

POS-MAIL

Oktober 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Free
your
sales



Die Innovation von Sennheiser: Die MX Wireless 1 Stereo-Ohrhörer sind mit ihrer vollständig kabellosen Übertragungstechnik in dieser Form völlig neu. Neben einem klaren Sound der Extraklasse erwartet Ihre anspruchsvollen Kunden mit dem Haltesystem „Twist-to-fit“ ein äußerst angenehmer Tragekomfort. Setzen Sie mit uns Impulse für Ihre Verkäufe! www.sennheiser.com

SENNHEISER



Panasonic Lumix G1

– die erste Kamera einer neuen Gerätegeneration

Es gibt nicht immer eine photokina, auf der wirklich Aufregendes passiert. In manchen Jahren geht es eher um Modellpflege und die Weiterentwicklung von bereits Bekanntem als um die Einführung von Neuem. Und nicht immer wird das, was doch neu ist, zu einem Verkaufsschlager. Man erinnere sich beispielsweise an Kodaks Photo CD oder die Einführung des APS-Kamerasystems in den 90er Jahren. Auf der Messe noch Hoffnungsträger für Industrie und Handel, wurden die Produkte zunächst zu Ladenhütern und gerieten dann bei den meisten Zeitgenossen in Vergessenheit. Die photokina 2008 verspricht

Anders als das damalige APS-Kamerasystem starten die Lumix G1 und der Micro Four Thirds Standard unter deutlich besseren Bedingungen. So kann die neue Kamera zum Beispiel auf einem bewährten und im Markt erfolgreichen System aufbauen und

dessen Möglichkeiten weiter fortführen. Als erstes Kamerasystem überhaupt war der Four Thirds Standard ausschließlich auf die (technischen) Bedürfnisse der Digitalfotografie zugeschnitten, ohne Rücksicht auf bestehende Produkte nehmen zu müssen.

dagegen, eine Messe zu werden, von der wichtige Impulse für die nächsten Jahre ausgehen. Einen der Höhepunkte dürfte dabei die Einführung des neuen Micro Four Thirds Kamerasystems darstellen. Nur wenige Wochen, nachdem der neue Standard von den Initiatoren Olympus und Panasonic als marktreif angekündigt wurde (siehe PoS-MAIL 9/2008, S. 42), präsentiert Panasonic mit der Lumix G1 das erste Produkt einer vollkommenen Gerätegeneration. Eingebettet in ein komplettes Zubehörsystem, hat die Lumix G1 das Zeug dazu, ein bleibendes Kapitel Fotogeschichte zu schreiben.

Unter Einsatz eines neuen Sensorformates (dessen Außenmaße dem System den Namen gaben) und der damit verbundenen Verringerung des Aufmaßes (das ist der Abstand zwischen Bajonett und Sensor) entstanden so Kameras und Objektive, die zum einen

wesentlich kompakter gebaut werden konnten als vergleichbare Spiegelreflexkameras und die zudem durch eine neue Art der Lichtführung keine Kompromisse bei der Bildqualität machen mussten. Verkaufszahlen in Millionenhöhe und ein Marktanteil von rund

LUMIX G
MICRO SYSTEM



DAEWOO
ELECTRONICS

www.daewoo-electronics.com

Schluss mit der Arroganz!

Die IFA war ein Erfolg – besonders für HDTV. Die Geräte-Hersteller machten Nägel mit Köpfen und katapultierten die Bildqualität der neuen HDTV-Generation spektakulär nach oben. Halbbildfrequenzen bis 200 Hz, Backlight LEDs, die neue Plasma-Generation – noch nie hat man so gute Fernsehbilder gesehen. HDTV ist toll!



Dennoch halten die großen Sender an ihrem Schleichtempo fest: ARD und ZDF wollen erst ab 2010 einsteigen, bei RTL und Pro7/Sat1 fehlen weiterhin konkrete Aussagen.

Panasonic setzte ein klares Zeichen: Das Unternehmen präsentierte zwar den ersten Blu-ray-Recorder, bringt ihn aber in Deutschland nicht auf den Markt. Was soll man auch mit so einem Gerät, wenn es keine HD-Programme gibt, die man aufnehmen kann. Im Klartext: Die Arroganz in den Funkhäusern kostet den deutschen High-Tech-Fachhandel bares Geld. Das ist ein Skandal.

Nun kann niemand RTL oder der Pro7/Sat1-Gruppe in die unternehmerischen Entscheidungen hineinreden. Anders sieht es allerdings bei ARD und ZDF aus: Sie leben von Zwangsgebühren und sitzen auf einem großen, staatlich garantierten Geldsack, ohne sich zu bewegen. Die Konsumenten dürfen, nein, müssen zahlen, ohne eine adäquate Leistung dafür zu bekommen.

Ebenfalls Panasonic stellte übrigens mit Viera Cast ein interessantes Konzept vor, das (hochauflösende) Inhalte aus dem Internet auf den Fernsehbildschirm bringt. Wir wünschen viel Erfolg! Es wäre schön, wenn abseits der Sendeanstalten so viel HD-Content auf die Bildschirme gebracht würde, dass die Kunden auf die Idee kommen, die Sender seien am Ende überflüssig. Zumindest die Verantwortlichen bei den Privaten müssten dann um ihren Stuhl fürchten; bei den gebührengemästeten, öffentlich-rechtlichen Intendanten kommt es dagegen leider auf den Marktanteil nicht an. Schade eigentlich.

Der Bundesverband Technik hat sich jetzt mit einem offenen Brief an die großen TV-Senderfamilien gewandt. Darin heißt es: „Die Unterzeichner fordern von allen TV-Sendern eine schnelle und verbindliche Entscheidung für das Fernsehen der Zukunft.“

Dem ist nichts hinzuzufügen.

Herzlichst Ihr


Thomas Blömer
Verleger


Franz Wagner
Objektmanagement

sieben Prozent in dem im wesentlichen von zwei Herstellern dominierten SLR-Markt zeigen, dass Fotografen diese Vorzüge zu schätzen wissen.

Micro Four Thirds erfüllt Verbraucherwünsche

Darüber hinaus kann die neue Lumix G1 darauf bauen, dass es für das neue Kamerasystem tatsächlich eine Zielgruppe gibt. Das war beim damaligen APS-System nicht so eindeutig der Fall, oder anders formuliert: Der Industrie ist es bei APS nie gelungen, den Mehrwert des Systems zum Kunden zu kommunizieren.

„Die seit Jahren erfreulichen Wachstumszahlen bei SLR-Kameras beweisen, dass es in diesem Markt einen hohen Bedarf bei den Endkunden gibt. Und obwohl wir Jahr für Jahr einen starken Preisverfall hinnehmen müssen, bleibt SLR ein margenträchtiges Segment im Fachhandel“, stellte Michael Langbehn, Marketing Manager bei Panasonic, fest. „Auf der Basis dieser Überlegungen schien es sinnvoll, ein neues



Michael Langbehn, Marketing Manager bei Panasonic

System einzuführen, um noch weiteres, bislang ungenutztes Potential in diesem Markt auszuschöpfen. Micro Four Thirds wird neue Verkaufsargumente und -impulse liefern – und das genau zur richtigen Zeit, denn neben den Neueinsteigern sind jetzt auch viele Kunden auf der Suche nach einer Ausstattung, mit der sie ihre älteren Digitalkameras ersetzen können.“

Mit den Vorteilen des neuen Systems werde Panasonic eine Zielgruppe erreichen, für die es bislang noch keine Geräte auf dem

Markt gibt. „Umfragen zeigen, dass viele Verbraucher zwar großes Interesse an der SLR-Fotografie haben, sich aber keine SLR-Kameras kaufen, weil die existierenden Modelle ihnen zu schwer, zu groß und zu kompliziert sind“, führte Langbehn aus. „Diese Gründe



Die Lumix G1 kommt in den drei Farbvarianten Schwarz, Rot und Blau auf den Markt.



zählen jetzt nicht mehr. Micro Four Thirds spricht genau diese Kunden an, indem es auf deren Wünsche zugeschnittene Produkte liefert, ohne hinsichtlich der Qualität Kompromisse eingehen zu müssen.“

Auch der CE-Handel wird profitieren

Von dem neuen Markt, der mit dem Micro Four Thirds System geschaffen wird, werde laut Langbehn auch der CE-Händler profitieren. „Bekanntermaßen war der CE-Handel bislang nicht die erste Adresse für Kunden, die eine qualitativ hochwertige Systemkamera gesucht haben“, so der Marketing Manager. „Micro Four Thirds macht es jetzt aber aufgrund seiner Produkteigenschaften auch dieser Händlergruppe extrem einfach, eine SLR-Kamera bzw. ein SLR-System zu verkaufen.“

Was macht die Lumix G1 aus?

Wodurch aber unterscheidet sich die neue Lumix G1 denn jetzt von anderen Kameras? „Geringe Abmessungen, hohe Leistung, exzellente Bildqualität und einfache Bedienung, mit diesen drei Stichworten lassen sich die wesentlichen Vorzüge der neuen Kamera

beschreiben“, meint Langbehn. Das neue Modell ist die weltweit erste Kamera des neuen Micro Four Thirds Standards und führt die Vorzüge des bereits bekannten Four Thirds Systems weiter.

Auffälligstes optisches Kennzeichen der Lumix G1 ist die kompakte Bauform. Mit Abmessungen von 124 x 83,6 x 45,2 mm wird die Lumix G1 den bei der Ankündigung des Micro Four Thirds Standards geweckten Erwartungen hinsichtlich kompakterer Baugröße gerecht. Das Gehäuse präsentiert sich deutlich kleiner als die derzeit im Markt befindlichen SLR-Kameras (zum Vergleich Lumix L1: 146 x 87 x 80 mm, Lumix L10: 135 x 96 x 78 mm). Damit dürfte Panasonic genau die zuvor beschriebene Zielgruppe derjenigen erreichen, die zwar an SLR-Fotografie interessiert sind, aber bislang vor allem deshalb auf den Kauf einer entsprechenden Kamera verzichtet haben, weil ihnen die Gehäuse zu groß und zu schwer waren. Denn sind die Gründe Nummer eins und drei auf der Liste der SLR-Kaufhürden. Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass Grund Nummer zwei „zu teuer“ ist. Ermöglicht wird die kompaktere Bauweise



Das um 270 Grad schwenkbare 3"-Display ist eines der Kennzeichen der neuen Lumix G1.

durch Änderungen am Innenleben der Kameras, die als typisches Kennzeichen des Four Thirds Systems anzusehen sind. So verzichtet die Lumix G1 beispielsweise auf den bislang für SLR-Kameras typischen Spiegel, und auch der AF-Sensor ist nicht mehr vorhanden. Durch diese Änderungen der Gehäusearchitektur konnte das Auflagemaß um etwa 50 Prozent verkürzt werden.

Neues AF-System misst direkt am Sensor

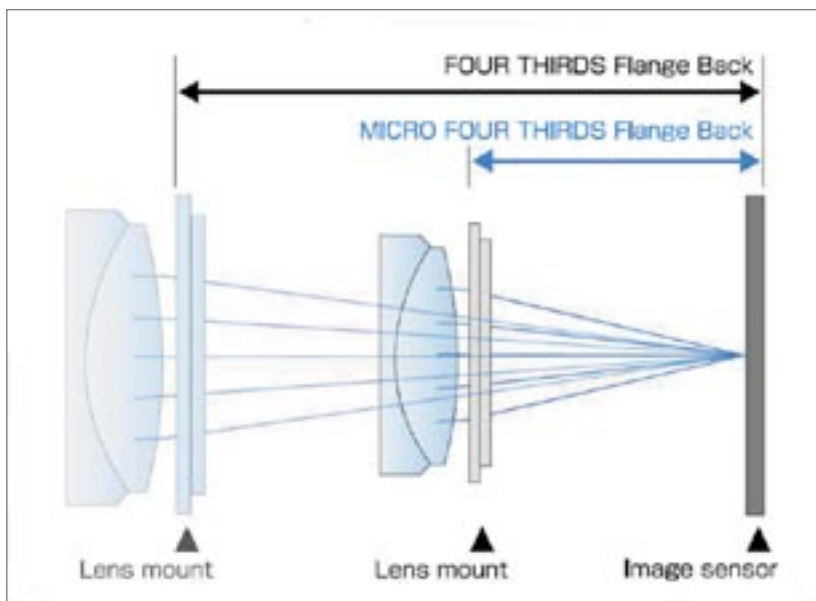
Dafür, dass die Fotografie ohne Spiegel und im Gehäuse befindlichen AF-Sensor sich nicht negativ auf Bildqualität und Handhabung auswirkt, garantiert das neue und innovative Kontrast-Autofokussystem der Kamera: Die Schärfe wird unmittelbar auf dem Aufnahmesensor gemessen. Gesichtserkennung und AF-Verfolgung sowie 23 AF-Punkte gewährleisten schnelle und genaue Scharfstellung. Bei Bedarf kann der Fotograf auch den Ein-Punkt-Autofokus wählen, der ihm die Möglichkeit zur Positionsverschiebung und die vierstufige Größenwahl bietet.

Ausstattung wird SLR-Ansprüchen gerecht

Dass die Lumix G1 auch die Ziele hoher Leistung und exzellenter Bildqualität erfüllt, zeigt ein Blick auf die Liste der technischen



Zur Bildgestaltung stehen bei der Lumix G1 ein LiveView Sucher und ein ausklappbares Display zur Verfügung.



Die Verkürzung des Auflagemaßes auf die Hälfte ist eines der maßgeblichen Kriterien des neuen Micro Four Thirds Standards.

Daten (siehe Kasten unten). Diese lässt erkennen, dass die Kamera nicht nur wegen ihres 12,1-Megapixel-Sensors, der übrigens mit denen der bei Four Thirds Kameras verwendeten identisch ist, sondern auch mit ihrem sonstigen Angebot an Features und Funktionen keinen Vergleich mit entsprechenden SLR-Kameras anderer Systeme zu scheuen braucht.



Die Lumix G1 ist von Beginn an Teil eines kompletten Kamerasystems. Neben Objektiven gehören dazu beispielsweise auch ein Blitzgerät, Filter und ein Adapter (zur Benutzung von Objektiven des Four Thirds Systems).

Erwähneswert ist, dass auch dieses Kameramodell mit einem Ultraschall-Staubschutz für den Bildsensor sowie einem verbesserten Venus Engine HD Bildprozessor ausgestattet wurde.

LiveView Sucher mit 1,44 Mio. Pixeln

Die Aufgabe, die Bedienung zu vereinfachen, haben die Panasonic Ingenieure mit der Lumix G1 ebenfalls gelöst. So verwendet die Kamera statt des üblicherweise in

SLR-Kameras verwendeten Spiegels einen weiterentwickelten Live-View Sucher. Dieser bietet 1,44 Millionen Bildpunkte und ein

Sichtfeld von 100 Prozent. So kann der Fotograf die bildgestalterische Arbeit in gewohnter Weise ausführen.

Zusätzlich steht ein um 270 Grad schwenkbarer Sucher (mit 460.000 Pixeln) bereit, der sowohl für die Wahl des Bildausschnitts vor als auch für die Bildkontrolle nach der Aufnahme benutzt werden kann.

Bedienkonzept orientiert sich an Kompaktkameras

Ein extrem vereinfachtes Bedienkonzept präsentiert die Lumix G1 über die LiveView-Funktion hinaus, indem die Zahl der Bedienelemente am Kameragehäuse auf ein Minimum reduziert wurde. Stattdessen arbeitet die Kamera mit einem innovativen Bedienkonzept über den LCD-Monitor, das sich an der Benutzerführung von Kompaktkameras orientiert. Dieses neuartige Bedienkonzept dürfte besonders potentielle Umsteiger aus dem Kompaktkamerasegment ansprechen.

Lumix G1 ist Teil eines kompletten Systems

Die Vielfalt des Zubehörprogramms, das Panasonic gleichzeitig mit der Lumix G1 auf den

Mit der Lumix G1 kommen zwei Objektive

Mit der G1 bringt Panasonic auch zwei Objektive für das Micro Four Thirds System auf den Markt. Standardmäßig wird das Gehäuse mit dem Lumix G Vario 14–45 mm/F3.5–5.6 ASPH./O.I.S (entspricht 28–90 mm bei Kleinbild) ausgeliefert. Optional dazu steht das Lumix G Vario 45–200/F4.0–5.6/O.I.S (entspricht 90–400 mm bei Kleinbild) bereit. Auch ein Bundle mit beiden Objektiven wird angeboten. Mit diesen beiden Opti-



ken deckt Panasonic einen Brennweitenbereich vom Weitwinkel bis zum Tele ab. Da mit der Lumix G1 auch – sofern der Fotograf auf die volle Auflösung verzichten will – noch eine Verlängerung der optischen Brennweite bis zum maximalen Faktor 2x und zusätzlich eine Digitalzoomfunktion bis maximal 4x zur Verfügung steht, dürfte dieses Brennweitemspektrum die Wünsche und Bedürfnisse der meisten Anwender problemlos befriedigen.

Markt bringt, unterstreicht den Anspruch, Micro Four Thirds von Beginn an als komplettes Kamerasystem zu etablieren. So gibt es schon jetzt zwei Wechselobjektive (siehe Kasten oben), ein Blitzgerät, Filter, Adapter (zur Nutzung der Four Thirds Objektive), verschiedene Kamerataschen und

Tragegurte im Lumix Design. Es ist davon auszugehen, dass diese Vielfalt an Zubehör in Zukunft kontinuierlich ausgebaut wird. Nach und nach werden Produkte für Spezialanwendungen das Sortiment erweitern und den Handel in die Lage versetzen, immer neue Zielgruppen anzusprechen.

