenwood Führungsteam (von links): Gerold Geipert (Vertriebsleiter Communication), Michael Rumpf (Prokurist), Thorsten Godulla (Geschäftsführer), Lars Grothe (Marketingleiter), Hermann Augart (Sales Manager OEM) und Hicham Azzaoui (Sales Manager Automotive, Produktmanager).

Mit dem Beginn des neuen Geschäftsjahres hat die Kenwood Electronics Deutschland GmbH einen Wechsel in der Geschäftsleitung vollzogen: Der bisherige Vertriebsleiter Home & Car, Thorsten Godulla, hat zum 1. April 2010 die Geschäftsführung übernommen und zeichnet ab sofort für alle Unternehmensbereiche verantwortlich. Gleichzeitig wird der langjährige Leiter Finanzen und Controlling, Michael Rumpf, zum Prokuristen berufen. Nach fast 40jähriger Tätigkeit für die Kenwood Electronics Deutschland GmbH wird sich Wilhelm Küchler aus dem aktiven Management zurückziehen. Er steht dem neuen Führungsteam unter Thorsten Godulla aber weiterhin als strategischer Berater zur Verfügung. Der 44jährige Industriekaufmann Thorsten Godulla ist seit fast 20 Jah-

ren im Unternehmen und war in verschiedenen Funktionen im Bereich Vertrieb tätig. Seit 2000 verantwortet er als Vertriebsleiter die Vermarktung der Produktbereiche Home und Car Entertainment in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Markus Fritz als Vizepräsident von „Digital Europe“ bestätigt

Markus Fritz ist erneut für zwei Jahre zum Vizepräsidenten von „Digital Europe“, dem europäischen Dachverband der Consumer Electronics- und Informations- und Telekommunikations-Branche (ITK), gewählt worden. Fritz ist als Mitglied des Vorstands im ZVEI-Fachverband Consumer Electronics seit 2008 in führender Position des europäischen Verbands tätig. Er ist zugleich Vice President & General Manager Marketing SES Astra.

Xbox kündigt neue Zusammenarbeit mit adidas an

Fußball ist in aller Munde – auch Xbox startet diesen Monat den Summer of Football und veröffentlicht eine Vielfalt von Spielen und Entertainmentangeboten rund um dieses Thema. Summer of Football läuft seit Freitag, den 11. Juni bis Sonntag, den 11. Juli und beinhaltet unter anderem eine Zusammenarbeit mit adidas. Die Kooperation ermöglicht den Xbox Live Mitgliedern, ihre Avatare mit sportlicher Markenkleidung

auszustatten. Darüber hinaus hat sich Xbox mit Konami zusammengetan, um den Fans die Möglichkeit zu geben, ihre Avatare in der eigenen Länderfarbe zu kleiden. Offiziell lizenzierte Fußballkits für die Länder Australien, Brasilien, England, Frankreich, Holland, Italien, Neuseeland, Spanien und natürlich Deutschland können von Xbox Live Mitgliedern heruntergeladen werden. Mit den Fußballkits erstrahlt der eigene Avatar in den Farben des Wunschlandes und kann eine Vielzahl von zusätzlichen Items wie animierte Bälle, Banner und Fankappen verwenden. Xbox Live feierte zudem auch den Kick-off in Südafrika mit dem zeitlich limitierten Unlock Weekend vom 11. bis 13. Juni. Während dieses Wochenendes erhielten alle Xbox Live Mitglieder einen Goldaccount, der ihnen Zugang zum Multiplayer Modus verschiedener Spiele verschaffte. Summer of Football bietet außerdem einen Nachlass von bis zu 50 Prozent auf Toptitel wie FIFA 10 Ultimate Team, Football Genius und Sensible World of Soccer. Dazu gibt es ein Turnier-Prognose Tool und eine Elfmeterschießen-App. Dabei können Fans ihre Fußballskills testen und auch gegen Freunde antreten. Obendrauf bietet Xbox Live tägliche Turnier-Updates inklusive News sowie Interviews mit Fans und Celebrities.

Pieter Nota ist CEO der Consumer Lifestyle Sparte und Mitglied der Konzernführung bei Philips

Royal Philips Electronics hat die Benennung von Pieter Nota zum Chief Executive Officer der Philips Consumer Lifestyle Sparte und zum Mitglied der Konzernführung (Group Management) bekanntgegeben. Er wird zum 1. September die Nachfolge von Andrea Ragnetti antreten, der das Unternehmen zum gleichen Termin verlassen wird. Pieter Nota (Holländer, Jahrgang 1964) kommt von der Beiersdorf AG, einem führenden



Pieter Nota

globalen Kosmetikunternehmen mit Sitz in Hamburg, wo er im Vorstand als Chief Marketing und Innovation Officer für Marketing, Innovation und Vertrieb verantwortlich ist, inklusive einer erheblichen regionalen Gewinn- und Verlust-Verantwortung. Zuvor hat Nota 15 Jahre in unterschiedlichen internationalen Managementfunktionen bei Unilever gearbeitet.

IFA 2010: Scooter live im Sommergarten

Eine der erfolgreichsten deutschen Dancefloor-Bands wird am 4. September 2010 im Rahmen der IFA 2010 live auf der Open-Air-Bühne im Sommergarten auftreten. H.P. Baxxter und seine Bandkollegen begei-

stern das Publikum mit ihrem umfangreichen Repertoire elektronischer Tanzmusik. Zu Dancefloor-Klassikern wie „Hyper Hyper“ oder „Back in the UK“ wird den Besuchern ordentlich eingeheizt werden. Ohrwürmer sind garantiert! Doch damit nicht genug: Begleitend zur Performance von Scooter kommen Besucher in den Genuss einer pyrotechnischen Inszenierung ganz besonderer Art. Scooter, die sich 1993 zusammenschlossen, blicken auf eine sehr erfolgreiche Bandgeschichte zurück: Mit 23 Hits landeten sie bereits in den Top Ten der Charts. Zuletzt produzierten sie den offiziellen Song zur Eishockey-Weltmeisterschaft 2010 „Stuck on Replay“, den sie auch beim WM-Eröffnungsspiel vor 76.000 Zuschauern performten. Tickets für Scooter und das Feuerwerk sind für 30 Euro im Vorverkauf (zzgl. VVK-Gebühr) erhältlich und beinhalten zusätzlich ein Tagesticket für einen der IFA-Tage vom 3. bis zum 8. September. Die IFA Tageskarte berechtigt nicht zum Eintritt zum Konzert.

IFA Aussteller begrüßen iZone und eLibrary

Erstmalig widmet sich die IFA mit der „IFA iZone“ Produkten aus der boomenden Welt der Macs, iPhones, Apps und diversen Zubehören. Die „IFA eLibrary“ konzentriert sich auf die Vielfalt rund um eBooks und Tablet-PCs. Laut Aussagen der Veranstalter ist die Nachfrage von Unternehmen aus Europa, Asien und den USA bereits vier Wochen nach Ankündigung sehr groß. „Die IFA erschließt auch in diesem Jahr neue Produktwelten. Von dem großen Interesse der Industrie und der Medien sind wir selbst ganz positiv überrascht. Die neuen Segmente werden ein großartiger Publikumsmagnet“, sagt IFA-Direktor Jens Heithecker. Die IFA war schon immer Trendsetter für Innovationen, die die Menschen inspirieren und die Märkte bewegen. Sie ist die größte Ordermesse für Händler aus allen Teilen der Welt. Folgende Unternehmen haben sich bereits angemeldet: Aerielle Technologies, Artwizz, Bling My Thing, booq, Carl Zeiss, coresystems, falkemedia, iFrogz Europe, iSkin, Kaspersky Labs, Pioneer, Radio.fx, Scosche Industries, Soular, Tobit und Trexta.

Yahoo! eröffnet Sony-Kunden eine neue Dimension des Fernsehens

Yahoo! hat die erweiterte Verfügbarkeit der Yahoo! Widget Engine für die Bravia LCD-Fernseher von Sony mit Internetzugang angekündigt. Künftig stehen für die Nutzer auf Wunsch tausende Inhalte, Filme, Fernsehshows und Internetdienste schnell und einfach auf Abruf bereit. Während des Fernsehens kann man beispielsweise die neuesten Videos auf Showtime ansehen, die aktuellen Sportergebnisse auf USA Today checken, auf eBay shoppen, Online-Games spielen oder sich mit Freunden über

Twitter oder Facebook austauschen. Ab sofort sind die Bravia Internet Widgets von Yahoo! in mehr als 100 Ländern in Nordamerika, Europa, Lateinamerika und Asien verfügbar. „Sony ist weltweit führend in der Unterhaltungselektronik. Als einziges Unternehmen bieten wir unseren Kunden sowohl eigene Inhalte als auch technologisch hochentwickelte Geräte an, mit denen sie zu Hause genau diese Inhalte ansehen können“, so Toshifumi Okuda, Senior General Manager, Home Entertainment Business Group, Sony Corporation. „Die noch intensivere Zusammenarbeit mit Yahoo! ist ein weiteres Beispiel für das Engagement von Sony, das darauf ausgerichtet ist, den Kunden weltweit attraktive Funktionen und Features zu bieten.“

„Durch die erweiterte Zusammenarbeit mit Sony sind die Yahoo! TV-Widgets in fast siebenmal so vielen Ländern verfügbar wie bisher. Dadurch haben Millionen zusätzliche Nutzer direkt von ihrem Fernseher aus Zugriff auf attraktive Internetinhalte und -anwendungen“, erklärt Jeff Kinder, Senior Vice President, Media Products and Solutions, Yahoo!. Inc. Yahoo! liefert hochwertige Inhalte auf die geeigneten Plattformen wie Mobiltelefone, Computer, Fernseher und Tablet-PCs und garantiert so Nutzern, Publishern und Entwicklern eine optimale Umgebung. Die Yahoo! Widget Engine bietet Entwicklern und Publishern von Webinhalten eine enorme Reichweite und die Möglichkeit, weltweit Millionen aktive Nutzer zu erreichen. Über neue internetbasierte Entwicklungsschnittstellen können Publisher mit dem Widget-Entwicklungs-Kit (WDK) schnell und unkompliziert TV-Widgets erstellen.

GfK Consumer Electronic Conference 2010 meldet Wachstumstrends

Der weltweite Markt für Unterhaltungselektronik wird auch in diesem Jahr weiter wachsen. Die GfK Retail and Technology prognostiziert im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzanstieg von rund fünf Prozent. Wie dieser positive Kurs auch in Zukunft fortgesetzt werden kann, war Thema der GfK Consumer Electronic Conference 2010. Rund 160 Teilnehmer kamen am 15. Juni zu der Veranstaltung unter dem Titel „The Success of Sound and Vision“ nach München. Die Verbraucher investieren wieder verstärkt in Unterhaltungselektronik, hieß es im Rahmen der Konferenz. Im vergangenen Jahr wurden weltweit 238 Millionen Fernsehgeräte verkauft, und in diesem Jahr geht die GfK Retail and Technology in ihrem Digital World Report 2010 von 252 Millionen verkaufter Geräte aus. Fernseher sind die wichtigsten Umsatzträger im Bereich Unterhaltungselektronik. Einer Umfrage unter 120 Elektrofachhändlern in Deutschland, Frankreich und Großbritannien zufolge werden 3D-Fernseher künftig unverzichtbarer Bestandteil des Sortiments sein.

Große Nachfrage nach Metz Shop-in-Shop-System



Als sich im April 2010 das Euronics Fachgeschäft Reibert Electronic für die vielseitige Vorführwand entschied, konnte man bei Metz den 500. Fluctus-Händler feiern.

Reibert Electronic für die vielseitige Vorführwand entschied, konnte man bei Metz den 500. Fluctus-Händler feiern. Gemeinsam mit den beiden Geschäftsführern Michael Kollo und Christoph Heinze eröffneten Robert Trapp, Metz Vertriebsleiter UE Deutschland und Österreich, Thomas Hey, Leiter Unternehmenskommunikation Metz, Stefan Wache, Metz Regionalvertriebsleiter West, und Ralf Mücke, Geschäftsführer des Ladenbauers Manufaktur Mücke, am 21. Mai 2010 offiziell den neu gestalteten Präsentationsbereich im Neu-Isenburger Elektronik-Fachgeschäft. Das Fluctus-System ist eine vielseitige Lösung, die sich nach den individuellen Wünschen der Fachhändler zusammensetzen lässt. Die Präsentationswände können sowohl in der Länge als auch in der Höhe flexibel bestimmt werden. Zudem kann der Fachhändler die Metz Produkte auf Inselösungen zentral im Raum platzieren oder die Ecken der Geschäftsräume mit der hochwertigen Präsentationslösung ausstatten. Die Manufaktur Mücke aus Detmold passt die verschiedenen Lösungen individuell den jeweiligen Räumlichkeiten an. Die aus mehreren Paneelen zusammengesetzten Wände bieten vielfältige Ausstellmöglichkeiten für die Metz TV-Geräte in unterschiedlichen Bildschirmdiagonalen. Die Fernseher lassen sich mit wenigen Handgriffen in die Halterungen einhängen oder auf eingeklinkten Geräteböden aufstellen. Mit Hilfe von speziellem PoS-Material lassen sich die Wände auch perfekt auf Verkaufaktionen abstimmen. Das Metz Shop-in-Shop-System Fluctus ermöglicht es, nach Aussagen des Unternehmens, innerhalb eines Fachgeschäftes einen eigenen hochwertigen Bereich für die Metz Fernseher zu gestalten, der die Qualität der Metz Produkte zusätzlich betont.

Bei so viel Lob werden wir ganz rot.

Stiftung Warentest hat 25 Systemkameras
geprüft und uns ausgezeichnet bewertet.
Und das gleich 4 Mal.

you can



Stiftung Warentest	GUT (2,0)
test	Im Test: 25 Systemkameras mit Objektiv 23x gut, 2x befriedigend Ausgabe 6/2010
Canon EOS 500D + EF-S 18-55mm IS	



Stiftung Warentest	GUT (1,9)
test	Im Test: 25 Systemkameras mit Objektiv 23x gut, 2x befriedigend Ausgabe 6/2010
Canon EOS 550D + EF-S 18-135mm IS	
Beste Bildqualität (Note 1,9)	

Stiftung Warentest	GUT (2,0)
test	Im Test: 25 Systemkameras mit Objektiv 23x gut, 2x befriedigend Ausgabe 6/2010
Canon EOS 550D + EF-S 18-55mm IS	



TESTSIEGER	
Stiftung Warentest	GUT (1,9)
test	Im Test: 25 Systemkameras mit Objektiv 23x gut, 2x befriedigend Ausgabe 6/2010
Canon EOS 7D + EF-S 18-135mm IS	
Beste Bildqualität (Note 1,9)	

Bose präsentiert das Unify Intelligent Integration System (Home) Entertainment neu definiert

Bose stellt die neuen Home Entertainment Systeme Lifestyle V-Class und Lifestyle T-Class vor, die beeindruckenden 5.1 Surround Sound mit dem neuen Bose Unify Intelligent Integration System kombinieren. Damit macht Bose es möglich, die immer komplexer werdende Einrichtung und Bedienung von Home Cinema-Systemen deutlich zu vereinfachen.

Die meisten Anwender von Home Entertainment-Systemen besitzen unterschiedliche Zuspielderäte für Musik, Filme und Videospiele. Diese Geräte so einzurichten, dass sie mit dem Fernsehgerät zusammen funktionieren, ist mittlerweile so kompliziert geworden, dass viele gleich ganz auf ein Home Cinema-System verzichten. Boses neue Lifestyle Systems machen das Setup mehrerer Komponenten sehr einfach und stellen die alltägliche Bedienung auf eine neue Grundlage: Die Onscreen-Anzeigen arbeiten Hand in Hand mit einer einzigen Fernbedienung, und zum Auswählen oder Umschalten der Zuspielderäte genügt ein Tastendruck. Die Unify Technologie beseitigt endlich alle Hindernisse zwischen den Geräten und dem Home Entertainment-Erlebnis.

Unify Technologie

Die Unify Technologie setzt sich aus einer Kombination anspruchsvoller Soft- und Hardwareelemente zusammen. Sie ermöglicht den Anschluss von Zuspielderäten aller Art ganz fehlerfrei und problemlos. Dank Unify werden auf dem TV-Bildschirm leicht verständliche Hinweise angezeigt, die den Benutzer Schritt für Schritt anleiten. In einer unkomplizierten Sprache und ganz ohne Fachbegriffe führt das System den Anwender zur richtigen Anschlussbuchse für seine Zuspielderäte – wie beispielsweise Blu-ray-Player oder Spielekonsole. Das Lifestyle System empfiehlt die passenden Anschlusskabel, erkennt dank seiner intelligenten Eingänge, ob der Anschluss korrekt vorgenommen wurde oder nicht, und zeigt mit einer Bestätigungsmeldung an, dass die Verbindung erfolgreich eingerichtet wurde. Damit gestaltet sich die Verbindung aller Geräte im Home Entertainment-Bereich ganz unkompliziert.

Lifestyle V-Class und T-Class

Bose bringt vier neue Lifestyle Systems-Varianten auf den Markt. Die Systems V35, V25, T20 und T10 sind mit exklusiven Bose Audiot Technologien ausgestattet, die eindrucksvollen Surround Sound für das große Kino- und Konzert-Erlebnis mit nur fünf kleinen Speaker Arrays und einem versteckt platzierbaren Acoustimass Modul bieten.

Die Bose Adaptiq Audio Calibration Technologie analysiert Raumzuschnitt und -größe sowie die individuelle Platzierung der Lautsprecher, um die Klangwiedergabe optimal auf den Wohnraum abzustimmen. Der Nutzer hat dadurch zugleich größere Freiheit bei der Platzierung der Lautsprecher. Die neuen Lifestyle V-Class und Lifestyle T-Class Systems von Bose sind so konzipiert, dass sie

sich entsprechend den Bedürfnissen ihres Besitzers weiterentwickeln. Sie bieten Anschlussmöglichkeiten für bis zu sechs hochauflösende (HD-) Zuspielderäte. Die Lifestyle Fernbedienung ist in der Lage, so gut wie jedes beliebige Unterhaltungsmedium zu steuern, ob Blu-ray-Player, digitale Medienadapter oder Kabel- bzw. Satellitenfernsehen. Und sie bietet sogar Expansionsmöglichkeiten für neue Geräte, die erst in Zukunft auf den Markt kommen. Es müssen keine Codes eingegeben werden. Der Anwender hält einfach die Fernbedienung eines seiner Zuspielderäte in Richtung der Bedienkonsole des Lifestyle Systems und folgt den leicht verständlichen Anweisungen der Onscreen-Bedienführung. Es müssen nur wenige Tasten auf der Fernbedienung des Zuspielderäts betätigt werden, damit die Unify Technologie die Lifestyle

Fernbedienung automatisch programmiert. Die unkomplizierte Bedienführung der neuen Lifestyle Systems zeigt sich schon beim Auspacken. Die Systemverpackung enthält fünf kleinere, eindeutig gekennzeichnete Kartons. Sobald der Inhalt eines Kartons fertig eingerichtet ist, geht es mit dem nächsten Karton weiter – bis die Lautsprecher und das Acoustimass Modul an die Konsole des Lifestyle Systems angeschlossen sind. Abschließend wird dann die Konsole mit dem Fernsehgerät verbunden. Die meisten Home Entertainment-Systeme, die heute angeboten werden, verfügen über eine Vielzahl von Funktionen – aber wenn der Besitzer nicht weiß, wie man auf diese Funktionen zugreift, bringen sie keinen echten Nutzen. Die neuen Bose Lifestyle Systems bieten ein ganz vereinfachtes und dabei qualitativ hochwertiges Home Cinema-System.

Die Lifestyle V-Class Systems sind mit Jewel Cube oder Direct/Reflecting Speaker Arrays, einem integrierten UKW/MW-Tuner mit RDS sowie einer Docking-Station für den iPod ausgestattet. Die Ausstattung der Lifestyle T-Class Systems umfasst Direct/Reflecting oder Virtually Invisible Speaker Arrays und eine Universal-Fernbedienung. Alle Systeme haben eine Bedienkonsole zum Anschließen der Zuspielderäte und optimieren die Videosignale automatisch auf die höchstmögliche Auflösung, die das angeschlossene Fernsehgerät wiedergeben kann – bis zu 1.080p via HDMI.

Die empfohlenen Verkaufspreise für Lifestyle V35 und Lifestyle V25 Systems betragen 5.050 Euro und 3.950 Euro. Die Lifestyle T20 und Lifestyle T10 Systeme werden für 2.800 Euro und 2.250 Euro angeboten. Die Systeme werden über den autorisierten Bose Partner 2000 Fachhandel vertrieben.



Lifestyle V35 Home Entertainment System



Lifestyle T20 Home Entertainment System

Bose bringt vier neue Lifestyle System-Varianten auf den Markt. Die Lifestyle V-Class Systems sind mit Jewel Cube oder Direct/Reflecting Speaker Arrays, einem integrierten UKW/MW-Tuner mit RDS sowie einer Docking-Station für den iPod ausgestattet. Die Ausstattung der Lifestyle T-Class Systems umfasst Direct/Reflecting oder Virtually Invisible Speaker Arrays und eine Universal-Fernbedienung. Alle Systeme haben eine Bedienkonsole zum Anschließen der Zuspielderäte und optimieren die Videosignale automatisch auf die höchstmögliche Auflösung, die das angeschlossene Fernsehgerät wiedergeben kann – bis zu 1.080p via HDMI.



Lifestyle V25 Home Entertainment System



Lifestyle T10 Home Entertainment System

Philips SoundBar mit Ambisound



Kinosound im Wohnzimmer

Die Philips 3D Ready Blu-ray SoundBar mit Ambisound bringt atemberaubende Kinoatmosphäre ins Wohnzimmer – und das ohne störende externe Lautsprecher und das übliche Kabelgewirr. Das schlanke, hochwertige Design in Kombination mit modernster High Definition-Wiedergabe sorgt für beste Bilder auf dem Fernseher.

Das SoundBar-Flaggschiff HTS9140 ist mit Ambisound, Blu-ray Disc-

Wiedergabe – natürlich 3D-Ready – und hochwertiger Touch Control

ausgestattet und liefert ein faszinierendes 5.1-ähnliches Klangerlebnis ohne Einschränkungen durch Sitzposition und Raumgestaltung. Dank der weiterentwickelten Ambisound-Technologie ist der Sweet Spot, also die Position mit dem besten Surround-Erlebnis, ungewöhnlich groß. Ambisound liefert dank des

Zusammenspiels aus psychoakustischen Maßnahmen, Array-Signalverarbeitung und präziser Positionierung der Lautsprecher-Treiber mehr Sound mit weniger Lautsprechern. Ein Team von Akustik-Experten und Tontechnikern analysiert für Philips über die Psychoakustik die Art und Weise, wie das Gehirn Sound wahrnimmt. Verbunden mit dem Fachwissen, wie digitale Tonsignale verarbeitet werden, entstehen neue Produkte und werden wegweisende Patente erworben. Diese Erkenntnisse sind in die neuen Produkte eingeflossen. Über den USB WiFi-Adapter ist kabellos Zugriff auf Online-Content sowie auf Dateien, die im Heimnetzwerk liegen, möglich. Über Net TV stehen zudem beliebte Internet-Angebote sowie der Zugang zum WWW auf dem Fernseher zur Verfügung. Die SoundBar passt als komplette Heimkinolösung perfekt zu jedem Flachbildfernseher. Sowohl die Philips SoundBar mit Ambisound als auch die Flachbildschirmfernseher der Philips 8000er-

Serie lassen sich mühelos mit einer einzigen Fernbedienung und über eine integrierte Menüstruktur bedienen – einfacher geht's nicht. Die perfekte Kombination aus High-End-Sound und High-End-TV mit aufeinander abgestimmten Design-Elementen liefert ein vollendetes Heimkino-Erlebnis. Die Philips SoundBar mit Ambisound ist dank eines Standby-Verbrauchs von weniger als 0,3 Watt, einer Verpackung mit Druckfarben auf Pflanzenbasis und aus 100% Recycling-Zellstoff zudem klimaschonend. Ganz gleich ob ihre Kunden eine „klassische“ DVD oder eine moderne Blu-ray-Disc sehen, einen Film im Netzwerk streamen, durch die MP3-Sammlung scrollen oder die Lieblings-CD hören möchten – die Philips SoundBar mit Ambisound schenkt ihnen jedes Mal ein unvergleichliches Klangerlebnis. Die SoundBar HTS9140 ist ab sofort zum Preis von 1.249,99 Euro (UVP) verfügbar.



Die Philips 3D-Ready Blu-ray SoundBar mit Ambisound sorgt für atemberaubende Kinoatmosphäre im Wohnzimmer.

www.photokina.de

Imaging is here!



entdecken! Neues

Köln, 21.–26. September

photokina 2010

world of imaging

Alle Innovationen, alle Trends und alle Lösungen präsentiert vom Who is Who der Imagingbranche. Die wichtigste Informations- und Orderplattform für den internationalen Handel und das Mekka für alle Anwender. Das ist photokina – weltweit die Messe Nr. 1 für alles rund um das Thema Bild. Das müssen Sie erleben!

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln
Tel. 0180 5 103 101*, Fax 0221 821 99-1270
photokina@visitor.koelnmesse.de

*0,14 EUR/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 EUR/Min. aus dem Mobilfunknetz

 **koelnmesse**

3D-Special – Teil 2:

Von der 3D-Produktion bis zur Reproduktion in den eigenen vier Wänden

Im ersten Teil dieses 3D-Specials (PoS-MAIL 6/2010) beschäftigten wir uns mit den Grundlagen der Stereopsie, die umgangssprachlich als Tiefenwahrnehmung bezeichnet wird. Wir besprachen die psychischen und anatomischen Faktoren, die den Menschen zur Stereopsie befähigen und erklärten, worauf bei der Erzeugung dreidimensionaler Bilder vornehmlich zu achten ist, damit eine gute 3D-Produktion und -Wiedergabe gewährleistet bleibt. Am Ende des Artikels schlussfolgerten wir, weshalb Stereo3D in den fünfziger Jahren zum Scheitern verurteilt war und warum 2010 der 3D-Boom endgültig eine neue Ära des TV-Konsums einleiten wird.

Digitale Bildtechnik – Schlüssel zur hochwertigen 3D-Produktion

Der Durchbruch der digitalen Filmproduktion (Digitale Cinematografie) erfolgte Ende der neunziger Jahre, als George Lucas damit begann, Testaufnahmen mit digitalen Sony-Filmkameras für seinen Film „Star Wars Episode I – Die dunkle Bedrohung“ durchzuführen. Was mit Versuchen zur Kombination von analogem und digitalem Bildmaterial begann, mündete in verhältnismäßig kurzer Zeit in vollständig digitalen Produktions-Workflows, bei denen kein einziger Meter Zelluloid mehr belichtet wurde. Die Qualität digitaler Filmkameras stieg von Geräte-Generation zu Geräte-Generation, und von dieser rapiden Verbesserung der digitalen Filmtechnik profitierte auch die digitale Videotechnik mit ihren professionellen Videokameras und Camcordern. Heute können Produzenten und Filmcrew aus einem gigantischen Arsenal professioneller Film-



3ality-Mirror-Rig im Einsatz auf American-Football-Spielfeld

Quelle: 3ality

und Videotechnik schöpfen, wobei alle Bereiche zudem für 3D-Produktion ausgelegt sind und nur das zur Verfügung stehende Budget Regisseur und Team Grenzen bei der Film- oder TV-Produktion aufzeigt. Beim 3D-Shooting („3D-Akquisition“ genannt) kommen grundsätzlich zwei Kameras zum Einsatz, die dem menschlichen Seheindruck entsprechend zwei Teilbilder paral-



Side-by-Side-Rig SCARLET 3K 3D von RED

Quelle: RED

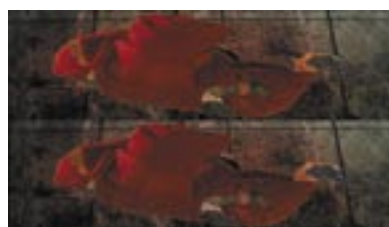
lel aufzeichnen – eines für das linke Auge, eines für das rechte. Die Teilbilder werden anschließend entweder getrennt voneinander oder aber innerhalb eines Single-Stereo-Files auf Festplatte gespeichert. Von dort können sie später weiterverarbeitet werden, wobei in der digitalen 3D-Post-Production unter anderem Asymmetrie- sowie Farbkorrekturen an den Teilbildern vorgenommen werden.

Zwei Kamera-Systeme haben sich für 3D-Aufnahmen bewährt, die „Side-by-Side-Rig“ (paralleler Kameraaufbau) beziehungsweise „Mirror-Rig-System“ (um 90° zu-



Side-by-Side

Quelle: TDVision



Top-and-Bottom

Quelle: TDVision



Quincunx (Checkerboard)

Quelle: TDVision

einander versetzter Kameraaufbau) genannt werden.