Pos-MAIL INHALT

Grußworte zur photokina von Helmut Rupsch und Oliver P. Kurth ... 4
Aktuell ... 6
Die photokina ist ein Pflichttermin, nicht nur für Fotohändler und -dienstleister ... 8



Neues von PowerShot, EOS und Pixma bei Canon ... 12
Neue HD-fähige Sony Cyber-shot Kameras ... 13
Neue Kopf- und Ohrkanalhörer bei Sennheiser ... 13
Panasonic: Mit neuem Schnurlos-Portfolio auf dem Vormarsch ... 14
Informationstechnologie 14, 39, 40, 43
Unterhaltungselektronik ... 23
Displays ... 15
Die größte IFA aller Zeiten ... 16
Sony will weiter auf den Fachhandel zugehen ... 20

Satellitentechnik ... 21
DVD-Player XDE500KE: Toshiba's hochauflösende Antwort auf Blu-ray ... 22



Plantronics: Wettbewerbsvorteil für Gamer ... 22
IFA-Nachlese ... 26
Neugruppierung der japanischen Elektronik-Industrie ... 30
Navigation ... 31, 32
CE-Fachhandel zeigt großes Interesse am Merian scout Navigator ... 33
Telekommunikation ... 34, 36
Garmin gibt Einblicke in neues PoS-Konzept ... 35
T-Home mit neuen TV-, Radio- und Filminhalten ... 37
Car Entertainment ... 38
TechniSat: Neue HDTV-Serie setzt Maßstäbe ... 39
MP3 ... 41
Microsoft: Sicher arbeiten auf fast allen Oberflächen ... 42
Samsung X360: Das Ultra-Leichtgewicht Notebook ... 43
GC: Gamesbranche verabschiedet sich aus Leipzig? ... 44
Games ... 45
Kleinanzeigen ... 46
No(?)sense ... 46
Impressum ... 46

photokina 2008 – World of Imaging

Köln, 23. bis 28. September

Grußwort von **Helmut Rupsch,** Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Die photokina ist ein ganz besonderes Highlight. Sie ist sozusagen die Olympiade der Foto- und Imagingbranche. Sie ist die Leistungsschau unseres Industriezweiges schlechthin. Die photokina ist sehr viel mehr als nur eine reine Technikshow, die den Foto- und Imagingworkflow mit ihren 1.600 Ausstellern aus 50 Ländern wie keine andere Messe darstellt. Die photokina wartet mit einem Rahmenprogramm auf, das einzigartig für die Messelandschaft in unserer Branche ist und dem Besucher echten Mehrwert garantiert.

Die photokina lebt: Im Jahr 2008 allein zählen wir wieder mehr als 100 Neuaussteller. Die Messe zeigt viele Weiterentwicklungen in den verschiedenen Segmenten von der Bildaufzeichnung, der

Bildverarbeitung bis hin zur Bildausgabe und Bildpräsentation. Viele dieser Weiterentwicklungen haben es in sich und machen wieder richtig Lust auf das Bild. Wer die photokina besucht, der bekommt einen umfassenden Einblick in den Foto- und Imagingworkflow mit all seinen Facetten.

Die photokina, und das hebt sie von anderen Messen ab, bietet ein Rahmenprogramm, das seinesgleichen in der Messelandschaft sucht. Das Rahmenprogramm ist einzigartig und spricht den Hobbyfotografen genauso an wie den Profifotografen, Fachanwender oder Händler. In diesem Jahr wurde ein Rahmenprogramm von den photokina-Veranstaltern auf die Beine gestellt, das neben Bewährtem viel Neues zu bieten hat.

Die Business-Plattform photokina zeigt deutlich Profil und ist klar fokussiert auf das Thema Bild in allen Facetten des Imagingworkflows. Sie ist kein Bildausschnitt wie andere Messen, die photokina ist das ganze Bild im Vollformat. Ein Besuch der photokina und der Fotostadt Köln lohnt sich auf jeden Fall.



Daher herzlich willkommen auf der World of Imaging.

Helmut Rupsch

Grußwort von **Oliver P. Kuhrt,** Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

Es ist wieder soweit: Die photokina, die bedeutendste Messe für die globale Imaging-Branche, präsentiert den Besuchern aus aller Welt wieder ein einzigartiges Spektrum an Produktinnovationen, technischen Highlights, Dienstleistungen und faszinierenden Eindrücken rund um das Medium Bild. Zum 30. Mal wird Köln durch die photokina zum Mekka der Fotoenthusiasten und zum Businesszentrum für ein internationales Fachpublikum, aus Handel und Industrie sowie professionellen Fotografen aus aller Welt.

Rund 1.500 Anbieter aus 50 Ländern stellen sich in einer Vielfalt und Bandbreite dar, wie sie nur in Köln zur photokina zu erleben ist. Beeindruckend auch die Internationalität der Aussteller: Über 60 Prozent von ihnen kommen aus dem Ausland. Zusammen mit erwarteten rd. 160.000 Besuchern aus etwa 140 Ländern – die meisten davon Fachhändler und Profis – machen sie die photokina zum einzigen wirklich globalen Treffpunkt der Imaging-Branche.

Viele der ausstellenden Unternehmen haben auf der photokina 2008 ihre Ausstellungsflächen zum Teil nochmals deutlich vergrößert. Darunter Sony, Panasonic, Samsung und Canon. Das ist ein klares Zeichen für die einzigartige Stellung der photokina als bedeutendste internationale Plattform der Branche.

„Imaging is more“ bleibt das Motto der photokina. Die Besucher können auch in diesem Jahr wieder auf ein umfangreiches und interessantes Rahmenprogramm zurückgreifen, darunter Kongresse, Symposien und Vorträge, die das Informationsbedürfnis der Fachbesucher berücksichtigen. Fachhändlern aus aller Welt bieten wir auch in diesem Jahr einen besonderen Service an: Die International Buyers Lounge im Europasaal des Congress-Centrums Ost fungiert als Anlaufstelle von unschätzbarem Wert.

Dass die photokina darüber hinaus mit einem hochkarätigen Rahmenprogramm an Fachkongressen, Symposien, Erlebnisswelten und kulturellen Highlights aufwartet, versteht sich von selbst. Es bietet Ihnen als Fachbesucher ebenso wie den fotobegeisterten Privatanwendern einen echten Mehrwert. Kultur pur bieten zudem die vielen Fotoausstellungen in den Messehallen, allen voran die „Visual Gallery“ in Halle 1. Damit auch unsere Fachbesucher diese Bilder in Ruhe genießen können, ist die Visual Gallery täglich bis 19.00 Uhr geöffnet.



Ich wünsche Ihnen, dass Sie trotz sicher enger Terminpläne die Zeit finden, auch diesen hervorragenden kulturellen Genuss der photokina 2008 zu genießen. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen erfolgreichen und informativen Aufenthalt auf der photokina.

Oliver P. Kuhrt

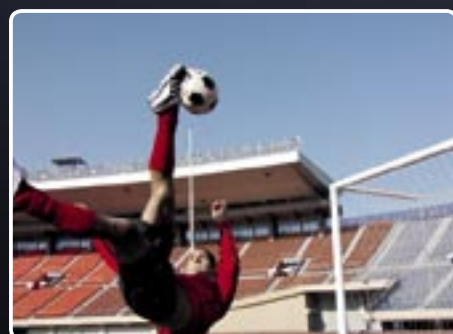
40 FOTOS PRO SEKUNDE, UM DEN PERFEKTEN MOMENT FESTZUHALTEN.



DIE NEUE EXILIM EX-FH20.

- Highspeed Fotografie* mit bis zu 40 Fotos/Sekunde
- Highspeed Filmaufnahmen mit bis zu 1.000 Bildern/Sekunde
- 9,1 Megapixel
- 26 mm Weitwinkeloptik
- 20fach optischer Zoom
- Mechanische Bildstabilisierung
- 7,6 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- HD Videoaufzeichnung
- YouTube™ Capture Mode

*1-30 Fotos/Sek. mit 8 MP; 40 Fotos/Sek. mit 7 MP



HIGH SPEED
EXILIM

PoS Aktuell

Toshiba mit neuem Vertriebsdirektor B2B

Michael Sauer (45) bekleidet seit 1. August die Position des Vertriebsdirektors B2B der Toshiba Europe GmbH Computersysteme DACH. Damit tritt er die Nachfolge von Bernd Schneider (64) an, der die Toshiba Europe GmbH Anfang des Jahres verlassen hat. Seit 25 Jahren im Vertrieb der IT Industrie sowohl für Hardware als auch für Softwareprodukte tätig, ist der Diplom-Kaufmann ein alteingesessener Branchenkenner. Zuletzt war Michael Sauer vier Jahre lang in der Position des Head of Sales bei Sage für das SMB Mittelstandsgeschäft verantwortlich und trug die internationale Verantwortung für das Customer Relationship Management (CRM) Geschäft.



Michael Sauer

www.toshiba.de

Trade Marketing Manager bei Panasonic Batteries

Panasonic Batteries hat zum 15. Juni 2008 sein Marketingteam durch Lars Schimming (40) als Trade Marketing Manager verstärkt. Der Diplom-Betriebswirt bringt langjährige Marketing Erfahrung aus seiner Tätigkeit für namhafte Markenhersteller mit. Bei Panasonic Batteries ist Lars Schimming für das Trade Marketing im Bereich Consumer Batterien in Deutschland zuständig. In dieser Position verantwortet er die Verkaufsförderung, die von Marktforschung sowie Pressearbeit für Fach- und Publikumsmedien flankiert wird. Zudem übernimmt Lars Schimming die Adaption internationaler Promotion-Kampagnen für den deutschen Markt sowie ihre individuelle Abstimmung mit Handelspartnern.



Lars Schimming

www.panasonic-batteries.com

Brechtmann wechselt in die Microsoft-Zentrale

Stephan Brechtmann (45), bisher Director Entertainment & Devices der Microsoft Deutschland GmbH, wird ab Herbst 2008 zum Senior Director World Wide Windows Category Marketing berufen. In seiner neuen Funktion berichtet er an Felipe Sanchez Romero, General Manager World Wide Retail Commercial und wird zum Firmensitz nach Redmond wechseln. Sein bisheriger Verantwortungsbereich umfasst die Vermarktung aller im Handel erhältlichen Produkte, etwa Windows, Office, Xbox 360, Games for Windows sowie aller Hardwareprodukte. Bis zum Wechsel nach Redmond wird Brechtmann die Geschäfte der Entertainment & Devices Division weiter führen.



Stephan Brechtmann

www.microsoft.de

EP: verstärkt sein Management-Team

Mit Hans-Peter Lorenz verstärkt ElectronicPartner die Europäische Geschäftsführung der Verbundgruppe. Lorenz übernimmt zum 6. Oktober 2008 die Position des für MediMax zuständigen Geschäftsführers.



Hans-Peter Lorenz

Derzeit übernimmt der international erfahrene Handelsmanager seine Aufgaben als CEO von Selgros in Polen. Hans-Peter Lorenz ist ein Mann der Fläche, der den Kontakt zu den Menschen im Verkauf sucht. „Ich verstehe es als meine Aufgabe, meine Mitarbeiter zum Handeln zu befähigen“, so Lorenz. „Mein Ideal ist, mich am Ende selber für ein florierendes Tagesgeschäft weitestgehend in den Hintergrund zu nehmen. Da Electronic-Partner auch international viele Handlungsfelder bietet, wird es genug zu tun geben.“

www.electronicpartner.de

Jutta Schneider wechselt von HP zu Microsoft

Die Microsoft Deutschland GmbH hat mit Jutta Schneider (45) eine neue Direktorin für das Services-Geschäft ernannt. Sie folgt auf Henrik Schlaegel, der Microsoft Ende April 2008 verlassen hat. Schneider wird damit Mitglied der Geschäftsleitung und berichtet direkt an Achim Berg, Vorsitzender der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland. Schneider war zuletzt Direktor Consulting und Integration bei HP Services und verantwortete den Verkauf sowie die Lieferung des Hewlett-Packard-Portfolios für Consulting- und Integrationsleistungen an Zielkunden.



Jutta Schneider

www.microsoft.de

Van Merchandising bei Panasonic Batteries

Warenverfügbarkeit, Kostenvorteile und Kundennähe sind die Grundgedanken des Van Merchandising. Zum Produktportfolio von Panasonic Batteries gehören Alkali-, Oxyride- und aufladbare Batterien, Knopfzellen, Foto- und Uhrenbatterien sowie Ladegeräte und Taschenlampen. Um diese Produkte dem Handel zuzuliefern, betreibt das Unternehmen seit Januar 2002 das sogenannte „Van Merchandising“. Hierbei wird der



Handel persönlich beliefert. Zu den wichtigsten Punkten des Konzepts zählen die direkte Entnahme der Produkte aus dem Fahrzeug sowie die

ALPINE
Mobile Media Solutions

eX-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

iPod Controller mit Bluetooth – Für jedes Audiosystem in jedem Fahrzeug!

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

sofortige Preisauszeichnung und Platzierung am PoS durch den Lieferanten. 16 Van Merchandiser beliefern rund 1.200 Outlets. So erfolgt die Bestückung markt- und abverkaufsgerecht. Das Konzept eröffnet den Handelspartnern Ertrags- und Kostenvorteile, denn durch die entfallende Lagerhaltung werden Warenbestand und Kapitalbindung verringert. „Die Verbraucher finden jederzeit ein aktuelles und übersichtliches Angebot der Produkte vor“, so Oliver Zeh, Head of Central & East Area bei Panasonic Batteries.

www.panasonic-batteries.com

Funai mit neuem Internet-Auftritt

Ab sofort stehen den Besuchern der Seite des japanischen Elektronikkonzerns auf www.funai.de unter dem Motto „Die Wirklichkeit erleben“ vielfältige Informationen zu den Produkten und dem Unternehmen zur Verfügung. Dabei können die Nutzer sich sowohl einen allgemeinen Überblick über die verschiedenen Produktgruppen verschaffen oder aber nach spezifischen Details suchen. So stehen neben den Highlight-Informationen für alle Geräte auch hochauflösende Bilder sowie Produktdatenblätter und ganze Bedienungsanleitungen online zur Verfügung. „Ziel ist es, den Besuchern der Seite unsere Produkte möglichst übersichtlich zu präsentieren und so eine intuitive Navigation möglich zu machen“, zeigt sich Frank B. McDowell, General Manager – Business Unit Germany, mit dem Resultat zufrieden.

www.funai.de

LG strukturiert Vertriebsorganisation neu

Um die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel zu intensivieren, hat sich LG Electronics neu aufgestellt. Ab sofort liegt die Betreuung der Fachhändler in den Händen eines ausschließlich für den Fachhandel verantwortlichen Vertriebsteams.

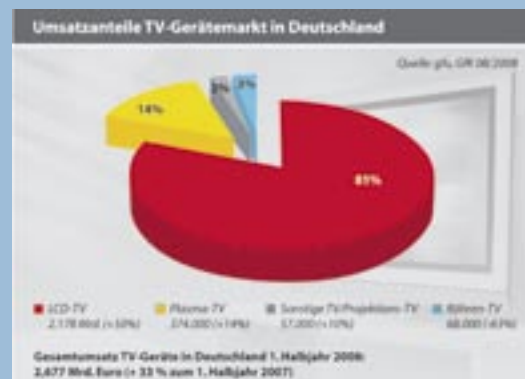
CE-Markt wächst im 1. Halbjahr 2008 um 5,9 Prozent – Tendenz steigend

Das erste Halbjahr dieses Jahres war für den Bereich Consumer Electronics erfolgreicher, als es Handel und Hersteller erwartet haben. Laut CEMIX, dem Consumer Electronics Markt Index, liegt das kumulierte Umsatzwachstum der drei Produktbereiche des Konsumentenmarktes von UE, IT, TK gegenüber dem ersten Halbjahr 2007 bei 5,9 Prozent. Maßgeblichen Anteil daran haben die Unterhaltungselektronik mit elf Prozent und die privat genutzten IT-Produkte mit 9,2 Prozent. Lediglich bei den privat genutzten Telekommunikationsprodukten ist ein Minus von 14,4 Prozent zu verzeichnen. Der Umsatzzuwachs resultiert hauptsächlich aus Steigerungen in den Bereichen TV-Geräte, digitale Set-Top-Boxen, Home-Audio, AV-Zubehör, Videogames und Notebooks. TV-Geräte mit großen Bilddiagonalen und gehobener, zukunftsicherer Ausstattung (wie integrierte digitale Tuner, Festplatten und Full-HD) waren im ersten Halbjahr 2008, auch bedingt durch die Sportereignisse Fußball-EM und Olympiade, besonders gefragt. Daraus resultiert eine Umsatzsteigerung von 32,8 Prozent im gesamten TV-Segment sowie ein durchschnittlicher TV-Geräte-Preis von 820 Euro. Dieser liegt damit über dem Niveau vom ersten Halbjahr 2007 mit 757 Euro. Bei den Stückzahlen verzeichnen die LCD- und Plasma-TVs ein Wachstum von 60 beziehungsweise 35 Prozent. Röhrengeräte gingen um 55 Prozent im Absatz und 63 Prozent im Umsatz zurück.

Bei den digitalen Set-Top-Boxen gab es Steigerungen von knapp sechs Prozent bei den Stückzahlen und 13 Prozent beim Umsatz. Ursache dafür ist die fortschreitende Digitalisierung der Übertragungswege. Die digitalen Kameras verzeichnen ein Mengenwachstum von mehr als acht Prozent bei nahezu konstantem Umsatz. Im Produktbereich Home-Audio setzte sich die positive Entwicklung des ersten Quartals mit mehr als acht Prozent Umsatzwachstum fort. In der Sparte AV-Zubehör erzielten die Kopfhörer, Universalfernbedienungen, Dockingstations und Minilautsprecher einen Umsatzzuwachs von mehr als 16 Prozent. Bei den Navigations-Geräten wurde trotz einer um knapp 38 Prozent höheren Stückzahl aufgrund des Preisverfalls erstmals ein Minus im Umsatz von knapp sechs Prozent verzeichnet.

Im Bereich der Videogames setzte sich die kräftige Belebung des Marktes mit 30 Prozent mehr Hardware-Absatz und acht Prozent mehr Software-Absatz fort. Bei den privat genutzten IT-Produkten wird das Wachstum erneut von den Notebooks mit einer Steigerung von 52 Prozent bei den Stückzahlen und 22 Prozent beim Umsatz getragen. Der Umsatzrückgang der privat genutzten Telekommunikations-Produkte ist hauptsächlich auf den Umsatzrückgang von mehr als 15 Prozent bei Mobiltelefonen zurückzuführen.

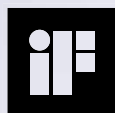
Für das zweite Halbjahr 2008 rechnen die Marktforscher aufgrund des bisherigen, durch die Sportereignisse positiv beeinflussten Marktverlaufs mit einem deutlich verlangsamten Wachstum. Die IFA als weltweite Leitmesse für Consumer Electronics und wichtigster Orderplatz der Branche hat wichtige Impulse für den Markt gesetzt, so dass sich bis Jahresende der Markt für Consumer Electronics weiter positiv entwickeln dürfte.



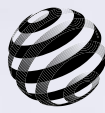
SIEMENS

Entdecken Sie eine neue Perfektion.

Gigaset SL780.
Mit edlem Metallgehäuse und
brillantem TFT-Farbdisplay.



communication
design
award
2008



reddot design award
honourable mention 2008



Ein neuer Maßstab für schnurlose Telefone: Das Gigaset SL780 aus massivem Metall und mit modernster Technik wie Bluetooth® und Mini-USB-Anschluss. Sowie einer neuen Bedienoberfläche, die bereits ausgezeichnet wurde. Mehr Infos unter www.siemens-partnerinfo.de



KOMMUNIKATION FÜR ZU HAUSE

Gigaset

Die photokina ist ein Pflichttermin, nicht Imaging-Neuheiten, Fotos

Die photokina 2008 verspricht, eine der aufregendsten photokina zu werden, die jemals stattgefunden haben. Dabei werden nicht nur Imaging-Neuheiten in Form von Produkten im Mittelpunkt stehen. Obwohl auch diese schon allein einen Besuch der Kölner Messe wert sind. Denn beispielsweise mit der Einführung des Micro Four Thirds Standards durch Panasonic wird ein Fotosystem zum Leben erweckt, von dem zu erwarten ist, dass es

Industrie, Handel und Verbrauchern in der Zukunft viel Vergnügen bereiten wird. Das Thema SLR-Fotografie wird darüber hinaus an vielen Ständen prominent vertreten sein, allen voran natürlich bei den großen Kameraherstellern, aber auch margenträchtiges Zubehör aus diesem Bereich ist zu sehen. Auffallend ist dabei, dass klassische Zubehörprodukte derzeit eine regelrechte Renaissance erleben.

Natürlich werden Bilder in jeglicher Form im Mittelpunkt der größten Imagingmesse der Welt stehen. Kunstbegriffe werden ebenso auf ihre Kosten kommen wie diejenigen, die an Praxis interessiert sind und deshalb an einem der zahlreichen Workshops teilnehmen oder sich bei Vorträgen von Profifotografen Anregungen holen wollen.

Die photokina zeigt aber vor allem, wie die komplette Wertschöpfungskette des Produktes Bild

funktioniert. Das erfolgreiche Konzept, den gesamten Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, wird in diesem Jahr – in optimierter Form – fortgesetzt. Statt der bisherigen fünf gibt es in diesem Jahr aber nur vier Angebotsbereiche, die den gesamten Imaging-Workflow in den Hallen abbilden. Dies sind die Bereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe. Die Angebotspalette der Zubehörartikel ist den jeweili-

gen Angebotsbereichen des Imaging-Workflows angegliedert. Mit dieser Optimierung kommt die Koelnmesse nach eigenen Angaben dem Wunsch des Marktes nach, der eine engere Verzahnung der einzelnen Angebotsbereiche mit dem ergänzenden Zubehörbereich als optimale Umsetzung des Workflow-Konzeptes ansehe. Dies führt gleichzeitig zu einer kompakteren und übersichtlicheren Hallenstruktur.

Kernthemen Bilderdienste, Vernetzung und HD

Neben den Produkten sind Bilderdienste und die Vernetzung (von Filialen ebenso wie in den eigenen vier Wänden und über das Internet) Kernthemen der Messe. Eine bedeutende Rolle spielen in diesem Zusammenhang die Integration von Videofunktionen in Fotokameras und, blickt man auf die aktuellen Camcorder, die Integration von Fotofunktionen in Videogeräte.

Ins Zentrum der Aufmerksamkeit dürfte dabei auch das Thema HD-Qualität rücken. Wer sich vor eini-



Wie immer werden auch viele Aussteller der photokina 2008 den Besuchern an ihren Ständen wieder vielfach Gelegenheit geben, selbst zur Kamera zu greifen.



Durch den Eingang Nord des Kölner Messegeländes werden auch in diesem Jahr wieder Zehntausende Menschen zur photokina strömen.

gen Wochen bereits auf der IFA 2008 in Berlin umgesehen hat, wird von der Bildqualität der neuen TV-Geräte begeistert und fasziniert gewesen sein. Es bedarf wenig Phantasie, um sich auszumalen, welche positive Reaktionen solche Geräte in Kombination mit HD-fähigen Fotokameras und Camcordern hervorrufen, wenn Endverbraucher die Gelegenheit haben, ihre eigenen Fotos in derartiger Spitzenqualität im heimischen Wohnzimmer anzusehen und anderen zu präsentieren.

Nur wenig mehr Phantasie bedarf es, sich auszumalen, welche neuen Geschäftsmodelle entstehen können, wenn sich Händler als Experten für das elektronische Bild positionieren und alle Möglichkeiten in ihrem Sortiment zusammenfassen.

Mit Blick auf das gedruckte Bild darf man sich fragen, ob solche Szenarien überhaupt wünschenswert sind und wann die Zeit kommen wird, in der die Menschen sich nur noch auf elektronisch erzeugte Bilder konzentrieren.

Niemand wird es wagen, hier eine Prognose abzugeben. Fest steht jedoch, dass uns das gedruckte Bild noch einige Jahre begleiten wird. Und so lange wird es auch bei den Bilddienstleistungen neue Geschäftsideen und -konzepte geben, die schon lange nicht mehr nur den Fotohandel angehen. Die photokina ist deshalb für jeden Händler der High-Tech-Branche, der sein Geschäft auf die Erfordernisse der Zukunft vorbereiten will, ein Pflichttermin.

Trend Aufnahmesensoren mit noch mehr Pixeln

Bei den Kameras bringen neue und verbesserte Aufnahmechips und schnellere Bildprozessoren erneute Verbesserungen der Bildqualität. Bestimmten früher CCD-Bildsensoren die Digitalfotografie, setzen sich zunehmend CMOS-Chips durch, die inzwischen frühere Leistungsmängel im Vergleich zu den CCD-Bildsensoren ausgleichen konnten. Aufgrund der günstigeren Fertigungsverfahren der auf dem Sensor inte-

International Buyers Lounge als Anlaufstelle für Fachhändler aus aller Welt

Mit der International Buyers Lounge im Europasaal des Congress-Centrums Ost gibt es auf der photokina 2008 eine exklusive Anlaufstelle für Fachhändler, die unter anderem einen Elektronischen Neuheitenkatalog, Info-Pakete, Besprechungsräume und eine Ruhe-Lounge bietet. Die International Buyers Lounge wird unter anderem durch den Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) unterstützt.

An jedem Messetag können sich Händler dort schon vor Messebeginn auf den Besuch der photokina vorbereiten. Das Service- und Informationsangebot reicht von detaillierten Messe- und Produktinformationen über individuelle Problemlösungen bis zum Zugriff auf spezielle Datenbanken und das World Wide Web. Die GfK Marketing Services bietet beispielsweise mit Encodex eine elektronische Datenbank für Artikelstammdaten mit einem Neuheitenkatalog, der auf Tastendruck den Zugriff auf ein umfassendes Sortiment an Imaging-Produkten ermöglicht.

Zum Angebot zählen zudem das kostenlose Fitness-Frühstück von 9.00 Uhr bis 10.00 Uhr sowie ein um-

fangreiches Info-Paket mit photokina-Katalog, handlichem Messebegleiter sowie Neuheiten- und Produkt-Infos. Während des Tages finden Fachhändler hier ständig aktualisierte Informationen, können sich auf Gespräche vorbereiten und mit Unterstützung durch das fachkundige Messteam Termine koordinieren und sich Gesprächspartner vermitteln lassen.

Darüber hinaus kommt auch der Convenience-Gedanke nicht zu kurz: Eine Meeting-Area steht für Fachgespräche bereit, und für vertrauliche Gespräche können kostenlos Besprechungsräume reserviert werden. In einer Ruhe-Lounge können sich die Besucher stärken, und die Wellness-Area bietet Massage-Sessel zur Entspannung.

Zutritt zur International Business Lounge haben ausschließlich registrierte Fachhändler. Eine Registrierung ist auch vor Ort möglich. Die International Business Lounge, im Europasaal, Congress-Centrum Ost, ist täglich von 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr geöffnet, also jeweils eine Stunde vor Messebeginn und nach Messeschluss.

nur für Fotohändler und -dienstleister und Geschäfts-Konzepte

grierbaren Schaltungen sowie weiterer Vorzüge gewinnen die CMOS-Sensoren immer mehr an Bedeutung. Durch neue Technologien und mit einem innovativen Pixellayout sowie Pixelgrößen von nur 1,4 Mikron konnten jüngst weitere Verbesserungen vor allem bei der Produktion kleinerer Sensoren erzielt werden – und dieses Rennen geht auf der photokina in seine nächste Runde. Aber auch bei den größeren Sensoren hat es Fortschritte durch Optimierung der Pixeleigenschaften gegeben. Durch die Verkleinerung der Pixel bei gleichzeitiger Verbesserung ihrer Lichtempfindlichkeit finden mehr Pixel auf der Bildfläche der Sensoren Platz.

Trend Kameras mit üppigen Zusatzfunktionen

Software und neue Gerätebauteile ermöglichen heute Anwendungsszenarien, die weit über das einstige Fotografieren, Film einlegen – Film belichten – Film rausnehmen, hinausgehen. Hinsichtlich der Ausstattung von Kameras lassen sich Trends in drei Kategorien ausmachen: Kommunikationsfähigkeit der Kameras, Verbesserungen auf dem Weg zu automatisch optimal belichteten Bildern, die es sowohl bei der integrierten softwarebasierten Bildverarbeitung als auch bei der „anfassbaren“

Ausstattung gibt, und anderweitige „physikalische“ Optimierungen der Kameras (etwa LiveView oder größere und besser ablesbare Displays). Immer mehr Kameras werden mit Features versehen, die ihnen die Kommunikation mit anderen Geräten erlauben. Ist die Bild-datenübertragung mit Hilfe eines USB-Kabels aus der Kamera oder über eine Dockingstation von Beginn der Digitalfotografie an normal, so sind auf der photokina viele Kameramodelle zu sehen, die auch die kabellose Übertragung von Bilddaten erlauben. Bevorzugte Technologie ist hier WirelessLAN (WLAN), ein Standard, der bereits millionenfach in deutschen Haushalten vertreten ist. WLAN-fähige Kameras sind in der Lage, mit entsprechend ausgestatteten Computern, Druckern oder Digitalrahmen zu kommunizieren, sie erlauben es aber auch, Fotos direkt aus der Kamera ins Internet zu laden.

Eine Kommunikations-Alternative zu WLAN stellt die ebenfalls kabellose Bluetooth-Technologie dar. Sie lässt sich allerdings nur über kürzere Distanzen nutzen und dient vornehmlich dazu, die Verbindung zu Druckern oder den neuen GPS-Modulen herzustellen, mit denen die Geodaten des jeweiligen Aufnahmestandortes ermit-

telt und den Bildern zugeordnet werden können. Und auch die Datenkommunikation über ein Kabel hat sich weiterentwickelt. Hier heißt das aktuelle Stichwort HDMI. Diese vier Buchstaben können gleichzeitig als Symbol für den Quantensprung betrachtet werden, den die Fotografie im Digitalzeitalter vollzogen hat.

Denn HDMI steht sowohl für eine Verbesserung der Bildqualität – bei Aufnahme und Präsentation – als auch für die Möglichkeit, Digitalkameras und Digitalfotos als Teil eines spannenden Entertainment-Netzwerkes zu nutzen. Neben dem Vorteil der hohen Bildqualität bietet die HDMI-Fähigkeit darüber hinaus noch einen

mender Generationen werden über Algorithmen verfügen, die ihnen das Erkennen und Korrigieren roter Pupillenlöcher noch einfacher und schneller ermöglichen, als das bisher schon der Fall ist.

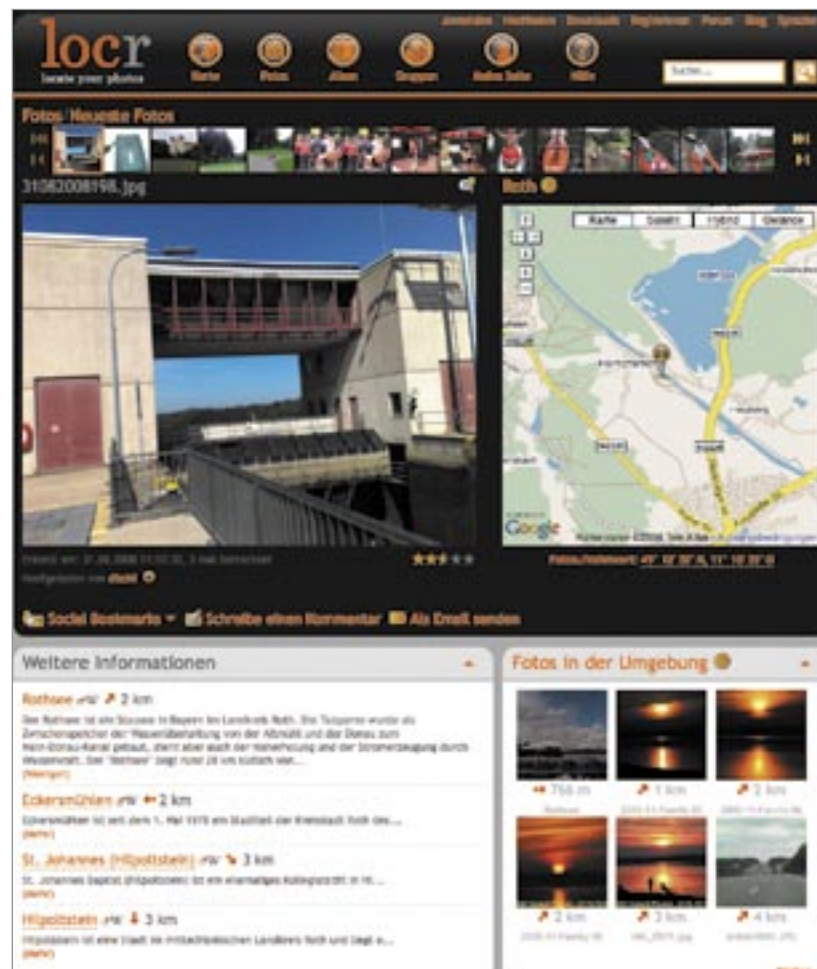
Zunehmende Möglichkeiten ergeben sich auch für die Bildbearbeitung in der Kamera. Hier sind nicht die Möglichkeiten gemeint, die eine Verbesserung der Bildqualität bewirken, sondern Effekte wie Rahmen, Icons, Sprechblasen etc., die das aufgenommene Bild aufwerten, verfremden oder in einen anderen Zusammenhang stellen.

Deutliche Fortschritte wurden in jüngster Vergangenheit hinsichtlich der Gesichtserkennung gemacht. Auch hier wurde Software weiterentwickelt. In welche Richtung die Reise geht, haben verschiedene Hersteller bereits gezeigt. So registriert diese Funktion zum einen Gesichter im ausgewählten Bildausschnitt und erkennt sie als zentrales Motiv, fokussiert und belichtet diese optimal. Zum anderen ist es möglich, Porträts direkt über das LCD der Kamera zu bearbeiten und beispielsweise Gesichtszüge bewusst auf lustige und übertriebene Weise zu verändern oder griesgrämigen Modellen ein Lächeln zu entlocken.

Ein großes Thema ist auf der photokina in diesem Jahr auch Geotagging. In die Kameras integrierte GPS-Module oder entsprechendes Zubehör sowie verbesserte Software und neue Dienste zur Darstellung der mit Geodaten versehenen Aufnahmen sind vor allem für vielreisende Fotografen von Interesse. Auf der Messe ist auch zu sehen, wie sich Geotagging mit Bildprodukten wie Fotobüchern verbinden lässt.

Trend Bildproduktion im Trocken-Labor

Intensiv können sich alle Interessierten auf der photokina auch über das Thema Bildverarbeitung im Trocken-Labor informieren. Wesentliche Vorteile der sogenannten Drylabs (oder Dry-Labs, ganz wie man will) sind die in der Regel niedrigeren Investitionskosten gegenüber einem klassischen Minilab und die deutlich einfachere Handhabung. Hier muss weder die Chemie kontrolliert



Geotagging und neue Anwendungsmöglichkeiten für Fotos mit Geodaten gehören zu den innovativsten Themen der photokina 2008.

Sony stellt High-End-Kamera α900 mit stabilisiertem Vollformatsensor vor

Zu einem der Hingucker unter den DSLR-Produkten auf der photokina dürfte die neue Sony α900 werden, die erste digitale Vollformat-Spiegelreflexkamera weltweit mit 24,6 Megapixeln, integriertem Verwacklungsschutz und Dual-BIONZ Bildprozessor. Mit diesen Leistungsmerkmalen und ihrem schnellen und präzisen Autofokussystem soll die neue Sony High-End-Kamera Maßstäbe in der digitalen SLR-Fotografie setzen.

Herzstück der α900 und verantwortlich für die brillante Bildqualität ist der erste jemals produzierte Vollformat Exmor CMOS-Sensor. Als Sony-Eigenentwicklung liefert dieser große (35,9 mm x 24 mm) und extrem hochauflösende Sensor außergewöhnlichen Detailreichtum und ausgedehnten Dynamikumfang. Die aufgenommenen Bilder werden nach Angaben des Herstellers durch beispiellose Detailtreue, leuchtende Farben, besonders realistische Strukturen und feinste Tonwertabstufungen gekennzeichnet. Zusätzlich leistet der Sensor eine spaltenweise On-Chip Analog-Digitalwandlung des Bildsignals sowie eine zweistufige Rauschminderung. So sind rauscharme Ergebnisse mit den hochpräzisen α-Objektiven sicher-



gestellt. Die beiden BIONZ Prozessoren verarbeiten die großen Bilddateien extrem schnell. Dank der leistungsfähigen Exmor-Technologie findet die Analog-Digital-Wandlung bereits auf dem Sensor statt. Das wirkt sich besonders positiv auf das Rauschverhalten aus. Die Kamera ermöglicht Serienbilder mit fünf Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung von 24,6 Megapixeln.