3D-Formate

Aktuelles Problem bei der 3D-Einführung ist die Nomenklatur, sprich, welchen „Dingen“ wir welchen Namen geben. So werden 3D-Formate gerne mit 3D-Display-Methoden verwechselt, wobei beides miteinander absolut nichts gemein haben muss. Denn Ersteres ist die Art der 3D-Bildaufbereitung in Form einer per 3D-Format definierten Pixelstruktur inklusive Pixel-Sub-Samplings, was auf Empfängerseite erkannt und entsprechend decodiert werden muss. Die 3D-Display-Methode hingegen definiert die Art und Weise, wie das Display 3D-Bilder darstellt, unabhängig davon, welches 3D-Format vom TV-Gerät gerade empfangen wird.

Die Wahl des 3D-Formats wird vom Content-Produzenten getroffen, der das 3D-Bildmaterial einer bestimmten Übertragungsart (die Distribu-

tionsform) anpassen muss. So kommt es, dass eine Vielzahl an 3D-Formaten zu den sogenannten „Frame-kompatiblen 3D-Formaten“ (Frame Compatible) zählt, die dazu ausgelegt sind, die Übertragung eines 3D-Signals innerhalb bestehender 2D-Übertragungskanäle zu ermöglichen.

Die vier gängigsten Frame-kompatiblen 3D-Formate heißen:

Side-by-Side (SbS „Half“)
= 960 x 1.080 pro Teilbild

Top-and-Bottom (TaB; dasselbe wie Upper-Lower)
= 1.920 x 540 pro Teilbild

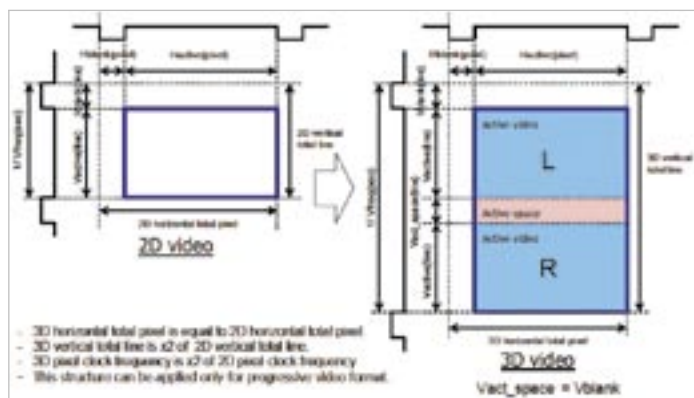
Line Interleaved
= 1.920 x 540 pro Teilbild

Quincunx (Checkerboard)
= 50% Verlust der horizontalen Auflösung

Es gibt auch Kombinationen aus den oben genannten Formaten, wobei deren Beschreibung eindeutig den Rahmen dieses Artikels sprengen würde. Nachteil aller Frame-kompatiblen Lösungen ist, dass bei deren Anwendung jeweils rund 50% an Bildauflösung verlorengehen – denn schließlich müssen zwei 3D-Teilbilder (für das linke und rechte Auge) in ein herkömmliches 2D-Bild passen (2D-Frame genannt) – und dies geschieht nicht ohne Qualitätsminderung in Form von Bildpunkten, die entfernt werden, um die Teilbilder in einem herkömmlichen 2D-HDTV-Frame zu „verstauen“. Das einzige 3D-Format, das derzeit eine volle 3D-HDTV-Auflösung ermöglicht (sprich „Full-HD“ für linkes und rechtes Auge), ist „MVC“ (Multi Video Coding), welches auch als Intra-view-Encoding bezeichnet wird und als Mandatory-Format (sprich per Standard definiertem Pflicht-Format) für 3D-Blu-ray-Disc gewählt wurde.



Der Meister und sein Werkzeug: George Lucas mit digitaler Filmkamera am Set von Star Wars Episode II – Angriff der Klonkrieger.
© Lucasfilm Ltd. & TM. All rights reserved.



Nach dem MVC-Decoding werden Full-HD-3D-Bilder von der Blu-ray-Disc im Frame-Packing-Verfahren via HDMI zum Display übertragen.
Quelle: 2010_03_04_3DExtraction_HDMI_Spec1.4a

3D-Übertragung

Sollten Sie sich mittlerweile fragen, welcher Standard für Broadcasting, sprich TV-Ausstrahlung, gewählt wurde, so muss ich Sie enttäuschen: Derzeit gibt es keinen allgemein definierten Standard für Distributionswege außerhalb des 3D-Blu-ray-Disc-Formats, womit auch die Achillessehne der derzeitigen 3D-Ausstrahlung aufgedeckt ist: Jeder Content-Anbieter kann theoretisch eines der oben aufgeführten 3D-Formate zur Erzeugung eines Frame-kompatiblen 3D-Bildes nutzen und ausstrahlen, wobei die Empfangsgeräte nicht wissen, welches 3D-Format sie gerade empfangen. Daher müssen Sie und Ihre Kunden vorerst manuell den richtigen 3D-Modus im 3D-TV-Gerät aktivieren, der das Frame-kompatible 3D-Bild zur Darstellung korrekt aufbereitet. Zwar arbeiten Standardisierungs-Gremien wie die SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers) und DVB (Digital Video Broadcasting Project) an einer Definition zur Kennzeichnung unterschiedlicher 3D-Formate innerhalb eines MPEG-Datenstroms, wann und ob ein Standard offiziell definiert werden wird, kann jedoch noch nicht mit Gewissheit gesagt werden.

Zwar sind sich alle Broadcaster darüber einig, in Zukunft von Frame-kompatiblen 3D-Formaten auf die Full-HD-3D-TV-Auflösung wie beispielsweise MVC umzusteigen. Doch hierfür müssen zuerst neue Geräte-Generationen im Markt implementiert werden und sich die Kosten zur Produktion von 3D-Content generell rechnen – weshalb zumindest im Bereich der TV-Distributions-Kanäle wie Satellit (DVB-S2), Kabel (künftig DVB-C2) und Internet (IPTV bzw. VoD) in erster Linie auf 3D über herkömmliche 2D-Infrastrukturen gesetzt werden wird. Übrigens: SES Astra hat zum Start der ANGAs Cable 2010 in Köln einen 3D-Demonstrationskanal gestartet, den Sie über Astra 23,5° Ost empfangen können. Das verwendete 3D-Format ist hier Side-by-Side mit „klassischer“ linearer Skalierung, was so ziemlich jedes 3D-TV-Gerät unterstützen sollte. Auf diese Weise können Sie schon heute 3D am PoS live von Satellit empfangen und zu Vorführzwecken nutzen. Es ist zudem davon auszugehen, dass die meisten 3D-Content-Anbieter vorerst im Side-by-Side-Format senden werden.

3D-Display-Methoden

Wie oben beschrieben sind 3D-Format und 3D-Display-Methode zwei unterschiedliche paar Schuhe. Im Idealfall unterstützt ein 3D-Display alle gängigen 3D-Formate, angefangen bei den wichtigsten Frame-kompatiblen 3D-Formaten bis hin

zu Frame-Packing von Blu-ray-Disc (letzteres ist ohnehin ein Pflicht-Übertragungs-Format für HDMI-1.4a, mit dem jedes 3D-TV-Display ausgestattet ist). Die 3D-Display-Methode bestimmt die Art und Weise, wie ein 3D-Display ein per 3D-Format definiertes 3D-Signal auf seinem Bildschirm darstellt. Auch hier gibt es verschiedene Möglichkeiten, wobei sich die TV-Geräte-industrie auf zwei Methoden eingeschossen zu haben scheint: Line Interleaved und Frame Sequential.



ASTRA CEO Ferdinand Kayser gemeinsam mit ANGAs-Präsident Thomas Braun auf der Fachmesse ANGAs Cable in Köln.

Methode 1: Line Interleaved (Passiv)

Die als „Line Interleaved“ bezeichnete 3D-Display-Methode ist die (bis dato) seltenste unterstützte Form der 3D-Darstellung. Auf die Frage, welche Methode denn die beste sei, muss zur korrekten Beantwortung zuerst das Einsatzgebiet abgesteckt werden, in dem der Monitor künftig seinen Dienst tun soll. Denn alle Methoden haben ihre Vor- und Nachteile, und erst eine genaue Definition des Einsatzgebietes hilft, das jeweils sinnvollste System dafür zu ermitteln.

Line Interleaved bedeutet soviel wie „Zeilen verschachtelt“, da ähnlich dem Halbbild-Verfahren bei PAL-Fernsehen (Interlaced) gerade und ungerade Zeilen auf dem TV-Schirm dargestellt werden, die jeweils unterschiedlich polarisiert werden. In einem aufwendigen Produktionsverfahren wird auf der Oberfläche eines LC-Displays dazu eine Polarisationsfolie aufgetragen, die mit jeder einzelnen Pixelzeile des LCD-Panels korrespondiert und das Licht Zeile für Zeile einmal mit und einmal gegen den Uhrzeigersinn polarisiert (zirkuläre Polarisation). Die Bildinformationen für das linke Auge werden dabei ausschließlich über die ungeraden Zeilen dargestellt (1, 3, 5... u.s.w.), während die Bildinformationen für das rechte Teilbild von den geraden Zeilen

dargestellt werden (2, 4, 6... u.s.w.). Die Brille des Zuschauers verfügt über zwei passive Polarisationsfilter, die der jeweiligen Polarisation gerader und ungerader Zeilen angepasst sind – jedes Auge sieht somit nur die für sich relevanten Bildzeilen. Nachteil dieses Verfahrens ist, dass jedem Auge nur die Hälfte an Bildauflösung pro Teilbild zugute kommt, was sich vor allem bei diagonalen Objekten im Bild bemerkbar macht (siehe Grafik rechts „Aktiver Shutter vs. Polarization“ von Sony).

Vorteil der Interleaved-Technik ist, dass passive Polarisations-Brillen einen geringen Kostenfaktor ausmachen und solche Geräte beispielsweise optimal für Public-Viewing-Veranstaltungen geeignet sind – denn welcher Gastronom möchte nach großen Veranstaltungen schon gerne ständig neue teure Brillen anschaffen, weil die alten jedesmal nach Ende eines Fußballspiels von den Fans eingesackt wurden? LG beispielsweise ist mit dem Sender BSkyB in Großbritannien eine Kooperation zur Ausstattung von SKY-Sportsbars mit passiven 3D-Displays eingegangen – denn dort wird seit April 2010 die Premier-League ausschließlich für Bars und Pubs in 3D ausgestrahlt. Und während zu Hause die volle 3D-HDTV-Auflösung absoluten Sinn macht, kann bei Public-Viewing-Veranstaltungen auf diesen Nutzen durchaus verzichtet werden, wenn dafür andere Vorteile überwiegen.

Methode 2: Frame Sequential (Aktiv)

Gegenüber passiven 3D-Displays erlauben aktive 3D-Displays die Darstellung der vollen „Full-HD“-3D-TV-Auflösung für das linke und rechte Teilbild. Die als „Frame Sequential“ bezeichnete 3D-Darstellungsmethode bildet dafür die einzelnen Teilbilder nacheinander (sequentiell) ab, wobei jedes Teil-

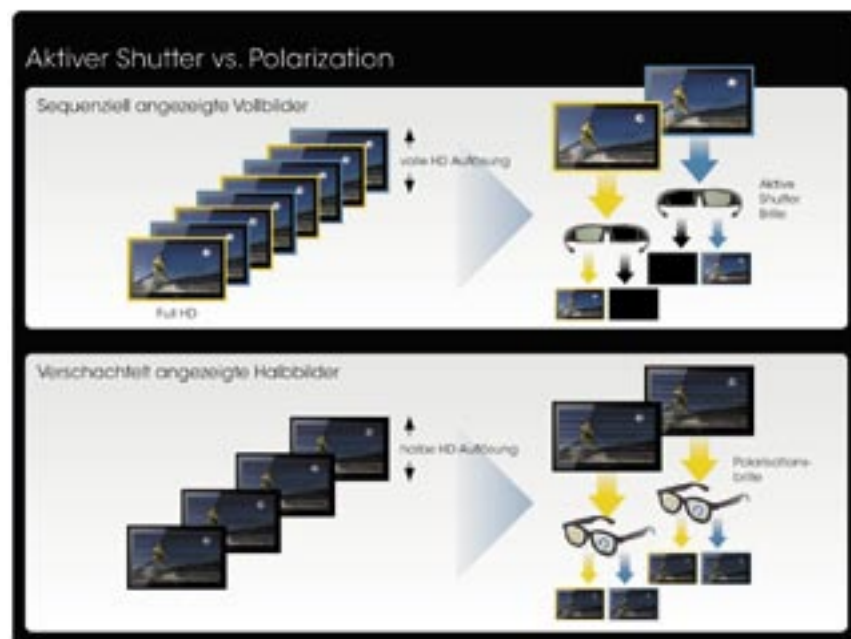


bild mit der vollen 1.920 x 1.080 Pixelauflösung dargestellt wird. Die Bildwiederholfrequenz beträgt dabei 60 Hertz pro Teilbild, was sich somit auf eine Gesamtbildwiederholfrequenz von 120 Hertz für beide Augen summiert. Auch hier muss mit einer speziellen 3D-Brille gearbeitet werden, damit jedes Auge nur die für sich relevanten Bildinformationen zu sehen bekommt. Diese Brillen sind aktiv, werden über einen Infrarot-Sensor mit dem Display synchronisiert und schalten somit immer das Auge ab, welches die Bildinformation gerade nicht verarbeiten darf. Damit es bei LCD-TVs zu keinem Übersprechen zwischen linkem und rechtem Teilbild kommt (der sogenannte „Crosstalk“), wird bei LCD-TVs zwischen die Teilbilder immer eine kurze Schwarzphase geschaltet, die etwaige stehengebliebene Bildinformationen auslöscht und somit eine saubere Trennung beider Teilbilder bei der Wiedergabe gewährleistet ist. Plasma-TVs haben aufgrund ihrer Technik generell weniger mit dem Crosstalk-Problem zu kämpfen. Im Gegensatz zu passiven 3D-Brillen sind aktive 3D-Shutter-Brillen recht teuer und liegen derzeit bei rund 100 Euro das Stück. Dafür bietet diese Technologie die maximale

Full-HD-Auflösung für 3D, wie sie derzeit zudem ausschließlich die 3D-Blu-ray-Disc liefert. Bei beiden Techniken gilt jedoch, dass die Monitore bei 3D-Wiedergabe Helligkeit verlieren – bei Interleaved-LCD-TVs jedoch weniger als bei aktiven Frame-Sequential-TV-Geräten, weil keine Schwarzphasen geschaltet werden müssen, da beide Teilbilder immer parallel auf dem Bildschirm dargestellt werden (siehe Grafik oben „Aktiver Shutter vs. Polarization“ von Sony).

Marcel Gonska, WLC

Verpassen Sie nicht Teil 3 des 3D-Specials, in dem folgende Themenbereiche abgedeckt werden:

- Welche alternativen 3D-Technologien sind verfügbar?
- 3D ohne Brille – Realität oder Mythos?
- Welche Hersteller unterstützen welche 3D-Technik?
- Was kostet 3D den Kunden?

Über WLC

White Light Consultations (WLC) ist spezialisiert auf die Beratung von Industrie und Handel für Produkte der audiovisuellen Kommunikation. Neben Product Consulting zur Bildoptimierung bildgebender Geräte ist WLC auf Industrie- und Händlerschulungen, Marcom-Support und Consumer Education spezialisiert. WLC ist Mitglied bei der SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers), der DSC (Digital Cinema Society) und der CEDIA (Custom Electronic Design and Installation Association). Zu den Kunden von WLC zählen unter anderem die Toshiba Europe GmbH, die Astra Deutschland GmbH, Stewart Filmscreen Corporation, Swisscom und die Da-Lite Screen Company. Marcel Gonska schreibt als freier Autor für diverse CE Magazine aus dem Print- und Online-Bereich und hält Vorträge bei der FKTG (Fernseh- und Kinotechnische Gesellschaft) und Filmhochschulen wie beispielsweise der HFF „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg. Zudem bekleidet WLC die zentraleuropäische Vertretung von Joe Kane Productions (JKP) mit Sitz in Los Angeles, Kalifornien. 2010 hat WLC ein neues Güte-Siegel erschaffen, mit dem künftig Produkte, Dienstleistungen, Firmen und Händler/Spezialisten ausgezeichnet werden können, die sich für die Erhaltung der Filmkunst einsetzen. Das Videoguard-Siegel dient als Wiedererkennungs-Merkmal für all jene, die auf der Suche nach Produkten oder Dienstleistungen sind, die eine gewisse Mindestqualität bei der Produktion beziehungsweise Reproduktion von Videomaterial sicherstellen und/oder forcieren. Ausführliche Informationen zu Marcel Gonska und WLC finden Sie unter www.wlc-online.net.



expert AG beendet Geschäftsjahr mit Umsatzwachstum

Positive Entwicklungsprognosen

Die expert AG konnte sich in wirtschaftlich angespannten Zeiten erfolgreich behaupten und das Geschäftsjahr 2009/2010 zum 31.3.2010 mit einem deutlichen Umsatzzuwachs abschließen. Gegenüber dem Vorjahr steigerte die Fachhandelskooperation für Consumer Electronics, Kommunikations- und Hausgerätechnik ihren Innenumsatz, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert, um 10,2 Prozent auf 1,71 Mrd. Euro.

Der Außenumsatz der expert Gruppe stieg entsprechend auf 3,6 Mrd. Euro. Damit konnte der positive Trend der letzten fünf Jahre – in denen ein zusätzlicher Umsatz von insgesamt über 500 Mio. Euro erreicht wurde – erfolgreich fortgeführt werden. „Dieses gute Ergebnis konnte die expert AG mit einer fast konstanten Kostenstruktur erwirtschaften. In Anbetracht der vorsichtigen Planungen aufgrund der Wirtschaftskrise und der dennoch erheblichen Investitionen in zusätzliche Mitarbeiter sowie zukunftsorientierte IT und Logistik ist das ein Erfolg, der mich im besonderen freut“, betonte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG, im Rahmen einer Pressekonferenz. Die Bonus-Ausschüttung für die Gesellschafter konnte ebenfalls deutlich gesteigert werden. Die expert-Zentrale erwirtschaftete eine Gesamtbonus-Ausschüttung in Höhe von 159,3 Mio. Euro (Vorjahr 138,9 Mio. Euro). In diesem Betrag ist der Jahresbonus in Höhe von 71,2 Mio. Euro enthalten. Der Sonderbonus auf die Warenbezüge der Gesellschafter aus dem expert Lager konnte von 0,2 auf 0,3 Prozent (1,89 Mio. Euro) erhöht werden. Die Gesellschafter erhalten eine Dividende von 235,50 Euro pro Aktie und einmalig eine Sonderdividende in Höhe von 175,00 Euro pro Aktie, die sich aus den positiven Ergebnissen der Regiebetriebe der expert Tochtergesellschaft „expert Handels GmbH“ ergibt.

Im Bereich der Consumer Electronics mit Unterhaltungselektronik, Kommunikationstechnik und Computer Hardware erzielte die expert-Gruppe einen Umsatzanstieg von 10,1 Prozent auf 1,05 Mrd. Euro (Vorjahr 956 Mio. Euro) zu Industrieabgabepreisen ohne MwSt. Ungebrochen ist die Nachfrage nach LCD-TV-Geräten, die den Umsatz am deutlichsten antrieben.

„Nachdem wir in Deutschland während der Europameisterschaft 2008 noch auf HDTV-Qualität ver-

zichten mussten, können wir das mediale Großereignis Fußball-WM 2010 nun in vollen Zügen genießen. Pünktlich zum Anpfiff standen nicht nur HD-fähige Flat-TVs mit enormer Bildschirmdiagonale, sondern auch zukunftsweisende 3D-TV-Geräte vorführbereit in den expert Märkten und wurden vom Kunden rege nachgefragt“, so Volker Müller. Der Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik verzeichnete eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 9,8 Prozent auf 708,3 Mio. Euro (Vorjahr 645,2 Mio. Euro). Zu den umsatzstärksten Artikelgruppen der expert-Gruppe gehört mit einem Umsatzanteil von 24,8 Prozent (Vj. 23,4 Prozent) darüber hinaus die Weiße Ware mit einem Umsatzplus von 16,7 Prozent. Während der Gesamtmarkt in diesem Bereich nur um 4,6 Prozent gewachsen ist, verzeichnen der Fachhandel mit



11,8 Prozent und die Technical Superstores mit 15,2 Prozent im Markt insgesamt ein überdurchschnittlich höheres Wachstum. Dies resultiert aus den gestiegenen Kundenansprüchen in puncto Service und Beratung. Auch die Insolvenz von Karstadt/Quelle trägt zu dieser positiven Entwicklung bei, da hierdurch neue Kunden aus dem Versandhandel gewonnen werden konnten.

Entwicklung im CE-Bereich

Mit 41 Prozent steuert der Bereich Fernsehen mit Abstand den größten Anteil am Umsatzplus der

Consumer Electronics bei. Die Haushaltssättigung bei modernen TV-Geräten liegt inzwischen bei fast 60 Prozent. Flat-TVs bleiben aber weiterhin im Blickpunkt der Konsumenten – zudem werden nun auch schon erste Ersatzkäufe getätigt. Einhergehend mit dem Interesse an Flachbild-Fernsehern steigt auch die Nachfrage im Bereich HiFi. Während der HiFi-Sektor in den letzten Jahren noch Schwächen zeigte, ist die Tendenz mit einem Umsatzplus von 4 Prozent aufgrund neuer Technologien somit eindeutig steigend. Auch der Bereich Blu-ray profitiert von



Im Rahmen einer Pressekonferenz gab die Geschäftsführung der expert AG die Umsatzergebnisse des letzten Geschäftsjahres bekannt.

Zehn Jahre expert Handels GmbH

Vor 10 Jahren eröffnete die expert Handelsgesellschaft den ersten Fachmarkt in Nienburg. Heute betreibt das Unternehmen an 14 Standorten Fachmärkte unter dem einheitlichen Markendach von expert. Mit einem Umsatz von jährlich über 100 Millionen Euro, 360 Mitarbeitern und 66 Azubis blickt der eHG Geschäftsführer Günter Lehfeld auf eine erfolgreiche Unternehmensgeschichte. 1999 wurde die expert Wachstums- und Beteiligungs AG mit der Zielsetzung gegründet, frei werdende Gesellschafter-Unternehmen zu übernehmen und freie Standorte, an denen sich keine expert Fachmärkte befinden, neu zu besetzen. Als rechtlich und wirtschaftlich selbständiges Unternehmen hat sie alle Rechte eines Gesellschafters der expert AG und agiert unabhängig am Markt. Der Grundstein der erfolgreichen Unternehmensgeschichte wurde mit der Eröffnung des ersten Fachmarkts am 6. April 2000 in Nienburg gelegt. Bis Ende 2002 betrieb die expert Wachstums- und Beteiligungs AG vier eigene Regiebetriebe. Eine neue Ausrichtung erhielt sie durch die Umfirmierung zur expert Handels GmbH im Frühjahr 2003. Die Neustrukturierung konzentrierte sich zum einen auf die zukünftig regionale Expansion – im Radius von 150 km um Hannover, zum anderen auf ein spezifisches Personal- und Warenkonzept sowie eigene Zentralvereinbarungen mit Industrie und Dienstleistungen und dezentrale Einkäufe. In 2005/2006 wurden darüber hinaus neue Zentralstrukturen für Einkauf, Rechnungskontrolle, Buchhaltung und Lohnbuchhaltung aufgebaut. Diese Neuausrichtung trug maßgeblich zum Erfolg der expert Handels GmbH bei. Heute agiert die eHG als zentralgesteuertes Filial-Unternehmen mit 14 Fachmärkten und baut kontinuierlich ihre Marktposition aus.

Mit der aktuellen Entwicklung ist der Geschäftsführer Günter Lehfeld überaus zufrieden: „Wir sind auf das stolz, was unsere Mitarbeiter und die expert in den letzten 10 Jahren geschaffen haben. Auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten haben wir 2009 drei neue Fachmärkte mit großem Erfolg eröffnet. In 2010 werden wir ebenso expandieren.“

Noch in diesem Herbst eröffnet die expert Handels GmbH in Halle an der Saale ihren 15. Fachmarkt. Auch in die weitere Zukunft blickt Günter Lehfeld mit Optimismus: „Konstant hohe Investitionen in Personalentwicklung, der Ausbau der eHG Zentrale, die Nutzung neuer Werbemedien im Internet, Maßnahmen zur Kundenbindung und Öffentlichkeitsarbeit sowie permanente Plausibilitätsprüfung zur Überwachung der Wirtschaftlichkeit werden sich in den kommenden Jahren auszahlen und die Marktpositionierung der expert Handels GmbH weiter stärken.“ Für das Jubiläumsjahr sind ab Mitte September diverse Aktionen und eine breit angelegte Marketingkampagne mit Sonderbeilagen und Radio-Spots geplant.

der Faszination für HD-Flat-TVs, da nur auf hochauflösenden Geräten die Bildqualität der Blu-ray optimal wiedergegeben werden kann.

Entwicklungstrend für 2010/2011

„Die expert Gruppe erwartet wegen dieser anhaltenden Expansionsdynamik bei der Besetzung neuer Standorte sowie der Vergrößerung und Optimierung bestehender Standorte auch für das laufende Geschäftsjahr 2010/2011 erneut ein deutliches Wachstum“, machte Volker Müller deutlich. Diese Einschätzung bestätigt die Umsatzentwicklung der Monate Januar bis Mai mit einem Gesamtumsatzzuwachs im Handelsbereich von 16,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Diese erfreuliche Entwicklung wird nicht nur durch die Fußball-WM im Bereich Flat-TV getrieben, sondern erstreckt sich über alle Artikelbereiche. Dieses organische Wachstum der expert Gruppe wird auch durch zahlreiche Vertriebs- und Marketingmaßnahmen ausgelöst.

Flexible iPod-Soundsysteme von Pioneer

Nachdem Pioneer im vergangenen Jahr seine ersten iPod-Lautsprecher XW-NAS5 und XW-NAS3 vorgestellt hat, erweitert das Unternehmen sein Angebot nun um drei neue, multifunktionale iPod-Lautsprechersysteme mit erfrischendem Design und innovativen Funktionen.

„Im Rahmen unserer kontinuierlichen Bemühungen, die Erwartungen von iPhone- und iPod-Anwendern zu übertreffen, haben wir drei neue Produkte entwickelt, die eine hervorragende iPod-Dock-Funktionalität mit ausgezeichnetem Klang kombinieren“, betont Philippe Coppens, Technology and Product Information Manager bei Pioneer Europe. „Mit den Dual-Dock-Lautsprechersystemen XW-NAC3 und XW-NAC1 haben Musikkfanten jetzt Zugriff auf eine wesentlich größere Titelauswahl. Und das Modell XW-NAV1 ist das ideale System für alle Anwender, die eine All-in-One-Lösung bevorzugen.“

XW-NAC3 und XW-NAC1

Die Modelle XW-NAC3 und XW-NAC1 wurden entwickelt, um Anwendern die Möglichkeit zu geben, ihre Musikbibliothek komfortabel gemeinsam mit Freunden zu ver-

wenden. Sie bieten eine SHUFFLE 2-Funktion, mit der Tracks von zwei Playern gemixt und unterbrechungsfrei abgespielt werden. Das Ergebnis: Musik ohne Pausen und mit sanften Übergängen wie bei DJ-Mixes. Die Taste Hi-Lite Scan sorgt für einen schnellen Überblick über die Tracks auf einem oder beiden Playern. Durch Drücken dieser Taste wird ein 10-Sekunden-Ausschnitt von jedem Track gespielt, der auf einem oder beiden angedockten iPods/iPhones gespeichert ist. Dank der integrierten Bluetooth-Funktionalität ermöglichen beide Systeme den drahtlosen Empfang von Musikdateien von Bluetooth-fähigen Geräten. (Das Bluetooth-aktivierte Gerät muss das Profil Advanced Audio Distribution Profile unterstützen. Für die Verwendung von Fernbedienungsfunktionen muss das Gerät außerdem das Profil Audio/Video

Remote Control Profile unterstützen. Die Unterstützung von Fernbedienungsfunktionen kann nicht für alle Bluetooth-aktivierten Geräte garantiert werden). Übertragungsbedingte Beeinträchtigungen der Klangqualität gehören dank der speziell für Bluetooth entwickelten Qualitätsverbesserungstechnologie Sound Retriever Air der Vergangenheit an. Mit dieser Technologie wird der bei der Bluetooth-Komprimierung entstandene Verlust von Schalldruck und -dichte ausgeglichen und das durch die Übertragung verursachte Rauschen unterdrückt. Beide Systeme wurden für iPod- und iPhone-Anwender entwickelt, die Musik in höchster Qualität genießen möchten, und bieten dank modernster Audiotechnologie einen reinen und klaren Sound. Beide Modelle werden mit einer einfach zu handhabenden Fernbedienung im Kreditkartenformat ausgeliefert. Das Modell XW-NAC3 ermöglicht darüber hinaus den Internetzugriff über eine LAN-Schnittstelle und ist DLNA-zertifiziert.