Die α900 ist die erste Vollformatkamera der Welt, die mit Steady-Shot INSIDE ausgestattet ist. Mit diesem zukunftsweisenden Stabilisierungssystem im Kameragehäuse gelingen mit allen kompatiblen Objektiven der α-Serie Fotos mit bis zu vier Lichtwerten längeren Verschlusszeiten. Hervorzuheben ist auch das schnelle und präzise Autofokussystem, das mit neun Messfeldern ausgestattet ist. Eine 10-Punkt-Messfelddetektion mit Motiverkennung sorgt für eine punktgenaue AF-Messfeldaktivierung. Zusätzlich sind diese mit einer verbesserten Unschärfeerkennung zur Reduktion des Schärfepumpens ausgestattet. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 2.800 Euro. Die Kamera soll ab Oktober erhältlich sein.

weiteren Pluspunkt: Greift man auf Produkte von Herstellern zurück, die sich auch in der Consumer Electronics engagieren, so lassen sich alle Entertainment-Funktionen in der heimischen Multimediawelt mit nur einer einzigen Fernbedienung über die HDMI-Schnittstelle steuern.

Eine Fülle von Weiterentwicklungen gibt es auch beim Thema Software. Angesagt sind vor allem unterschiedliche Programme und Features, die dazu dienen, die Bildqualität automatisch schon bei der Aufnahme zu optimieren. Verbesserungen sind vor allem in solchen Bereichen zu erwarten, in denen man früher (zu analogen Zeiten) viel Zeit und Mühe im Fotolabor, bei der Arbeit mit Bildbearbeitungsprogrammen oder an der Labormaschine verbracht hat.

Hier ist beispielsweise die automatische Korrektur roter Augen zu nennen. Die Kameras kom-

Mit Easyphoto richtet sich Mitsubishi Electric nicht nur an den Fotohandel

Mit Easyphoto hat Mitsubishi Electric ein weiteres digitales Fotosystem für den Sofortdruck auf den Markt gebracht. Easyphoto besteht aus einem 10“-Touchscreen-Terminal und dem Mitsubishi Fotoprinter CP9550DW-S. Mit Easyphoto will das Unternehmen nicht nur den traditionellen Fotofachhandel ansprechen, sondern auch Anbieter anderer Waren oder Dienstleistungen. „Durch den günstigen Preis und das modulare Konzept ist Easyphoto eine Lösung für alle, die ihre Angebotspalette durch einen zuverlässigen digitalen Fotoservice ergänzen wollen“, erklärte Lars Dörholt, Marketing Manager (Electronic Visual Systems) Mitsubishi Electric. Das kompakte Fotosystem benötigt wenig Stellfläche. Der Drucker wird flexibel auf oder hinter der Ladentheke aufgestellt. Digitale Bilddateien können von allen gängigen Speicherkarten, CD/DVD und via Bluetooth eingelesen werden. Ein integrierter Brenner ermöglicht das Speichern der Bilddateien auf CD oder DVD. Die Benutzeroberfläche ist intuitiv aufgebaut, die Menüführung mehrsprachig. Das neue System ermöglicht dank einer



eigens dafür entwickelten Software alle gängigen Schritte der Bildbearbeitung, unter anderem Indexprint, automatische Größen-, Format- und Helligkeitsanpassungen, Rote-Augen-Korrektur und die Erstellung professioneller Passbilder. Auch schwarzweiße oder sepiafarbene Drucke sind möglich. Easyphoto ist mit einem einklappbaren Monitor ausgestattet und eignet sich auch für den mobilen Einsatz.

Gedruckt werden die digitalen Fotos in Formaten von 10 x 15 cm bis 15 x 23 cm über den integrierten Fotoprinter. Dieser sorgt dank Dual Line Technology mit der doppelten Anzahl von Heizelementen für hohe Detailgenauigkeit. Zudem gewährleistet die Mitsubishi Adaptive Thermal-Head Management Engine (MAM), eine optimierte Thermokopf-Impuls-Kontrolle, klare Farben und schnelleres Drucken. Zusätzlich erhältlich sind ein Belegdrucker und ein kabelloses Keypad zur Auftragsbestätigung sowie weitere Softwarepakete zum Erstellen von biometrischen Passbildern, Kalendern, Collagen und Mosaiken.

werden, um gleichbleibende Qualität zu erzielen, noch müssen Vorschriften oder Umweltauflagen beachtet werden. Und da sowohl die Produktionsmöglichkeiten und die Handhabung mittlerweile das Niveau früherer Onsite-Maschinen erreicht haben, steigen viele Händler auf Trockenlabore um oder in das Geschäft mit den schnellen Bildern vom Point of Sale ein – und zwar schon längst nicht mehr nur Fotohändler oder die Betreiber von Drogeriemärkten, deren Domäne das Bildergeschäft bislang war.

Entsprechende Software für die Vernetzung der Maschinen, modulare Gerätekonzepte sowie die auch bei trockenen Systemen existente Möglichkeit, Großformatdrucker und Geräte zur Produktion von Fotobüchern in das eigene Geschäft zu integrieren, lassen vollkommen neue Geschäftsmodelle für Bilddienstleistungen erwarten.

Auf der photokina sind aber nicht nur die neuen Drylabs selbst zu sehen, sondern vor allem neue Lösungen und Konzepte für Bilderdienste auf Basis dieser Trockensysteme. In den neuen Angeboten liegen große Chancen für den Handel. Insbesondere diejenigen Händler, die ins Bildergeschäft einsteigen oder ihr Bildergeschäft ausbauen wollen – örtlich oder durch das Ansprechen neuer Zielgruppen – finden bei vielen photokina Ausstellern geeignete Lösungen.

Die Leichtigkeit, mit der Trockenlabore in das eigene Portfolio integriert werden können, und die konstant gute Qualität, die dank ausgefeilter und automatisch arbeitender Bildbearbeitungsprogramme selbst ohne Fachkenntnis zu erzielen ist, sind die Hauptgründe dafür, warum sich auch

neue Anbieter und Vertriebswege mit dem Thema Bildproduktion auseinandersetzen wollen. Wer hier als etablierter Bilddienstleister nicht den Anschluss verlieren will, sollte sich auf der photokina auch darüber informieren, welche Möglichkeiten zum Betrieb von „Satelliten“ bestehen, wie er verschiedene Standorte in ein Netzwerk (Citylab) integriert oder welche Standorte in seinem Umfeld sich noch dazu eignen, um Fotodienstleistungen über ein Drylab anzubieten.

Um digitale Bilderdienste überall und jederzeit auch ohne komplexe Entwicklungsprozesse in Flüssigchemie anbieten zu können, experimentierte die Imagingbranche in den vergangenen Jahren mit zahlreichen unterschiedlichen Lösungsansätzen für das Trockenlabor. Drei Methoden für die trockene Ausarbeitung digitaler Aufnahmen haben sich inzwi-

schen am Markt etabliert: das Thermosublimationsverfahren, die Tintenstrahltechnik und der Digitaldruck. Auch kombinierte Lösungen von Thermosublimation und Inkjet werden für die trockengelegten Bilderstationen angeboten. Alle drei Verfahren liefern eine sehr gute Bildqualität und lassen sich äußerst flexibel für die Herstellung unterschiedlicher Bildprodukte einsetzen.

Für das Endverbrauchergeschäft am Point of Sale sind allerdings nur Thermo- und Inkjetdruck von Bedeutung, der Digitaldruck beeinflusst vor allem die Bildproduktion in Großlaboren und neuerdings Druckereien, von denen viele über Fotobücher ebenfalls in die Bildproduktion eingestiegen sind. Die Flexibilität der trockenen Druckverfahren für den Point of Sale versetzt Händler in die Lage, die wachsende Nachfrage nach individuellen Mehrwertprodukten



Die Bildproduktion ist längst nicht mehr die Domäne von Fotohandel und Drogeriemärkten. Dank trockener Verarbeitung und selbsterklärender Bedienkonzepte sind Fotokiosks auch in vollkommen anderen Branchen und Bereichen zu finden – hier im Maritim Hotel in Köln.



Durch Trockenlabore entstehen vollkommen neue Geschäftsmodelle für Bildproduzenten. Durch den Verzicht auf Chemie erweitern sich aber auch die Einsatzmöglichkeiten, zum Beispiel in Einkaufszentren.

wie Fotobüchern, Kalendern, Postern, Grußkarten oder Fotogeschenken zu befriedigen. Das Trockenlabor erweitert die Möglichkeiten für digitale Bilderdienste, da es beinahe überall betrieben werden kann, wo es eine Steckdose gibt. In der Regel benötigen Trockenlabore im Vergleich zu herkömmlichen Minilabs auch deutlich kleinere Stellflächen und verlangen geringere Investitionen. Sie lassen sich einfach bedienen und sind auch in bezug auf die Wartung pflegeleicht. Zudem sind die meisten Systeme frei skalierbar. Das heißt, die Betreiber können ihr System je nach anfallendem Auftragsvolumen und der Entwicklung der Nachfrage nach bestimmten Produkten gezielt ausbauen. Diese Eigenschaften erweitern nicht nur die Palette der Produkte, die sich mit den neuen Drylabs anbieten lassen, sie erschließen auch neue Einsatzbereiche.

Trend digitales und klassisches Zubehör

Neben neuen digitalen Zubehörprodukten wie digitalen Bilderahmen erlebt seit geraumer Zeit erfreulicherweise klassisches Zubehör eine Wiedergeburt, allen voran Objektive, Taschen und Blitzgeräte. Verantwortlich dafür ist in erster Linie der Boom in der SLR-Fotografie. Im vergangenen Jahr wurden 43 Prozent aller SLR-Kameras nach Europa verkauft. 2007 erreichte der Spiegelreflexkamerasmarkt in Deutschland eine Wachstumsrate von 31 Prozent. Von den 715.000 Spiegelreflexkameras, die 2007 allein in Deutschland verkauft wurden, betrug der Anteil der digitalen Modelle 97 Prozent.

Von diesem Trend profitiert der Handel vor allem durch die Nachfrage nach Wechseloptiken. Das Wachstum drückt sich beispielsweise durch ein Umsatzplus von 80 Millionen Euro im Vergleich 2007 zu 2006 allein in Deutschland aus. Hier erreichte der

Gesamtumsatz mit Objektiven im vorigen Jahr eine Summe von 300 Millionen Euro (nach 220 Millionen Euro im Jahr 2006). In Stückzahlen wuchs das Geschäft mit Objektiven um über 35 Prozent von 650.000 auf 880.000.

Ein Ende des Booms ist derzeit nicht abzusehen. So sagt beispielsweise die CIPA (Camera & Imaging Products Association, Japan) für das laufende Jahr einen weiteren Anstieg des Verkaufs von Wechselobjektiven um rund 17 Prozent voraus. Zwar soll die Kurve danach wieder ein wenig abflachen, aber dennoch sollen laut CIPA 2009 weltweit noch ein Anstieg von rund zehn Prozent und 2010 noch ein Plus von annähernd sieben Prozent möglich sein.

Die Verbraucher wissen, dass sie für die optimale Umsetzung der Möglichkeiten ihrer Kamera auch modernste Optikprodukte benötigen. Diese finden sie auf der photokina, die dem Handel auch in diesem Bereich wichtige Impulse gibt.

Moderne Objektive bieten deutlich mehr in bezug auf Qualität, Flexibilität und die kreativen Möglichkeiten des Fotografierens. So übertreffen neue Zoomobjektive, die vorrangig für Digitalkameras gerechnet wurden, oft die Qualität älterer Festbrennweiten. Neben den auf die besonderen Anforderungen der Sensortechnik abgestimmten, optischen Konstruktionen, bieten Objektive der jüngsten Generation effektivere Bildstabilisatoren, deutlich bessere Autofokusantriebe und kompaktere Bauformen bei größeren Zoombereichen.

Für jede Anwendung gibt es das entsprechende Spezialobjektiv. Die großen Brennweitenbereiche der Superzooms vom extremen Weitwinkel bis zum Supertele geben Fotografen mit nur einem Objektiv mehr Flexibilität. Ultrakurze Brennweiten erschließen den extremen Weitwinkelbereich. Spezialobjektive für die Makrofotografie und den Perspektiven-

ausgleich erweitern die kreativen Möglichkeiten. Gleichzeitig zeigt sich ein Trend zu höheren Lichtstärken. Ergänzend zu den Optik-Verbesserungen werden bei hochwertigen Kameras neuerdings auch Funktionen integriert, die eventuelle Abbildungsschwächen von Objektiven durch eine Fehlerkorrektur per Software ausgleichen.

Erfreulich für den Handel ist die Tatsache, dass Fotografen inzwischen immer häufiger zu hochwertigen Objektiven greifen. Dies sorgt nicht nur für höhere Erträge, sondern trägt auch zu besseren Bildergebnissen und damit zu mehr Spaß an der Fotografie bei. Viele DSLRs werden heute im Kit mit Zoomobjektiven verkauft. Während hier vom Verbraucher Standardzooms, gefolgt von Telezooms, bevorzugt werden, ist es bei Einzelkäufen das Telezoom. Speziell gefragt sind auch extreme Weitwinkel, und an nächster Stelle kommen Objektive, die den Makrobereich abdecken. Neue



Fototaschen, -rucksäcke und -koffer gehören zu den am häufigsten nachgefragten Produkten des klassischen Zubehörsortiments.

Materialien wie bleifreie Gläser machen die Fotografie umweltfreundlicher.

Fototaschen, -koffer und -rucksäcke gehören derzeit ebenfalls zum meistverkauften Zubehör im

Fotomarkt. Allein in Deutschland stieg, laut Photoindustrie-Verband und GfK, der Absatz im Vergleich zu 2006 im Jahr 2007 um über 30 Prozent auf fast fünf Millionen Fototaschen und -rucksäcke bei

einem Umsatz, der im Jahr 2007 annähernd 85 Millionen Euro betrug. Und auch in den ersten Monaten des laufenden Jahres entwickelte sich dieses Segment weiterhin positiv. Damit belegt die Produktgruppe im Umsatz nach den Objektiven den zweiten Platz beim Fotozubehör.

Die photokina 2008 zeigt endgültig, dass die Zeiten vorbei sind, in denen sich Fotografen mit schlichten Fototaschen oder -rucksäcken abquälen mussten, die hinsichtlich ihrer Sicherheit der kostbaren Ausrüstung oft nicht gerecht wurden und die auch optisch wenig zu bieten hatten. In den letzten Jahren haben die Hersteller alles dafür getan, dass Sicherheit und Bequemlichkeit dieser Artikel kaum noch Wünsche offen lassen. Ob man eine Bergwanderung, eine Skitour oder einen Strandurlaub plant, ob man auch sein Notebook immer dabei haben möchte oder nur seine Kompaktkamera und Kleinigkeiten wie Mobiltelefon und Brieftasche unterbringen möchte – kein Wunsch muss heute unerfüllt bleiben. Viel Wert wurde zuletzt darauf gelegt, den Bedienkomfort, hier vor allem die Zugriffsmöglichkeiten auf die Ausrüstung, zu verbessern. Der digitalen Welt tragen die Hersteller mit Extrafächern für Speicherkarten, Handy und Notebook Rechnung. Mit dem wachsenden Interesse an der digitalen SLR-Fotografie erlebt

auch das externe Blitzgerät eine Renaissance. Seine Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Wichtigster Grund, ein externes Blitzgerät zu benutzen, ist zu geringes Umgebungslicht. Aber darüber hinaus setzen kreativ arbeitende Fotografen die zusätzlichen Lichtquellen auch ein, um Schatten aufzuhellen, Kontraste im Bild zu mindern, Farben kräftiger erscheinen zu lassen und eventuelle Farbstiche, verursacht durch das vorhandene Umgebungslicht, zu verringern.

Mit externen, sprich getrennt von der Kamera eingesetzten Blitzgeräten lassen sich durch geschickte Lichtführung Personen oder Objekte plastischer beleuchten und gezielt Akzente setzen. Blitzlicht kann schnellste Bewegungen „einfrieren“ und umgekehrt, durch die beim Blitzen mit langen Belichtungszeiten entstehenden Wischeffekte Bewegung suggerieren. Durch die ausgereifte, auf die Kameras abgestimmte Steuertechnik lassen sich die meisten Blitzlichteffekte moderner Blitzgeräte über die Automatik realisieren. So kann der Anwender bei den meisten Blitzgeräten wählen, ob die Blitzsynchronisation auf den ersten oder zweiten Ver-

Digitale Bilderrahmen von Jobo, Sony und Sony Ericsson

Jobo zeigt auf der photokina den neuen digitalen Bilderrahmen X7. Das Gerät bietet einen 7"-Monitor (9 x 14 cm), einen internen Speicher von 1 GB und einen integrierten Li-Ion-Akku. Robuste, gummierte Kanten schützen den X7 gegen Stöße. Die im Lieferumfang enthaltene Ledertasche lässt sich ganz leicht aufklappen und in einen Standfuß verwandeln, so dass der X7 auch als digitaler Bilderrahmen auf einem Tisch oder im Regal aufgestellt werden kann. Das mobile Fotoalbum bietet zahlreiche Funktionen wie die Anzeige von Miniaturbildern, Vollbild und Diashows mit verschiedenen Übergangseffekten. Außerdem ist der X7 mit einer Kopier-, Löscho- und Drehfunktion sowie verschiedenen Bildeffekten ausgestattet. Auch das Einblenden von Kalender und Uhrzeit ist möglich. Der X7 ist darüber hinaus mit einem Wecker ausgestattet. Der Display-Anzeigebereich liegt bei 720 x 480 Pixeln bei einem Kontrastverhältnis von 400:1 und einer Helligkeit von 230 cd/m². Um Bilder auf dem Display zu betrachten,

werden Digitalfotos via Speicherkarte oder PC (mittels beiliegendem USB-Kabel) auf den X7 übertragen. Sony Ericsson hat ebenfalls einen neuen digitalen Bilderrahmen vorgestellt, den IDP-100. Bilder lassen sich auf das Gerät kabellos via Bluetooth, per USB-Kabel oder über unterschiedliche Speicherkarten (Memory Stick Micro (M2) und Duo, SD und microSD) übertragen. Der LCD-Bildschirm ist sieben Zoll groß und von einem dunkelgrauen Rahmen umrandet. Die Maße des IDP-100 betragen 20,5 x 14,5 x 2,5 cm. Er ist mit einem 128 MB großen Speicher ausgestattet. Sind die Bilder auf das Gerät geladen, werden sie automatisch in das richtige Format gedreht, optimiert und an die Größe des Rahmens angepasst. Verwaltet werden die Bilder über das im Rahmen integrierte berührungsempfindliche Steuermenü. Die Funktion Digital Image Correction (DIC) passt die Fotos zudem automatisch an – mit Farbkorrektur, Farbtonoptimierung und sogar Kantenanhebung – und sorgt so für eine optimale Darstellung. Außerdem bietet der Rahmen eine Weltuhr mit drei Zeitzonen. So kann eingestellt werden, wann sich der Rahmen ein- oder ausschalten soll. Der digitale Bilderrahmen IDP-100 ist mit allen Mobiltelefonen und Kameras kompatibel, die mit einem Memory Stick Micro (M2), microSD, SD, MS Duo, USB-Schnittstelle oder Bluetooth ausgestattet sind.