An den Modellen XW-NAC3 und XW-NAC1 können zwei iPods bzw. iPhones gleichzeitig aufgeladen werden, ein Composite-Video-Ausgang steht zur Wiedergabe von Videos angedockter Geräte bereit. Beide Modelle werden mit einer einfach zu handhabenden Fernbedienung im Kreditkartenformat ausgeliefert. Das Modell XW-NAC3 ermöglicht darüber hinaus den Internetzugriff über eine LAN-Schnittstelle und ist DLNA-zertifiziert. Das Modell XW-NAC1 ist in Schwarz verfügbar, das XW-NAC3 wird zusätzlich in Rot und Weiß angeboten.

Das Modell XW-NAC1 ist in Schwarz verfügbar, das XW-NAC3 wird zusätzlich in Rot und Weiß angeboten.

XW-NAV1

Der Digital Media Player XW-NAV1 wurde für Musik- und Filmfans entwickelt, die ein komfortables All-in-One-AV-System suchen. Das Gerät ist eine Kombination aus iPod/iPhone-Dock, UKW-Tuner und CD/DVD-Player. In Verbindung mit einem Fernseher ist das XW-NAV1 ein kompaktes Home Entertainment-System, das für jeden Raum des Hauses geeignet ist. Dank einer weiterentwickelten 1.080p-HDMI-Skalierungsfunktion für DVDs bietet das

Gerät eine besonders detailreiche Bildwiedergabe. Zwei Breitbandlautsprecher mit Passivmembranen sorgen für eine ausgezeichnete Klangqualität. Darüber hinaus können auf einem iPod gespeicherte oder per iPod gestreamte Videos über einen Composite-Video-Ausgang des XW-NAV1 am Fernseher angezeigt werden. Ein USB-Anschluss ermöglicht die problemlose Wiedergabe von WMA/MP3-Musikdateien, JPEG-Fotos und DivX-Videos von USB-Speichern. Mit der CD-zu-USB-Ripping-Funktion des AV-Systems können CD-Tracks ohne Verwendung eines PCs direkt auf einem USB-Gerät gespeichert werden. Die iPod-Lautsprechersysteme XW-NAC3 und XW-NAC1 sind seit Juni 2010 erhältlich und das Modell XW-NAV1 ab Juli. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 349,- Euro für XW-NAC3 und 249,- Euro für XW-NAC1 sowie 249,- für XW-NAV1.



Der Digital Media Player XW-NAV1 wurde für Musik- und Filmfans entwickelt, die ein komfortables All-in-One-AV-System suchen. Das Gerät ist eine Kombination aus iPod/iPhone-Dock, UKW-Tuner und CD/DVD-Player.



Wo die Welt Premieren feiert

Vorhang auf für die IFA 2010! Auf der größten Trendshow für Consumer Electronics erwarten Sie die Produktneuheiten aller wichtigen Hersteller von Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräten. Erleben Sie ein Feuerwerk der Innovationen mit den meisten Premieren weltweit und legen Sie den Grundstein für Ihren künftigen Geschäftserfolg.



Berlin, 3. – 8. September 2010

www.ifa-berlin.com

UE



Toshibas AV-Serie nun auch in Weiß

Die neuen Toshiba-LCD-TVs der AV-Serie in Bildformaten zwischen 48 und 81 Zentimetern (19–32 Zoll) sind ab sofort auch in Weiß verfügbar. Nachdem die AV-Serie bereits seit Mai in Klavierlack-Schwarz erhältlich ist (AV733), bringt Toshiba jetzt zusätzlich eine weitere Modellreihe in der Trendfarbe Weiß auf den Markt und richtet sich damit an Design-Liebhaber. Die AV734-Serie bietet darüber hinaus einen günstigen Einstieg in die HD-Welt. Für eine sehr gute Bildqualität sorgen das HD-ready LCD-Panel sowie das dynamische Kontrastver-



hältnis von bis zu 30.000:1. Auch die Ausstattung kann sich sehen lassen: Neben zwei Scart-Anschlüssen bringt die AV734-Serie zwei HDMI-Buchsen mit. So lassen sich unabhängig voneinander HD-Spieler und HD-Set-Top-Box oder Spielkonsole anschließen. Der USB-Anschluss lässt sich nutzen, um beispielsweise Urlaubsfotos auf dem Fernseher anzuschauen. Weiteren Komfort verspricht die Funktion Regza Link (HDMI CEC – Consumer Electronics Control), durch die sich mit nur einer Fernbedienung das gesamte Home-Entertainment-System in seinen Grundfunktionen steuern lässt. Die AV734-Serie ist seit Juni im Handel erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen des Herstellers betragen 299 Euro für den 19AV734 und 349 Euro für den 22AV734. Der 26AV734 ist für 449 Euro zu haben, der 32AV734 für 549 Euro. www.toshiba.de

Samsung präsentiert erste 7.1 3D Blu-ray Heimkinoanlage

Samsung holt Kinoqualität ins Wohnzimmer: Mit Samsungs erster 7.1 3D Blu-ray Heimkinoanlage HT-C6930W können Filmliebhaber vom heimischen Sofa aus hautnah ins Filmgeschehen eintauchen. Sekundenschnell lädt der integrierte Blu-ray-Player 3D- oder 2D-Inhalte und schickt sie in brillanter Full-HD 1080p-Qualität auf den TV-Bildschirm. Auch akustisch wird der Zuschauer mitgerissen: Die patentierte Verstärkertechnik Crystal Amplifier Pro sorgt für einen beeindruckend reinen Klang. Wer die Pause zwischen zwei Blockbustern nutzen will, greift über die integrierte Internet@TV-Funktion komfortabel auf beliebte Internetinhalte zu. Auf Knopfdruck wird die 3D Blu-ray Heimkinoanlage auch zur Schaltzentrale für Bilder,

Videos oder Musikdateien. Mit der Markteinführung der HT-C6930W komplettiert Samsung seine umfassende 3D-Produktauswahl: Neben 3D-Brillen und -Inhalten bietet das Unternehmen fünf 3D LED, LCD und Plasma TV-Serien, einen 3D Blu-ray-Player und eine 3D Blu-ray-Heimkinoanlage. Besonderes Highlight der Samsung 3D-TVs ist die 2D zu 3D Konvertierung: Auf Wunsch wandelt der integrierte 3D-Prozessor in Echtzeit alle 2D-Inhalte in dreidimensionale, tiefenreiche Bilder um. www.samsung.de

Denon mit neuen AV-Receiver

Denon gibt mit den A/V-Receiver-Modellen AVR-3311 und AVR-2311 den Ton in der Mittelklasse an. Zu den bedeutendsten der Denon-Receiver zählen die HDMI v1.4a-Schnittstellen mit 3D (alle geforderten Formate), Audio Return Channel (ARC) und CEC (Consumer Electronics Control). Für das ultimative Hörerlebnis sind Audio-Decoder mit höchstmöglicher Auflösung an Bord, einschließlich Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio. Beide Modelle verfügen über Dolby Pro Logic IIz für ein weiteres Paar Lautsprecher in der frontalen Höhe, wodurch das 3D-



Videoerlebnis mit beeindruckender 3D-Akustik bereichert wird. Der AVR-3311 bietet zudem Audyssey DSX, um das Heimkino-Erlebnis mit weiteren,

zusätzlichen Lautsprechern in der frontalen Breite zu perfektionieren. www.denon.de

Yamaha präsentiert AV-Receiver mit 3D Sound & Vision

Yamaha präsentiert mit RX-V667 und RX-V767 eine neue Receiverklasse für perfektes Heimkino-Entertainment in der dritten Dimension. Mit 3D Sound & Vision beweist das kraftvolle Duett eindrucksvoll, wie Kinogenuss der nächsten Generation aussieht – und auch, wie er sich anhört. Grundlage dafür ist eine vollumfassende Unterstützung von HDMI 1.4. Zudem hat Yamaha neue, patentierte Technologien geschaffen, die Video- wie Audiomaterial aufwerten, um sie perfekt zu präsentieren. Für perfekten 3D-Surround-Sound sorgt Yamahas prämierte Cinema DSP. 17 brandneue Programme sorgen für eine perfekte Tonwiedergabe der 3D-Blockbuster und veredeln sämtliche unterstützte (HD-)Tonformate wie Dolby Digital Plus und dts HD. Die Cinema DSP bietet bei RX-V667 und RX-V767 erstmals die Virtual-Presence-Speaker-Funktion. Hierdurch wird sowohl für mehr Sprachverständlichkeit bei Filmen als auch für eine deutliche Verbesserung der Räumlichkeit von Effekt-Sounds gesorgt. Bislang mussten dazu zwei separate Presence-Lautsprecher angeschlossen werden – die Cinema-DSP-Emulation macht diese nun überflüssig. Die raffinierte Silent-Cinema-Technik ermöglicht ein klangvolles Surround-Filmerlebnis mit einem konventionellen Stereo-Kopfhörer. Durch einen komplexen Algorithmus eröffnet Silent Cinema eine ganz persönliche



Mehrkanal-Welt und eignet sich somit besonders für den Einsatz zu späten Stunden. Mit der Adaptive Dynamic Range Control (Adaptive DRC) hat Yamaha eine revolutionäre Technologie entwickelt, die für eine gleichmäßige Lautstärke ohne Dynamiksprünge sorgt. Das ist vor allem für den Genuss von Filmen mit sehr dynamischem Sound essentiell, um eine gleichermaßen hohe Dialogverständlichkeit zu gewährleisten, ohne dass der Anwender die Lautstärke nachregeln muss. Auch laute, komprimierte TV-Werbung wird so elegant in die Schranken verwiesen. Yamaha liefert sowohl den RX-V667 als auch den RX-V767 ab Juli 2010 aus. Die Preisempfehlungen liegen seitens Yamaha bei 549 Euro für den RX-V667, der RX-V767 soll 649 Euro kosten. www.yamaha.de

Denon erweitert sein Kopfhörer-Line-up

Denon hat seine ersten Kopfhörer mit Fernbedienung und Mikrofon für iPod/iPhone vorgestellt. Neben einer Vielzahl von hochmodernen Audio-Technologien, die für einen optimalen Musikgenuss sorgen, legen Denons neue In-Ear-Modelle AH-C560R und AH-C260R hohen Wert auf eine komfortable iPod/iPhone-Bedienung und ermöglichen so dem Benutzer eine bequeme Steuerung der Sprachfunktionen und der Musikwiedergabe. Denons neue In-Ear-Kopfhörer verfügen über ein ergonomisches Design, das einen perfekten Sitz im Gehörgang bietet sowie Außengeräusche und störende Vibrationen minimiert. Ein neu entwickeltes Hybrid-Gehäuse (Metall/AH-C560R oder Plastik/AH-C260R, kombiniert mit Elastomer) garantiert einen exzellenten Klang, und der sogenannte Radial Cascade Damper reduziert Kabelgeräusche, die durch natürliche Bewegungen des Kabels entstehen. Um mehr mobile Flexibilität und den optimalen Passkomfort für jeden Nutzer zu gewährleisten, sind beiden Modellen Ohradaper in verschiedenen Größen beigelegt sowie ein Kabelclip zur einfachen Befestigung der Kabel an der Kleidung. Der AH-C560R besitzt darüber hinaus ein zusätzliches Paar individuell formbare Schaumstoff-Ohradaper für noch bessere Außenabschirmung und besten Tragekomfort; der AH-C260R ist mit Silikon-Ohradapern in vier verschiedenen Größen erhältlich. Beide Newcomer haben ein prak-



tisches Hartschalten-Transportetui. Seit Ende Juni werden die beiden neuen Kopfhörer in schwarzer Ausführung beim autorisierten Denon-Händler zu einem Preis von 99 Euro (AH-C560R) und 49 Euro (AH-C260R) (unverbindliche Preisempfehlungen) erhältlich sein. www.denon.de

Sky Programme in mehreren Räumen gleichzeitig nutzen

Sky bietet mit Sky Multiroom ein neues Angebot für Kunden, die die Premiumprogramme des Abo-Senders in verschiedenen Räumen gleichzeitig nutzen wollen. Zum Preis von monatlich nur 12 Euro (24 Euro inklusive Bundesliga) erhalten Abonnenten eine zweite Smartcard inklusive ihrer bereits gebuchten Pakete und einen zusätzlichen Leih-Receiver. Brian Sullivan: „Mit Sky Multiroom hat der Kampf um die Fernbedienung endlich ein Ende. Wir zeigen das beste Programm für die ganze Familie, das jetzt jedes Familienmitglied ganz einfach sehen kann, egal wann und in welchem Zimmer.“ www.sky.de

Neue Full-HD Unterwasser-Dual-Kamera Xacti CA100

Sanyo präsentiert den neuen Outdoor-Camcorder Xacti VPC-CA100. Wasserdicht bis zu drei Metern, nimmt die Dual Kamera Bilder über und unter Wasser als detailreiches 14-Megapixel-Foto oder als Video in Full-HD-Qualität mit 1.080i auf. Die Xacti CA100 filmt bis zu 60 Minuten unter Wasser. Der Zwölfach Double Range Zoom erweitert den optischen Zoom der Dual Kamera und bietet zwei unterschiedlich große Zoombereiche. Je nach Bedarf kann der Anwender zwischen einem weitwinkel- oder einem teleorientierten Kamera-Sichtfeld wechseln. Optimalen Überblick aus beliebigen Positionen bietet das um 285 Grad drehbare 2,7-Zoll-TFT-LC-Display der CA100. Mit der Dual Shot-Funktion lassen sich beim Videodreh auch Fotos schießen, ohne dass dafür die Aufnahme unterbrochen werden muss. Dank der handlichen Maße und dem Gewicht von 242 Gramm findet das Gerät auch in kleineren Reisetaschen Platz. Weniger erfahrene Anwender profitieren von Zusatzfunktionen wie dem elektrischen Bildstabilisator oder der Gesichtserkennung. Verschiedene Motivprogramme liefern dem Anwender die optimalen Einstellungen für die jeweiligen Lichtverhältnisse. Die CA100 zeichnet die Daten auf einer SD-, SDHC- oder SDXC-Karte auf. Zudem unterstützt die Kamera Eye-Fi-SD-Karten für die kabellose Datenübertragung auf dem Computer. Da Filmaufnahmen im platzsparenden MPEG-4 AVC/H.264-Format gespeichert werden, ist auf einer 32-GB-Karte Platz für bis zu vier Stunden Full-HD-Videos in 1.080i. Durch die Mini HDMI-Schnittstelle können Filme zudem verlustfrei auf das TV-Gerät übertragen werden. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für die CA100 beträgt 349 Euro. www.sanyo.de

Samsung präsentiert neue Blu-ray HD-Recorder mit DVB-T/C-Tuner und CI Plus

Mit dem BD-C8500 und BD-C8200 von Samsung können Anwender ihre ganz persönliche Filmbibliothek auf 500 GB- oder 250 GB-Festplatte zusammenstellen. Der BD-C8500 (500 GB-Festplatte) und BD-C8200 (250 GB-Festplatte) ermöglichen den digitalen Fernsehempfang über Antenne oder Kabel und bieten jede Menge Speicherplatz für die Aufnahme von HD-Sendungen. Die baugleichen Modelle sind Samsungs erste Blu-ray HD-Recorder mit eingebautem DVB-T/C-HD-Tuner und CI Plus – und ergänzen die seit April im Handel erhältlichen HD-Recorder mit DVB-S-HD-Tuner. Anpassungsfähig sind Samsungs HD-Recorder auch beim Abspielen runder Scheiben: Blu-ray-Disc oder DVD einfach einlegen, und sekundenschnell spielen der BD-C8500 und BD-C8200 die Inhalte in brillanter Bild- und Tonqualität ab. Blu-ray, DVD, AVCHD, DIVX-HD, MKV, Dolby True-HD, Dolby Digital Plus oder DTS-HD – die Recorder beherrschen alle wichtigen Formate. Wer Musik-Dateien über die HD-Recorder abspielen möchte, braucht nach dem gewünschten Song nicht lange zu suchen: Automatisch greifen die Recorder auf den Online Service von AMG (All Music Guide) zu und stellen die passenden Infos wie Titel oder Interpret zur Verfügung. Optisches Highlight der HD-Recorder: Ein Lichteffect simuliert das Blau der rotierenden Blu-ray-Disc, die durch ein Fenster in der perl-schwarzen Oberfläche zu sehen ist. Wer zur Abwechslung mal Lust auf einen ganz individuellen Videoabend hat, kann seine selbstgedrehten Filme auf die HD-Recorder übertragen – schnell und einfach. Möglich macht das Samsungs clevere Vernetzungsfunktion AllShare. Basierend auf dem DLNA-Standard ermöglicht AllShare den unkomplizierten Austausch von Inhalten im Heimnetzwerk. Auf Knopfdruck verbindet sich so der Samsung Camcorder mit dem HD-Recorder – dank WLAN sogar kabellos. Videos der besonderen Art hält YouTube bereit. Die Clips können Nutzer ganz leicht auf dem großen TV-Bildschirm genießen. Dazu greifen sie über die Internet@TV-Funktion des HD-Recorders auf die Samsung Apps Galerie zu und wählen aus einem umfangreichen Angebot an Internetinhalten aus. www.samsung.de



SAT

TechniSat legt Grundstein für den Bau eines neuen Kundendienstzentrums

Die TechniSat Teledigital GmbH in Staßfurt (Sachsen-Anhalt) ist der größte Produktionsstandort von TechniSat in Deutschland. Über 240 Mitarbeiter arbeiten hier an der Herstellung hochwertiger TechniSat Digitalfernseher. Neben zahlreichen Investitionen in das Produktionswerk investiert TechniSat in diesem Jahr in den Ausbau seines Kundendienstzentrums. Aufgrund der fortschreitenden Expansion und des Ausbaus des Fachhändlernetzes in ganz Europa werden zusätzliche Kapazitäten im Servicebereich benötigt.

Am 16. Juni erfolgte im Beisein von Dr. Reiner Haseloff, dem Wirtschaftsminister des Landes Sachsen-Anhalt, die Grundsteinlegung für das neue 4.000 m² große Kundendienstzentrum, das bis Anfang Oktober fertiggestellt werden soll. Neben einem Reparaturbereich wird das neue Kundendienstzentrum zudem über neue Schulungsräume verfügen, in denen Fachhandelsseminare zu verschiedenen Themenschwerpunkten angeboten und durchgeführt werden können.

TechniSat produziert bereits seit 1998 TV-Geräte in Deutschland. Im Jahre 2005 stellte das Unternehmen den ersten Digitalfernseher der Serie HD-Vision vor und führte mit diesem Gerät das Multituner-Konzept in

Deutschland ein. Auch heute noch bieten die TechniSat Digitalfernseher standardmäßig alle integrierten Digital-Tuner für die Empfangsbereiche DigitalSat, Kabel und DVB-T. Das TechniSat TV-Konzept vereint herausragende Technologie mit exklusiver Ausstattung, zahlreichen Multimediafunktionen und einem einfachen Bedienkonzept. www.technisat.de

HD-Satellitenreceiver von Strong wird mit IR-Sensor geliefert

Set-Top Boxen Spezialist Strong hat den neuen, hochwertig ausgestatteten HD-Satellitenreceiver SRT 7100 vorgestellt. Die neu entwickelte Menüführung in verschiedenen Sprachen sowie der elektronische Programm-



fürer sind einfach zu navigieren und überzeugen mit HD-optimierter Grafik. Dank separatem Netzschalter und Energiesparfunktion ist er zudem äußerst niedrig im Energieverbrauch. Über die USB-Schnittstelle, die bequem und leicht erreichbar hinter der Frontklappe zu finden ist, können Fernseh- und Radioprogramme aufgezeichnet sowie Musik und Fotos von externen Festplatten wiedergegeben werden. Zur „ferngesteuerten“

Bedienung des Receivers inkludiert Strong als Zubehör einen Infrarot-Sensor. Dadurch kann der Receiver beispielsweise auch hinter dem Fernseher „versteckt“ werden. Darüber hinaus ist der Receiver mit modernsten Features ausgestattet: Dazu gehören Time Shift, 4.000 Programmspeicherplätze, Display, Software Update über USB oder Satellit, umfassende Favoritenlisten, Teletext, Untertitel und vier Spiele. Für den digitalen Sound in DVD-Qualität stellt der SRT 7100 die Verbindung zur HiFi-Anlage über einen koaxialen Ausgang (S/PDIF) her. Der Receiver ist ab sofort zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 119,90 Euro verfügbar. www.strong.tv

Humax aktualisiert die Software für den Hybridreceiver iCord HD+

HDTV-Spezialist Humax liefert ab sofort ein Software-Update für seinen Hybridreceiver iCord HD+. Die Aktualisierung verbessert nicht nur die allgemeine Funktionsweise des Gerätes, sondern bringt mit der Überarbeitung von drei wesentlichen Features eine deutliche Verbesserung in den Aufnahme-funktionen.

- Optimierung zur Aufzeichnung zweier Programme, während eine dritte Sendung gesehen werden kann (HDTV und SDTV)
- Aufnahmen werden nur noch als eine einzige Datei gespeichert

- Verbesserung der Umschaltzeiten auf verschlüsselte Programme
- Unabhängig vom Sendeformat (HD- oder SDTV) einzelner Sendungen, können Zuschauer fortan zwei Programme aufzeichnen und zeitgleich ein weiteres anschauen. Der Umgang mit Aufzeichnungen gestaltet sich ab sofort einfacher und komfortabler. Auch das Umschalten von freien zu verschlüsselten TV-Sendern wurde von Humax noch einmal beschleunigt. Das aktuelle Software-Update Version 1.01.04 kann ab sofort Over-the-Air sowie online im Download Center des Humax TV Portals geladen werden. www.humax-digital.de

Musiksender Trace Tropical feiert im KabelKiosk Premiere

Eutelsat KabelKiosk, die Programm- und Dienstplattform für Kabelnetze in Europa, hat Mitte Juni den Musiksender Trace Tropical aufgeschaltet. Das französische Programm sendet rund um die Uhr die größten Hits der Tropen-, Latino- und Karibikmusik. Trace Tropical feierte mit dem Start bei KabelKiosk seine exklusive Deutschlandpremiere. Die Verbreitung des Kanals erfolgt im FamilyXL-Paket von KabelKiosk, das damit auf aktuell 35 TV-Entertainmentsender anwächst. Abonnenten des neuen FamilyXL-Pakets können Trace Tropical ohne zusätzliche Kosten empfangen.

Trace Tropical hat sich exklusiv auf Musik der südlichen Breitengrade spezialisiert. Die abwechslungsreiche Playlist umfasst groovige Hits aus Salsa, Reggae, Samba, Bossa Nova und Foró sowie Reportagen zur tropischen Musik und Kultur. Wöchentlich ergänzen über 600 neue Karibik-Clips das Programm. Das werbefreie Musikprogramm nahm im März 2009 den Sendebetrieb auf. Trace Tropical sendet in französischer und englischer Sprache und kann in 60 Ländern Europas, Afrikas und der Karibik empfangen werden.

www.eutelsat.com/deutsch/

Neuer Astra Satellit stellt Dienste für Europa und den Nahen Osten bereit

SES Astra hat bekanntgegeben, dass sein neuer Satellit Astra 3B seine Orbitalposition 23,5 Grad Ost erreicht hat und jetzt für den kommerziellen Betrieb bereitsteht. Der von EADS Astrium gebaute und am 21. Mai von Kourou in Französisch Guayana erfolgreich in den Weltraum gestartete Satellit hat alle erforderlichen In-Orbit-Tests der Hardware an Bord und der Sendefunktionen erfolgreich abgeschlossen. Astra 3B wird DTH-Dienste (Satelliten-Direkttempfang) für die Beneluxländer und Osteuropa sowie Dienste für öffentliche und private Satelliten-Kommunikationsnetzwerke in ganz Europa und im Nahen Osten bereitstellen. www.astra.de

PLUS X AWARD

T9 HD

Der Multimedia-Player mit HDMI-Ausgang!

Dank High-End Marken-Chipsatz erleben Sie Klang und Bild auf höchstem Niveau. Das 15 mm schlanke Touchscreen-Gerät ist mit Wi-Fi, Bluetooth 2.0, Flash und einem Akku für mehr als 10 Stunden Film bzw. 20 Stunden Musik ausgestattet. Technisch optimiert für grenzenlose Unterhaltung bei absolutem Bedienkomfort.

WELTSPITZE IN ALLEN DISZIPLINEN.

TELEFUNKEN



www.telefunken-t9hd.com



Telefunken-Lizenznehmer:

Intron Electronic GmbH

Gewerbepark / In der Allwies
66620 Nonnweiler

telefunken@intron-electronic.de
Tel.: 06873 - 9005-0

Neuheiten-Spektrum auf der IFA 2010

Als eine der weltweit bedeutendsten Messen für Consumer Electronics zeigt die IFA 2010 das ganze Neuheiten-Spektrum eines dynamischen, innovativen Industriezweiges. Medien in 3D, HDTV, mobile Endgeräte, neue Mobilfunk-Technologien für flächendeckende Breitband-Infrastrukturen, Medien im drahtlos vernetzten Heim – die IFA präsentiert die Trends aus allen Bereichen der Branche.

Mit der HDTV-Regelausstrahlung der öffentlich-rechtlichen und der werbefinanzierten Programme in Deutschland hat die neue Generation des Fernsehens endgültig den Massenmarkt erreicht. Die Geräteindustrie hat den TV-Generationswechsel schon seit Jahren perfekt vorbereitet – mit einem umfassenden Angebot an HDTV-tauglichen Bildschirmen und mit einer immer größeren Vielfalt an HDTV-Set-Top-Boxen. Die TV-Neuheiten des Jahres 2010 sind komplett für die HDTV-Zukunft gerüstet: Eingebaute digitale HDTV-Empfangsteile für Satellit, Kabel und Antenne gehören in den gehobenen Geräteklassen zu den selbstverständlichen Ausstattungsmerkmalen, neue digitale Zugangstechnologien wie die Schnittstelle CI Plus sorgen für Kompatibilität über die Grenzen von Verteilnetzen und Programm-Anbietern hinweg. Und schon zeichnet sich der nächste Schritt der Medien-Evolution ab: der Aufbruch in die dritte Dimension der bewegten Bilder.

Im digitalen Kino hat sich die 3D-Technik bereits fest etabliert – nicht zuletzt durch spektakuläre Filmproduktionen wie den 3D-Blockbuster „Avatar“. Die CE-Industrie schafft nun auch die Voraussetzungen für 3D-Bilder im Wohnzimmer – natürlich in HD-Qualität. Alle wichtigen Hersteller zeigen zur IFA 2010 bereits 3D-taugliche Fernsehgeräte und passende 3D-Brillen in großer Auswahl. Das DVB-Konsortium erarbeitet derzeit eine 3D-Erweiterung des digitalen Fernsehens, erste Sender erproben bereits 3D-Ausstrahlungen, etwa von großen Sportereignissen. Die 3D-Ergänzung des Blu-ray-Standards, verabschiedet im Dezember 2009, macht diesen optischen Datenträger zum perfekten Distributions-

medium für 3D-Inhalte in voller HD-Auflösung. Fachbesucher werden auf der IFA 2010 auch erstmals stereoskopische Videokameras sehen können – sowohl für den professionellen Einsatz als auch für ambitionierte Amateure.

Internet im Wohnzimmer

Ein weiterer wichtiger Technik-Trend: Fernsehgeräte der jüngsten Generation holen das Internet ins Wohnzimmer. Ob Videoclips von YouTube-Seiten, Diashows vom Online-Fotodienst, der Wetterbericht, minutenaktuelle News, Sport-Ergebnisse, Börsenkurse oder Kommunikation via Skype: All diese Angebote gibt es jetzt zum Anklicken. Die Hersteller setzen dabei auf unterschiedliche Technologien, etwa auf standardisierte Browser oder auf spezielle Widgets. Das Resultat ist in allen Fällen ähnlich: Der Zugriff auf Internet-Inhalte ist so einfach wie das Zappen durch die klassischen Fernsehprogramme. Künftig sollen Industriestandards proprietäre Web-TV-Lösungen nach und nach ergänzen und langfristig ablösen. Daraus resultieren viele praktische Vorteile: Inhalte-Anbieter können ihre Web-Dienste unabhängig von Endgeräte-Plattformen und Hersteller-Bindungen aufbereiten, was zur erheblichen Ausweitung des Angebots führen wird. Die Einbindung bereits etablierter digitaler TV-Technologien wird darüber hinaus eine enge inhaltliche Verzahnung von Fernsehprogrammen und Internet-Angeboten ermöglichen. Die IFA 2010 wird bereits viele Anwendungsbeispiele auf der Basis offener Standards präsentieren, darunter auch eine neue Generation des Videotexts auf der Basis von Internet-Technologien.

Die Verschmelzung von Web und Fernsehen schafft auch perfekte Voraussetzungen für private Videokonferenzen: Die IFA 2010 wird erste Fernsehbildschirme mit eingebauten Mikrofonen und Mini-Kameras zeigen, die über Internet-Telefondienste wie Skype kostengünstige Videokommunikation erlauben – mit Freunden, Verwandten und Partnern selbst in den entlegensten Winkeln der Welt.

Neue Bildschirm-Technologien

Höhere Energie-Effizienz, noch bessere Bildqualität und immer schlankere Bauformen – diese Trendmarken bestimmten bereits im IFA-Jahr 2009 die Weiterentwicklung in der TV-Technik. Die LED-Hinterleuchtung von LCD-Bildschirmen, zur IFA 2009 noch ein exklusives Ausstattungsmerkmal von Geräten in den gehobenen Preisklassen, setzt sich nun auf breiter Front durch. Die einzelnen LED-Lichtzellen lassen sich so ansteuern, dass sie den Helligkeitsvorgaben des Bildinhalts entsprechen („Local Dimming“). So erzielen sie wesentlich höhere Kontraste und senken den Energieverbrauch signifikant. Auch die Plasma-Bildschirme werden sich auf der IFA 2010 mit nochmals deutlich verringertem Energiebedarf präsentieren. Die Hersteller setzen damit ihren schon vor zwei Jahren eingeschlagenen Kurs konsequent fort. Natürliche, flüssige und konturen-scharfe Bewegungsabläufe sind ein weiteres Kriterium für die Verbesserung der Bildqualität. Alle großen Hersteller werden auf der IFA 2010 attraktive neue Geräte-modelle zeigen, die mit einem Vielfachen der Standard-Bildfrequenz und mit intelligent vorausberechneten

Zwischenbildern arbeiten. So sorgen sie selbst dann noch für klare Bilddetails, wenn beispielsweise die Kamera in Sekundenbruchteilen über ein ganzes Fußballfeld schwenkt – gerade im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft ein deutlich sichtbarer Vorteil. Auch wenn Alternativtechnologien zu den etablierten Plasma- und LCD-Fernsehbildschirmen erst in einigen Jahren eine größere Marktbedeutung erlangen werden, so sind sie auf der IFA 2010 dennoch bereits zu sehen. OLED-Bildschirme etwa werden sich in Berlin nicht nur als Prototypen, sondern auch schon als technisch ausgereifte Seriengeräte präsentieren – erstmals sogar in größeren, wohnzimmertauglichen Formaten. High-Definition-Bilder, prototypisch auch in 3D, lassen sich jetzt drahtlos und unkomprimiert samt hochaufgelöstem Mehrkanalton an den Bildschirm übertragen – nach dem Standard Wireless HD und mit ähnlichen Übertragungssystemen. Vom kabellosen Komfort profitieren insbesondere ultraflache, als anspruchsvolle Designobjekte gestaltete Fernsehgeräte, die sich wie Bilder an die Wand hängen lassen.

Die IFA wird darüber hinaus viele neue Streaming-Lösungen für Audio und Video zeigen, darunter ein breites Angebot an Medienplayern, aber auch viele neue Medienserver und NAS-Laufwerke, die Bilder, Musik und Filme für alle Lautsprecher und Bildschirme im ganzen Haus bereithalten.

Festplattenarchive, Online-Musik und Internet-Radio

Für HiFi-Fans gehört die Netzwerk-Anbindung immer mehr zu den

Selbstverständlichkeiten: Musik wird heute überwiegend online bestellt, die Computerfestplatte löst das CD-Regal nach und nach als tönendes Archiv ab, Netzwerk-Clients spielen das private Repertoire entweder selbstständig ab oder leiten es an die HiFi-Anlage weiter. Und schon folgt der nächste logische Schritt: Geräte, die über das Heimnetzwerk auf Festplattenarchive zugreifen können, taugen auch gleich noch als Empfänger von Internet-Radiodiensten. Spezielle Provider bieten Zehntausende von Radiostationen aus aller Welt an, wohl sortiert nach Genre oder Region – eine weitere attraktive Quelle von Unterhaltung und Information.

Camcorder und Digitalkameras

High-Definition-Auflösung gehört für die Camcorder immer mehr zu den Standard-Eigenschaften. Das gilt nicht nur für die neuen Top-Modelle, die mit drei separaten Bildsensoren filmen und damit überragende Bildqualität erzielen. Auch extrem kompakte Geräte im Hosentaschenformat, die sich mit puristischer Ausstattung für Einsteiger und für schnelle Schüsse anbieten, filmen heute schon in HD-Schärfe. Aber auch digitale Fotokameras, eigentlich eher für Standbilder ausgelegt, verstehen sich auf Bewegtbild-Aufnahmen. Das gilt nicht nur für Pocket-Modelle, die kurze Clips in kleinen Formaten für YouTube-Seiten drehen. Selbst in der Königsklasse, den Spiegelreflexkameras, hat sich die Fähigkeit zur Aufnahme bewegter Bilder etabliert – und das dann gleich standesgemäß: HD-Auflösung zählt hier zu den Selbstverständlichkeiten.



PLUS X AWARD

Perfect Entertainment by JVC



KW-NT3
Navigation Multimedia-Receiver mit Bluetooth Technologie



UX-FB3BE
Micro-System



KW-AVX830
DVD/USB Multimedia-Center mit Bluetooth-Technologie



HA-FXC80
In-Ohr-Kopfhörer



JVC HA-M750
Geschlossener Kopfhörer



GZ-HM1SEU
Full-HD Camcorder



GZ-HM550BEU
Full-HD Camcorder

JVC

www.jvc.de

Plus X Award-Night 2010

Die siebte Verleihung



Es war das mit Spannung erwartete Medien- und Branchen-Ereignis des Jahres. Mehrere hundert internationale Top-Entscheider kamen zur siebten Plus X Award-Night nach Köln, um die Preisverleihung des

weltweit größten Technologie-, Sport- und Lifestyle-Wettbewerbs live zu erleben. Erstmals wurde die gesamte Abendveranstaltung vollständig in 3D-HD produziert.

„Die Plus X Award-Night 2010 ist die bislang aufwendigste und teuerste Preisverleihung seit Bestehen des Awards“, so Initiator Donat Brandt. Der Präsident des Plus X Awards betont, dass mit der Umsetzung dieser abendfüllenden Live-Fernsehsendung, welche europaweit in High Definition und in hochauflösendem 3D-Bildformat gesendet wird, der Plus X Award auch in diesem Jahr, gemeinsam mit den HD-Pionieren von ANIXE, einen innovativen Weg beschreitet. „Ein Weg“, so Brandt weiter, „mit dem wir den Fernsehzuschauern die siegreichen Produkte in einer völlig neuen Dimension präsentieren und erlebbar machen. Die Branche redet bereits seit mehreren Jahren von der 3D-Technik. Bedingt durch den weltweiten Kinoerfolg von James Camerons 3D-Meilenstein Avatar, erreicht sie nun die heimischen Wohnzimmer und steht damit tatsächlich vor ihrem Durchbruch. Hollywood hat für das Jahr 2010 über 60 Kinoproduktionen in 3D angekündigt. Zur Fußball-Weltmeisterschaft gibt es zudem in sieben Großstädten weltweit 3D-TV-Übertragungen mit Public Viewing.“

ANIXE-Geschäftsführerin Jennifer Lapidakis: „Als HD-Pionier hat ANIXE die Revolution vom Röhrenfernseher zum Flachbildschirm, von der Wand weg in die Realität, mit Inhalten in exzellenter Bildqualität maßgeblich mit gestaltet. HD bedeutete lange Zeit, aus dem „TV-Fenster“ auf eine Realität so scharf wie nie zu schauen. Mit dem räumlichen 3D-HD-Erlebnis holen wir dieses Feeling greifbar mitten ins Wohnzimmer. Unsere Zuschauer sind mit ANIXE 3D-HD mittendrin, emotional dabei und in ihrem Zuhause umgeben vom schärfsten

und einzigartigsten Fernsehgeschehen der wahren Dimension.“

Mehr als 270 Produkte aus 13 Branchen wurden ausgezeichnet – von den innovativsten 3D-Flachbildschirmen, extra bedienfreundlichen Blu-ray-Recordern, vielseitig einsetzbaren Multimedia-Smartphones, über ökologische Wasch-Vollautomaten, bis hin zu besonders funktioneller Sportbekleidung – und erhielten ihre Plus X Award-Siegel in den Kategorien Innovation, High Quality, Design, Bedienkomfort/Funktionalität, Ergo-

konsumenten und stärkt nachhaltig das Vertrauen in die Stabilität und das Wachstum der Marke.

„Wir zeigen gerne hier bei der Koelnmesse, dass wir nicht nur Messen machen können. Wir zeigen, dass wir Branchen und Themen in Szene setzen können. Ein Partner wie der Plus X Award, der per se für Innovationskraft und Zukunftsorientierung steht, macht uns das natürlich immer wieder leicht“, so der Vorsitzende der Geschäftsführung der Koelnmesse, Gerald Böse, in seiner Begrü-



nomie und Ökologie. Besonders in der noch anhaltend herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Situation, die auch die Kaufkraft der Konsumenten spürbar beeinflusst, ist die Auszeichnung mit dem Plus X Award ein deutliches Signal der Hersteller in Richtung des Handels und des End-

Bungsrede. „Dass wir heute auch ein Stück TV-Geschichte schreiben und ganz Europa uns dreidimensional empfangen kann, passt gut ins Bild“, so Böse weiter. „Avatar war gestern, heute ist die Plus X Award-Night“.



Die innovativsten Marken des Jahres 2010

Die Markenbotschafter des Plus X Awards überreichten den Repräsentanten der 13 erfolgreichsten Marken den Titel „**Most Innovative Brand of the Year**“ in Form einer massiven Trophäe. Die Gewinner der Trophäe in diesem Jahr sind: **Dyson** (Elektrokleingeräte), **Bauknecht** (Elektrogroßgeräte), **Gira** (Wohntechnologie), **HTC** (Telekommunikation), **Medion** (IT/Gaming-Hardware), **Panasonic** (Fototechnologie), **Bose** (Unterhaltungselektronik Audio), **Panasonic** (Unterhaltungselektronik/Video), **Navigon** (Car Entertainment), **Opel** (Automotive), **X-Bionic** (Schuhe/Bekleidung), **Völkl** (Sport Equipment) und **Kettler** (Fitnessgeräte).



„Ecologically Committed Company-Award“ für Mercedes-Benz

Wie bereits schon im vergangenen Jahr, wurde im Rahmen der diesjährigen Plus X Award-Night der „Ecologically Committed Company-Award“ verliehen. Mit dieser besonderen Auszeichnung würdigt der Plus X Award das Engagement der Marke Mercedes-Benz, welche sich nicht zuletzt durch die Entwicklung von ökologisch sinnvollen Technologien wie BlueEFFICIENCY, BlueTEC, HYBRID und NGT in besonderem Maße dem aktiven und nachhaltigen Umweltschutz verpflichtet hat. Mercedes-Benz wird seiner ökologischen Verantwortung gerecht und übernimmt somit eine wichtige Vorbildfunktion für eine ganze Branche. Dr. Udo Hartmann, Leiter Konzern Umweltschutz von Mercedes-Benz, nahm die 17 kg schwere Trophäe mit Stolz entgegen.

UE



Neue DVC Systeme von MacroSystem

Mit dem neuen DVC1500 und DVC3000 präsentiert MacroSystem zwei Home-Entertainment-Center für das HD-Zeitalter mit einem einzigartigen Komfort in der Bedienung und einer perfekten Ausstattung. Dem Anwender wird Live-TV in Standard- oder Full-HD-Qualität, auf Wunsch sogar in 3D, geboten. Bis zu acht TV-Sendungen inkl. Dolby Digitalton können auf der integrierten Festplatte aufgezeichnet und gebrannt werden – und das verlustfrei auf DVD oder Blu-ray (Blu-ray-Brenner optional beim DVC1500) – natürlich inkl. Pay-TV. Der EPG kann für TV- und Radio-Programmierungen genutzt werden. Lieblingsfilm, Lieblingsmusik oder Urlaubsfotos können auf Handy oder PDA übertragen werden, und Daten von beliebigen Datenträgern wie USB-Sticks oder mobilen Festplatten können ebenfalls ganz unkompliziert abgespielt werden.

Samsung LED-Pico-Projektor SP-H03 passt in jede Hosentasche

Wer gerne mit wenig Gepäck zum Kundentermin reist und abends im Hotel auch mal einen Film im Großformat genießen möchte, liegt mit dem Samsung SP-

H03 LED-Projektor genau richtig. Der Pico-Projektor kann es mit einem 80-Zoll-Bildschirm aufnehmen und liefert gestochen scharfe Bilder, bis zu zwei Stunden mit einer Akkulaufung. Geschäftsreisende können ihr Publikum mit dem Projektor SP-H03 jetzt ganz einfach unterwegs beeindrucken.

Das Gerät ist extrem handlich. Es wiegt weniger als 140 Gramm und ist damit leichter als manches Smartphone. Durch seine ultrakompakte Bauweise ist der Projektor nicht größer als eine Handfläche. Er hat die weltweit beste Lichtleistung von 30 ANSI-Lumen. Alle Bilder werden dank LED-Technik frisch und klar wiedergegeben – mit Bilddiagonalen bis zu zwei Metern. Die WVGA-Auflösung (854 x 480 Pixel) zaubert die Bilder dabei im 16:9-Format auf die Projektionsfläche. Das Notebook kann zu Hause bleiben. Um Präsentationen, Dokumente, Filme oder Fotos an die Wand zu werfen, benötigt der Projektor SP-H03 keinen Zuspüler. Mit dem eingebauten Office- & Multimedia-Viewer gelangen hochwertige Präsentationen mit flotten Bildwechseln direkt vom internen Datenspeicher. Neben Office (97 – 2007) werden auch Formate wie PDF, Text, Audio, Bild und Film ohne die Hilfe eines PCs angezeigt und abgespielt. Der großzügige interne Speicher mit einer Kapazität von einem Gigabyte bietet ausreichend Platz für Multimedia-

dateien. Dank eines microSD-Slots kann der Speicher sogar auf 16 Gigabyte erweitert werden.

An den SP-H03 kann eine Vielzahl von Geräten angeschlossen werden. So zum Beispiel ein Handy mit USB-Anschluss, um Dateien zuzuspielen, ein DVD-Player für den Filmgenuss oder ein Notebook zum Präsentieren. Der Projektor bietet einen VGA-Anschluss, der auch Komponenten-Video-Signale verarbeiten kann, einen Composite-Video-Anschluss, Mini USB sowie einen 3,5 mm Klinkeanschluss für Kopfhörer. Der SP-H03 ist ab August für 299,- Euro (unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt.) im Fachhandel erhältlich.

Philips präsentiert Fidelio Primo



Philips präsentiert mit dem Fidelio Primo einen Docking-Lautsprecher für erstklassigen Sound mit iPhones oder iPods. Für Liebhaber reiner, unverfälschter Klangqualität gibt es eine gute Nachricht: Der Fidelio Primo DS9000 Docking-Lautsprecher ist die klanglich perfekte Ergänzung von iPhone oder iPod. Die aufwendige Bauart sorgt für außergewöhnlichen, beeindruckend räumlichen Sound, während ihn sein exklusives Design zum echten Schmuckstück im Wohnzimmer macht. Dabei liefert der Fidelio Primo

auch dann ein optimales Hörerlebnis, wenn die Lautstärke mal etwas höher sein soll.

Selten hat Musik aus dem Internet so gut geklungen. Das Zwei-Wege-Akustiksystem mit sorgfältig ausgewählten, hochwertigen Lautsprechertreibern offenbart auch kleinste klangliche Nuancen. Seinen klaren Klang verdankt der Fidelio Primo der echten Stereo-Architektur mit zwei komplett isolierten Klangkörpern. Die mit jeweils drei Litern großzügig bemessenen Akustikkammern der Mitteltreiber erlauben die saubere Wiedergabe eines weiten Frequenzbandes. Und dank Bass Management-Technologie werden extrem tiefe Töne auch bei großer Lautstärke verzerrungsfrei wiedergegeben, während die ausgefeilte PureDigital-Audioverarbeitung einen brillanten Klang erzeugt, der einer herkömmlichen analogen Verarbeitung weit überlegen ist.

Die klaren, geschwungenen Linien der Rückwand aus Holz verleihen dem DS9000 nicht nur ein elegantes Aussehen, sie sind auch akustisch ideal, da die Schallwellen von den bogenförmigen Wänden der Akustikkammern in verschiedene Richtungen abgestrahlt werden. Die Wanddicke von 12 Millimetern und die



positiven Klangeigenschaften des Holzkörpers tragen dazu bei, dass weder Vibrationen noch Verzerrungen den Musikgenuss trüben. Das Ergebnis ist eine natürlich und harmonisch klingende Wiedergabe von Stimmen und Instrumenten ohne verfremdende Einflüsse. Dabei klingt der neue Docking-Lautsprecher nicht nur gut, sondern ist auch noch umweltfreundlich. So stammt das Holz für das Lautsprechergehäuse aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, einer ökologisch einwandfreien Ressource. All dies macht den Philips Fidelio Primo zu einem rundum gelungenen Docking-Lautsprecher, der in jeder Hinsicht höchsten Anforderungen gerecht wird. Obwohl Holz ein integraler Bestandteil der Lautsprecherarchitektur ist, wird Philips den DS9000 auch in anderen Oberflächen anbieten, um für jeden Geschmack und Einrichtungsstil ein passendes Modell zu bieten.

PLUS X AWARD



REGZA 46VL733
LED/LCD-TV

Die neue Ära der digitalen TV-Unterhaltung wird mit höchstem Bedienkomfort eingeläutet.



TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de

CAR MEDIA



Marco Polo CityGuides und Falk Guides auch für die USA und Südafrika

iheads und Falk Content & Internet Solutions (Falk CIS) haben ihr aktuelles Angebot an Städte-Reiseführern für das iPhone und den iPod touch erweitert. Sowohl für die Marco Polo CityGuides als auch für die Falk Guides gibt es sechs neue US-amerikanische Städte: Chicago, Las Vegas, Los Angeles, New York, San Francisco und Washington D.C. Seit dem Start der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika wird außerdem auch ein Kapstadt-Führer angeboten.

www.falk.de

TomTom für iPhone App unterstützt Apple iOS 4 Multitasking-Funktionen

TomTom wird in seiner TomTom App für iPhone auch Multitasking nutzen. Die nächste Version der App wird mit iOS 4 kompatibel sein. Mit Verfügbarkeit von iOS 4 am 21. Juni hat TomTom seine neue Version der App bei Apple zur Prüfung vorgelegt. Unter anderem wird diese Version der TomTom App für iPhone Multitasking unterstützen. So bekommen Nutzer auch dann noch Navigationsanweisungen, wenn sie gleichzeitig

eine andere Applikation nutzen. Sowohl Bestands- als auch Neukunden können umgehend und ohne zusätzliche Kosten auf die neue Version updaten, sobald diese verfügbar ist. www.tomtom.com

Navigons neue 40er-Serie spricht unterschiedliche Nutzergruppen an

Mit der neuen 40er-Serie hat Navigon eine Geräteklasse für unterschiedliche Nutzertypen entwickelt. Sie deckt die gesamte Produktpalette vom Einstiegsgerät bis zur Premium-Variante mit und ohne Live-Services ab. Zudem erleichtern neue Features die Navigation. Die neue 40er-Serie startet mit vier Modellen. Easy, Plus, Premium und Premium-Live heißen die Vertreter der neuen Gerätegeneration. Die 40er-Serie ist mit dem 4,3-Zoll-Display unter den 70er-Modellen angesiedelt. Im Zentrum steht der Navigon 40 Plus, der neben einer komfortablen Ausstattung auch zwei neue Features besitzt. Mit One Click Menu lassen sich durch einen Klick auf eine beliebige Stelle des Displays drei Lieblings-POIs anzeigen. Autofahrer profitieren zudem von einem größeren Kartenausschnitt, da Informatio-

nen, die während der Navigation nicht immer benötigt werden, automatisch ausgeblendet werden. Zusätzlich können Nutzer über die Fresh-Software eigene Ziele importieren und sie in individuell benannten Gruppen organisieren.

Der aktive Fahrspurassistent sorgt besonders im hektischen Stadtverkehr für Sicherheit: Er zeigt dem Fahrer in einer dynamisch mitlaufenden Animation, wann er beim Wechsel des Fahrstreifens den Blinker setzen muss. Zudem helfen bewährte Features wie „Reality View Pro“ und „Text-to-Speech“ dabei, sich auf den Verkehr zu konzentrieren.



An Autofahrer mit gehobenen Komfortansprüchen richtet sich die Premium-Variante. Sie beinhaltet sämtliche Funktionen des Navigon 40 Plus. Zusätzlich lassen sich mit der Bluetooth Freisprecheinrichtung 2.0 nicht nur Telefonate über das Navi abwickeln,

sondern auch private Anrufe von geschäftlichen unterscheiden. Mit dem Navigon 40 Premium-Live können Autofahrer darüber hinaus auf Echtzeit-Infos zurückgreifen. Zusätzlich zu den Live Services wie Navigon Clever Parking Live oder Navigon Wetter Live wurden die aktuellen Verkehrsinformationen noch optimiert. Traffic Live informiert jetzt nicht nur über Behinderungen auf Autobahnen, sondern auch auf Bundes- und Landstraßen.

Zielgruppe des Navigon 40 Easy sind Gelegenheitsfahrer, bei denen allein das Navigieren von A nach B im Vordergrund steht. Zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis erhalten sie alle Basisfeatures, die eine sichere Routenplanung gewährleisten. Navigon 40 Plus, 40 Premium und 40 Premium Live bieten das erweiterte Kartenmaterial EU 43, das nun zusätzlich die Länder Island, Moldawien und Ukraine enthält. Der Navigon 40 Easy mit Kartenmaterial von 20 europäischen Ländern kostet 149 Euro, der Navigon 40 Plus 179 Euro. Die Premium-Varianten sind ohne Echtzeit-Informationen für 199 Euro und mit integriertem Live-Modul für 249 Euro erhältlich. (Alle Preisangaben sind unverbindliche Verkaufspreiseempfehlungen.)

TomTom HD Traffic gibt es ab jetzt für ein Jahr kostenlos

TomTom hat das Bezahlssystem für die TomTom Live Dienste inkl. HD Traffic geändert: Neukunden nutzen ab sofort TomTom HD Traffic und die übrigen Live Dienste wie lokale Suche mit Google ein Jahr kostenlos. Das Folgejahr gibt es zum halben Preis für 49,95 Euro. Mit dem grundlegend geänderten Bezahlmodell bekommen TomTom Kunden nun automatisch beim Kauf eines aktuellen XL Live, GO 650 Live, GO 750 Live oder GO 950 Live den Verkehrsinformationsdienst für ein Jahr zum Nulltarif. TomTom HD Traffic soll damit für mehr Fahrer zugänglich und erschwinglich werden. Der Dienst umfasst alle Echtzeitinformationen, die das Fahren entspannter und angenehmer machen: HD Traffic, um Staus zu vermeiden, auf Wunsch mobile und stationäre Blitzer-POIs, lokale Suche mit Google, Kraftstoffpreise, damit Autofahrer wissen, wo sie günstig tanken können, und Online-Wetterinformationen. Auch aktuelle Nutzer profitieren automatisch von dieser Preissenkung. Wenn sie ihren Dienst verlängern, haben sie die Möglichkeit, die neuen, reduzierten Preise zu nutzen. www.tomtom.com

JVC baut das Car-Media-Sortiment mit zwei Doppel-DIN- und einem 1-DIN-Gerät aus

„Entertainment auf höchstem Niveau“ ist der Anspruch der beiden neuen Spitzenmodelle KW-AVX830 und KW-AVX730 der JVC AV-Receiver-Reihe. Konzipiert als Doppel-DIN-Geräte mit einem formatfüllenden 7-Zoll Touch-Panel-Bildschirm, bieten sie zahlreiche Multimedia-Funktionen und Bluetooth-Technologie, die beim KW-AVX830 serienmäßig via (mitgeliefertem) Adapter zur Verfügung steht und beim KW-AVX730 nachgerüstet werden kann. Bis auf eine schmale Leiste mit Bedientasten am unteren Rand steht die gesamte Frontfläche für den als Touch-Panel ausgelegten Großbildmonitor zur Verfügung. Der berührungsempfindliche Breitbildschirm dient sowohl zur Darstellung der Multimedia-Inhalte als auch für die Steuerung der Anlage per Fingerdruck.

Hinzu kommt die innovative „Motion Sensor“-Funktion, die mittels Bewegungs- bzw. Näherungssensor das Display erst einschaltet, wenn man sich ihm mit der Hand nähert und dann die relevanten Bedienelemente sowie das Menü einblendet. Das Modell KW-AVX830 wird mit einem Bluetooth-Adapter plus erforderlichem Kabelmikrofon geliefert, so dass der Fahrer je nach Funktionsumfang seines Handys auf dessen Bluetooth-Funktionen zurückgreifen kann. Der AV-Receiver KW-AVX730 ist für den Einsatz eines

(optionalen) Bluetooth-Adapters vorbereitet. Neben dem Freisprechen, Audio-Streaming etc. ist beim KW-AVX830 noch zusätzlich der kabellose Zugriff auf das Handy-Telefonbuch möglich, während beide Geräte die Übernahme von Telefonnummern des Mobiltelefons in den Receiver erlauben. Mit der Switch-Funktion des KW-AVX830 kann die Bluetooth-



Verbindung jederzeit zwischen zwei Mobiltelefonen umgeschaltet werden. Beide AV-Multimediareceiver sind mit einem hochwertigen DVD/CD-Player, einem 4 x 50 Watt MOS-FET-Leistungsverstärker der neuesten Generation, einem HS-IVI-Tuner mit RDS-Funktion sowie einem parametrischen 3-Band iEQ zur individuellen Klanggestaltung ausgestattet.

Neben dem RDS-Tuner kommen als Audio- und Video-Quellen DVDs und CDs sowie externe Digital-Player über den iPod/iPhone-kompatiblen USB-Anschluss mit 2-Wege-Steuerung in Frage. Es lassen sich MP3-, WMA- und WAV-Dateien wiedergeben, während von DVD und CD zusätzlich DivX- und MPEG 1/2-kompatible Dateien abspielbar sind. Dabei erlaubt die praktische „Giga MP3 Multi“-Funktion die Wiedergabe umfangreicher DVD-Archive mit Tausenden

von Songs. Auch iPod/iPhone-Video-Dateien lassen sich mit Hilfe des (optionalen) Kabels KS-U30 abspielen. Um die grafische Bedienoberfläche dem persönlichen Geschmack und der Farbgebung des Fahrzeuginterieurs anzupassen, stehen vier verschiedene Hintergrundmuster (Plain, Ambient, 3D Space, Ecology) in jeweils zwölf Farbvarianten zur Verfügung. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen für die ab sofort lieferbaren Multimedia-Receiver betragen: KW-AVX830: 699 Euro, KW-AVX730: 599 Euro.

Das neue Doppel-DIN-Spitzenmodell der JVC USB/CD-Receiver, der KW-XR811, fällt optisch durch sein übersichtliches, klar strukturiertes Panel-Design auf, das in jeder Situation intuitiv zu handhabende Bedienelemente und eine gefällige Optik mit stimmiger Farbgebung bietet. Mit Hilfe der „Super Vario-Colour“-Funk-



tion kann die Optik des KW-XR811 nach dem Geschmack des Fahrers verändert werden. Damit lassen sich die Beleuchtungsfarben des Displays und der Bedientasten getrennt voneinander und fein nuanciert an das Fahrzeuginnere anpassen. Insgesamt stehen jeweils 30.000 Farbvarianten bereit. Neben besonders griffigen

Lautstärkereglern genügen nur noch wenige Bedienelemente, um alle Funktionen des Receivers steuern zu können.

Die drei wichtigen Audiokomponenten, der MOS-FET-Leistungsverstärker für 4 x 50 Watt, der hochempfindliche HS-IVI-Tuner mit RDS-Funktion sowie der hochwertige TI/Burr-Brown 24-Bit-D/A-Wandler für bestmögliche Qualität, machen den KW-XR811 zu einem leistungsfähigen Audiosystem. Der integrierte CD-Player kann CDs, CD-Rs und CD-RWs lesen und auch MP3- und WMA-Dateien wiedergeben.