Bei Sony gibt es zur photokina zwei neue digitale Bilderrahmen, den Sony S-Frame DPF-D80 und den Sony S-Frame D100. Beide Modelle zeichnen sich durch edles Design, einfache Handhabung, einen großen Datenspeicher und brillante Bildwiedergabe aus. Das 8-Zoll-Modell DFP-D80 ist in den Farben Braun und Schwarz zu haben, den 10,4-Zoll-Rahmen DPF-D100 gibt es nur in Schwarz. Beide Bildschirme stellen Fotos im 4:3-Standard-Format in SVGA-Auflösung mit 800 x 600 Pixeln und 1.440.000 Punkten dar. Die hohe Qualität der LCDs sorgt für erstklassigen Kontrast und natürliche Farben. Sowohl der D80 als auch der größere D100 sind mit einem 256 Megabyte großen internen Speicher ausgestattet, der bis zu 500 Fotos aufnehmen kann. Bei Bildern in größerer Auflösung reduzieren die Rahmen automatisch die Pixelmenge, um Speicherplatz zu sparen. Die Übertragung der Bilddaten

erfolgt mit Hilfe aller gängigen Speichermedien oder per USB-Kabel. Beide neuen Rahmenmodelle bieten zehn verschiedene Diashow-Modi und einen Index-Modus mit einer Übersicht aller gespeicherten Aufnahmen. Sie können im Hoch- oder Querformat aufgestellt werden, erkennen in beiden Positionen das richtige Bildformat und richten die Fotos automatisch korrekt aus. Der D80 und der D100 können auch im Kalendermodus bzw. als Uhr und Kalender genutzt werden.

INTERNETRADIO-MICROANLAGE
mit Ethernet und WLAN,
CD-Player,
USB-Steckplatz/
SD-Kartenfach
Mehr Informationen erhalten Sie unter:
www.olympia-business.de

OLYMPIA

schlussvorhang erfolgen soll. Er kann vorgeben, ob der Blitz als Haupt- oder Aufhelllicht genutzt werden soll und sich darauf verlassen, dass die Automatik beim Blitzen stets zuverlässig den Leuchtwinkel des Reflektors der Brennweite des an der Kamera angesetzten Objektivs anpasst. Dreh- und schwenkbare Zoomreflektoren ermöglichen indirektes Blitzen. Streuscheiben und Reflexschirme sorgen für besonders weiches Licht. Im Zuge der Digitaltechnik wurde es auch möglich, die Steuerelektronik der Blitzgeräte durch Firmware-Updates über eine integrierte USB-Schnittstelle den Neuerungen und Sonderfunktionen der sich ändernden Blitzautomatiken der Kameras anzupassen.



Klassisches Gerätezubehör und vor allem Kabel, die eine Kommunikation zwischen verschiedenen Komponenten ermöglichen, erleben derzeit einen Boom.

Neues von PowerShot, EOS und Pixma bei Canon

Klassisches und Farbiges

Canon tritt wie gewohnt auf der photokina mit einem üppigen Neuheiten-Sortiment an. Im Mittelpunkt steht dabei die neue Spiegelreflexkamera EOS 50D mit 15,1 Megapixeln. Um vier Neuheiten, die meisten davon mit farbigen Gehäusen, wurde das Sortiment an PowerShot Kompaktkameras erweitert. Neu bei Canon sind die PowerShot SX110IS, die PowerShot A1000IS, die PowerShot A2000IS und die PowerShot E1. Besonders breitgefächert sind die insgesamt neun Neuheiten, die Canon im Bereich der Pixma Drucker vorführt.

PowerShot SX110IS

Die neue PowerShot SX110IS ist unter anderem mit neun Megapixeln, einem Zehnfach-Zoomobjektiv (36–360 mm entsprechend Kleinbild) mit optischem Bildstabilisator und einem 3,0-Zoll-LC-Display mit großem Betrachtungswinkel ausgestattet. Die Kamera bietet eine Reihe von Aufnahme- und Motivprogrammen. Darunter auch den neuen Easy-Modus, der das Fotografieren deutlich erleichtert, da die Kamera automatisch alle Einstellungen für die Aufnahme übernimmt. Bis auf die

tern die Gestaltung optimaler Fotos durch 17 Aufnahmemodi, darunter beispielsweise Sonnenuntergang oder ISO 3.200. Auch der neue Easy-Modus steht bereit.

Innovative Canon-Technologien wie Face Detection AF/AE/FE/WB (mit Gesichtsauswahl und -nachführung) und automatische Rote-Augen-Korrektur bei Aufnahme und Wiedergabe verhalfen auch ungeübten Anwendern zu gelungenen Personenfotos. Im High-ISO-Auto-Modus wird die Motion-Detection-Technologie aktiviert. Sie nutzt verschiedene Parameter aus der Face-Detection-Technologie des optischen Canon-Bildstabilisators sowie Motivinformationen zur Unterscheidung von Motivbewegungen und Kamera-verwacklungen, um Verwacklungsunschärfen zu minimieren.

PowerShot E1

Optisch unterschiedlich, aber technisch im wesentlichen identisch mit der A1000IS/A2000IS präsentiert sich das neue Zehn-Megapixel-Modell PowerShot E1 auf dem Markt. Mit drei Pastelltönen (Rosé, Bleu und Creme-



Die neue Canon PowerShot E1 gibt es in den drei Farbvarianten Rosé, Bleu und Creme-Weiß.

Weiß) und kompakten Abmessungen sollen die Kameras nicht nur weibliche Kunden ansprechen, sondern alle Fotografen, die eine modern gestaltete Immer-dabei-Kamera besitzen wollen. Die

Canon PowerShot E1 ist mit einem Vierfach-Zoomobjektiv (35–140 mm entsprechend Kleinbild), einem optischen Bildstabilisator und einem 2,5 Zoll großen Display ausgestattet.

Pixma Drucker

Der preiswerte Pixma MP190 ist Drucker, Scanner und Kopierer in einem Gerät. Er empfiehlt sich als kompakter und preisgünstiger Allrounder für den Einsatz zu Hause. Ebenfalls in der Einstiegs-klasse befinden sich der Pixma MP240 und der MP260. Beide weisen um 15 Prozent kleinere Volumina auf als ihre Vorgänger. Der MP240 druckt auch direkt von der Kamera, und mit dem MP260 können Vorlagen eingescannt und als Datei auf der Speicherkarte abgelegt werden.

Das neue, ebenfalls im Volumen reduzierte Canon-Multifunktionssystem Pixma MP540 wendet sich vor allem an Kreative und

Nutzer im Home Office: Das Fünf-Tinten-System mit zusätzlicher schwarzer Fototinte und die höhere Auflösung sorgen für beste Pixma-Qualität, und neue Funktionen wie Scan-to-USB-Stick oder Auto-Scan vereinfachen die Arbeit.

Der Pixma MP620 ist ein familientauglicher Allrounder für Druck, Scan und Kopie. Er kann in kabellose (WiFi) und kabelgebundene (Ethernet) Netzwerke integriert werden. Auch dieses Modell arbeitet mit fünf einzeln austauschbaren Tintentanks. Modernes Design und Multifunktionalität machen den Pixma MP630 aus. Zur Ausstattung gehören viele neue Funktionen wie Scan-to-USB-Stick, CD/DVD-Druck, Generierung von passwortgeschützten PDFs und automatisch öffnendes Ausgabefach. Das neue Flaggschiff, das Sechs-Tinten-System Pixma MP980, ist ebenfalls netzwerkfähig und mit neuesten Features ausgestattet.



Das ausklappbare Blitzgerät ist eines der Kennzeichen der neuen Canon PowerShot SX110IS.

Betätigung des Auslösers können in diesem Modus nur die Bildwiedergabe mit normaler Bildbetrachtung und die Bildlöschfunktion aktiviert werden. Hervorzuheben ist der ausklappbare Blitz.

PowerShot A1000IS und A2000IS

Mit den beiden Zehn-Megapixel PowerShot-Modellen A1000IS und A2000IS kommen laut Canon die bislang kompaktesten Modelle der PowerShot Serie auf den Markt. Die Kameras sind in den Varianten Silberblau, Silberbraun (A1000IS) und Silbergrau (A2000IS) erhältlich. Die PowerShot A1000IS ist mit einem Vierfach-Zoom (35–140 mm entsprechend Kleinbild) ausgerüstet, die PowerShot A2000IS bietet ein Sechsfach-Zoom (35–216 mm entsprechend Kleinbild). Der A1000IS hat Canon darüber hinaus einen optischen Sucher gegönnt. Beide Modelle erleich-



Die PowerShot A1000IS und die PowerShot A2000IS gibt es in verschiedenen Farbvarianten.

Canon setzt in der EOS 50D erstmals neuen Digic-4-Prozessor ein

Canon stellt zur photokina die digitale Spiegelreflexkamera Canon EOS 50D vor. Sie ist das erste Modell, das mit dem neuen Digic-4-Prozessor ausgerüstet ist. Dieser unterstützt Reihenaufnahmen mit bis zu 6,3 Bildern/Sekunde. Im Zusammenspiel zwischen Digic-4-Prozessor und CMOS-Sensor werden Bilddaten intern mit 14 Bit Farbtiefe verarbeitet. Die dadurch entstehenden Farben wirken besonders homogen abgestuft und natürlich.

Durch die Funktion Tonwert-Priorität lassen sich auf Wunsch auch Motive mit extrem hellen Bildpartien detailreich abbilden. Die schnelle Aufnahmebereitschaft und die beinahe augenblickliche Kontrolle der Aufnahmen über das Display sind weitere Vorteile des neuen Prozessors.

Der 15,1-Megapixel-CMOS-Sensor nimmt Bilder mit hoher Detailgenauigkeit und minimalem Bildrauschen auf. Durch den optimierten ISO-Bereich von 100 bis 3.200, der bis zu ISO 12.800 erweitert werden kann, stellt auch das Fotografieren bei unzureichenden Lichtverhältnissen kein Problem dar. Eine effektive Rauschunterdrückung kann in vier Stufen vom Anwender gewählt und den Anforderungen angepasst werden. Die selbstreinigende Sensoreinheit des EOS-Integrated-Cleaning-Systems reinigt den Aufnahmesensor in drei Schritten (Staub vermeiden, abweisen und entfernen). Der drei Zoll große LC-Monitor bietet Clear View, einen weiten Betrachtungswinkel und zirka 920.000 Bildpunkte. Beim Fotografieren aus schwierigen Aufnahmepositionen oder bei der Fernaufzeichnung über den PC kann in den Live-View-Modus gewechselt werden, das Motiv wird dann auf dem LCD

dargestellt. Für die automatische Scharfstellung im Live-View-Modus gibt es dabei drei Möglichkeiten: Quick AF, Live AF und – ganz neu – Face Detection Live AF. Neben JPEG-komprimierten Bildern und RAW-Daten kann die EOS 50D auch sogenannte sRAW-Daten aufzeichnen. Die Kamera ist darüber

hinaus mit einem HDMI-Anschluss für die exzellente Wiedergabe der Aufnahmen auf einem HD-Fernseher ausgestattet.

Dabei wird das Ausgangssignal der Kamera dem angeschlossenen TV-Gerät automatisch angepasst. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die neue EOS-Kamera lautet 1.299 Euro.



Neues Elffach-Zoomobjektiv

Neu in Canons EOS-System ist auch das EF-S 18–200 mm Objektiv, ein vielseitig einsetzbares Modell mit elffachem Zoombereich (29–320 mm entsprechend Kleinbild). Das neue Objektiv ist für EOS-Kameras mit EF-S Bajonett konzipiert – darunter die neue EOS 50D, die EOS 1000D, EOS 450D und deren Vorgängermodelle. Nicht geeignet ist die Neuheit



dagegen für EOS D30, EOS D60, EOS 10D und alle EOS-Modelle mit größerem Bildsensor als APS-C). Die Naheinstellgrenze beträgt 45 cm. Das EF-S 18–200 mm ist mit einem integrierten optischen Bildstabilisator ausgestattet. Er ermöglicht eine bis zu vier Stufen längere Verschlusszeit. Die automatische Schwenk-Erkennung unterscheidet beabsichtigte Bewegungen bei der gezielten Kameranachführung von unbeabsichtigten Kameraverwacklungen. UVP: 599 Euro.

Neue HD-fähige Sony Cyber-shot Kameras

Sony hat vor der photokina neue digitale Kompaktkameras der Cyber-shot Baureihe ins Sortiment genommen. Die neue Sony DSC-T500 ist mit einem 10,1 Megapixel-Aufnahmechip ausgestattet und kann Videos im HD-Format aufnehmen. Und die neuen Sony Cyber-shots DSC-T77 und DSC-T700 fallen optisch durch ihre ultradünne Bauform, ihr einzigartiges Design und eine ganze Palette bunter Gehäusefarben auf.

Sonys neue Cyber-shot DSC-T500 ist nicht nur eine komplett ausgestattete Digitalkamera mit 10,1 Megapixeln, sondern sie filmt auch wie ein moderner Camcorder Videos in High Definition-Auflösung. Damit spricht sie vor allem Kunden an, die ein Faible für selbsterstellte Kurzfilme haben. Verpackt in einem Aluminiumgehäuse in den Farben Schwarz, Rot oder Silber bietet die DSC-T500 weiterhin ein Fünffach-Zoom (33–165 mm entsprechend Kleinbild) aus dem Hause Carl Zeiss und ein 3,5 Zoll großes Display.

Die T500 speichert Videos von bis zu zehn Minuten in High Definition Qualität inklusive Stereo-Ton. Filme werden im MPEG4 AVC/H.264 Format und einer Auflösung von 1.280 x 720 Bildpunkten im 30p (Progressive) Modus aufge-

nommen – dies entspricht dem HD ready-Zertifikat und dem zukünftigen High Definition TV europäischer Fernsehsender. Der Wechsel zwischen Film- und Fotomodus erfolgt auf Knopfdruck; während einer Videoaufnahme kann die Kamera bis zu drei Fotos parallel aufnehmen.

Die T500 kann per Plug & Play über den HDMI-Anschluss der Dockingstation an einen HD-Fernseher angeschlossen werden. Wird sie mit einem Bravia TV verbunden, lässt sie sich dank Bravia

Sync-Funktion über die TV-Fernbedienung steuern. Alternativ dazu lassen sich Fotos und Videos perfekt auf dem 8,8 Zentimeter (3,5 Zoll) großen Clear Photo LCD Plus Display betrachten. Hierfür sind zur akustischen Untermalung mehrere Musikstücke vorinstalliert, denen nach Belieben eigene Titel hinzugefügt werden können. Die Kamera lässt sich über den Touchscreen steuern. Der berührungsempfindliche Bildschirm ermöglicht auch individuelle Fokuspunkte: Tippt der Nutzer mit dem Finger auf das Live-Bild im Display, stellt sich das Objektiv auf den berührten Motivpunkt scharf.

Ein optischer Verwacklungsschutz, der durch eine hohe ISO-Empfindlichkeit unterstützt wird, und die Gesichtserkennung sind weitere Ausstattungsmerkmale der neuen T500.

T77 und T770

Zu den technischen Leistungsmerkmalen der ebenfalls neuen DSC-T77 und DSC-T770 gehören der 10,1-Megapixel-Chip, das Vierfach-Zoomobjektiv (35–140 mm entsprechend



Kleinbild), der doppelte Verwacklungsschutz und diverse Technologien zur Bildoptimierung. Hier sind zunächst der Super HAD CCD Bildsensor und der Bionz-Bildprozessor mit Dynamic Range Optimizer zu nennen, die mit Unterstützung des doppelten Verwacklungsschutzes (optisch und ISO 3.200) selbst bei kritischen Lichtsituationen einwandfreie Aufnahmen gewährleisten. Darüber hinaus optimieren beide Cyber-shot Modelle dank verbesserter Gesichts- und Motiverkennung alle Bilder automatisch bereits während der Aufnahme. Die Kameras erkennen bis zu acht verschiedene Szenen und passen ihre Belichtungseinstellungen den Anforderungen von beispielsweise einer Porträt-, Landschafts-

oder Makroaufnahme an. Gleiches gilt für die automatische Gesichtserkennung, die zwischen Kindern und Erwachsenen unterscheiden kann. Die Smile Shutter-Funktion „liest“ in menschlichen Gesichtern und erkennt, ob eine Person lächelt, um dann automatisch ein Bild aufzunehmen. Zusätzlich bietet die T77 eine Anti-Blinzel-Automatik.