Darüber hinaus lassen sich noch weitere Musikquellen nutzen. Der frontseitige iPod/iPhone-kompatible USB-Anschluss mit Zwei-Wege-Steuerung ist für externe digitale Audioplayer nutzbar, während der Front-AUX-Eingang für analoge Geräte gedacht ist. Der zweite, hintere USB-Anschluss ist dann immer noch frei für eine zweite digitale Musikquelle. Mit der „External Mode“-Funktion lassen sich sogar die Audioinformationen der iPod/iPhone-Anwendungen (Apps) im Fahrzeug wiedergeben. Außerdem steht ein parametrischer 3-Band iEQ zur Verfügung, der sich durch seine besonders einfache „Easy EQ“-Handhabung auszeichnet.

Dank der integrierten Bluetooth-Funktionalität kann der Fahrer über jeden der beiden USB-Anschlüsse die Bluetooth-Möglichkeiten seines

Handys nutzen. Der erforderliche USB-Bluetooth-Adapter sowie das Kabelmikrofon werden mitgeliefert. Darüber hinaus lässt sich mit der „Switching“-Funktion die Bluetooth-Verbindung jederzeit zwischen zwei Mobiltelefonen umschalten, wobei auch hier der Funktionsumfang vom Mobiltelefon abhängt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für den Doppel-DIN CD/USB-Receiver KW-XR811 beträgt 269,95 Euro.



Mit dem Spitzenmodell KD-R811 aus der Reihe der neuen USB/CD-Receiver im kompakten 1-DIN-Format demonstriert JVC schließlich, wie eine praxisgerechte Ausstattung und intelligente Funktionen in einer leistungsstarken Einheit untergebracht werden können. Und dies, ohne bei der Funktionalität oder dem Bedienkomfort Zugeständnisse machen zu müssen. Musikgenuss auf höchstem technischen Niveau und stressfreie, bluetoothgestützte Handy-Kommunikation sind die beiden Hauptargumente für diesen USB/CD-Receiver. Hinzu kommt die extrem einfache, intuitive Bedienung, die vornehmlich über die Menü-Taste und den (Lautstärke)Drehknopf erfolgt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 229,95 Euro.

www.jvc.de

PLUS X AWARD

MOST INNOVATIVE BRANDS!



DMC-FX2EG
Digitalkamera



DMC-TZ10EG
Digitalkamera



DMC-ZX3EG
Digitalkamera



DMC-G2K
Wechselobjektiv-Systemkamera



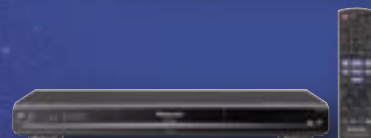
MC-CG882
Bodenstaubsauger mit Beutel



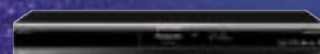
NA-168VG2WDE
Waschmaschine



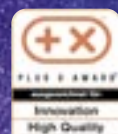
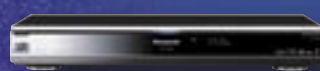
HDC-HS700
Full HD 3MOS Camcorder



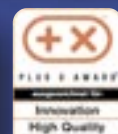
DMP-BD85
Blu-ray Player



DMR-XS350
DVD-Recorder mit HDTV-Empfänger



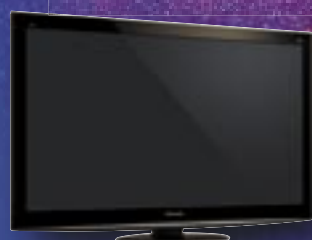
DMR-BR850
Blu-ray Recorder mit HDTV-Empfänger



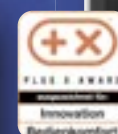
DMR-BR750
Blu-ray Recorder mit HDTV-Empfänger



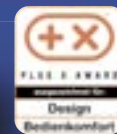
TX-P42GW20
Plasma-TV



TX-P50VT20E
3D-Plasma-TV



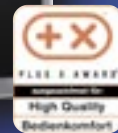
DMP-B500
Tragbarer Blu-ray Player



SC-HC40
Mikroanlage



TX-L32D28E
LED/LCD-TV



TX-L42V20E
LED/LCD-TV

Panasonic
ideas for life

Neue Kameras für den Urlaub

Panasonic hat mit der **Lumix DMC-FX70** ein neues Modell für das obere Marktsegment angekündigt. Die Kamera ist mit einem besonders kompakten Leica DC Vario Summicron ausgestattet. Bei diesem Objektiv handelt es sich um das lichtstärkste Fünffach-Zoomobjektiv (2,2–5,9/24–120 mm, entsprechend Kleinbild). Zudem bietet die neue Lumix unter anderem eine HD-Video-Funktion. Das neu entwickelte Superweitwinkel-Zoom besteht aus sieben Linsenelementen in sechs Baugruppen, darunter drei



asphärische Elemente und fünf asphärische Oberflächen. Einige Linsenelemente sind nur 0,4 oder gar 0,3 mm dünn – eine Voraussetzung für die überaus kompakte Bauweise des Objektivs. Unterstützt wird die Fähigkeit zum Fotografieren unter schlechten Lichtverhältnissen durch die neue „Motion Deblur“-Funktion im intelligenten Automatikmodus: Sie koordiniert die ISO-Steuerung und ermöglicht so besonders kurze Verschlusszeiten. Dazu wird die Empfindlichkeit des 14,5 Megapixel 1/2,33 CCD-Sensors durch Pixelbündelung erhöht. Möglich wird das durch den neuen Venus Engine HD II Bildprozessor

mit neuer intelligenter Auflösungstechnologie. Sie differenziert nach Angaben von Panasonic automatisch die entscheidenden Bildkomponenten Kanten, feinstrukturierte Bereiche und kontrastarme, unscharfe Flächen und sorgt in jedem Sektor für optimierte Bildwiedergabe. Die Signalverarbeitung erfolgt dabei Pixel für Pixel. Nicht nur bei Fotos, sondern auch bei HD-Videos (720p) sind die Bildverbesserungen sichtbar. Die Lumix FX70 nimmt bewegte Bilder entweder im Motion JPEG Modus oder im AVCHD Lite Format auf. Die Bedienung der Kamera ist über den berührungsempfindlichen LCD-Monitor mit 7,5 cm (3“) Diagonale besonders komfortabel. So kann durch einfaches Antippen festgelegt werden, welches Motivdetail scharfgestellt und vom Autofokus verfolgt wird, wenn es sich bewegt. Auch die automatische Motivprogrammwahl kann sich an einem per Finger markierten Detail orientieren und wählt zum Beispiel bei angepöppeltem Gesicht den Portrait-Modus oder bei angetipptem Hintergrund das Landschaftsprogramm. Die Auslösung über den Touchscreen-Monitor ist ebenfalls möglich; um durch die vorhandenen Aufnahmen zu blättern, genügt es, mit dem Finger über den Bildschirm zu streichen. Die Lumix FX70 wird ab Ende Juli in Schwarz angeboten. Die Preisempfehlung beträgt 329 Euro.

Bei **Casio** erweitert ab sofort die **EX-H5** das Portfolio der Hi-Zoom Kameras, während die **EX-FH25** das Sortiment der Highspeed-Modelle erweitert. Die EX-FH25 soll mit einem neuen „High-sensitivity CMOS sensor“ gelungene Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen ermöglichen und bietet zudem eine ultraschnelle Serienbildfunktion mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde. Beide Digitalkameras können HD-Videos im Format 720p aufnehmen. Die neue Exilim EX-H5 ist mit einem Zehnfach-Zoomobjektiv (24–240 mm entsprechend Kleinbild) mit mechanischem Bildstabilisator (CCD-Shift) ausgestattet. Die mit einem 12,1 Megapixel-Sensor aufgenommenen Signale werden mit der Exilim Engine 5.0



verarbeitet, deren Leistungsprofil im Hinblick auf Farbbrillanz, Rauschunterdrückung und Bildbearbeitung verbessert wurde. Die kompakte Kamera ist mit einem 2,7“/6,9 cm großen TFT-Display ausgestattet und bietet bekannte Automatikfunktionen, eine neue verbesserte Dynamic Photo-Funktion und zahlreiche Best Shot Motivprogramme. Kurze Ein- und Ausschaltzeiten, optimierte Auslöseverzögerung und ein „intelligenter“ Autofokus, der nach Angaben von Casio die Größe und Konturen sämtlicher Motivobjekte berechnet, runden die Ausstattung ab. Mit einem Zwanzigfach-Zoomobjektiv deckt die neue Exilim EX-FH25 einen Brennweitenbereich von 26–520 mm (entsprechend Kleinbild) bei einer Lichtstärke von f2.8–4,5 ab. Gegen Verwacklungsunschärfen wirkt ein CMOS-Shift Bildstabilisator. Der neue „High-sensitivity CMOS sensor“ mit einer Auflösung von 10,1 Megapixeln zeichnet sich durch eine besonders hohe Lichtempfindlichkeit aus. Mit der Highspeed-Serienbildfunktion können bis zu 30 Fotos pro Sekunde mit einer Auflösung von neun Mega-

Pentax Optio W90 jetzt auch in Shiny Orange

Passend zu Sonnenschein, Urlaub und guter Laune ist die Pentax Optio W90 ab sofort auch als Optio W90 Shiny Orange erhältlich. Die W90 verträgt Tauchtiefen bis zu sechs Meter, Sand und Staub auf Wüstenexpeditionen und minus 10°C auf alpinen Schneetouren. Das speziell präparierte Gehäuse mit Protektoren an den Gehäusekanten verkräftet außerdem Stürze aus bis zu 1,20 Metern Höhe. Weitere Ausstattungs-



merkmale sind der 12,1-Megapixel-Sensor, das innenliegende Fünffach-Zoomobjektiv (28–140 mm), der 2,5“ LCD-Monitor mit 230.000 Dots mit besonders heller Anti-Reflexbeschichtung und eine schnelle Gesichtserkennung von bis zu 32 Gesichtern. Videoaufzeichnungen erfolgen in HDTV-kompatiblen 1.280 x 720 Pixeln mit 30 Bildern pro Sekunde. Digitale Pixel Track Shake Reduction und Video Shake Reduction verhindern verwackelte Bilder. Darüber hinaus bietet die Optio W90 erstmals in einer Pentax Kamera eine HDMI-Schnittstelle. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die Pentax Optio W90 Variante entspricht der ihrer Schwestermodelle in Schwarz bzw. in Schwarz mit grüner Applikation und lautet 329 Euro.

pixeln geschossen werden. Im Pre Record Modus wird die Aufnahme bereits gestartet, sobald der Auslöser halb gedrückt worden ist. Die Kamera speichert dann im Moment des Auslösens die letzten 30 Bilder. Schnell ist die neue Exilim EX-FH25 auch bei Videoaufnahmen: Highspeed-Filme mit bis zu 1.000 Bildern pro Sekunde (224 x 64 Pixel) lassen zudem extreme Zeitlupen-Studien zu. Neben den bekannten Best Shot Modi und Automatikprogrammen bietet die EX-FH25 spezielle Pro-



gramme für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen. Bei Highspeed-Lighting nimmt die Kamera im Bruchteil einer Sekunde drei Fotos hintereinander mit jeweils unterschiedlichen Belichtungseinstellungen auf. Sie werden dann automatisch zu einem ausgewogenen Bild zusammengesetzt. Zudem gibt es ein Highspeed Anti Shake Programm für scharfe Bilder bei Verwacklungsgefahr und eine Funktion für bessere Fotos bei Dunkelheit und sehr schlechten Lichtverhältnissen. Beide Kameras sind ab sofort erhältlich. Der Ladenpreis dürfte sich bei etwa 199 Euro für die Exilim EX-H5 (erhältlich in den Farben Silber, Schwarz und Rot) und bei 399 Euro für die Exilim EX-FH25 einpendeln.

Samsung hat die **NX5** als Einsteigermodell ins NX-System vorgestellt. Die Neue wird von Samsung als kompakt, mit großzügiger Aus-

stattung versehen und im handlichen Design gefertigt beschrieben. Wie das Anfang des Jahres eingeführte Schwestermodell NX10 setzt auch die NX5 auf einen CMOS-Sensor im APS-C-Format (14,6 Megapixel effektiv). Für die Wahl des Bildausschnitts stehen ein 3“/7,62 cm großer TFT-Bildschirm und ein elektronischer Sucher mit 201.000 Bildpunkten bereit. Die Scharfstellung erfolgt über ein präzises Autofokussystem mit bis zu 35 Messfeldern (bei Nahaufnahmen). Die NX5 ist in der Lage, bis zu zehn Gesichter zu erkennen. Die Verschlusszeiten können zwischen 1/4.000 und 30 Sekunden gewählt werden, Langzeitbelichtungen sind bis maximal acht Minuten möglich. Sport- und Actionszenen können mit bis zu zehn (JPEG) bzw. 30 (Burst-Mode) Bildern pro Sekunde aufgenommen werden. Im RAW-Modus können drei Bilder pro Sekunde belichtet werden, allerdings ist die Kapazität hier auf insgesamt drei Bilder pro Auslösung begrenzt. Videoaufnahmen können in HD- oder niedrigerer Auflösung erfolgen. Die YouTube Funktion erleichtert das Einstellen der Filme ins Internet. Umfangreiche Bildverbesserungssoftware (Gegenlichtkompensation, Retuschierung der Gesichtshaut, Rot-Augen-Korrektur etc.) sorgt dafür, dass selbst Einsteiger von Anfang an überzeugende Bilderergebnisse produzieren können. Die neue NX5 ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 699 Euro.



Panasonic bringt das kleinste Fisheye der Welt

Panasonic erweitert sein Objektivangebot für die Lumix G Systemkameras und andere Micro Four Thirds Modelle um ein 8 mm Fisheye Objektiv (entspricht 16 mm KB Brennweite; Lichtstärke f/3,5), das ein formatfüllendes Bild mit einem Winkel von 180° erzeugt. Damit wächst die Objektivpalette für das Lumix G System auf acht Modelle. Durch seine Konstruktion mit zehn Linsen in neun Gruppen ist das 3,5/8 mm das derzeit kleinste und leichteste Fisheye-Wechselobjektiv auf dem Markt. Ein ED-Linsenelement sorgt für gleichbleibend hohe optische Qualität mit minimaler chromatischer Abberation und Verzeichnung über den gesamten Entfernungsbereich. Die Innenfokussierung ermöglicht Aufnahmen ab einer Mindestentfernung von zehn Zentimetern. Das Objektiv unterstützt den schnellen Kontrast-Autofokus der Lumix G Kameras sowohl im Foto- als auch im Video-Modus. Das Lumix G Fisheye 3,5/8 mm wird gegen Ende Juli zum Preis von 829 Euro (UVP) erhältlich sein.



Pos Aktuell

The Phone House setzt ab sofort ein neues Shopkonzept um

Der Münsteraner Mobilfunk-Händler The Phone House (TPH) setzt ab sofort ein neues Shopkonzept in seinen Filialen und bei seinen Franchisenehmern um. Mit mehr Übersichtlichkeit und einer klaren Positionierung der Produktgruppen und Fokusangebote stehen vor allem die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden im

Das neue Shop-Konzept ist in mehreren TPH-Shops auf allgemeine Akzeptanz, Frequenz- und Verkaufssteigerung sowie Wahrnehmung getestet worden und ist durch unabhängige Kundenbefragungen gestützt. TPH setzt bei seinem neuen Shop-Konzept in der Schaufensterdarstellung auf monatlich maximal drei Fokusangebote, um eine zielgerechte Kommunikation zu erreichen. Schaufensterbanner im XXL-Format sorgen dabei für eine hohe Fernwirkung. Dazu gehört auch der saisonale und auf die Jahreszeiten abgestimmte grafische Hintergrund der Produkte. Beispielsweise wird mit Beginn des



Fokus. „Wir stellten uns bei Projektbeginn der Herausforderung, die Bandbreite unserer Produkte komprimiert und auf den Punkt darstellen zu wollen. Es war unser Anspruch, aus dem Mobilfunk-Allerlei der deutschen Innenstädte im positiven Sinne hervorzutreten und dem Kunden den Nutzen unserer Produkte und somit die Attraktivität zu demonstrieren“, so Tobias Bartels, Leiter Marketing bei The Phone House. „Der Kunde will heutzutage nicht die Vielfalt, sondern das passende und auf seine Kommunikationsbedürfnisse abgestimmte Angebot zu einem fairen Preis. Dies muss sich in der Shop-Gestaltung widerspiegeln.“

Sommers das Thema „mobile Kommunikation on-the-go“ gespielt, um den Produktnutzen in der Outdoor-Saison darzustellen. Noch vor Betreten des Shops soll sich der Kunde so thematisch und inhaltlich abgeholt fühlen. Dieser integrierte Kommunikationsansatz zieht sich auch durch alle POS-relevanten Medien wie das neue TPH Kundenmagazin, Postwürfe wie auch Flyer. Die Emotionalisierung der Produkte setzt sich in den Shops fort. An den Wänden findet der Kunde – nach klaren Kategorien sortiert – die Kernprodukte des Unternehmens wieder. So werden die Produkt-Kategorien „Smartphones“, „Handys“, „Mobile

Data“, „DSL“ sowie eine auf die Kundenbedürfnisse abgestimmte Auswahl an Zubehör in das jeweilige saisonale Thema eingebettet und separat voneinander dargestellt. XL-Banner stellen zentrale Themen wie beispielsweise Android oder das Apple iPhone gezielt heraus. Die im letzten Jahr mit der Erweiterung des Produktportfolios um Note- und Netbooks eingeführten Mittelraumpräsentier bleiben als bewährter Bestandteil innerhalb des neuen Shopkonzeptes bestehen. Hier stellt TPH nicht nur die aktuellste Auswahl an Produkten dar, sondern kombiniert diese auch mit neuen Services, wie beispielsweise der Installation von Notebooks durch den sogenannten „Notebook-to-go“-Service. „Insgesamt schaffen wir mit der neuartigen Darstellung am POS ein kundenzentriertes Shop-Erlebnis, mit dem wir trotz unserer breiten Produkt-Palette Übersichtlichkeit und Mehrwert demonstrieren“, so Bartels. www.phonehouse.de

Jérôme Keller ist neuer Country Manager bei LaCie

Seit Anfang Mai 2010 hat die LaCie GmbH mit Sitz in Weil am Rhein einen neuen Country Manager für Deutschland und Österreich: In seiner neuen Position ist Jérôme Keller für Sales, Marketing & Corporate verantwortlich. Zu seinem Aufgabenbereich



gehören die Betreuung und Ausweitung der Vertriebsaktivitäten im Channel sowie im wichtigen Fachhandel. Eine weitere relevante Auf-

O2 veröffentlicht Corporate Responsibility Report

Unter dem Titel „Telekommunikation für eine zukunftsfähige Gesellschaft“ hat Telefónica O2 Germany seinen Corporate Responsibility Report für das Jahr 2009 veröffentlicht. Darin informiert das integrierte Kommunikationsunternehmen über die Schlüsselkennzahlen des Jahres 2009, das Engagement für Kunden, Mitarbeiter und Gesellschaft sowie über seine CR-Ziele für 2010. Der Corporate Responsibility Report 2009



ist im Internet unter www.o2.de/verantwortung zugänglich. In enger Verbindung zum Kerngeschäft engagiert sich O2 für die Entwicklung von innovativen Lösungen in den Bereichen Medienkompetenz und digitaler Zugang, besonders für Menschen mit Behinderungen, Daten- und Jugendschutz sowie Klima- und Umweltschutz. Der Mutterkonzern Telefónica S.A. ist als Nachhaltigkeitsführer der Branche im Dow Jones Sustainability Index gelistet. Seit 2003 informiert auch Telefónica O2 Germany die Öffentlichkeit jährlich über sein gesellschaftliches Engagement. Der Corporate Responsibility Report von 2008 erzielte im Ranking der deutschen Nachhaltigkeitsberichte den siebzehnten Platz und war der beste Bericht der Branche. Mit einem Onlinefragebogen stellt sich O2 in diesem Jahr auch der öffentlichen Meinung: Leser können den Corporate Responsibility Report 2009 unter www.o2.de/goto/cr-report-umfrage bewerten. www.o2online.de

gabe wird es sein, die Marke LaCie auch im wichtigen Solution-Business weiter zu forcieren. Vor seiner Berufung als Country Manager bei LaCie war Jérôme Keller als geschäftsführender Direktor für Südeuropa bei ACCO Brands International tätig. Das Unternehmen ist weltweit einer der größten Hersteller von Büroprodukten. Seine berufliche Zeit in der Unternehmensgruppe startete Keller als geschäftsführender Direktor bei ACCO Brands Frankreich. Weitere berufliche Stationen, die unter anderem in Deutschland lagen, waren bei Emtec International, MPO Media, Stabilo Frankreich sowie Sony Frankreich. Keller war dort jeweils als Vertriebs- und Marketingleiter mit unterschiedlichen Verantwortungsbereichen tätig. www.lacie.de

und die Verkaufsflächen präsentieren sich insgesamt sehr gut. Das Medimax-Konzept besticht auf einer Fläche zwischen 1.000 und 1.500 Quadratmetern. Ich kenne zurzeit nichts Vergleichbares.“

Der Schweizer Handelsmanager sieht für Medimax in Deutschland noch ausreichend Potential für weiteres Wachstum: „Medimax bietet alle relevanten Sortimente an und trifft eine sorgfältige Vorauswahl für die Endkonsumenten. Aus meiner Sicht ist das Format ideal für mittelgroße Städte ab 30.000 Einwohnern, und



M. C. Rusterholz sieht nach 100 Tagen positives Potential für Medimax

Martin Christoph Rusterholz, Geschäftsführender Direktor von ElectronicPartner und verantwortlich für die Fachmarktkette Medimax, hat nach den ersten 100 Tagen seiner Amtszeit ein positives Fazit gezogen und einen optimistischen Blick in die Zukunft geworfen. Die Geschäftsentwicklung für das erste Halbjahr gebe Anlass zur Zufriedenheit. „Das Geschäft wird auf der Fläche gemacht. Deshalb war ich die ersten Wochen sehr viel unterwegs, um möglichst rasch alle unsere mehr als einhundert Medimax-Fachmärkte kennenzulernen“, berichtete Rusterholz. „Ich habe viele positive Dinge gesehen. Die Menschen auf der Fläche sind allesamt leidenschaftliche Händler,

hier haben wir noch eine Menge Potential – gerade auch in Deutschland.“

Rusterholz hat sich aber auch einige Aufgaben mit Medimax vorgenommen. Er will das Profil von Medimax schärfen und dadurch eine klare Positionierung ermöglichen. Dies sei die Grundlage zur Stärkung der Marke. Darüber hinaus kündigte er für 2011 verstärktes Engagement in das Wachstum der Fachmarktkette an: „Wir wollen im Jahr 2011 bei Medimax unsere Expansion beschleunigen. Ich möchte mit Medimax wachsen. Das ist eine logische Folge, wenn man ein Konzept vorliegen hat, das großes Potential verspricht“, so Rusterholz. www.ep.de

Pioneers Mobile Entertainment Sparte behauptet sich in schwierigem Umfeld

Auch in einer weiterhin angespannten Marktsituation im Segment der automobilen Unterhaltung und Navigation verzeichnet Pioneer Electronics Deutschland stabile Umsätze im gesamten Car Electronics Bereich. Die ersten drei Monate dieses Jahres – insbesondere der Start in den automobilen Frühling – brachten dem Unternehmen einen stabilen Umsatz auf dem Niveau von 2009. Das Gesamtergebnis des am 31. März zu Ende gegangenen Geschäftsjahres übertraf sogar das Vorjahresergebnis. Damit setzt sich Pioneer deutlich von einem derzeit schwachen Marktumfeld ab, das laut Quartalsbericht der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) in den ersten Monaten 2010 mit Umsatzrückgängen von zum Teil weit über 20 Prozent zu kämpfen hat. Insbesondere für den Bereich mobile Navigation beklagt die Branche enttäuschende Absatzzahlen.



Stefan Schiller, Direktor Marketing und Vertrieb Car Electronics bei Pioneer

„Zur erfreulichen Umsatzentwicklung für unsere Produkte trug in erster Linie die gute Marktresonanz auf unsere jüngsten Gerätegenerationen bei. Wir haben uns den modernen Ansprüchen an einfache Nach- und

Rückrüstung, Bedienfreundlichkeit, vielseitige Konnektivität und individuelle Konfigurierbarkeit rigoros gestellt“, erklärte Stefan Schiller, Direktor Marketing und Vertrieb Car Electronics.

Die Erfolgsgrundlage bilden laut Schiller die NavGate Systeme des Herstellers: „Anders als einfache Navigationsgeräte bündeln sie Medienwiedergabe mit Kommunikationstechnik und Schnittstellen zur Datenübertragung von iPod/iPhone, USB oder SD-Speichern. Gleichzeitig hat Pioneer auf den Kundenwunsch zur nahtlosen Einbindung der Produkte im Fahrzeug reagiert und ist bei den Car Electronics-Vollsortimentern zum größten Anbieter von Integrationslösungen aufgestiegen. Mit unserem Adapterprogramm für fast 800 Fahrzeugmodelle ermöglichen wir rückrüstbaren Plug and Play-Einbau ohne Garantieverlust in originaler Fahrzeugoptik.“

Parallel zur Produktinnovation hat Pioneer im vergangenen Geschäftsjahr den Mehrwert des Gerätes beim und nach dessen Kauf erhöht. Käufer der Marke können ihr Gerät mit der kostenlosen Software „NavGate Feeds“ mit Smartphones wie dem iPhone oder dem Blackberry und PCs vernetzen. Diese Vernetzung ermöglicht den Datenaustausch in beide Richtungen: Eigene Ziele können zum Beispiel vom Rechner zu Hause oder dem Smartphone in die Navigation importiert werden, die wiederum dem PC Daten für ein Fahrtenbuch zur Verfügung stellt. Das Unternehmen will den Erfolgstreffer durch entschiedene Kundenorientierung und hohes Qualitätsbewusstsein fortschreiben. www.pioneer.de

TK



Kabel Deutschland stellt im Geschäftsjahr 2009/2010 Rekorde auf

Die Kabel Deutschland Holding AG hat im Geschäftsjahr 2009/2010 (1. April 2009 bis 31. März 2010) bei Abonnementzahlen, Umsatz und Ergebnis erneut stark zugelegt. In einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld konnte das seit dem 22. März börsennotierte Unternehmen Umsatz und Ergebnis deutlich steigern. So stieg der Umsatz um nahezu zehn Prozent auf 1,502 Mrd. Euro (Vorjahr 1,370 Mrd. Euro) und das bereinigte EBITDA um 15,4 Prozent auf 659,1 Mio. Euro (Vorjahr 570,6 Mio. Euro). Das Unternehmen investierte mit insgesamt 327,2 Mio. Euro erneut erheblich in sein Kabelnetz und die Kundenakquisition (Vorjahreswert 373 Mio. Euro). Der operative Free Cash Flow (EBITDA abzüglich Investitionen) betrug 331,9 Mio. Euro, ein Anstieg von 68 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (197,6 Mio. Euro). Das Netto-Ergebnis für das abgelaufene Geschäftsjahr belief sich auf minus 45,3 Mio. Euro und verbesserte sich erheblich gegenüber dem Vorjahreswert von minus 144,3 Mio. Euro.

Kabel Deutschland erzielte insbesondere bei ihren Internet- und Telefonprodukten deutliche Zuwächse. So stieg die Anzahl der Abonnements für Kabel Internet & Phone um knapp 40 Prozent auf 1,973 Millionen Einheiten (Vorjahr 1,418 Millionen). Diese Abonnements wurden von 1,097 Millionen Kunden (Vorjahr 806 Tausend) gebucht – ein Kundenzuwachs von 36,1 Prozent. Bei den Premium TV-Produkten stieg die Zahl der Abonne-

ments um 11,5 Prozent auf 1,073 Millionen (Vorjahr 963.000). Die Gesamtzahl aller Abonnements stieg auf 12,05 Millionen (Vorjahr: 11,63 Millionen). Der durchschnittliche monatliche Umsatz pro Kunde (ARPU) für das Geschäftsjahr 2009/2010 konnte deutlich auf 12,13 Euro (Vorjahr 11,06 Euro) gesteigert werden. Dabei nahm der Anteil derjenigen Kunden, die mehr als ein Produkt von Kabel Deutschland gebucht haben, erneut zu: Durchschnittlich abonnierte ein Kunde am Geschäftsjahresende 2009/2010 1,35 Produkte (Vorjahr 1,27 Produkte). Im vierten Quartal des Geschäftsjahres belief sich der monatliche Umsatz pro Kunde sogar auf 12,64 Euro, verglichen mit 11,43 Euro im entsprechenden Vorjahresquartal.

www.KabelDeutschland.de

Brodos unterstützt Händler mit Vorführ-Notebooks am PoS

Brodos beliefert mit seinem breiten Portfolio an über 60 aktuellen Note- und Netbookmodellen nun auch den Fachhandel auf Kommission und bietet für Vorführgeräte zudem eine attraktive Refinanzierung an. Ein neuer Präsenter soll die Geräte im Shop wirksam in Szene setzen. Der Mobilfunkdistributor bietet attraktive Konditionen und ist mit einem Sortiment von über 60 Note- und Netbooks der Hersteller Acer, Asus und Toshiba sehr gut aufgestellt. Neben den attraktiven Note- und Netbookangeboten auf Kommission können Fachhändler, die für die Produktvorführung kein Gerät aus ihrem Bestand verwenden wollen, in jedem

Mobiles Arbeiten über Grenzen hinweg hat laut einer Vodafone Studie Zukunft

In internationalen Unternehmen hat mobiles Arbeiten Zukunft. Das ist das Ergebnis einer neuen Studie im Auftrag von Vodafone Global Enterprises. Befragt wurden europaweit 500 Mitarbeiter und Entscheidungsträger. Das Bild ist eindeutig: In 70 Prozent der Unternehmen ist der Wunsch nach der Option von mobilen Arbeitslösungen bei den Mitarbeitern sehr ausgeprägt.



Sie wird bereits als elementare Frage der Zufriedenheit gewertet. Zudem offenbart die Studie, dass scheinbare Hemmnisse bereits gelöst sind.

Als Hürden für mobiles Arbeiten nannten 70 Prozent der Entscheider an erster Stelle unterschiedliche Tarif-

strukturen in den verschiedenen Märkten. Bedenken gebe es auch hinsichtlich der Auswirkungen der Arbeitsproduktivität und der Sicherheitsauswirkungen bei Unternehmensanwendungen, wie sie weitgehend auf Mobilfunkgeräten verwendet werden.

Tatsächlich gibt es bereits passende Produktlösungen – Vodafone Global Enterprises etwa bietet bereits Tarifmodelle „per seat“ – also pro Nutzer. Und die Produktivität wird technisch keineswegs beeinträchtigt: So ermöglicht ein Gerätemanager das ferngesteuerte Management mobiler Geräte inklusive des weltweiten Aufspiels ausgewählter Geschäftsanwendungen. Festnetz und Mobilfunk wachsen zusammen; konvergente Lösungen gestatten Unternehmen sogar eine Vereinheitlichung ihrer Telekommunikationssysteme, einschließlich IP-Centrex. Und auch Service ist längst grenzenlos: für ein „Master Service Agreement“ für 38 Länder genügt bei Vodafone Global Enterprises ein einziger Mantelvertrag.

Die Studie zeigt, dass aktuell lediglich 41 Prozent der Befragten bereits über umfassende Gesamtlösungen mobiler Arbeitsmöglichkeiten verfügen. Allerdings stuften weitere 44 Prozent mobile Lösungen mit höchster Priorität ein, während lediglich 15 Prozent gänzlich darauf verzichten und auch keine planen.

www.vodafone.de

Quartal ein Vorführgerät zu besonderen Aktionskonditionen ordern. Im ersten Aktionszeitraum vom 1. Juni bis 31. August gilt es, mindestens zehn Datenkarten über Brodos zu schalten. Dafür erhält der Händler 25 Prozent Rabatt auf ein Notebook seiner Wahl. Bei 15 Karten sind es 50 Prozent Rabatt, ab 25 Karten 75 Prozent. Gratis gibt es das Wunsch-Netbook ab 30 Karten im Aktionszeitraum. Die Freischaltungen innerhalb der einzelnen Netze werden dabei addiert.

Brodos bietet auch dem Fachhandel

ein passendes Möbelstück für die Präsentation der Geräte an. Der Notebook-Möbelmeter mit integrierter Stromzufuhr durch den Korpus ist mit zwei Präsentationsflächen ausgestattet, auf denen insgesamt bis zu vier Live-Geräte für den Kunden zugänglich sind. Das Modul kann dabei wahlweise freistehend oder an einer Wand aufgestellt werden. Für eine optimale Sicherheit sind Verankerungen für Kensingtonschlösser vorhanden. Die Logofläche ist individuell beschriftbar und kann somit an jeden Anbieter angepasst werden. Der Preis des Notebook-Möbels liegt bei 575 Euro, eine Finanzierung über sechs Monatsraten ist möglich. Das Bestellformular und die Möglichkeit zur Anmeldung für die Vorführgeräte-Aktion erhalten Händler bei ihrem Brodos Ansprechpartner, beim Brodos Kundenservice unter Telefon 09133-7770-140 oder online unter www.my-extra.com.

Deutsche Telekom mit neuem Business Bundle Advance

Von der hohen Flexibilität und der kostenlosen internen Telefonie des Angebots Business Bundle Advance der Deutschen Telekom können ab sofort neben mittleren und großen Unternehmen auch Selbständige, Freiberufler sowie Kleinfirmen mit einem oder wenigen Beschäftigten profitieren. Business Bundle Advance ermöglicht Geschäftskunden der Telekom, verschiedene Anschlüsse und Tarife für Internet und Festnetz mit vielen Mobilfunktarifen frei zu kombinieren. Dabei ist die firmeninterne Kommunikation im Inland zwischen den Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen ohne Extrakosten inklusive. Durch die Bereitstellung von Business Bundle Advance in sämtlichen Geschäftskundensegmenten will die Deutsche Telekom ihren Anspruch unterstreichen, Fir-

men aller Branchen und Größen mit innovativen, integrierten Lösungen das vernetzte Arbeiten zu ermöglichen. Mit Business Bundle Advance schnüren sich Familienbetriebe ebenso wie Konzerne genau die Leistungspakete für die Telekommunikation, die optimal zu ihnen passen. Die Einzelprodukte sind aufeinander abgestimmt, Flatrates gewährleisten eine hohe Preistransparenz und Kalkulierbarkeit.

Als Basiskomponenten stehen die Festnetz-Tarifpakete BusinessBasic Complete (Breitbandanschluss mit bis zu 6 Mbit/s) und BusinessBasic Complete Premium (bis zu 16 Mbit/s) zur Wahl. Die beiden BusinessBasic Pakete zu Preisen ab 49,90 Euro netto beziehungsweise 54,90 Euro netto enthalten Flatrates für das Internet sowie für die Festnetz-Telefonie im Inland und in 18 weitere Länder.

Diese Festnetzangebote lassen sich mit vielen Mobilfunk-Businessstarifen kombinieren:

- mit den Max Flat Business Angeboten S, M, L und XL, den Flatrates für das mobile Telefonieren (ab 9,20 Euro netto),
- mit den Combi Flat Business Angeboten S, M, L und XL, den Double-Play-Tarifen, die neben den Sprach-Flatrates weitere Inklusivleistungen wie Flatrates fürs mobile Internet beinhalten (ab 26,01 Euro netto),
- und mit den iPhone Business-Tarifen Complete S, M, L und XL Business (ab 26,01 Euro netto).

Darüber hinaus stehen für Business Bundle Advance weitere Zubuchmöglichkeiten bereit. So können Kunden, die unterwegs häufig über ihr Notebook auf Internet und E-Mails zugreifen, den Datentarif web'n'walk Connect L zum Sonderpreis von 20,96 Euro netto beauftragen. Interessierte finden zur Kombination der passenden Business Bundle Advance Bausteine einen Tarifrechner unter

www.telekom.de/eine-flatrate.

The Phone House verstärkt den virtuellen Dialog mit den Kunden

Unter dem Motto „Interaktion 2.0“ startet The Phone House (TPH) seinen Unternehmensblog neu und verstärkt den Dialog mit den Kunden in den sozialen Medien. Nach vier Jahren Erfahrung und vielen Tests im Meinungsaustausch mit den Kunden wurde der bestehende TPH Blog den Ansprüchen der Social Media-Strategie angepasst. Der Blog (www.phonehouse-blog.de) ist der Ausgangspunkt aller Social-Media-Aktivitäten. Von hier aus vernetzt TPH alle anderen Services wie Facebook, Twitter oder YouTube und weitet somit den Dialog über verschiedene Kanäle hinweg aus. Auf diese Weise bedient TPH die unterschiedlichen Kommunikationsbedürfnisse und -gewohnheiten der Kunden. „Für unsere Kunden muss es sich lohnen, ein Teil unserer Community zu werden. Bei The Phone House arbeiten ‚echte‘ Menschen, die vor allem zuhören und von unseren Zielgruppen lernen wollen. Durch den Dialog und das Bereitstellen nützlicher Informationen, aber auch durch Exklusivität – wie etwa bei Produkt-Tests –, beziehen wir unsere Kunden direkt in die Kommunikation ein. Wir nennen das Interaktion 2.0. Der Kunde wird dabei für uns zum Meinungsbildner“, so Tobias Bartels, Leiter Marketing bei TPH.

Die Kommunikation funktioniert bei „Interaktion 2.0“ in beide Richtungen. Zum einen dienen die sozialen Medien als Informationskanal. So stellen beispielsweise TPH Mitarbeiter und Experten von Herstellerseite auf YouTube exklusive Produkte vor. Die Videos reichen von der einfachen Produktvorstellung bis zur Erklärung komplexer Funktionen. Auf der anderen Seite steht der Nutzer, der dem Unternehmen mit seinem Wissen eine wertvolle Rückmeldung gibt. In den vergangenen Monaten konnten die User auf den TPH Social-Media-

Plattformen nicht nur Beiträge mit Tips und Tricks von TPH Mitarbeitern lesen oder als Video-Clip sehen und sich somit ein Bild vom Produktportfolio machen, sondern dieses Bild maßgeblich mitbestimmen. „In regelmäßigen Abständen kommen bei TPH Tester für Vorschlagsmodelle oder Exklusivprodukte zu Wort und können ihr Wissen an die Leser der TPH Onlinekanäle weitergeben. Die Resonanz der Nutzer zeigt uns, dass



das ‚Mitmachweb‘ Sympathien weckt und den Dialog fördert. Die Fankultur auf Facebook und eine gelungene Kommunikation in weiteren sozialen Netzwerken sind für uns ein wichtiger Weg zur Vertrauensbildung in der virtuellen und realen Welt. Vertrauen ist für die Bindung an unsere Kunden essentiell“, meinte Bartels.

www.phonehouse.de

Samsungs Mobiltelefone haben sich im Markt etabliert „Kreativer Paradiesvogel“

Im hart umkämpften Markt für Mobiltelefone und Smartphones hat sich Samsung zu einem Topplayer entwickelt. Der seit Jahren stetig wachsende Marktanteil lässt den Schluss zu, dass es sich bei diesem Erfolg nicht um eine Eintagsfliege handelt, die von Billigangeboten in der Großfläche lebt. Diese Einschätzung bestätigt Martin Börner, Director Telecom Division, Samsung Electronics GmbH. „Das Geheimnis unserer wachsenden Akzeptanz bei den Endkunden basiert im wesentlichen auf drei Säulen“, meinte Börner im Gespräch mit PoS-MAIL.

Diese seien erstens das langfristige Bekenntnis zum deutschen Markt, zweitens eine äußerst stimmige Modellpolitik und drittens die Anstrengungen, die in jüngster Zeit unternommen wurden, um den Dialog mit dem Handel zu stärken. Dass die Ideen, die in den vergangenen Jahren entwickelt

anderen europäischen Länder“, so Börner. So kaufe der Deutsche beispielsweise in der Regel viel rationaler ein als andere Europäer. Er werde sehr durch Tests beeinflusst und informiere sich vor jedem Kauf eines größeren Gerätes ausführlich. In anderen Ländern erfolgten Käufe dagegen viel häufiger aus emotionalen Gründen und spontaner.

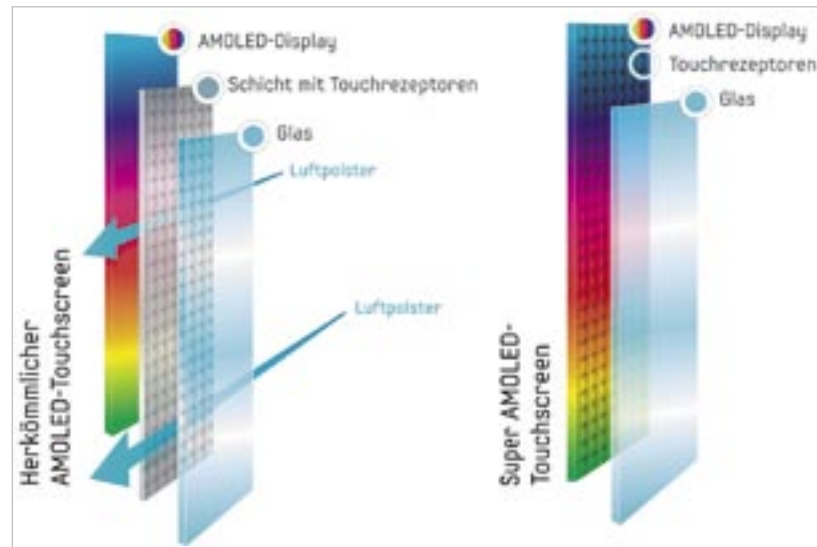
Ansprache am PoS

Ähnlich lasse sich auch die Ansprache des Kunden am Point of Sale differenzieren. Während in anderen Ländern oftmals üppige Dekoaufbauten für die Samsung Produkte werben, bevorzuge man in Deutschland eher nüchterne und informative Verkaufsförderungsmaßnahmen. „Bei der Einführung unserer ersten Geräte mit Touchscreen konnten wir zum Beispiel ein übermannshohes, funktionstüchtiges Handy zur Verfügung stellen, aber statt die Funktionen dort – wie in anderen Ländern – spielerisch zu testen, hatte man in Deutschland das Gefühl, die Menschen haben Angst davor“, meinte Börner.



Die beiden aktuellen Topmodelle des Samsung Handy-Portfolios: Das Android-Modell Galaxy S (links) und das Wave S8500 mit dem Samsung-eigenen Betriebssystem bada.

Durch die Kenntnis der spezifischen Eigenheiten des deutschen Kunden und die Möglichkeit, darauf angemessen reagieren zu können, sei es der Samsung Tele-



Samsung nutzte die Super AMOLED-Technologie im Mobilfunkbereich erstmals beim Samsung Wave S8500. Die deutliche Verbesserung der Displayqualität wird durch eine neue Fertigungstechnik erzielt: Bei herkömmlichen AMOLED-Displays werden durch Luftpolster getrennte Indiumzinnoxidschichten als Elektroden genutzt, um festzustellen, wo der bedienende Finger den Touchscreen berührt. Bei Super AMOLED kann auf die Luftpolster verzichtet werden, da die Touchrezeptoren extrem dünn direkt auf dem Display aufgetragen werden (sog. „On Cell-Technologie“).

com Division gelungen, organisch zu wachsen und nicht nur kurzfristige Umsatzzuwächse durch Push-Aktivitäten zu erzielen. „Wir haben uns frühzeitig darauf festgelegt, in Deutschland langfristige Erfolg haben zu wollen und nicht nur ‚die Sahne vom Markt abzuschöpfen‘“, sagte Börner. „Diese Kontinuität zahlt sich jetzt aus!“

Große Modellpalette

Zweite Säule des Erfolges stellt laut Börner die Modellpolitik dar. So trage zum einen die Tatsache, dass man pro Jahr zwischen 30 und 40 neue Modelle in den Markt einführe, dazu bei, dass das Samsung Angebot inzwischen Geräte für nahezu jeden Anwender biete. Börner: „Das gilt nicht nur in bezug auf die Einordnung der Produkte in die verschiedenen Preissegmente, sondern auch in bezug auf Funktionalitäten oder Designaspekte.“ So deckt das Samsung Handyportfolio alle Preisklassen ab, aber auch derjenige, der nicht auf den Preis achtet, sondern nach Geräten für spezielle Anwendungen sucht, wird fündig, egal ob es um ein Outdoor-Gerät, ein Telefon für Senioren, für Fotofanatiker, Businessreisende oder Musikkonsumenten geht – um nur einige Beispiele zu nennen. „Großen Erfolg haben wir mit speziellen Editionen, zum Beispiel der LaFleur, der Hello Kitty oder der Hugo Boss Edition“, berichtet Börner, „und manchmal sind wir erstaunt, wie gut diese Modelle sogar bei Zielgruppen ankommen, bei denen wir es gar nicht erwartet haben.“ So sei man zum Beispiel zunächst davon aus-

gegangen, dass die Hello Kitty Edition nur junge Mädchen anspreche. Mittlerweise wisse man aber, dass Käuferinnen dieser Telefone sogar älter als 30



Mit Sondereditionen, hier zum Beispiel die Hello Kitty (oben) und die La Fleur Edition (oben rechts), sowie Geräten für bestimmte Anwendungen und Zielgruppen, hier das robuste Outdoorhandy Samsung B2100 (rechts), ist es Samsung immer wieder gelungen, neue Nutzer anzusprechen.

Jahre sind. „Das liegt bei diesem Modell sicherlich auch daran, dass es mit viel Liebe zum Detail entwickelt wurde“, vermutete Börner.

Begeisterung

Zum anderen spreche Samsung immer wieder mit Innovationen neue Nutzer an, die dann der Marke weiterhin die Treue halten. Börner: „Wir freuen uns bei einer Vielzahl unserer Kunden inzwischen über Produktzyklen von sechs bis neun Monaten. Die sind so begeistert von Samsung Geräten, dass sie viel öfter die Modelle wechseln als der Durchschnitt der Nutzer.“ Als zwei der wesentlichen Innovationen nannte der Chef der Samsung Telecom Division den frühen Einstieg in die Touch-Technologie, die man

mit dem neuen C3300 jetzt auch in den Einstiegsbereich bringe, und die Einführung der (Super) AMOLED-Display-Technologie.

Börner: „Wer bei uns ein Touchscreen-Telefon mit erstklassiger Darstellungsqualität sucht, der wird fündig. Dabei haben wir aber mehr als nur ein Topprodukt. Bei uns findet der Kunde genau das Modell, das seinen persönlichen Wünschen und Bedürfnissen entspricht. Und er kann die Bedienoberfläche an seine speziellen Anforderungen anpassen.“

Schließlich trage auch die gute Aufstellung bei den Betriebssystemen zur breiten Akzeptanz bei. Bei Samsung gibt es Modelle mit Windows-, Android-, Symbian-, Linux- und dem eigenen Betriebssystem bada. „Jedes davon bietet spezielle Vorzüge, und die Kunden begrüßen es, aus diesem Angebot das für sie passende System wählen zu können“, so Börner.

Intensiver Dialog

Letzter Erfolgsfaktor ist nach seinen Worten der intensivierte Dialog mit dem Handel. Hier habe ein



Umdenkungsprozess stattgefunden und man habe verinnerlicht, dass die meisten Kaufentscheidungen erst am PoS getroffen werden. „Wir haben gelernt, dass wir mit einer eigenen Sales Force und eigenen Fachhandelsprogrammen sehr erfolgreich auf diesen Entscheidungsprozess an der Ladentheke Einfluss nehmen können“, meinte Börner. So wurden verschiedene Programme für den Fachhandel entwickelt, allen voran das Starlight-Programm. Sie liefern den Handelspartnern Informationen zu den Geräten und zu Marketingmaßnahmen sowie Verkaufsargumente und belohnen sie für ihr Engagement für Samsung.

„Zudem beziehen wir unsere Händler viel früher ein, manchmal schon bei der Produktentwicklung, in der Regel aber vor Einführung der Geräte in den deutschen Markt“, erläuterte Börner. „Wir haben festgestellt, dass dieser Dialog beiden Seiten extrem nützt.“

www.samsungmobile.de

TK



Nokias neues Touch-Smartphone Nokia 5228 wendet sich an Einsteiger



Nokia hat mit dem Nokia 5228 seine Familie an Touch-Geräten um ein neues Mitglied erweitert. Mit einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 139 Euro wendet sich das Gerät an Kunden, die ein vollwertiges Smartphone zum attraktiven Preis suchen. Das Nokia 5228 kombiniert Smartphone-Features wie Apps, Messaging oder Social Networking-Anwendungen mit einer einfachen Bedienung. Über den Ovi Store können Nutzer des Nokia 5228 durch eine große Auswahl an Apps ihr Telefon um nützliche Anwendungen, unterhaltsame Spiele oder abwechslungsreiche Grafiken erweitern. Der Besuch im Ovi Store erfolgt mit dem Nokia 5228 mit nur einem Klick: Direkt aus der Startansicht heraus aufgerufen, bietet das Touch-Gerät einen direkten Zugriff auf den Store. Alternativ können Kunden den Ovi Store auch am PC aufrufen, Apps aussuchen und an ihr Nokia 5228

zur späteren Installation senden. Die Startansicht des Nokia 5228 lässt sich individuell einrichten – etwa mit Miniaturbildern von bis zu 20 Freunden oder Verknüpfungen zu Videos, Fotos, E-Mails oder dem eigenen Facebook Profil. Auch der Verlauf vorangegangener Kontakte – ein-



schließlich E-Mails, Telefongesprächen, Fotos oder Status-Updates in sozialen Netzwerken – wird in der Startansicht angezeigt. So kann der Nutzer bequem mit dem Finger durch

Anwendungen und Kontakte scrollen. Durch den einfach zu bedienenden Musik-Player und den ausdauernden Akku ermöglicht das Nokia 5228 Musikhören bis zu 33 Stunden lang. Ein Stereo-Headset ist im Lieferumfang enthalten, optional können aber auch handelsübliche Kopfhörer über den Standard-Anschluss (3,5 mm) verwendet werden. Die Medienleiste erleichtert den Zugriff auf die Musiksammlung. www.nokia.de

Neues Foto-Handy aus der LG Viewty-Serie mit fünf Megapixeln



Mit dem GM360 Viewty Snap erweitert LG seine Viewty-Serie um ein neues Foto-Handy. Die kamera-optimierte Benutzeroberfläche zeigt die Schnappschüsse auf dem hochauflösenden, kontrastreichen 76 mm Touchscreen-Display dank 240 x 400 Pixel Auflösung in hoher Qualität an. Die Kamera bietet fünf Megapixel und ein



Objektiv von Schneider Kreuznach. Neben einem HTML-Browser, E-Mail-Client und RSS Reader hat das LG GM360 Viewty Snap die beliebtesten Social-Web-Dienste bereits integriert: So lassen sich Facebook Statusmeldungen direkt auf dem Home Screen einblenden, Bilder auf das Profil hochladen oder Tweets sofort versenden. Mit Push-E-Mail-Funktion bleibt die elektronische Post immer auf dem neuesten Stand. Ein unterhaltsames Plus ist die LiveSquare-Ansicht: Jedem Kontakt lässt sich ein Avatar im Comic-Stil zuordnen, und alle Nachrichten oder der Gesprächsverlauf in einem definierten Zeitraum können einfach auf Tastendruck angezeigt werden. Bei geöffnetem Browserfenster macht das GM360 einen Screenshot von der aktuellen Internetseite, wenn der Kameraknopf zweimal gedrückt wird. Ein UKW-Radio mit Senderspeicher, MP3-Player mit Playlist und die Multitasking-Funktion, um beispielsweise Musik während des SMS-Tippens auf der virtuellen Qwertz-Tastatur zu hören, runden die Features des GM360 Viewty Snap ab. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 199 Euro. www.lg.de

Das Doro PhoneEasy 332gsm bietet eine SMS-Direktwahl Taste



Doro stellt bei der Entwicklung seiner Mobiltelefone die einfache Bedienbarkeit, ergonomisches Design und sinnvolle Funktionen in den Vordergrund. So



Neue High-End-Headsets von Jabra können zum Telefonieren und für Diktate genutzt werden



Wer kassettenbasierte und digitale Diktate abhören und über drei unterschiedliche Endgeräte telefonieren will, kann dies ab sofort mit den neuen High-End-Headsets Jabra PRO 9470 und GO 6470 ohne Wechsel des Gerätes machen. Ermöglicht wird die umfassende Funktionalität in Verbindung mit der Software „dictate on demand hybrid“ von DictaTeam. Als erste Headsets vereinen die Modelle Jabra PRO 9470 und Jabra GO 6470 vier Funktionen in einem Gerät: Sie integrieren PC-Softphones, Mobil- sowie reguläre Tischtelefone und ermöglichen in Kombination mit der Software „dictate on demand hybrid“ auch, Diktate abzuheben. Dabei ist es gleich, ob das Diktat am PC digital oder analog auf Kassette vorliegt: Ein von DictaTeam entwickeltes Kabel verbindet das analoge Wiedergabegerät mit dem PC, auf dem die Software läuft. Mit dem selben Headset können Schreibkräfte auch Gespräche von Telefon, Handy oder PC über die Multifunktions Taste am Headset annehmen. Beim Jabra PRO 9470 und GO 6470 verbindet sich die Basis mit dem Festnetztelefon über Kabel und lässt sich per USB via Plug&Play an den PC anschließen. Zum Mobiltelefon verbinden sich beide Modelle via Bluetooth. Damit sich die verschiedenen Endgeräte leichter installieren, verwalten und ansteuern lassen, integrieren die High-End-Headsets ein Touchscreen mit Farbdisplay in ihrer Basis. Jabra PRO 9470 und Jabra GO 6470 sind ab sofort verfügbar, die Verkaufspreisempfehlungen beginnen bei 359 Euro zzgl. MwSt. Die Software „dictate on demand hybrid“ von DictaTeam ist für 99 Euro zzgl. MwSt. erhältlich. www.jabra.com

Acer stellt mit dem beTouch E400 ein intuitiv bedienbares Smartphone in elegantem Design vor



An besonders designorientierte Anwender wendet sich Acer mit dem neuen Acer beTouch E400. Das Gerät bietet ein 12 mm schlankes, elegantes Gehäuse. Die breite Farbauswahl ermöglicht Lifestyle-Freunden den Ausdruck ihres individuellen Stils. Die im Lieferumfang enthaltenen Batterie-Cover in den Farben Soft Touch-Schwarz, Keramikweiß oder Perlrot erlauben eine farbliche Anpassung der Modelle je nach persönlichem Geschmack. Die Neuheit bietet die Möglichkeit, über 3G- und WiFi-Verbindungen online zu gehen. Das Smartphone ist mit dem neuen Betriebssystem Android 2.1 Éclair ausgestattet und bietet damit hinsichtlich Interaktivität das gegenwärtig innovativste Betriebssystem auf dem Markt. Der leistungsstarke Prozessor Qualcomm 7227 mit 600 MHz garantiert nicht nur schnellen Zugriff auf Webseiten, flüssiges Streaming von Videos und eine rasche Verarbeitung anspruchsvoller Anwendungen, sondern auch herausragende Energieeffizienz für eine lange Akkulaufzeit. Die intuitiv steuerbare Benutzeroberfläche und die klaren, übersichtlichen Menüs sorgen für eine einfache und komfortable Bedienung. Der resistive 3,2 Zoll HD-Touchscreen mit HVGA-Auflösung bietet leuchtende Farben und eine detailgetreue Anzeige. Die 3,2-Megapixel-Kamera mit Blitz, Geotagging, Digitalzoom, Szeneneinstellung, Weißabgleich, Farbeffekten und Makro-Modus eignet sich für Schnappschüsse. Über eine einfache Berührung des Videosymbols können mit dem Acer beTouch E400 zudem Videos aufgezeichnet und direkt auf YouTube gepostet werden. Dank der Unterstützung für Native Microsoft Exchange Server kann der Besitzer auch im mobilen Einsatz auf private und geschäftliche E-Mails zugreifen. Über das vorinstallierte Documents To Go können jederzeit und überall Dateien in Microsoft Word, Excel und Powerpoint erstellt und bearbeitet sowie Adobe PDF-Dateien angezeigt werden. Für eine präzise Eingabe sorgen das optimierte Tastatur-Layout, die Multi-Touch-Unterstützung und ein verbessertes Wörterbuch. Das Acer beTouch E400 ist zudem mit den charakteristischen Acer LED-Leuchtanzeigen ausgestattet, die mit unterschiedlichen Farben über eingegangene Nachrichten, verpasste Anrufe oder niedrigen Batterieladestand informieren. Navigation mit Google Maps inklusive Google Latitude, Straßenansicht, Verkehrsinfos und OVI-Suche, Musik mit hoher Audioqualität über die 3,5 mm Audiobuchse hören und exklusives Musik-Streaming über Acer Spinlets sind ebenfalls möglich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Acer beTouch E400 lautet 249 Euro. www.acer.de



findet sich beim neuen Doro PhoneEasy 332gsm eine Direktwahl Taste für die SMS-Funktion. Das Doro PhoneEasy 332gsm wurde in enger Zusammenarbeit mit potentiellen Endkunden entwickelt. Deshalb ist das Telefon mit einem lauten, klaren

Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis lautet 109,99 Euro. Das Gerät ist in den Farben Schwarz und Weiß erhältlich. www.ivsgmbh.de

Motorolas neues Flipout präsentiert sich im quadratischen Gehäuse



Motorola hat mit dem neuen extravaganten Motorola Flipout mit Motoblur ein kompaktes quadratisches Smartphone vorgestellt. Es wird ab Juli bei O2, The Phone House und Vodafone zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 349 Euro erhältlich sein. Das neue Smartphone arbeitet mit Android 2.1 und fällt vor allem durch sein außergewöhnliches quadratisches Design auf. Der Touchscreen lässt sich nach oben drehen und gibt den Blick auf die fünfzeilige Qwertz-Tastatur mit einer Extra-Ziffernzeile frei. Flipout bietet bis zu sieben Startbildschirme, animierte Live-Hintergrundbilder und erhöhte Sicherheit für Nutzer von Exchange-Servern, da sich E-Mail-Accounts per Fernzugriff löschen lassen. Flipout wird mit vier Covern in den Farben Fairway Green, Licorice, Raspberry Crush und Saffron angeboten. Die Cover liegen jeder Verpackung bei. www.motorola.de



Sound und einem hellen, gut ablesbaren Display ausgestattet, dessen Kontrast sich einstellen lässt. Es erlaubt, Texte zu vergrößern, um diese besser lesbar zu machen. Weitere intelligente Funktionen vereinfachen die Bedienung im Alltag: So bietet das Doro PhoneEasy 332gsm drei Direktwahl Tasten für wichtige Kontakte, einen Schiebeschalter für die Tastensperre, eine integrierte Taschenlampe und eine Notruftaste.