Die Cyber-shot T700 bietet einen internen Speicher mit 4 GB Kapazität für bis zu 24.000 Fotos. Dank Full HD-Wiedergabe und HD-Komponentenausgang lassen sich Bilder der beiden Modelle auch in High Definition-Qualität an einem Full HD oder HD ready Fernsehgerät betrachten. www.sony.de



Die neue Sony Cyber-shot DSC-T500 gibt es in drei Farbvarianten

Neue Kopf- und Ohrkanalhörer bei Sennheiser

Die neuen Ohrkanalhörer IE 6, IE 7 und IE 8 von Sennheiser versprechen dieselben Klangeigenschaften, die auch beim professionellen Monitoring auf der Bühne gefragt sind – höchste Abschirmung bei hervorragender Soundqualität. Ab Oktober wird die neue Professional-Linie erhältlich sein.

In die Umsetzung der Sennheiser Professional-Linie fließt jahrelange Bühnenerfahrung des Audiospezialisten aus der Wedemark ein: „Sennheiser entwickelt schon lange Ohrhörer für den Live-Einsatz mit Wireless Monitor Systemen“, erklärte Produktmanager Sven Wilhelmson auf der IFA 2008. „Mit den neuen IE-Modellen haben wir unser Wissen aus dem Professional-Bereich direkt in das Kopfhörer-Segment übertragen.“

Mit hervorragendem Ergebnis: Die Hörer nutzen dynamische Wandler, die mit einem System den gesamten Audio-Frequenzbereich abdecken. Dadurch ist selbst bei hohen Schalldruckpegeln die Verzerrung nur minimal. Leistungsstarke Neodymium-Magnete sorgen für eine

hervorragende Basswiedergabe. Die hohe Präzision im Klangbild wird zudem durch eine gute Dämpfung von Außengeräuschen ergänzt. Ohradapter in verschiedenen Größen passen die IE-Hörer optimal an den Ohrkanal des jeweiligen Nutzers an.

Der IE 6 bietet seinem Besitzer besonders viel Bass für moderne Rock- und Popmusik.



Sennheiser IE 6 (o.) und IE 7 (r.)

Mit bis zu 20 dB passiver Lärmdämpfung und einem Frequenzgang von 10 bis 18.000 Hz bringt der silber-schwarze Ohrkanalhörer genau definierten Klang ins Ohr.

Mit einem Frequenzgang von 10 bis 19.000 Hz bei einer Abschirmung von bis zu 20 dB hat der schwarze

IE 7 einen ausgeglicheneren, natürlichen Klang. Besonderer Wert wurde auf eine gute Wiedergabe der Höhen gelegt.

Beim Spitzenmodell IE 8 entscheidet der Nutzer selbst, wieviel Bass sein Ohrkanalhörer wiedergeben soll.



Sennheiser IE 8

Eine kleine Stellschraube am schwarzen Hörer sorgt je nach Wunsch für mehr oder weniger Bass-Volumen im IE 8. Der Frequenzgang reicht von 10 bis 20.000 Hz, die passive Abschirmung kann bis zu 26 dB betragen. Dazu trägt auch die Vielzahl unterschiedlicher Ohradapter bei, die den Hörer bestmöglich an den Ohrkanal anpassen. Ein Extra findet sich im Transport-Case: Kleine austauschbare Pads mit Trockenmittel halten Feuchtigkeit vom Ohrhörer fern.

Zum professionellen Zubehör gehören zu jedem IE-Modell ein Transport-Case, ein kleines Reinigungswerkzeug und ein Kabel-Clip. Die Kabel sind Kevlar-verstärkt, die Hörer selbst aus langlebigen Materialien gefertigt.



Drei der zahlreichen Sennheiser-Neuheiten: (v. l.) die beiden Modelle CX 380 und OMX 80 aus der Sport-Linie und der MX 95 VC aus der Style-Linie.

18 neue Street-, Sport- und Style-Modelle

Die insgesamt 18 neuen Sennheiser-Kopfhörermodelle der Street-, Sport-, und Style-Linien für MP3-Player und portable Audio-Video-Geräte bieten laut Hersteller hervorragende Klangqualität und ausgefallene Design-Ideen. Ab Ende September werden die Kopfhörer in neuen Farben und mit praktischen Accessoires erhältlich sein. Neu im Sortiment ist der Ohrkanalhörer CX 200, der zum Ende des Jahres in zwei Farbvarianten in die Läden kommen wird. Die Kopfhörer der Street-Linie sind Leichtgewichte mit Sennheiser-Basswind-System für kräftigen, bassbetonten Klang in modernem grauschwarzem Outfit. Die Hörer der Sennheiser Sport-Linie sitzen besonders fest im Ohr und garantieren mit optimierten Haltesystemen selbst in voller Bewegung sicheren Sitz und optimalen Tragekomfort. Mit ihrem ergonomischen Design und robusten Materialien sind sie zudem unempfindlich gegen Regen und Schweiß. Praktisches Zubehör gehört zu jedem Sennheiser Sport-Paket dazu. Die Sennheiser Style-Linie verbindet hohe Klangqualität mit elegantem Metallic-Design. Die Gehäuseteile aller Modelle sind aus hochwertigen Materialien gefertigt. Ein speziell abgestimmtes Dämpfungssystem sorgt für harmonischen und detailreichen Sound und rundet das Gesamtbild ab. Nach dem Gebrauch können die eleganten Hörer in einer Transporttasche mit weicher Polsterung und passendem Design untergebracht werden.

Panasonic: Mit neuem Schnurlos-Portfolio auf dem Vormarsch

DECT-Telefone mit Premium-Anspruch

In diesem Jahr hat Panasonic sein Produktportfolio im DECT-Telefon-Bereich um zwei neue Serien erweitert. Neben neuen Funktionen und einem ansprechenden Design stand die Reduzierung der Funkstrahlung an oberster Stelle. Das aktuelle Line-Up kann sich denn auch zu Recht mit dem ECO-Siegel schmücken.

Es wird nach wie vor über mögliche Auswirkungen der elektromagnetischen Strahlung von Schnurlostelefonen diskutiert. Das größte Problem ist, dass für DECT-Telefone gesicherte Erkenntnisse über Langzeitwirkungen auf die Gesundheit des Menschen fehlen.

Weniger Strahlung

„Die Gesundheit unserer Kunden hat für Panasonic oberste Priorität“, so Gernot Teufel, European Head of Business Unit home Network Business Europe. „Daher haben wir bei der Entwicklung unserer neuen



Gernot Teufel: „Wir wollen gemeinsam mit den Handelspartnern unsere Marktanteile ausbauen und die Kunden begeistern.“

DECT-Telefone vor allem auf eine deutlich geringere Belastung durch Strahlung Wert gelegt. So konnten wir bei den aktuellen DECT-Telefonen die Strahlenbelastung deutlich senken. Liegt das Mobilteil in der Basisstation, reduziert sich die Strahlung um ganze 99,9 Prozent. Immerhin bis zu 90

Prozent Strahlungsreduktion ergibt sich, wenn das Mobilteil weniger als 10 m von der Basisstation entfernt steht“, erläutert Teufel.

Die beiden neuen Serien KX-TG73xx und KX-TG83xx beinhalten Modellvarianten mit oder ohne Anrufbeantworter.

Vor allem für größere

Familien oder kleine Unternehmen sind einige Sets aus der KX-TG73xx Serie interessant, bei denen bis zu vier Mobilteile im Lieferumfang enthalten sind.

Eine Umrandung im Metallic-Look macht die Spitzenmodelle der KX-TG73xx-Reihe zum Designobjekt. Die blau beleuchteten, großzügig dimensionierten Tasten verbünden sich zu einem vollflächigen Feld, auf dem auch kräftige Herrenfinger von leichter Hand SMS verfassen oder Nummern eintippen können. Das große, beleuchtete 1,5-Zoll-Display mit 65.000 Farben und die komfortable Menüsteuerung per Joystick sorgen für eine einfache Bedienung.

Im neuen Panasonic DECT-Sortiment ist für jeden Geschmack und Geldbeutel ein passendes Modell dabei. Nie gab es so viele Farb- und Ausstattungsvarianten. Erstmals sind sogar bis zu vier Mobilteile im Paket erhältlich. Allen gemeinsam ist eine um bis zu 90 Prozent geringere Strahlenbelastung im Betrieb.

Ein Headset-Anschluss gehört ebenso zur Premium-Ausstattung wie eine LED-Anrufsignalisierung am Mobilteil, eine Sperre für unerwünschte eingehende Anrufe und unterschiedliche Memo-Funktionen. Besonders praktisch ist die Mitschneidefunktion der KX-TG83xx Serie.

Alles aus einer Hand

„Sämtliche Modelle sind auf bis zu sechs Mobilteile (optional) ausbaufähig“, ergänzt Gernot Teufel. „Der Händler kann seinen Kunden eine gleichbleibend hohe

Qualität vom Einstiegsgerät bis hin zum Premiumprodukt anbieten. Innerhalb einer Serie unterscheiden sich die DECT-Telefone zwar von ihrer Ausstattung, nicht aber von der Verarbeitung und dem Design.“

Ein weiterer Vorteil der neuen Geräte liegt in dem geringeren Stromverbrauch. „Auch hier“, bekräftigt Gernot Teufel, „konnten wir die Leistungsaufnahme der neuen Geräte im Standby-Modus im Vergleich zu Modellen des Jahrgangs 2005 um 34 bis 40 Prozent senken.“ www.panasonic.de

Erster Release Candidate von OpenOffice 3.0 ist fertig

Mit der Veröffentlichung des Release Candidate hat das Open-Source-Projekt die letzten Tests der Version 3.0 seiner freien Bürosoftware „OpenOffice“ eingeleitet, die aus Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentations- und Zeichenprogramm sowie einer Datenbank besteht. Das Paket steht in Versionen für Windows, Linux, Solaris und Mac OS X kostenlos zum Download bereit.

Auf Mac-OS-Rechnern setzt die Software nicht mehr, wie bisher, auf X11 auf und integriert sich deshalb als native Version besser in den Desktop. Im Vergleich zu Version 2.4.1 haben die Entwickler behutsam die Oberfläche neu gestaltet. Symbole sehen jetzt wesentlich ansprechender aus.

Auf radikale Änderungen wie die Ribbons in Microsofts Office 2007 wurde bewußt verzichtet, damit sich die Benutzer nicht umstellen müssen. Alle Programme des Pakets unterstützen jetzt das OpenDocument-Format ODF 1.2 und können MS-

Office-2007-Dokumente aus Word, Excel und PowerPoint lesen, aber wie schon die Beta-Version nicht in diese Dokumente schreiben.

Zu den wichtigsten Neuerungen der Version 3.0 gehört eine Ansicht in Writer, mittels der zwei Seiten eines Dokuments als Doppelseite angezeigt werden können, und eine überarbeitete Notizzettel-Funktion, mit der Anmerkungen rechts neben dem Dokument auf für jeden Bearbeiter unterschiedlichem Farbhintergrund übersichtlich dargestellt werden.

Wie bereits in Word oder Excel 2007, lässt sich der Zoomfaktor stufenlos über einen Schieberegler in der Statusleiste regeln.

Der Release Candidate von OpenOffice 3.0 steht auch bereits als deutschsprachiges Installationspaket zum Download bereit. Ob die endgültige Version noch im September erscheinen wird, ist von den Tests der nächsten Zeit abhängig.

In Anbetracht der Erfahrungen mit bisherigen Versionen, bei denen mehrere Anläufe der Release Candidates erforderlich waren, erscheint ein Freigabetermin im Oktober realistisch.

PoS Aktuell

Fachkonferenz Electronic Goes Green 2008 in Berlin

Die dreitägige Fachkonferenz „Electronic Goes Green“ in Berlin fand in diesem Jahr zum dritten Mal statt. Während auf der ersten Veranstaltung im Jahr 2000 noch das Thema „bleifrei“ im Mittelpunkt stand, waren es 2004 Regulierungsfragen im Zusammenhang mit den WEEE- und RoHS-Richtlinien der EU zur Behandlung von Elektroschrott und die Verbote der Verwendung umwelttoxischer Materialien bei der Produktion, über die man debattierte.

Inzwischen habe sich der Konferenzschwerpunkt zu einem ganzheitlichen Ansatz verschoben, erklärte der Leiter des Fraunhofer-Instituts für Zuverlässigkeit und Mikrointegration (IZM), Professor Herbert Reichl, als Veran-

stalter der „Electronic Goes Green“. Bei insgesamt 150 Vorträgen beschäftigte man sich vorwiegend mit dem „Ergrünen der Zulieferketten und dem Ökomanagement“ wie auch mit dem Einsatz umweltfreundlicher Materialien.

Abschied von der Wegwerfgesellschaft

Ressourceneffizienz sei wichtig, aber wichtig sei auch das bisher noch nicht diskutierte Verbraucherverhalten, beklagte Arab Hoballah, Vertreter des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP), in seiner Keynote zur Eröffnung. „Die Elektronik hat die Art verändert, wie wir leben, arbeiten, lernen und spielen, aber den Nutzen hat davon zumeist nur die ‚Internationale Konsumentenklasse‘“, erklärte Hoballah und forderte: „Wir müssen uns endlich von

der Wegwerfgesellschaft verabschieden.“ Zur Zeit bereitet das Technical Committee den neuen Ökodesign-Standard „Environmental Standardization for Electrical and Electronic Systems“ (TC 111) der IEC vor.

Umweltbewusste Entwicklung

Der neue Entwurfsstandard „Environmentally Conscious Design for electrical and electronic products and systems“ (IEC 62430) wird voraussichtlich in wenigen Monaten verabschiedet sein, kündigte der Sekretär der zuständigen WG 2 im TC 111, Yoshiaki Ichikawa von Hitachi, in seiner Keynote an.

„Der Standard“, so Ichikawa, „beruht auf dem Denken in Lebenszyklen.“ Er soll sicherstellen, dass bei jeder Phase, von der Auswahl der Komponenten über Herstellung, Vertrieb und Gebrauch bis hin zur Entsorgung, die damit verbundenen Umweltbelastungen in die Entwurfsentscheidungen einfließen.



DISPLAY

Samsung verteidigt LCD-TV-Marktführung in USA

Der Versuch des japanischen Herstellers Sony, auf dem US-amerikanischen TV-Markt erneut die Position des Marktführers zu übernehmen, scheiterte auch im zweiten Quartal dieses Jahres: Sonys wichtigstem Mitbewerber Samsung gelang es, seinen Marktanteil um 4,8 Prozent zu erhöhen, auf 18,3% Marktanteil im 2. Quartal 2008 im Vergleich zu 13,5% im ersten Quartal dieses Jahres. Sonys Marktanteil fiel im gleichen Zeitraum um 1,7% von 13,4% Marktanteil im ersten Quartal auf 11,7% im zweiten Quartal dieses Jahres. Im Mai hatte Sony auf dem US-Markt die Preise für LCD-TV-Geräte gesenkt, um seine Verkaufszahlen zu erhöhen. Samsung konterte nahezu zeitgleich mit ebenfalls gesenkten Preisen und setzte speziell bei Modellen mit gleichen Daten und Abmessungen wie die Sony-TVs seine Abgabepreise an den Handel niedriger an. Die Verkäufer näherten im Verkaufsgespräch Zweifel der potentiellen Käufer an der Qualität der teilweise bei taiwanischen Herstellern gefertigten Sony-Fernseher und verwandten mehr Zeit auf Verkaufsgespräche für Samsung TV-Geräte, berichteten Marktbeobachter. Während Sony Preissenkungen in den Vordergrund seiner Werbe-Aktivitäten stellte, führte Samsung eine Reihe neuer Full-HD-Modelle fast ein Quartal früher als Sony auf dem US-Markt ein, was sich als entscheidender Vorteil erwies.

LED-Backlight Hersteller Kenmos erhöht Umsatz und Gewinn

Kenmos, Taiwans zweitgrößter Hersteller von Hintergrund-Beleuchtungs-Einheiten für LC-Displays profitiert von dem zunehmenden Einsatz von LED-Backlights bei Notebook-Displays: Als Folge der hohen Nachfrage und stabiler Preise für LED-BLUs (LED-basierte Backlight-Units) erhöhte sich der Gesamtgewinn des Unternehmens im zweiten Quartal 2008 auf 11,25 Prozent und überschritt damit das erste Mal in der Firmengeschichte die 10-Prozent-Marke. Mit diesem positiven Ergebnis stellte Kenmos die Geschäftsergebnisse seiner Haupt-Wettbewerber im BLU-Bereich in den Schatten: Coretronic erzielte im gleichen Quartal einen Gewinn von 9,09%. Der Gewinn von Radiant Opto-Electronics (ROEC) erreichte 6,33 Prozent. Neben herkömmlichen BLUs mit Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CFL), die das Hauptgeschäft von Kenmos stellen, produzierte das Unternehmen im ersten

Halbjahr dieses Jahres 360.000 LED-Backlight-Units für Notebooks.

Taiwan bei Errichtung von LCD-Fabriken zu 80% autark

Taiwan rechnet damit, bis 2009 bei der Errichtung von LCD-Produktions-Anlagen und der Beschaffung von Ausrüstungen zur Herstellung von LCD-Panels nur noch 20 Prozent von Lieferanten außerhalb der taiwanischen Insel kaufen zu müssen: Schon im kommenden Jahr, wenn der taiwanische Panel-Hersteller AU Optronics (AUO) mit dem Bau seiner LCD-Panel-Fabrik der zehnten Generation (10G) beginnt und dadurch zahlreiche Zuliefer-Unternehmen zur Ansiedlung in Taiwan motiviert, werden 80 Prozent der gesamten Ausrüstung des Milliarden-Projekts von in Taiwan ansässigen Unternehmen geliefert. Das teilt das Industrial Development Bureau (IDB) of the Ministry of Economic Affairs (MOEA), Taiwan, mit. Laut den vom IDB veröffentlichten Zahlen lag der Anteil taiwanischer Hersteller an der Lieferung von LCD-Produktions-Ausrüstungen im Jahr 2003 bei lediglich 5,6 Prozent. Im Jahr 2007 wurden schon 41,5 Prozent der LCD-Infrastruktur von der taiwanischen Industrie selbst hergestellt. Im Rahmen mehrerer, zur Zeit im Bau befindlicher LCD-Fabriken taiwanischer Panel-Hersteller der Generation 7.5 und 8 (7.5G & 8G) wird sich der Prozentsatz taiwanischer Lieferungen an den Produktionsausrüstungen noch im Jahr 2008 auf 50 Prozent erhöhen, prognostiziert die taiwanische Regierungsbehörde, um dann 2009 bei AUOs 10G Projekt im Central Taiwan Science Park den Anteil von 80 Prozent zu erreichen. Die Herstellung von LCD-Panels und LCD-TV-Geräten ist einer der wichtigsten Industriezweige des Inselstaats: Der Gesamtwert der in Taiwan produzierten LCD-Panels erreichte 2006 die Höhe von 31 Milliarden Dollar. 2008 werden laut Berechnungen des IDB in Taiwan LCD-Panels im Wert von 61,2 Milliarden US Dollar produziert.