Neues Garmin nüvi 3790T erhält reddot design award

Anstrengungen gewürdigt

Garmin, vielen Outdoor-Aktiven eher als Hersteller besonders robuster GPS-„Arbeitspferde“ denn als Produzent filigraner Lifestyle-Geräte bekannt, ist mit dem neuen Navigationsgerät Garmin nüvi 3790T in den Design-Olymp aufgestiegen: Die Jury des reddot Design Awards ließ sich von der Optik des nur neun Millimeter flachen High-Tech-Navis überzeugen und würdigte die Anstrengungen der Garmin Designer mit einem reddot design award.

Die Vorgabe an das interdisziplinäre Team aus Elektroingenieuren, Mechanikspezialisten und Industriedesignern war kurz und knapp: Gestaltet ein ultraflaches Produkt, das eine Brücke zwischen einem im Auto genutzten Navi und einem Gerät für die Fußgängernavigation darstellt. Gesagt, getan, könnte man beim Blick auf das Ergebnis sagen. Aber so einfach wie es klingt, war die Angelegenheit nicht. Um das Ziel zu erreichen, machte sich die



reddot design award
winner 2010

Das Garmin nüvi 3790T darf sich mit einem begehrten roten Punkt schmücken.

Entwicklermannschaft zunächst daran, die dünnsten Komponenten und platzsparendsten Herstellungstechnologien zu finden, die aktuell angeboten werden.

In vielen Versuchen wurden anschließend Layouts entwickelt, die auf der einen Seite so viel Platz wie möglich sparen sollten, auf der anderen Seite aber nicht zu elektrotechnischen Problemen führen durften. Eine besondere Herausforderung war dabei die Positionierung



der integrierten GPS-Antenne als eines der wichtigsten Bestandteile des Gerätes.

Ein positiver Nebeneffekt der kurzgefassten Zielvorgabe war, dass dem Team keine Beschränkungen hinsichtlich der verwendeten Materialien oder Produktionsverfahren auferlegt wurden. So konnte das Designteam in jeder Phase der Entwicklung darauf achten, dass das Ziel eines ultraflachen Gehäuses stets im Mittelpunkt aller Überlegungen stand.

Am Ende einer Vielzahl von Versuchen stand das Ergebnis fest: ein frisches und modernes Navigationsgerät, dessen Optik durch die flache Bauweise, leicht abgerundete Ecken und gerade Linien bestimmt wird. Gerade in den Kontrasten liegt ein besonderer Reiz des Garmin nüvi 3790T, denn neben sanften Rundungen und scharfen Geraden stellt auch das Schwarz von Vorder- und Rückseite einen interessanten Kontrast zu den verchromten Seitenteilen dar.

Attraktive Technik

Das neue Garmin nüvi fällt jedoch nicht nur durch die Optik auf, auch die Technik zeigt sich auf dem neuesten Stand: Das nüvi 3790T bietet ein hochauflösendes WVGA-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 4,3 Zoll. Auf dem eleganten kapazitiven Multi-Touchdisplay aus Echtglas werden die neu gestalteten Karten und das intuitive Menü in Hoch- und Querformat brillanter und schärfer als je zuvor angezeigt. Um individuelle Vorlieben bei der Kartendarstellung umzusetzen, bietet das Gerät verschiedene länderspezifische Kartenlayouts, die jederzeit gewechselt werden können. Die neue Displaytechnologie ermöglicht Multi-Touch-



Zweites Garmin GPS-Festival auf Zollverein

Das Wetter wollte nicht so recht mitspielen bei der zweiten Auflage des Garmin GPS-Festivals Mitte Juni auf der Zeche Zollverein in Essen. Dennoch kamen an beiden Veranstaltungstagen viele tausend Besucher, um sich über alle Facetten des Themas GPS zu informieren, einen Workshop zu besuchen oder sich beim Geocachen mit anderen im Wettbewerb zu messen. Neben Garmin waren in der Messehalle und auf dem Freigelände des Weltkulturerbes zahlreiche weitere Aussteller vertreten, die vor allem Outdoorprodukte und Reisen präsentierten. Eine der Attraktionen bot zudem der Autohersteller Range Rover, der die Besucher zu Offroad-Touren einlud.



Neues Outdoor GPS-Handgerät Garmin GPSmap 62

Als Nachfolgemodelle des legendären GPSmap 60CSx hat Garmin das neue GPS-Handgerät mit Tastenbedienung GPSmap 62 präsentiert. Alle bekannten Funktionen, die Bedienerlogik, die Menüführung und auch das Design wurden weitestgehend beibehalten – und um diverse neue Funktionen und technische Neuerungen erweitert. Das GPSmap 62 beherrscht jetzt zum Beispiel die Funktion „Custom Maps“, mit der sich auch Rasterkarten, Satellitenbilder oder selbst erstellte Pläne darstellen lassen.



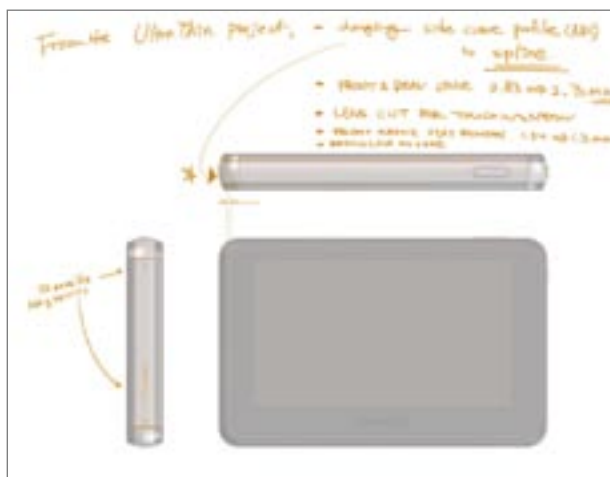
Das neue Garmin GPSmap 62 war beim Garmin GPS-Festival auf Zollverein erstmals in Deutschland zu sehen.

Es eignet sich zum Paperless Geocaching, bietet ANT+ zur Übertragung von Daten von Gerät zu Gerät und Darstellung von Herz- und Trittfrequenzdaten, hat einen internen Speicher von bis zu 1,7 GB sowie einen hochempfindlichen GPS-Empfänger der neuesten Generation mit HotFix-Technologie. Das GPSmap 62 wendet sich eher an Intensivnutzer und Profis sowie an Anwender, die jederzeit ein gut ablesbares Display benötigen. Während Garmin die Kennzeichen eines echten „Arbeitspferdes“ beibehält – Anschlussmöglichkeit einer externen Antenne und neben dem USB-Anschluss auch ein serieller Anschluss – wurde beim GPSmap 62 vor allem in Sachen Rechnerleistung und Speicher zugelegt. Im Gegensatz zum Vorgänger bieten 400 MB freier Speicher beim GPSmap 62st (bedingt durch die vorinstallierte Freizeitkarte von Europa) bzw. 1,7 GB bei den anderen Modellen viel Platz für Kartenkacheln oder Custom Maps. Das Garmin GPSmap 62 gibt es in drei Ausstattungsvarianten. Die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise beginnen bei 299 Euro.

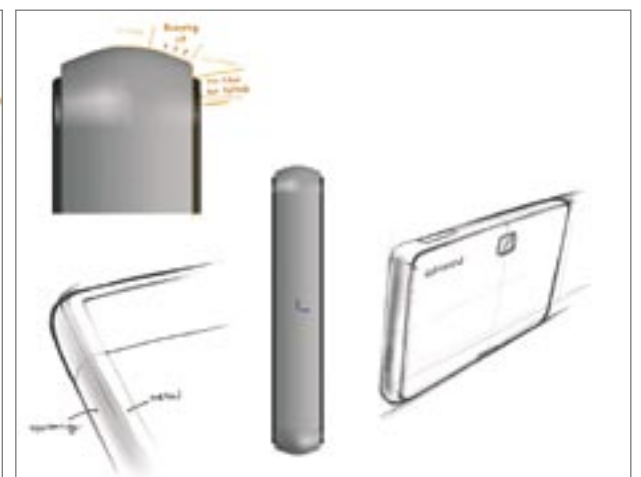
Bedienung. Zoomen, Ansichtswechsel von 2D auf 3D sowie eine 360-Grad-Drehung der Bildschirmhalte sind mit einer Zweifingerbewegung möglich. Um Eingaben durch unbeabsichtigtes Berühren zu vermeiden, ist das nüvi 3790T mit einer Screen-Lock-Funktion ausgestattet.

Passend zum ausgezeichneten Design des nüvi 3790T hat Garmin auch neue Ladenbaumöbel entworfen. Zentrales Element ist hier ein Spiegel unter dem Gerät, der dem Betrachter schon beim ersten Blick die flache Bauweise des Gehäuses demonstriert.

www.garmin.de



Von der Idee bis zum fertigen Produkt musste das interdisziplinäre Entwicklerteam eine Vielzahl von Schritten absolvieren.



Herweck lud zum achten Mal zur Perspectives Qualifizierte Fachgespräche

Auch mit der achten Auflage seiner Hausmesse Perspectives konnte der saarländische Distributor Herweck AG zufrieden sein: Mit rund 1.000 Fachhandelspartnern und 61 Ausstellern erreichte die Veranstaltung Vorjahresniveau. Dem weiteren Wachstum – im Jahr 2003 war man mit 200 Fachhandelspartnern und 30 Ausstellern gestartet – standen dabei nicht das mangelnde Interesse, sondern der fehlende Raum entgegen. Wie zuletzt immer, waren auch die 1.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche der Perspectives 2010 komplett ausgebucht.

Doch nicht nur Herweck als Veranstalter zeigte sich zufrieden, auch für die Aussteller hatte sich ihr Engagement auf der Perspectives gelohnt. Bereits zur Eröffnung der Messe um neun Uhr hatten sich die ersten Besucher eingefunden, um die ersten qualifizierten Fachgespräche zu führen, deren Zahl im Laufe des Tages kontinuierlich stieg.

Auch die Party am Abend war gut besucht. Sie stand unter dem Motto „Zum blauen h“. Schlagersängerin Ingrid Peters führte durch das Programm. Gäste auf der Bühne waren der jodelnde Japaner Takeo Ischi und die Randfichten, die zum Beispiel mit ihrem Hit „Holzmichel“ einheizten. Absolutes Highlight war Heino, der im Saarbrücker E-Werk die Stimmung zum Kochen brachte. Am Herweck-Stand im Messezelt und innerhalb der erneut sehr attraktiven Vortragsreihe standen die Themen EPOS Warenwirtschaft, die Herweck auf der CeBit 2010 erstmals präsentiert hatte, und die neue Null-Prozent-Handyfinanzierung im Mittelpunkt. Das

Warenwirtschaftssystem wurde speziell auf den TK-Fachhandel zugeschnitten. Es ist eine Komplettlösung, die Kasse, Vertragsverwaltung, Margenrechner, Kundendienst, Kundenmanagement, Warenwirtschaft und Finanzbuchhaltung integriert. Der Artikelstamm wird von Herweck bereitgestellt. Dadurch reduziert sich der Pflegeaufwand für den Vertriebspartner auf ein Minimum. Der Händler kann gewünschte Artikel einfach übernehmen und erspart sich somit eine aufwendige Pflege. Darüber hinaus werden Konditionen und Vertragsinhalte importiert, und es findet ein elektronischer Belegtausch statt. Dadurch spart der Händler Zeit und Geld – Analysen gehen, abhängig von der Unternehmensgröße, von einem Einsparpotential bis zu 2.000 Euro im Monat aus. Die EPOS Warenwirtschaft wird über das Internet betrieben. Zum Betrieb benötigt der Fachhändler nur Standard-Hardware, Windows und einen DSL-Anschluss. Eine Investition in weitere Hardware ist nicht erforderlich.



Wie gewohnt informierte auch die Herweck AG die Besucher über die verschiedenen Angebote und Dienstleistungen, die den Partnern zur Verfügung stehen. Im Mittelpunkt standen in diesem Jahr die Null-Prozent-Handyfinanzierung und das im April eingeführte EPOS Warenwirtschaftssystem.



Fast 1.000 Fachhandelspartner hatten auch in diesem Jahr wieder den Weg zur Herweck Perspectives nach Kirkel im Saarland gefunden. Sie konnten sich bei insgesamt 61 Ausstellern informieren. Zu den Unternehmen, die auf der rund 1.000 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche zu finden waren, gehörten Agfeo, TomTom/TomTom Work, Jabra (obere Reihe), Hagenuk, Bury Technologies, Emporia (mittlere Reihe), Gigaset und HTC (untere Reihe; jeweils v. l.).

Auf großes Interesse stieß auch das Angebot einer Null-Prozent-Finanzierung von Handys. Dieses Angebot ermöglicht Händlern attraktive Margen und richtet sich an Endkunden, die ihr Gerät lieber wie gewohnt in Raten als mit einem einmaligen Betrag bezahlen wollen. Dazu schließt der Endkunde einen Handyvertrag in seinem Wunschart ab. Der Kreditvertrag wird über 24 Monate geschlossen (demnächst sollen auch andere Laufzeiten möglich sein). Die Zinsen werden aus der Marge des Fachhändlers finanziert.

Als Zusatztool bietet Herweck einen Finanzierungsrechner an, mit dem schnell und zuverlässig mit ein paar Klicks alle Konditionen kalkuliert werden können. Der Händler hat die Möglichkeit, durch Angabe des Netto-Einkaufspreises, entweder den Finanzierungsbetrag, seine Marge oder die monatliche Kundenrate in das Onlineformular einzugeben. Der Rechner ermittelt dann die fehlenden Werte. Informationen und die notwendigen Unterlagen zu diesem Angebot finden Interessenten online unter www.handyfinanzierung.herweck.de.

Samsung stellte auf der Perspectives 2010 erstmals die ITK-Systemlösung OfficeServ 7030 vor. Die Systeme wurden live aus-

gestellt und durch unterschiedliche Vertriebsaktionen beworben. Bei Samsung OfficeServ 7030 handelt es sich um eine ITK-Systemlösung für zwei bis 20 Nebenstellen. Die OfficeServe 7030 ist eine Komplettlösung. Sie verfügt unter anderem über VoiceMail mit E-Mail-Versand, vorhandene Mobiltelefone können integriert werden.

In einem Gespräch mit Vertretern der Fachpresse wiesen die Vorstände Jörg Herweck und Dieter Philippi stolz auf die aktuelle Veröffentlichung des Creditreform Bonitätsindex hin. Dieser wird aus einer Vielzahl von Daten ermittelt und dient zur schnellen

Beurteilung der Zahlungsfähigkeit eines Unternehmens. „Bei der Herweck AG ist demnach das Geld bzw. sind die Provisionen am sichersten“, fasste Herweck das Ergebnis der Creditreform Analyse zusammen. Dies sei gerade in einer Zeit, in der die Branche wieder einmal durch viel Bewegung aufhorchen lasse, ein wichtiges Signal für die Handelspartner.

Vor dem Hintergrund verschiedener Insolvenzen betonten beide Vorstände, dass die Herweck AG nach wie vor ohne Fremdkapital solide finanziert sei und man nicht mit dem Gedanken spiele, sich von einem anderen Unternehmen kaufen zu lassen.

Ingo Edler neuer Samsung ITK-Produktmanager

Herweck hat 2009 acht und im ersten Halbjahr 2010 8,5 neue Stellen geschaffen. Eine weitere Aufstockung um zwei bis drei Vertriebsmitarbeiter ist geplant. Eine der neu besetzten Positionen hat Ingo Edler inne. Er zeichnet jetzt für den Auf- und Ausbau des Produktbereichs Samsung ITK-Systemlösungen verantwortlich. Edler bringt langjährige Erfahrungen auf Distributions- und auf Herstellerseite mit. Von 1996 bis 2006 war er bei Panasonic im Marketing und Vertrieb tätig. Danach verantwortete er bei der mycom Distributions GmbH Akquise und vertriebliche Betreuung von IT- und TK-Systempartnern sowie die Projektierung und direkte Vermarktung von B2B-Systemlösungen und -Services. Von 2008 bis 2010 betreute Edler bei Samsung Telecom als Sales Manager den Ausbau des ITK-Bereichs. Mit der Vermarktung genau dieses Produktsegments beschäftigt er sich jetzt bei Herweck.





IT

Zwei Neuerungen im Vaio All-in-one Segment

Das Sony Vaio Sommer-Line-up präsentiert im All-in-one Segment zwei Neuerungen: ein Update der 24 Zoll großen L-Serie und die neue J-Serie mit 21,5 Zoll Touchscreen. Die beiden All-in-One Serien von Sony Vaio bieten dank Touchscreen mit Multi-Touch-Funktion eine besonders komfortable und leichte Bedienung. Auf den großen, brillanten Vaio Plus Full-HD-Displays kommen nicht nur die eigenen Fotos und Videos optimal zur Geltung, sondern auch die Navigation durch Dokumente und Websites wird damit zum Vergnügen.

Sowohl die Vaio J- als auch die Vaio L-Serie von Sony wenden sich an Kunden, die höchste Ansprüche an Design und Ergonomie im Wohnraum legen. Die eleganten schwarz-silbernen Geräte benötigen nur ein einziges Kabel – nämlich das Stromkabel – und sorgen somit für ein aufgeräumtes Aussehen. Werden Tastatur und Maus nicht benötigt, können diese in eine Aussparung unterhalb des Displays geschoben werden und verschwinden somit aus dem Sichtfeld. Die Full-HD-Displays arbeiten mit mehreren Hintergrundlampen und garantieren damit großartige Bilder mit strahlenden Farben. Mit der Multi-Touch-Funktion können Fotos mit einer Handbewegung auf dem Display ausgewählt, gewechselt, gedreht und vergrößert werden. Die Vaio Media Gallery verwaltet sämtliche Medieninhalte auf der Festplatte und stellt diese übersichtlich zur Verfügung. Dabei „lernt“ die Software, was

den Nutzer interessiert und macht ihm passende Vorschläge, beispielsweise zu Musik-Hits aus einem bestimmten Jahrzehnt. Dank integriertem TV-Tuner kann die Vaio L-Serie auch zum Fernsehen genutzt werden. Mit der vorinstallierten You-Paint Software verwandelt sich das Full-HD-Display in ein „digitales Malbuch“. Die Software hält unter anderem Malstifte, Stempel, Bilder und



allerlei Bearbeitungsfunktionen und Effekte bereit, mit denen sich ein kreatives Bild via Fingertipp erstellen lässt.

Wie alle aktuellen Vaio Modelle bieten auch die neuen All-in-One Lösungen über Vaio Gate zur einfachen Bedienung und Vaio Care zur Systempflege. Die Vaio J- und Vaio L-Serien von Sony sind ab Juli mit Windows 7 Premium oder Windows 7 Professional erhältlich.

Die unverbindlichen Verkaufsempfehlungen lauten: VPC-J11M1EB (Windows 7 Premium): 999 Euro; VPC-J11J1EB (Windows 7 Professional): 999 Euro; VPC-L13J (Windows 7 Professional): 1.299 Euro;

Mobil-TV mit dem TechniSat AirStar TeleStick 2

Mit dem DVB-T USB-Stick AirStar TeleStick 2 von TechniSat können via DVB-T ausgestrahlte TV- und Radioprogramme in digitaler Bildqualität am Notebook oder PC empfangen werden. In Deutschland sind die öffentlich-rechtlichen TV-Programme via DVB-T so gut wie flächendeckend zu empfangen. Um den mobilen TV-Empfang zu ermöglichen, muss der handliche DVB-T-Empfänger über USB mit dem Notebook verbunden werden. Dann müssen die Antenne angebracht, die Software installiert und die Sender gesucht werden. Anschließend sind das Notebook oder der Heim-PC als vollwertiges DVB-T-Fernsehgerät zu nutzen. Im Lieferumfang des AirStar TeleStick 2 befinden sich neben einer kleinen leistungsstarken DVB-T-Antenne eine Software-CD mit Empfangssoftware und erforderlichen Treibern sowie eine Fernbedienung. Über einen mitgelieferten Adapter ist es problemlos möglich, den AirStar TeleStick 2 mit jeder Zimmer- oder Hausantenne zu verbinden. Mit dem mitgelieferten DVB Viewer TE2 bietet TechniSat eine hochwertige und leicht nutzbare TV-Software für alle seine PC-Produkte. Diese Software ermöglicht über eine intuitive Menüführung die Nutzung einer Fülle interessanter Funktionen wie zum Beispiel den elektronischen Komfort-Programminformationsdienst (ePID), die digitale Videorecorderfunktion (inkl. TimeShift) sowie die Teletextfunktion. Eine frei sortierbare Favoritenliste mit Senderlogo, Programminformation und Fortschrittsbalken der aktuellen Sendung gehört ebenfalls zum Leistungsumfang des DVB Viewers TE2. Mit EVE v2 liefert TechniSat eine leistungsstarke Videobearbeitungs-Software ohne Aufpreis mit dem AirStar TeleStick 2 aus. Mit Schnittfunktionen, einer Vielzahl von Überblend- und Spezialeffekten sowie vorbereiteten Brennprofilen gibt es zahlreiche Möglichkeiten, aufgenommene Sendungen weiterzuverarbeiten. So lassen sich zum Beispiel Werbspausen aus Aufnahmen entfernen, aber auch aufwendigere Zusammenschnitte problemlos umsetzen. Vordefinierte Einstellungen für das Brennen auf Video-CDs, SVCDs und DVDs machen Formatumwandlungen überflüssig. Der AirStar TeleStick 2 ist zum unverbindlichen Verkaufspreis von 49,99 Euro erhältlich.

www.technisat.de

Samsung baut die Führungsposition bei Large Format Displays weiter aus

Samsung hat nach eigenen Erhebungen des Unternehmens seine weltweite Führungsposition in dem schnellwachsenden Markt für Large Format Displays (LFD) ausgebaut. Samsung profitiert hierbei den Angaben zufolge von einer innovativen und umfassenden Produktpalette mit Displays von 32 bis 82 Zoll, stromsparenden LED-Displays, Monitoren mit ultraschlanken Rahmen sowie speziellen Touch- und Outdoorlösungen. Dank des vielfältigen Angebots an LFDs hat Samsung weltweit mit 100.000 verkauften DID-Panels (Digital Information Display) im April einen Rekordumsatz erzielt. Laut firmeneigener Verkaufszahlen wurde so die Marktführerschaft im Bereich LFDs weiter ausgebaut. Ähnliche Zahlen meldet auch die deutsche Niederlassung: So konnte die Samsung Electronics Deutschland ihren wertmäßigen Marktanteil im Monitorbereich (auf Basis GfK) im ersten Quartal auf 22,9 Prozent steigern, im Vergleich zum ersten Quartal 2009 ein Plus von 4,5 Prozent. Beim B2B-Geschäft hat sich der Systemhauskanal insgesamt im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr mit sechs Prozent mehr Verkäufen ebenfalls deutlich robuster gezeigt. Samsung konnte hier mit seinen Partnern bereits eine Vielzahl von Projekten umsetzen, speziell im Umfeld der kleinen und mittelständischen Unternehmen.

„Large Format Displays für Digital Signage Anwendun-

gen stellen einen maßgeblichen Wachstumstreiber für den LCD-Markt dar“, sagt Jürgen Reinhard, Senior Product Marketing Manager Display bei Samsung. „Mit unserem breitgefächerten Angebot an spezialisierten Produkten und Lösungen werden wir unsere Position weiter ausbauen und stärken.“

Seit der Präsentation von Samsungs ersten LFD-Lösungen im Jahr 2006 wurde das Wachstum stetig vorangetrieben. Das Marktforschungsunternehmen DisplaySearch prognostiziert für den Gesamtmarkt der LFDs ein Wachstumspotential von mehr als 400 Prozent innerhalb der nächsten sechs Jahre. Der Absatz soll von 2,23 Millionen verkauften Einheiten im Jahr 2010 auf 9,09 Millionen im Jahr 2016 ansteigen. Samsungs Marktanteil bei großformatigen LCDs, die einen Großteil des LFD-Marktes ausmachen, liegt bei 41,9 Prozent mit 463.000 verkauften Einheiten im Jahr 2009. Für dieses Jahr wird laut DisplaySearch ein weiterer Zuwachs auf bis zu 48,8 Prozent erwartet.

Maßgeblich für den Erfolg ist Samsungs technologische Führerschaft. Dadurch kann das Unternehmen ein breites Spektrum von Display-Lösungen anbieten und eine hohe Produktqualität garantieren. Samsung hat eine Vielzahl von spezialisierten LFDs eingeführt, um passende Lösungen für jeden Anwendungsbereich anbieten zu können.

www.samsung.de

VPC-L13M (Windows 7 Premium): 1.299 Euro; VPC-L13S (Blu-ray, Windows 7 Premium): 1.699 Euro.

www.sony.de

Jörg Welsch verstärkt Vertrieb von Displays und Projektoren bei Samsung

Jörg Welsch ist neuer Sales Manager Display für den Reseller und Corporate Account-Bereich bei Samsung. Er koordiniert und verantwortet den Vertrieb von Monitoren, Projektoren,



Photo Frames sowie Thin Client- und Network-Displays in Deutschland. Welsch war zuvor fünf Jahre für die Toshiba Europe GmbH als Vertriebsleiter für Projektoren und Displays tätig. Weitere berufliche Stationen waren eine dreijährige Verantwortung als Consumer Channel Sales Manager bei der Adaptec GmbH und fünf Jahre als Europäischer Sales und Marketing Manager bei Seiko Instruments. Welsch hat Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing und Personal-/Sozialwesen an der Fachhochschule Frankfurt/Main studiert.

www.samsung.de

BenQ stellt neue Monitor-TV-Geräte mit LED-Backlight vor

BenQ hat mit seinen neuen multifunktionalen Monitor-TV-Modellen ML2241 und ML2441 als einer der ersten Hersteller Monitor-TV-Geräte mit LED-Backlight vorgestellt. Die

extrem dünnen, schwarz glänzenden Modelle sind bestens für PC-Anwendungen oder als Fernsehgerät sowohl im Büro oder auch als Zweitgerät für zu Hause geeignet. Auch Gamer und Filmliebhaber sollen nach den Wünschen des Herstellers viel Freude an den neuen Monitor-TV-Modellen haben. Der BenQ ML2241 und ML2441 sind ab sofort zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 279 bzw. 329 Euro erhältlich.

Mit der Einführung des 21,5"/54,6-cm-Gerätes ML2241 und des 23,6"/59,9-cm-Gerätes ML2441 will BenQ die Anwender erreichen, die von einem TV-Gerät ein großartiges visuelles Erlebnis erwarten, das neben dem Flachbildformat eine hervorragende Bildqualität zu einem erschwinglichen Preis bietet. Die Monitor-TV-Geräte zeichnen sich durch eine Reaktionszeit von fünf Millisekunden und Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080) aus. Die Geräte können Filme bei einer Auflösung von 1.080p mit 24 fps darstellen, so dass der Anwender eine sehr gute Bildqualität ohne Verzerrungen genießen kann. Mit der energiesparenden Edge-LED-Hintergrundbeleuchtung werden eine höhere Lichtleistung, ein optimierter Farbraum und flimmerfreie Bilder erzielt und zugleich die Umwelt geschont. Dank der energieeffizienten LED-Leuchten, mit einer maximalen Leistungsaufnahme von 38 Watt, wird der Energieverbrauch um mehr als 35 Prozent reduziert – verglichen mit herkömmlichen CCFL Geräten –, ohne Bildqualitätsverluste in Kauf nehmen zu müssen. Darüber hinaus tragen die quecksilberfreien Panels zur Reduzierung der Umweltverschmutzung bei.