AUO verstärkt seine LCM-Aktivitäten in China und Europa

Der taiwanische LCD-Panel-Hersteller AU Optronics (AUO) erweitert seinen Geschäftsbereich zur Herstellung montagefertiger LCD-Module (LCM) durch die Gründung einer Niederlassung in China und den Ausbau eines bereits existierenden Wartungs-Unternehmens in Tschechien zu einem Produktionsbetrieb für LCD-Module. AUO investiert 20 Millionen US-Dollar in die Gründung von „BriView Electronics“ in China, um dort den rapide wachsenden Display-Markt zu bedienen. Bisher bestellen chinesische TV-Hersteller benötigte LCD-Module bei AUO in Taiwan. Von dort aus wird die Montage der Einheiten dann bei chinesischen Firmen in Auftrag gegeben. Die neue AUO-Tochter BriView Electronics in China wird Aufträge direkt von chinesischen TV- und Display-

wicklung und Etablierung der mobilen TV Standards DVB-T, ISDB-T, T-DMB, ASTC and CMDB aus sowie die schnell zunehmende Verfügbarkeit von Content. Laut Prognosen von Analysten wird der Markt für mobile TV-Geräte in 2008 die Stückzahl von 50 Millionen Geräten erreichen und sich bis 2010 auf 100 Millionen Einheiten verdoppeln.

Amtran und LG Displays gründen LCD-Joint-venture in China

Der südkoreanische Hersteller LG Display Co. Ltd. und das taiwanische Unternehmen Amtran Technology haben die Unterzeichnung eines Joint-ventures zur Produktion von Flachbild-Displays und der Auftrags-Produktion von TV-Geräten in China bekanntgegeben. LG Display, der weltweit zweitgrößte Hersteller von LCD-Panels, und der mit einem Tochterunternehmen schon in China ansässige taiwanische TV-Hersteller Amtran einigten sich in dem Vertrag darauf, in dem bereits bestehenden Amtran-Werk in China eine Produktionslinie zum Bau von TV-Geräten und Displays zu errichten und diese gemeinsam zu betreiben. An dem neuen, im Rahmen des Joint-ventures gegründeten Unternehmen mit dem Namen „LG Amtran“ werden LG Display 51 Prozent und Amtran 49 Prozent der Anteile halten. LG Display Co. Ltd. und Amtran Technology planen, in ihrer Joint-venture Firma ab dem kommenden Jahr jährlich etwa 3 Millionen LCD-Module und 5 Millionen LCD-Fernseher herzustellen.

AUO investiert in Backlight-Unit Hersteller Forhouse

Darwin Precisions, ein Ableger des taiwanischen LCD-Herstellers AU Optronics (AUO), hat sich für eine Beteiligung an Forhouse entschieden. Forhouse ist Hersteller von Hintergrund-Beleuchtungen für LCD-Panels in LCD-TV-Geräten und Monitoren. Mit einer Investitionssumme von 14,2 Millionen US-Dollar erwirbt AUO einen Anteil von 14,7 Prozent an dem BLU-Hersteller. Ein Sprecher von Forhouse erklärt dazu, die finanzielle Beteiligung von AU Optronics verbessere die finanziellen Möglichkeiten des Unternehmens bei erforderlichen Erweiterungen und schließe eine willkommene strategische Partnerschaft zwischen AUO und Forhouse ein. AU Optronics ist größter Kunde von Forhouse und nimmt zwischen 70 bis 80 Prozent der gesamten BLU-Produktion von Forhouse ab.

AUO entwickelt OLED-Panels mit a-Si Technologie

AU Optronics (AUO) plant die Entwicklung von auf a-Si Technologie basierenden OLED-Panels. Das Unternehmen will laut eigenen Schätzungen schon 2011 mit der Massenproduktion beginnen. CT Liu, Vize-

Präsident und General Manager der Consumer Product Display Business Group von AUO, deutete in einem Gespräch an, dass AUO im vierten Quartal dieses Jahres mit der Entwicklung von OLED-Displays mit Amorphous-Silicon-(a-Si-)Technologie beginnen und sich bei der späteren Kommerzialisierung auf Small Size Panels konzentrieren werde. Liu erklärte, dass OLED-Panels ein höheres Kontrastverhältnis als LCD-Panels ermöglichen, weniger Energie verbrauchen und wesentlich dünner als LCD-basierte Display-Panels hergestellt werden können. Sobald die Massenproduktion von OLED-Panels optimiert sei, würde sich auch ein deutlicher Kostenvorteil gegenüber LCD-Panels ergeben. Die Amorphous-Silicon-Technologie sei wesentlich besser für die Herstellung von OLED-Panels geeignet als LTPS Technologie, fügte Liu hinzu. Die Produktions-Ausbeute liege höher und die Panels verhielten sich im Betrieb stabiler als LTPS-basierte OLED-Panels. Außerdem berichtete Liu, dass AUO in der vorangegangenen Phase der Grundlagenforschung mehrere bedeutende Technologie-Durchbrüche bezüglich der verwendeten Materialien und Produktionsmethoden erzielt habe. Nach dem Start der Produktion von mid Size OLED-Panels in 2011 plane das Unternehmen, etwa 3 bis 5 Jahre später auch mit der Produktion von großformatigen OLED-Panels zu beginnen.

LCD-Panel-Unternehmen investieren in Hersteller von LCD-Treiber-ICs

Weil integrierte Schaltungen mit LCD-Treibern zu Schlüsselkomponenten bei der Herstellung von LCD-Panels geworden sind, investieren Panel-Hersteller zunehmend in den Erwerb von Anteilen an den Treiber-IC-Herstellern, um durch die gesicherte Versorgung mit den unverzichtbaren Bausteinen ihre Marktposition halten zu können. In Zeiten erhöhter Nachfrage nach LCD-Panels kam es in der letzten Zeit immer wieder zu Verknappungen bei der Verfügbarkeit von LCD-Treiber-Chips. Durch diesen Mangel wurde der Produktionsausstoß der Hersteller deutlich begrenzt. Mit Ausnahme von Novatek Microelectronics, dem ersten Hersteller von LCD-Treiber-ICs, sind deshalb inzwischen LCD-Panel-Hersteller die größten Anteilseigner der Treiber-IC-Produzenten, einschließlich Himax Technologies, Orise Technology, Sitronix Technology und Raydium Semiconductor.

HannStar kürzt LCD-Produktion

Wie die chinesischsprachige Zeitung Commercial Times berichtet, will der taiwanische LCD-Panel-Hersteller HannStar seinen Ausstoß an LCD-Panels im September um 5 bis 10 Prozent reduzieren. Als Grund für das Zurückfahren der Produktionsmengen werden die weiter gesunkenen Abgabepreise für Medium Size Monitor- und TV-Panels genannt, die laut dem Bericht inzwischen dicht bei den tatsächlichen Produktionskosten für LCD-Panels liegen. Wegen der Gesamtkapazität von monatlich 130.000 Glassubstraten in der einzigen noch von HannStar betriebenen 5G Produktionslinie hatte der Panel-Hersteller damit gerechnet, von Produktions-Kürzungen wegen fallender Panel-Preise verschont zu bleiben.

> FULL HD ab 32 Zoll
 > Lichtsensor
 > Game/PC Modus
 > 3 x HDMI™

REGZA HD 1080p

> TOSHIBA XV-SERIE:
 FULL HD UND VOLL AUSGESTATTET

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Herstellern annehmen und die Produktion selbst durchführen. In seine europäische Niederlassung in der tschechischen Republik will AUO 14,36 Millionen US-Dollar investieren. AUO erwägt, das bisherige Wartungs- und Service-Unternehmen zu einer Fertigungsanlage für LCD-Module auszubauen, um Kunden in Europa schneller bedienen zu können und Einfuhrzölle zu vermeiden.

Markt für mobile TV-Geräte wächst ab 2010 überproportional

Der Weltmarkt für mobile TV-Geräte wird laut dem Marktbeobachter Digitimes ab 2010 mit einem steilen Aufwärtsschritt in der Wachstumskurve zulegen: Die Abgabepreise für Mobil-TV-Chips sind inzwischen unter 5,- US Dollar pro Stück gefallen. Deshalb rechnen Marktbeobachter in naher Zukunft mit einer zunehmenden Anzahl von Markteinführungen mobiler Geräte mit eingebauter TV-Funktion. Analog zu dieser Situation hatte auch die Entwicklung von mobilen Geräten mit integrierter WLAN- und Bluetooth-Funktionalität ab dem Zeitpunkt stark zugenommen, zu dem die Chip-Preise für die jeweilige Technologie unter die Schwelle von 5,- US Dollar pro Stück gesunken waren. Begünstigend auf die Verbreitung mobiler TV-Geräte wirkt sich auch die Ent-

Canon gewinnt Rechtsstreit um SED Patent-Lizenzen

Nachdem es einige Zeit still um den Fortgang der SED Display-Technologie geworden war, hat Canon jetzt das Recht zur Nutzung der umstrittenen SED-Lizenzen wieder zugesprochen bekommen: Der US-amerikanische Fifth Circuit Court of Appeals (Bundesberufungsgericht) befand in seinem Urteilsspruch, dass Canon durch die gemeinsam mit Toshiba durchgeführte Entwicklung von SED-Displays keine von Nano-Proprietary erteilte Patent-Nutzungs-Lizenzen verletzt hat. Das Berufungsgericht setzte die bei Entscheidungen der Vorinstanzen aberkannten Lizenzverträge mit Nano-Proprietary durch richterliche Verfügung wieder in Kraft. Canon ist nun alleiniger Eigentümer des zusammen mit Toshiba gegründeten früheren Joint-ventures „SED Inc.“ und darf die Entwicklungsarbeiten und Vorbereitungen für den Start der Serienproduktion fortsetzen. Ob und wann Canon erste serienreife SED-Bildschirme vorstellt, ist zur Zeit noch vollkommen offen. Es bleibt zu hoffen, dass die aufsehenerregenden Vorgänge um das SED-Projekt bald nur noch ein schlechter Traum sind. Lizenzgeber Nano-Proprietary hat inzwischen umfirmiert und trägt nun den Namen Applied Nanotech Holdings Inc.



Die größte IFA aller Zeiten

Fernsehgeräte wurden größer, brillanter, grüner

Fernsehen, nach Autofahren der meisten Deutschen liebste Beschäftigung, wird noch schöner: Neue LCD- und Plasma-TV-Geräte bringen mehr Farbe und brillante, scharfe Bilder in HDTV-Qualität in die Wohnzimmer. Für den Fachhandel heißt das: Für den Verkauf von Premium-Produkten gibt es gute Argumente.

Der Trend ist deutlich: Die großen flachen Fernsehgeräte wurden noch größer und dabei extrem flach. Erkennbar war auch das erfolgreiche Bemühen der Industrie, die Leistungsaufnahme der Geräte zu senken, dabei wurde sogar der gute alte Ein- und Ausschalter auf's neue erfunden. Und schließlich eliminieren elektronische Bildverbesserungsverfahren Bildfehler, die die Geduld des Zuschauers bei schnell wechselnden Bildinhalten oft auf die Probe stellen.

Grundig sorgt für Zukunftssicherheit

Noch in diesem Jahr bringt Grundig in seiner Familie Vision 6 neue Modelle auf den Weg zum Kunden. Im November kommt ein Gerät auf den Markt, das per DVB-T auch hochaufgelöste MPEG-4-Signale empfangen und verarbeiten kann. Mit diesem Tuner kann der Vision 6 neben den herkömmlichen SD- auch terrestrisch ausgestrahlte HD-Signale verarbeiten. In zahlreichen europäischen Ländern ist die HDTV-Signalversorgung über DVB-T bereits gesichert, Deutschland wird diesem Trend folgen. Der Vision 6 mit MPEG-4-Empfangsteil ist zukunftsicher, weil er für das künftige Fernsehen vorbereitet ist. Fernsehgeräte haben heute eine wesentlich geringere Stromaufnahme als noch vor einigen Jahren, doch liegt auch hier Potential für weiteres Sparen vor: Im Vision 6 ECO mit 26" und 32" Diagonale kommen besonders sparsame LC-Panels zum Einsatz, wodurch der Energieverbrauch im normalen TV-Betrieb um max. 46% gegenüber einem vergleichbaren Standard-LCD-TV gesenkt werden konnte:



Zukunftssicherheit mit HDTV-Empfang über DVB-T: Vision 6 von Grundig

etwa 75 W gegenüber rund 140 W. Im Standby-Betrieb hat der Vision 6 ECO eine Leistungsaufnahme unter 0,1 W!

JVC: Innovationen für die nächste Generation

Vorteilhaft gegenüber der Hintergrundbeleuchtung von LCDs mit Kaltkathodenlampen sind Leuchtdioden (LEDs). JVC verwendet 1.152 davon in RGB-Anordnung und erzielt damit einen um 116% größeren Farbbereich (NTSC). So lassen sich Farben sehr natürlich und brillant darstellen. In 128 Einzelbereichen wird die jeweils optimale Hintergrundhelligkeit eingestellt. Für tiefes Schwarz wird die Beleuchtung da reduziert, wo kein Licht benötigt wird. Im Ergebnis bedeutet dies einen außerordentlich hohen Kontrastumfang von max. 100.000:1. Darüber hinaus reduziert die LED-Technik an dieser



Maximale Tiefe 7,4 cm: Super-Slim-TVs von JVC

Stelle die Stromaufnahme unter normalen Bedingungen um etwa die Hälfte. Gleichzeitig konnte die Tiefe des Panels auf knapp 7,5 cm verringert werden.

Zur IFA 2008 stellte JVC die 150-Hz-Bildverbesserungstechnik Clear Motion Drive vor. Normale Video-Bilder werden mit einer Halbbildwechselfrequenz von 50 Hz dargestellt, mit der neuen Technik ist die Halbbildfolge dreimal schneller. Der Algorithmus berechnet die Bewegungen im voraus, generiert zwei neue Halbbilder und setzt diese zwischen die benachbarten Halbbilder ein. So werden schnelle Bewegungen wesentlich flüssiger dargestellt.

Die neuen Super-Slim-LCD-TVs von JVC sind nur 3,9 cm bzw. max. 7,4 cm tief. Dank der Rahmenbreite von 2,3 cm konnte in den Abmessungen eines 37"-Gerätes ein 42"-Fernsehbild untergebracht werden. Insgesamt werden vier Modelle in 42" und 46" mit analogem sowie analogem und digitalem Tuner (DVB-T) angeboten. Mit der Super-Slim-Flachbildtechnik konnte im Vergleich zu herkömmlichen LCDs der Energieverbrauch um 20% auf 188 W reduziert werden. Außerdem sorgt der sogenannte Eco-Modus dafür, dass die mit einer reflektierenden Beschichtung arbeitende Hintergrundbeleuchtung entsprechend dem Umgebungslicht automatisch angepasst wird, was den Stromverbrauch um max. weitere 30% reduziert. Insgesamt spart ein Super-Slim-LCD von JVC etwa 50% Energie ein, verglichen mit ähnlichen LCD-TV-Geräten. Dank der Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080) können HD-Sendungen, Blu-ray- oder Everio-HD-Videos unkomprimiert wiedergegeben werden.



Art SL für Anspruchsvolle, von Loewe

Loewe für höchste Ansprüche

Der neue Art SL ist mit rund 9 cm Tiefe das flachste Loewe-Gerät, das es bisher gab. Er wird mit Bild diagonalen von 42" und 47" angeboten und wendet sich an Kunden mit Gespür für Komfort und Eleganz. Er liefert Bilder in Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080), die 100-Hz-Technik in Verbindung mit dem 24p-Kinomodus sorgt für scharfe Bilder und fließende Übergänge, auch bei schnellen Kameraschwenks. Das Fernsehgerät enthält Tuner für DVB-T und DVB-C, optional wird auch ein DVB-S-Empfänger angeboten. Für HDTV-Empfang ist bereits serienmäßig ein Empfänger integriert, Zusatzgeräte entfallen daher. Auf Wunsch ist ein integrierter 250-Gbyte-Festplattenspeicher verfügbar, mit dessen Hilfe HDTV-Sendungen aufgezeichnet oder zeitversetzt gesehen werden können. Mit Hilfe des ebenfalls optionalen Dolby-Digital-Moduls kann der Art SL mit Loewes Audiokomponenten zu einem Heimkino-System ausgebaut werden. Für Räume mit wenig Platz bietet Loewe jetzt Geräte der Connect-Familie mit Diagonalen von 26" und 22" an. Sie empfangen DVB-T und analoge Kabelprogramme, zwei HDMI-Schnittstellen erlauben den

Anschluss externer HD-Geräte. Der Connect 26 hat eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln (HD ready), der Connect 22 eine von 1.680 x 1.050 Pixeln und ist dank seiner VGA-Schnittstelle auch ideal für die Verwendung am Rechner geeignet.