Die BenQ ML2241 / ML2441 sind mit vielfältigen Anschlüssen ausgestattet. Dazu gehören drei HDMI 1.3-Schnittstellen, die dekomprimierte Signale in die höchstmögliche Bildqualität umwandeln. Zusätzlich verfügen die BenQ Modelle über integrierte Stereo-Lautsprecher von 2 x 3

Watt und über einen Kopfhörerausgang. Zur komfortablen Bedienung liegt eine Fernbedienung bei.

www.benq.com

Das Sony Vaio Y gibt es jetzt auch in den Farben Blau und Grün

Die Anfang des Jahres eingeführte Vaio Y-Serie erfreute sich innerhalb kürzester Zeit großer Beliebtheit bei den Konsumenten. Für Nutzer, die gerne Farbe bekennen, ist das Vaio Y neben Silber nun auch in Blau und Grün erhältlich. Durch den Verzicht auf ein integriertes optisches Laufwerk ist das Magnesium-Gehäuse besonders flach und leicht und kann bequem transportiert werden. Die



Kombination aus stromsparendem Intel Pentium U5400 Prozessor und integriertem Grafikchip verbraucht besonders wenig Energie und produziert kaum Abwärme. Das Vaio Y beherrscht alle gängigen Funkstandards und bietet einen HDMI-Ausgang, 320 GB Festplattenkapazität und vier GB Arbeitsspeicher. Das kratzfeste, kontrastreiche 13,3 Zoll Breitbild-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung sorgt für beste Ablesbarkeit und ist auch für augenschonende Nutzung über mehrere Stunden geeignet. Wie auch beim Vorgänger, spendiert Sony Vaio Käufern des Gerätes nach erfolgter Registrierung den externen DVD-Brenner DRX-S70U im Wert von 79 Euro. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für das VPC-Y21S1E lautet 799 Euro.

www.sony.de



blueLino von LinTech verbindet Apples iPads mit Audiosystemen

Wer Musik auf seinem neuen iPad auch mit natürlichem Raumklang hören möchte, kann die auf dem Tablet gespeicherten Songs mit dem neuen blueLino von LinTech per Bluetooth auf eine HiFi-Anlage oder ein aktives Lautsprechersystem übertragen. Gesendet werden die Daten dabei im Bluetooth Protokoll A2DP. Das kleine Gerät wird zur Datenübertragung in den Aux- oder Line-In-Eingang der Anlage oder das Audiosystem gesteckt. So ist es auch möglich, Musik von jedem mit Bluetooth ausgestatteten Gerät über diese Anlage zu hören: Kommen zum Beispiel Freunde mit einem iPhone oder einem iPad zu Besuch, können sie ihre Audiofavoriten ebenfalls problemlos über die Hi-Fi-Anlage des Gastgebers abspielen und so ihre Lieblingsmusik mit anderen teilen. www.lintech.de

Sony bringt neue Vaio W-Serie im Billabong Design auf den Markt

Sony und die vor allem bei jungen Menschen beliebte Boardshort-Marke Billabong haben gemeinsam ein neues Vaio Mini-Notebook im Billabong Design



entwickelt. „Imperial Lime“ nennt sich das Boardshort-Design, das dem Chassis der Vaio W-Serie in der Billabong Special Edition in der exklusiven Farbkombination aus Blau, Grün und Schwarz einen modernen Look verpasst. Um unterwegs im Internet

zu surfen, über die integrierte Webcam zu chatten oder Fotos auf das Mini-Notebook zu laden, ist die neue Vaio W-Serie von Sony ein guter Begleiter. Das Vaio VPCW21C7E ist mit 10,1-Zoll-Bildschirmdiagonale und modernem, stromsparendem Intel Atom N470 Prozessor mit 1,83 Gigahertz ausgestattet. Dank seiner kompakten Maße passt es bequem in jeden Rucksack. Das hochwertige Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung sorgt dank seiner starken Leuchtkraft überall für beste Ablesbarkeit und ist daher besonders für den Einsatz unter freiem Himmel geeignet. Nicht nur schön, sondern auch praktisch sind das mit Texturen versehene Design-Touchpad, das eine zielgenaue Führung sichert, sowie das Isolation Keyboard, das mit seiner vollwertigen Tastatur ein komfortables Tippen ermöglicht. Die Vaio W-Serie von Sony im exklusiven Billabong Design ist ab August erhältlich. Als Zubehör gibt es im Set eine passende Tasche im Neopren-Look inklusive Maus. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das neue Sony Vaio VPCW21C7E lautet 399,00 Euro. www.sony.de

Externes Plexor BD Combo Laufwerk gibt Blue-ray-Filme auf dem PC wieder

Plexor hat das neue externe Laufwerk BD Combo Super Multi Drive vorgestellt. Es gibt High-Definition Blu-ray-Filme auf dem PC wieder. Das PX-B310U ist ein robustes und modern gestaltetes Laufwerk, das über USB 2.0 mit jedem PC oder Notebook verbunden werden kann und dank Plug-and-Play sofort einsetzbar ist. Das PX-B310U ist eine All-in-one-Lösung, die sowohl Blu-ray-Disks wiedergibt als auch Daten auf CDs oder DVDs brennt. Das Laufwerk ermöglicht einen schnellen und hochwertigen Brennvorgang, der bei Single Layer DVD±R Medien (4,7 GB) mit 16facher, bei DL-Medien (8,5 GB) mit achtfacher und bei DVD-RAM-Rohlingen



Utilities Software für Windows bietet dem Nutzer noch weitere Anwendungen für sein Laufwerk. „PlexUtilities“ zeigt erweiterte Laufwerkinformationen an und bietet umfangreiche Audio- und Multimedia-Funktionen. Der Anwender hat zudem die Möglichkeit, jeden Brennvorgang individuell zu steuern und zu koordinieren. Das neue externe Plexor BD Combo Laufwerk ist ab sofort zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 219 Euro erhältlich. www.plexor-europe.com

Verbatim Desktop und Portable Store 'n' Go HDDs mit USB 3.0

Verbatim ist einer der ersten Hersteller, der den neuen USB-3.0-Standard in seine Desktop- und portablen Festplatten einbaut. USB 3.0 überträgt Daten mit einer Geschwindigkeit von bis zu 4,8 Gbit/Sek. – im Vergleich zu USB 2.0 eine Steigerung um das Zehnfache (siehe PoS-MAIL 5/2010, S. 26). Damit sind die Verbatim Festplatten vor allem für Nutzer geeignet, die große Dateien übertragen wollen. Mit Abmessungen von nur 127 x 82 x 20 mm und einem Gewicht von 165 Gramm (in der Version mit 500 GB) ist die neue USB 3.0 Portable Store 'n' Go HDD von Verbatim sehr handlich. Sie passt in jede Damenhandtasche oder jedes Herrenjackett,



Neuer Mitsubishi Electric Projektor ist 3D-ready

Speziell für extrem kurze Projektionsdistanzen ausgelegt ist der Business-Projektor EW230U-ST, den Mitsubishi Electric auf den Markt gebracht hat. Das neue Modell kommt mit einem Abstand von 63 cm aus, um Präsentationen auf einer Projektionsfläche mit einer Bildhöhe von über 150 cm zu erzeugen. Beim EW230U-ST handelt es sich um einen für Breitbildformate ausgelegten Wide XGA-Projektor. Er wurde mit Brilliant Color-Technologie ausgestattet, arbeitet mit einer Lichtstärke von 2.500 ANSI Lumen (bei einem Kontrastverhältnis von 2.000:1) und ist 3D-ready. Das handliche Gerät wiegt 2,8 kg, ist netzwerkfähig und eignet sich damit sehr gut für den mobilen Einsatz in verschiedenen Räumen. Vor Ort sorgen Passwortschutz und eine Diebstahlvorrichtung für Sicherheit. Der „Kurzstreckenprojektor“ lässt sich per Fernbedienung steuern und ist schnell auf- und wieder abgebaut. Die Anpassung an verschiedene Wandfarben erfolgt über die Wall-Screen-Funktion, und die integrierte Instant-Shut-Down-Funktion gewährleistet sofortiges Abschalten. Ebenso komfortabel ist der direkte Lampenzugriff von oben. Die Lebensdauer der Lampe wird mit circa 4.000 Stunden im Low Mode angegeben. Auf die besonderen Akustikbedingungen in kleinen Räumen ist zudem der Lüfter mit einem Betriebsgeräusch von 29 dB ausgerichtet. www.mitsubishi-vis.de



Samsungs neues Netbook N150 mit 10,1"/26 cm Bildschirmdiagonale



Samsung hat mit dem N150 ein neues Netbook vorgestellt, das sich mit einem USB-DVB-T-Stick (gibt es bereits für unter 20 Euro) kombinieren lässt und damit den Empfang von Fernsehsendungen – zum Beispiel die entscheidenden Partien der Fußball-Weltmeisterschaft – überall ermöglicht. Samsungs Einsteiger-Modell mit 10,1"/26 cm Bildschirmdiagonale eignet sich besonders gut zum Mitnehmen. Mit Intel Atom Prozessor N450 ausgestattet, garantiert das Netbook, je nach Modell- und Ausstattungsvariante, bis zu acht Stunden netzunabhängigen Betrieb. Der Easy Resolution Manager sorgt für hohe brillante Bildqualität (Format 1.024 x 768). Dank des entspiegelten Displays sind die Bildschirmhalte auch bei Sonneneinstrahlung scharf. Für die Tonübertragung sind zwei ins Gehäuse integrierte Lautsprecher (drei Watt) zuständig.



Über den integrierten 3-in-1-Kartenleser können Fotos von der Speicherkarte einer Digitalkamera auf das Netbook übertragen werden. Dem Anwender bleiben dadurch sowohl ein zusätzliches Kabel als auch die langwierige Installation einer speziellen Software erspart. Das N150 ist außerdem mit Samsungs einzigartiger Duracase-Gehäusearchitektur vor Schäden bei Stürzen geschützt. Sollte das Netbook trotzdem einmal beschädigt werden, steht das Samsung Service-Team dem Nutzer zur Seite. 24 Monate profitieren Käufer mit der Vor-Ort-Abhol-Garantie inklusive Verpackungsservice vom Samsung Support. Für die audiovisuelle Kommunikation bietet das neue Samsung Netbook ein integriertes Mikrofon, einen Kopfhörer-Anschluss und eine Webcam. www.samsung.de

so dass man sie flexibel überall hin mitnehmen kann. Die Ein-Kabel-Lösung macht ein separates Stromkabel überflüssig, da sowohl die Datenübertragung als auch die Stromversorgung über das mitgelieferte Kabel ablaufen. Die neue USB 3.0 Desktop HDD von Verbatim wird optional mit einer PCIe Card ausgeliefert, die es auch Nutzern ohne USB-3.0-Anschluss ermöglicht, von der zehnmal schnelleren Geschwindigkeit dieser HDD zu profitieren. Die Festplatte misst 202 x 114 x 40 mm und wiegt etwa ein Kilogramm. Beide Verbatim Festplattenmodelle (Desktop und Portable HDD) enthalten zwei Software-Pakete. Nero Back ItUp und Burn Essentials bringt drei wichtige Funktionen in einer Software zusammen: Nutzer können regelmäßige Backups durchführen, ihre Fotos, Videos oder andere Daten auf CD, DVD oder Blu-ray brennen und zusätzlich beschädigte Daten mit dem Nero RescueAgent wieder herstellen. Die Green Button Software reduziert den Energieverbrauch und verlängert damit die Laufzeit der HDD. Die Laufwerke werden automatisch nach einer vorher festgelegten Zeit oder manuell durch einen Klick auf den Green Button in den Schlafmodus versetzt. Die Verbatim USB 3.0 Desktop HDD mit 2 TB ist optional mit einer PCIe Card für USB 3.0 Verbindungen zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 201,49 Euro erhältlich, ohne Karte für 176,49 Euro. Die Verbatim USB 3.0 Portable Store 'n' Go HDDs mit 1 TB bzw. 500 GB stehen ab sofort für 176,49 Euro bzw. 91,49 Euro (UVP) bereit. www.verbatim.de

Das kompakte MSI X360 soll den Erfolg der X-Slim-Serie fortsetzen



Extrem schlank, extrem leicht und extrem schick – mit dem X360 wertet MSI seine X-Slim-Serie weiter auf. Bei diesem neuen 13"/33-cm-Notebook X360 kommt erstmals der neue und leistungsstarke Intel Core i5-Prozessor mit besonders stromsparender Ultra Low Voltage (ULV) Technik zum Einsatz. Das ermöglicht höchste Performance im Subnotebook-Bereich bei einer Akkulaufzeit von bis zu neun Stunden. Das Gehäuse im modernen

Ultra-thin-Design macht das X360 extra mobil: Vielreisende werden die geringe Höhe von 23 mm und das Gewicht von 1,6 kg ebenso schätzen wie Lifestyle-User, die ihr Notebook immer und überall dabei haben wollen. Das moderne und stabile Chiclet-Key-Keyboard-Design und das große Multi-Touch Touchpad erhöhen den Komfort bei der Maussteuerung und beim Tippen. Die MSI Color-Film-Print Lackierung gibt der kratzstabilen Oberfläche ein unverkennbares Aussehen. Der neue stromsparende Intel Core i5-520UM Prozessor des X360 überzeugt mit einer Reihe innovativer Leistungs-Features wie Dual-Core- und Intel Hyper-Threading-Technik für intelligentes Multitasking. Ergänzend erhöht die Intel Turbo-



Boost-Funktion je nach Anforderung der laufenden Anwendung die Taktfrequenz automatisch. Dank der integrierten Intel HD-Grafik und dem Intel HM55 Express Chipsatz bietet das X360 zusätzlich auch Audio- und Video Performance auf höchstem Niveau. Für die richtige Film-Darstellung in 16:9-HD-Auflösung sorgt das 33-Zentimeter-Display (13") mit energiesparendem und langlebigem LED-Backlight. Zur weiteren Ausstattung gehören 4-GB-Arbeitsspeicher, ein HDMI-Ausgang für einfaches Abspielen von Medien am heimischen TV-Gerät, schnelles WLAN nach dem 11n-Standard, Bluetooth, ein Kartenleser sowie eine 1,3-Megapixel Webcam und ein Mikrofon für Video-Chats. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 899 Euro – inklusive Schutzhülle und zwei Jahren Garantie mit Vor-Ort-Abhol- und -Bring-Service. Das Betriebssystem ist Windows 7 Home Premium. www.msi-computer.de

Office 2010 bietet dem Handel großes Absatzpotential „Fachwissen statt Fläche“

Nach dem erfolgreichen Start von Windows 7 im Herbst des vorigen Jahres hat Microsoft mit Office 2010 ein weiteres Highlight auf den Markt gebracht: Seit einigen Wochen ist Office 2010, die aktuelle Version der weltweit meistgenutzten Bürosoftware in Deutschland erhältlich. Vom Start weg erfreute sich die neue Software einer großen Nachfrage. „Der erfolgreiche Verkaufsstart von Office 2010 beweist, dass unsere Strategie ‚Fachwissen statt Fläche‘ die richtige ist“, betont Oliver Kaltner, Country Manager Entertainment & Devices bei Microsoft Deutschland.

Der Start von Office 2010 knüpfte nahtlos an die äußerst guten Ergebnisse von Windows 7 an. Microsoft habe die Geschäftsbe-

IT-Umgebungen integrieren und trägt laut Kaltner dazu bei, Kosten zu senken und Wachstum zu generieren.

Alternativ zur Nutzung am PC funktioniert Office 2010 auch mit tragbaren Endgeräten über Office Mobile oder den Browser. Ob auf dem Weg zum Flughafen oder im Café, dem mobilen Arbeiten sind kaum Grenzen gesetzt. Dokumente können im Team bearbeitet werden, auch wenn der Kollege schon auf dem Weg zum Geschäftstermin ist. Kaltner: „Office 2010 entspricht wie kein zweites Softwarepaket den Ansprüchen der heutigen Arbeitswelt. Die Aspekte Zusammenarbeit, Mobilität und Einfachheit standen für uns bei der Entwicklung im Fokus.“ Office 2010 integriert darüber hinaus Foto und



Oliver Kaltner, Country Manager Entertainment & Devices, Microsoft Deutschland

ziehungen sukzessive ausgebaut, so dass eine detaillierte Distribution eine gute Warenverfügbarkeit von Tag eins an sichergestellt habe, meint Kaltner.

Effektiv im Beruf

„Mit Office 2010 meistern Unternehmen alle Herausforderungen des Arbeitslebens“, stellt Kaltner fest. „Mitarbeiter arbeiten schneller, einfacher und intuitiver. Dabei ist es gleichgültig, ob sie im Büro, im Home Office oder unterwegs sind, ob sie allein oder in Arbeitsgruppen tätig sind.“ Office 2010 lässt sich einfach in bestehende



Trainingsangebot für Office 2010

Mit einem umfassenden Trainingsangebot unterstützt Microsoft den Handel, das Absatzpotential von Office 2010 voll auszuschöpfen. Wie bei der Markteinführung von Windows 7 setzt das Unternehmen auf eine Mischung aus Inhouse- und Online-Schulungen: Die Microsoft Trainings-Force tourt bereits seit Februar durch Deutschland und schult Verkäufer zu den Produktfeatures von Office 2010. Mehr als 3.000 Mitarbeitern aus über 600 Märkten wurden bis heute bei Inhouse-Terminen und im Zuge einer Roadshow die Vorzüge und Verkaufsargumente von Office 2010 nähergebracht – und die Tour geht weiter. Gleichzeitig bietet Microsoft auf seinem Retail-Portal SalesWissen den Händlern die Möglichkeit, sich zeit- und ortsunabhängig weiterzubilden. Unter www.sales-wissen.de finden Verkäufer ein umfassendes Portfolio an Hintergrundinformationen und Online-Trainings und können sich so weiterführende Kenntnisse aneignen. Durch das breit gefächerte Trainingsangebot bereitet Microsoft den Vertriebskanal auf die Fragen der Kunden vor, damit dieser sich als Dienstleister vom Wettbewerb abheben kann.



Am Point of Sale wurde Office 2010 bereits deutlich vor dem Start durch eine spezielle Werbekampagne visualisiert. Bereits Anfang März standen die ersten Werbemittel zur Verfügung. Händler, die sich noch nicht mit den PoS-Materialien versorgt haben oder nachrüsten wollen, können die Werbe- und Verkaufsförderungsmittel online unter www.sales-wissen.de anfordern. War es zunächst Ziel der Kampagne, frühzeitig das Bewusstsein der Konsumenten für den anstehenden Produktlaunch zu schärfen, so sollen die aktuellen Marketingaktivitäten Interesse an den neuen Möglichkeiten wecken und für einen durchgehend starken Abverkauf aller Office Versionen sorgen.

Videobearbeitungswerkzeuge, mit denen Nutzer ihrer Kreativität freien Lauf lassen können. Damit verleihen Anwender Dokumenten, Präsentationen und Tabellen ein professionelles Design – ohne dass dazu zusätzliche Anwendungen erforderlich wären.

Mit den Onlineerweiterungen von Word, Excel, OneNote und PowerPoint – den sogenannten Office Web Apps – können Dokumente erstellt, bearbeitet, gespeichert oder freigegeben werden. Nutzer greifen dazu direkt mit ihrem Browser mit der Office Benutzeroberfläche auf Dokumente zu. Da diese Anwendungen ausschließlich webbasiert sind, muss keine weitere Software heruntergeladen oder installiert werden – sie funktionieren sogar bei Computern, die kein Office 2010 installiert haben. Alles was benötigt wird, ist eine Windows Live ID, ein Webbrowser und eine bestehende Internetverbindung.

Home & Business Version

Neben den klassischen Nutzer-szenarien im Büroalltag setzt Microsoft mit Office 2010 auch weiter auf die Anwendungsbereiche im Consumer Umfeld. „Mit der Home & Business Version bieten wir einen günstigen Einstieg in die volle Outlook Funktionalität, was das Produkt für den Einzelhandel sehr attraktiv macht



und sich entsprechend positiv im Sell-In widerspiegelt“, erklärte Venesa Schütz, Director Sales Entertainment & Devices. „Mit der Product Key Card bieten sich darüber hinaus neue Möglichkeiten, Office 2010 am PoS zu positionieren“, so Schütz weiter.

Online-Trainingsportal

Um das Absatzpotential des Software-Blockbusters voll auszuschöpfen, unterstützt Microsoft den Handel bereits seit einigen Monaten durch gezielte Schulungen dabei, bestmögliche Beratungskompetenz zu erwerben (siehe Kasten unten links). Zum besonders wichtigen Unterstützungstool ist seit dem Verkaufsstart von Office 2010 das Micro-

soft Händlerportal SalesWissen geworden. Die Händler haben dort die Möglichkeit, ihr Produktwissen zeit- und ortsunabhängig zu vertiefen. Unter www.sales-wissen.de können die Mitarbeiter an verschiedenen Trainings teilnehmen und so ihre Beratungskompetenz im Verkauf gezielt optimieren. „Durch die vielseitigen Module wird der Vertriebskanal bestmöglich auf die Fragen der Kunden vorbereitet und kann sich im Beratungsgespräch als Dienstleister vom Wettbewerb abheben“, so Kaltner. Als zusätzlichen Anreiz vergibt Microsoft für absolvierte Trainings Bonuspunkte, die gegen kostenlose Leihstellungen von Microsoft Produkten eingetauscht werden können. www.microsoft.de



Office 2010 integriert auch Möglichkeiten für die Bearbeitung von Fotos und Videos.

HDMI: Viele Neuheiten für den Handel

Unterstützt vom Zubehörspezialisten G&BL hat die HDMI Licensing LLC dem Handel und der Industrie in Berlin wichtige Neuheiten rund um das Thema HDMI vorgestellt: Dabei erfuhren über 100 Seminarteilnehmer, dass sich in der Praxis alles ändern wird.

Steve Venuti, President der HDMI Licensing LLC, und G&BL hatten Vertreter aus Handel, Industrie und Presse zum HDMI-Technologie-Seminar 2010 nach Berlin geladen. Es war eine von nur zwei offiziellen Veranstaltungen in Europa, die zu den vielen Änderungen des HDMI-Standards angeboten wurden. Die Auftaktveranstaltung fand zuvor in Tokio statt.

Eines wurde schnell klar: Alles wird sich ändern, und die bisherigen HDMI-Standards weichen neuen Spezifikationen und Logos. Im Zuge des vollständigen Wegfalls der Versionsnummern bis November 2012 dürfen Kabelhersteller und Lieferanten ab sofort „HDMI 1.4“ nicht mehr auf Verpackungen, Produkten oder in der Werbung abbilden. Die Versionsnummern werden durch die neuen Klassifizierungen „HDMI Standard“ oder „HDMI High Speed“ ersetzt. Für HDMI-Buchsen an TV-Geräten kommen neue Kennzeichnungspflichten. Dazu werden viele neue Funktionen und Spezifikationen eingeführt, die sich auf 3D-Formate und Ethernet-Verbindungen beziehen: insbesondere für die Bereiche „3D Gaming“, „3D Home Theater“ und „3D Broadcast“. Zudem stellte

Steve Venuti die Neuheiten im „Automotive-Bereich“ und technische Feinheiten, beispielsweise zum „Audio Return Channel“, vor. Wer heute ein HDMI-Kabel verkauft oder kauft, hat meist noch Versionsnummern wie „1.3“ oder „1.4“ im Kopf. Das wird sich in Zukunft ändern. Statt von einem HDMI-1.x-Kabel spricht der Handel jetzt von Kabeln unterschiedlicher Geschwindigkeitsklassen mit unterschiedlichen Funktionen und unterschiedlicher Qualität. Zukünftig wird es fünf Kabeltypen geben:

„Standardkabel“, die maximal 720p/1.080i-Signale übertragen können (max. Datentransferrate 2,25 Gbps), Standardkabel mit „HDMI-Ethernet-Channel“ (kurz HEC), „High-Speed-Kabel“, die auch hohe Auflösungen bis hin zur sogenannten 4K-Auflösung (4.096 x 2.160 Pixel) erreichen (max. Datentransferrate 10,2 Gbps), „High-Speed-Kabel mit HEC“ und für die Automobilindustrie die durablen „Standardkabel Automotive“, die bei der Funktion identisch mit den Standardkabeln sind, allerdings kein Ethernet bieten. Um die neuen Bezeichnungen durchzusetzen, hat das HDMI-Konsortium neue Richtlinien festgelegt. Für Kabelherstel-

ler gelten strenge Regeln. Sie müssen bereits jetzt die Ware korrekt auszeichnen, sowohl auf der Packung als auch auf dem Kabel selbst. Ausnahmen gibt es nur für bereits produzierte Ware, die möglichst bis zum 18. November 2010 noch mit alter „1.3“ Beschriftung verkauft werden darf. Wer seine Kabel mit „1.4“ labelt, verhält sich nicht konform und wird vom HDMI-Konsortium aufgefordert, die Ware aus dem Handel zu entfernen. Damit ist



ein neu produziertes Kabel, das mit der Versionsnummer „1.4“ gekennzeichnet ist, offiziell kein HDMI-Kabel mehr.

Im übrigen müssen auch alle HDMI-Buchsen an den TV- oder Abspiel-Geräten nach den neuen Richtlinien beschriftet werden: bei-

spielsweise mit „ARC“ für Audio-Rückkanal, „HEC“ für HDMI-Ethernet-Channel oder „ARC und HEC“. Wer Kabel mit Netzwerk-Funktion möchte, muss eines der beiden neuen Kabel-Typen kaufen, die mit „Ethernet“ beschriftet sind, also das Standardkabel mit „HEC“ oder das High-Speed-Kabel mit „HEC“. Dies hat einen technischen Grund: Der HDMI-Ethernet-Channel bedient sich eines bisher ungenutzten Pins und ist strukturell

weniger Kabelsalat, denn wer die neuen HDMI-Kabel mit „HEC“ und „ARC“ nutzt, kann sich Netzwerk- und Audio-Kabel sparen. Wer ein Kabel mit HDMI-Ethernet-Channel („HEC“) besitzt, muss nur noch ein Gerät seiner Heimkino-Anlage mit dem Kabel ans Netzwerk anschließen. Um beispielsweise mit der Spielekonsole online zu gehen, reicht es dann aus, dass der Blu-ray-Player bereits mit dem Internet verbunden ist.

G&BL bietet ausschließlich „HDMI High Speed“ Kabel an, auch wenn sie teilweise noch als „1.3“ gelabelt sind. Darüber hinaus gibt es im „Luxury Segment“ von G&BL die ersten Kabel, die „High-Speed-Kabel mit HEC“ zertifiziert sind und die neuen Logos nutzen.

Im Laufe des Jahres werden bei G&BL alle HDMI-Kabel auf die neuen Logos und Kennzeichnungen umgestellt.



IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

**PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards**

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion

wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635

Pimp your printer...

...die Abverkaufspromotion für den Handel!

- mit trendigen Produkten neue Zielgruppen und Absatzmöglichkeiten erschließen
- On Top Umsätze generieren



Personalisierung und Individualität – Samsung unterstützt den Abverkauf von Druckern mit einer ganz besonderen Promotion!

Pimp your sales!



ML-1915 Graffiti



ML-1915 City



ML-1915 Paisley



ML-1915 Monster

www.samsung-xchange.de



Farblaser-Drucker
CLP-315 Graffiti

SAMSUNG

TURN ON TOMORROW

Spitzenklang aus vielen Quellen. Jetzt so einfach wie noch nie.

Die neuen LIFESTYLE® Home Entertainment Systems geben Ihren Kunden heute und in Zukunft die freie Wahl der Audio-/Video-Quellen – wie zum Beispiel Blu-ray Player, Spielekonsolen, Kabel-TV oder iPod. Die neuen LIFESTYLE® Home Entertainment Systems setzen die neuen Standards für Spitzenklang, Eleganz, Quellenvielfalt und einfachste Bedienung.

Willkommen in der Home Entertainment Zukunft!
Jetzt machen Sie es Ihren Kunden ganz einfach, sich zu entscheiden!

Nur von Bose:



Die neue Unify™ Technology integriert automatisch bis zu 6 HD Audio-/Video-Quellen. Ihre Kunden kontrollieren alle Quellen und Funktionen über einfache Navigationsmenüs „on-screen“ und eine einzige, logische Fernbedienung. Schon nach wenigen Minuten steuern Ihre Kunden zu Hause sicher durch die neuen Home Entertainment Welten.

Für Musik. Für Filme. Für Spiele. Von Bose.