Metz: 70 Jahre Qualität „Made in Germany“

Mit Metz steht eines der traditionsreichsten Unternehmen der deutschen Elektronikindustrie erfolgreich in seinem 70. Jahr. Eine Erfolgsgeschichte, denn allein in den letzten 20 Jahren verschwanden zahlreiche deutsche traditionelle TV-Marken vom Markt. Die neuen Linus 42 FHDTV 100 und Linus 42 FHDTV 100 R geben sich zeitlos elegant, das Gehäuse ist deutlich in Bildschirm, Bedienfeld und Tonmodul unterteilt. Die Bilder in HDTV-Qualität überzeugen auch im Detail dank der Mecavision-HD+-Bildverbesserung. Dank der modu-



Modulare Flexibilität: Linus 42 FHDTV 100

laren Erweiterbarkeit sind Metz-TV-Geräte nachrüstbar und damit zukunftsicher. Sie können auch mit 100-Hz-Technik und integriertem HDTV-Empfangsteil inklusive JPEG-Foto-Anzeige ausgestattet sein, ebenso mit Doppel-Tuner für Kabel und Antenne. Der Linus 42 FHDTVx100 R enthält bereits einen 250-Gbyte-Festplattenrecorder mit Simultanaufnahme, der beim Linus 42 FHDTV 100 nachgerüstet werden kann. **Fortsetzung auf Seite 18**



Ausgezeichnet als Europas LCD-Fernseher des Jahres 2008-2009. Für ein Bild so echt wie das Leben.

Der neue Philips Flat-TV mit LED-Lux Technologie und der Perfect Pixel HD Engine bietet Ihnen lebensechte Bilder in unglaublicher Schärfe, lebendigen Farben und natürlich fließenden Bewegungen. Von der unabhängigen EISA-Jury



ausgezeichnet als „Europas LCD-TV des Jahres 2008-2009“ für seine LED Hintergrund-

Beleuchtungstechnologie. Diese entwickelt überwältigende Schwarzstufen und verhindert Bewegungsunschärfen.

Für ein Bild so real, als würden Sie es selbst erleben.

Simply inspired by you. www.philips.de

PHILIPS
sense and simplicity

Weniger als
1 Zoll dick: neue
Plasmatechnik
von Panasonic



Plasma-Pionier Panasonic: Displays der nächsten Generation

Panasonic stellte innovative Plasma-displays als Prototypen vor: ein 42"-, 50"-, 58"- und ein 65"-Panel mit sogenannter Double-Efficiency-Technik, die die Stromaufnahme bei gleicher Helligkeit auf die Hälfte reduziert. Alle Panels sind weniger als 2,5 cm tief. Mit einer Bildschirmgröße von 150" (3,81 m) zeigte Panasonic auch das zur Zeit weltweit größte Full-HD-PDP, dessen Auflösung von 2.160 x 4.096 mehr als das Vierfache der 1080p-HD-Spezifikation (1.080 x 1.920) beträgt. Für die Effizienzsteigerung wurde eine neue Phosphor- und Zellentechnik entwickelt, die den Entladungsvorgang optimiert, ebenso einen neuen Ansteuer-IC, wodurch Energieverluste reduziert werden. Dadurch erreichen die Displays zwischen 42" und 65" die gleiche Helligkeit wie bisherige 1.080p-Displays entsprechender Größe, jedoch bei halbiertem Energieverbrauch. Zudem erlaubt diese neue Technik dünnere Profile, größere Displays, hellere Bilder und höhere Auflösungen.

Hochauflösend und ultraflach: LCD-TVs von Philips

Nur 38 mm tief ist der LCD-HD-Fernseher Essence von Philips, der



Leuchtendes Beispiel:
Aurea in zweiter Generation, Philips



hältnis (von 8.000:1 auf 30.000:1). Die Leistungsaufnahme wurde im Standby-Modus von 0,8 W auf 0,15 W reduziert.

Reduziertes Design:
Philips Essence

Crystal-Design von Samsung

Die Full-HD-TVs der Serie 8 von Samsung sind nur noch 4,44 cm tief. Dabei ist das neue Crystal-Design kein Selbstzweck, sondern signalisiert, dass technische Höchstleistungen erwartet werden dürfen, z. B. eine Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080p. Auch bei schnellen Bewegungen sind die Bilder brillant, es gibt starke Kontraste und Farben ohne Reflexionen und Nachzieheffekte, das dynamische Kontrastverhältnis beträgt 80.000:1. Die TV-Geräte der Serie 8 verfügen über vier HDMI-Anschlüsse für Verbindungen zu externen HD-Quellen.

Samsungs Serie 9 verbindet moderne Ausstattung mit Energieeffizienz und umweltschonender Herstellung. Das Modell 950 bietet Netzwerkfähigkeit und Webinhalte: Mit InfoLive lassen sich per Fernbedienung RSS-Feeds aus dem



LED-Hintergrundbeleuchtung für Energieeffizienz
und Kontraststeigerung bei Samsung

Internet laden, die dem Zuschauer Nachrichten und andere Inhalte anzeigen, z. B. zu Themen wie „Kochen“, „Spielen“ und „Kinder“. Für die Hintergrundbeleuchtung werden LEDs verwendet. Samsung nennt sein Verfahren „LED Local Dimming“, das ein kontraststarkes Bild erzeugt und gleichzeitig Energie spart. Die einzelnen LEDs werden unabhängig voneinander angesteuert, abgeschaltete verbrauchen keine Energie. Ein weiterer positiver Effekt ist, dass so ein noch tieferes Schwarz im Bild als bisher erreicht wird.

Neue LCD-Ära mit Sharp

Die Nachfrage nach LCD-TVs boomt und wird laut Sharp-Prognosen in diesem Jahr die 100-Mill.-Grenze durchbrechen. Allein in Europa gibt es in diesem Jahr eine Nachfrage nach 35 Mill. Geräten. Sharp trägt dem Rechnung und stellte auf der IFA mit der Aquos-Serie LC-XS1 eine neue Generation von LCD-TVs vor, die eine Tiefe von nur 1" an der schmalsten und 2" an der dicksten Stelle haben. Gegenwärtig werden die Bildgrößen 52" und 65" angeboten. Neuentwickelte LCD-Panels sorgen für hohe Bildqualität, eine

Scharfe Bilder mit Micronas

Bewegungsunschärfen und Bildruckeln auf LC-Displays beeinträchtigen das Fernseherlebnis, Plasma-displays erzeugen Großflächenflimmern, das sich eliminieren lässt, wenn die Bildwiederholrate auf über 60 Hz erhöht wird. Der neue Frame-Rate-Converter FRC-Q bietet ME/MC (Motion Estimation/Motion Compensation) und sorgt nun für brillante Filmwiedergabe auf Full-HD-LCD-, PDP- und OLED-Fernsehgeräten. Der integrierte Schaltkreis wurde für das schnell wachsende Marktsegment der 120-Hz-Full-HD-Flachbildschirmgeräte entwickelt und ermöglicht neben einer verbesserten Bildqualität schärfere Details bei Filmszenen mit sehr schnellen Kameraschwenks sowie eine wirkungsvolle Reduzierung von Schlieren. Aus 50- und 60-Hz-Videoinhalten oder Filmquellen, die mit 24 Bildern/s aufgenommen wurden, erzeugt der FRC-Q in einer Single-Chip-Konfiguration 120-Hz-Video und in einer parallel geschalteten Zwei-Chip-Konfiguration 240-Hz-Video. Diese Technik setzt neue Standards in der Bildqualität bei Full-HD-Auflösung und ist die perfekte Lösung für 120-Hz- und 240-Hz-LCD-TVs. Vorführungen auf dem IFA-Stand belegten die Zuverlässigkeit dieses Bildverbesserungsverfahrens.



Scharfe Bilder mit FRC-Q, Micronas

lante Farben. Die XS1-LCD-TVs sind mit umweltfreundlicher und energiesparender Technik ausgestattet. Durch die optische Helligkeitsanpassung der Hintergrundbeleuchtung an das Umgebungslicht sinkt die Stromaufnahme der Geräte. Für eine adäquate Audioqualität hat Sharp zusammen mit Pioneer ultraflache Lautsprecher entwickelt.

Sony: OLED-TV und 200-Hz-Technik

Mit dem 11" großen XEL-1 will Sony Anfang 2009 den Vertrieb von OLED-Fernsehgeräten (OLED, Organic Light Emitting Diode) in Deutschland starten. Im Gegensatz zu LCD-Fernsehern, die eine Hintergrundbeleuchtung benötigen, sind OLED-Bildschirme selbstleuchtend. Schaltet ein Pixel bei der Wiedergabe eines schwarzen Bildabschnitts ab, gibt es kein Streulicht. Resultat ist ein Kontrastverhältnis von mehr als 1.000.000:1 und ein perfekter Schwarzwert.

Das mit 3 mm Tiefe extrem flache XEL-1-Display wird von einem schräg auf der Basiseinheit montierten, freitragenden Arm gehalten. Mit einer Reaktionszeit von 1 µs ist der XEL-1 tausendmal schneller als ein LC-Display und die Darstellung bewegter Bilder natürlich und fließend wie bei keinem anderen Display. Die Genauigkeit in der Farbwiedergabe und die Abstimmung zwi-



Maximal 2" dick:
Sharp Aquos XS1



Fernsehen der Zukunft: OLED-TV XEL-1, Sony

schen Licht und Schatten machen die OLED-Technik konkurrenzlos in der Bilddarstellung. Das 16:9-Display besitzt eine Auflösung von 960 x 540 Pixeln.

Auch bei den LCD-Fernsehgeräten führte Sony attraktive Neuerungen ein. Mit den Modellen der Bravia-Serie Z4500 in 52", 46" und 40" präsentierte das Unternehmen die ersten LCD-Fernseher mit einer Bildwiederholrate von 200 Hz. Bei 50 Hz ist es schwierig, auf LCD-Fernsehern schnelle Bewegungen, z. B. bei Sportübertragungen, flüssig wiederzugeben. Motionflow 200 Hz analysiert zunächst das Ausgangssignal und schärft Bild für Bild mit einem Algorithmus, der



9,9 mm dick: Bravia ZX-1, Sony

„Image Blur Reduction“ genannt wird. Auf Grundlage des nunmehr scharfen Ausgangsbildes werden drei neue Zwischenbilder errechnet und in den Bildablauf eingefügt, bevor das nächste geschärfte Ausgangsbild des originalen TV-Signals dargestellt wird. Die Z4500-Serie arbeitet mit der Bravia-Engine 2, die das eingehende Bildsignal in Echtzeit filtert und optimiert, so dass bei allen Bildparametern noch einmal eine sichtbare Verbesserung auf dem 1.080p-Full-HD-LCD-Panel erreicht wird.

Der Bravia ZX1 ist mit 9,9 mm Tiefe an der dünnsten Stelle der gegenwärtig flachste 40-Zoll-LCD-Fernseher der Welt. Die Edge-LED-Technik ermöglicht eine völlig neue Bauweise:



Höhere
Bildschärfe im
linken Bildbereich:
200-Hz-Technik
von Sony

Der Mediareceiver befindet sich in einem externen Gehäuse und funkt die Video- und Audiosignale unkomprimiert und in Echtzeit an das Display. Die Beleuchtung erfolgt mit Hilfe seitlich angebrachter weißer LEDs statt mit rückseitig montierten Kaltkathodenlampen, wodurch die geringe Tiefe des Panels erreicht wurde.

Toshiba: Alles ist möglich

Mit der sogenannten Cell-Broadband-Engine stellte Toshiba einen IC für ein neues TV-Bedienkonzept vor. Dieser Prozessor stellt, so Toshiba, die Grundlage für alle erdenklichen

An der Grenze zu HDTV:
LCD-Fernsehgerät
46ZF575D von
Toshiba



Entwicklungen dar, für Bildqualität, Benutzerfreundlichkeit und Vernetzung. Alle Funktionen sind ausschließlich als Software hinterlegt, zusätzliche Hardware soll für neue

Funktionalitäten nicht mehr erforderlich sein. Das Fernsehgerät kann also auch nach Jahren per Softwareaktualisierung auf den jeweils aktuellen Stand gebracht werden. Auf der IFA wurde die gleichzeitige Wiedergabe von Filmmaterial aus 48 Bildquellen demonstriert, ebenso die Steuerung des Fernsehgerätes mit einfachen Handbewegungen.

Mit Hilfe dieser Technik lassen sich Algorithmen umsetzen, die eine wesentlich bessere Bildqualität und deutlich reduzierte Bildfehler ermöglichen. Eine erste Anwendung findet sich in der Resolution+-Technik, die die Darstellung von SD-Inhalten auf fast HD-Niveau ermöglicht, da die Bilder skaliert und hinsichtlich Farbe, Kontrast und Schärfe bearbeitet werden. In den High-End-Modellen 40ZF575D (40") und 46ZF575D (46") wird



Die geballte Faust steuert den Fernseher von Toshiba.

Resolution+ bereits angewandt. Die Bildverbesserung setzt sowohl für SD- als auch HD-Inhalte ein: Für scharfe Bewegtbilder sorgt die 100-Hz-Technik Active Vision M100 HD, einen erweiterten Farbraum ermöglicht ein neues LC-Panel, und der Bildprozessor Pixel PROcessing VI ist für Bildschärfe, Farbbrillanz sowie Trennung von Farb- und Helligkeitsübergängen zuständig. Um Farben genauer decodieren zu können, wird ein zweiter Farbdecoder eingesetzt, durch den Farben natürlicher und auch schärfer voneinander getrennt werden.

Fazit

Die Internationale Funkausstellung machte auf dem Gebiet der Fernsehtechnik deutlich, dass die Grenzen der schönen Bilder noch längst nicht erreicht sind: Größer, brillanter und auch umweltfreundlicher präsentierten führende Hersteller ihre neuen Produkte, die größtenteils noch rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft in den Handel kommen sollen.

CREATING PHOTO BUSINESS

easyphoto

NUR
1.790 €
netto, inkl. Drucker
CP9550DW-S

NEU: FOTOS, SERVICE, MEHRGESCHÄFT – ALLES EASY.

Mit dem neuen Foto-System Easyphoto erschließen Sie sich einfach und günstig eine zusätzliche Einnahmequelle: Fotoproduktion von digitalen Bilddaten, egal ob von Handy, Speicherkarte oder CD/DVD. Das kompakte System findet überall Platz. Es ist extrem leistungsfähig und über Touchscreen kinderleicht zu bedienen. Sie können mit Easyphoto digitale Bilddaten einlesen, bearbeiten und ausdrucken; optional sind Software-Tools wie biometrische Passbilder, Kalender-, Collagen- und Mosaik-Funktion erhältlich. Machen Sie sich selbst ein Bild!

PHOTOKINA 2008 KÖLNMESSE: BESUCHEN SIE UNS! Halle 10.2, Stand A68/C69

Ihr Fototeam ist erreichbar unter:
Telefon: 021 02/4 86 45 44 oder 021 02/4 86 31 50
www.easyphtosystem.com

MITSUBISHI
ELECTRIC
Changes for the Better

Sony will weiter auf den Fachhandel zugehen

Sony zeigte Muskeln auf der IFA: Auf dem größten Stand aller Zeiten konnten die Messebesucher nicht nur die im Vorfeld angekündigten Neuheiten bestaunen, sondern auch überraschende Innovationen wie den nur 9,9 mm „dicken“ Bravia ZX1, die 200-Hz-Serie Bravia Z4500 und den OLED-Fernseher XEL-1. Bei der Vermarktung der Spitzentechnik will Sony auf Beratungsqualität setzen und sich als zuverlässiger Partner für den Fachhandel erweisen.

In einem Pressegespräch zog Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, eine kurze Zwischenbilanz seiner Anfang des Jahres begonnenen Arbeit. „Der Fachhandel fängt an, uns wieder zu vertrauen“, betonte der Manager, machte aber zugleich deutlich, dass Sony noch viel Arbeit vor sich habe, um seinen Anspruch, auch die Spitzenposition in der vernetzten Unterhaltungselektronik zu erreichen, zu realisieren. Gelingen soll das, so van Ede, „durch persönliches Handeln von Mensch zu Mensch und durch echte Partnerschaft mit dem Handel.“

Vertrauen schafft Vertrauen



Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH: „Der Fachhandel fängt an, uns wieder zu vertrauen.“

Um das zu erreichen, setzt der Sony Geschäftsführer zunächst auf die Neuorganisation der internen Prozesse: Das Leitwort dafür heißt „Kundenorientierung“, und die will er durch konsequente Motivation der Mitarbeiter, einfache und schnelle Prozesse, besseren Service und mehr Entscheidungsbefugnis für den Außendienst erreichen.

Die ersten Ergebnisse geben van Ede Recht: Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres (April bis Juni) verzeichnete Sony Deutschland im Consumer Geschäft ein Umsatzplus von 30 Prozent und konnte seinen Marktanteil um zwei Prozentpunkte steigern.

Vor diesem Hintergrund erweist sich van Edes früher formuliertes Ziel für das laufende Geschäftsjahr – 10 bis 15 Prozent mehr

Umsatz und ein Prozentpunkt mehr Marktanteil – als eher bescheidene Zielsetzung.

Unternehmerisch handeln

Für Sales Director Florian Rosenberg ist die Neuorganisation des Außendienstes der wichtigste Schlüssel zur Verbesserung der Marktposition von Sony im qualifizierten Fachhandel. Zu den bereits eingeleiteten Maßnahmen gehören eine intensivere Betreuung der Handelspartner mit höherer Frequenz, bessere Erreichbarkeit der Verkaufsmitarbeiter und ein Vertriebssystem, das es den qualifizierten Vertriebskanälen ermöglicht, Margen zu erzielen, die



Sales Director Florian Rosenberg: „Unsere Mitarbeiter arbeiten wie selbst denkende, eigenständig handelnde Unternehmer.“

eine kompetente Beratung der Endkunden auch betriebswirtschaftlich sinnvoll machen. „Entscheidend dabei ist auch die Zuverlässigkeit, mit der wir die gemeinsam mit den Fachhändlern formulierten Ziele umsetzen“, betonte Rosenberg, der die Befugnisse des Sony Außendienstes deutlich erhöht hat. „Unsere Mitarbeiter arbeiten wie selbst den-



Mit 9,9 mm Dicke superflach: die Bravia ZX1 Serie

kende, eigenständig handelnde Unternehmer und haben die Entscheidungsfreiheit, sinnvolle Vereinbarungen mit den Handelspartnern abzuschließen.“ Diese Vereinbarungen schließen nicht nur Sortimentsgestaltung, Mengenplanung und Konditionen ein, sondern auch die Umsetzung von kooperativen Werbemaßnahmen, Promotions und Aktionen zur Verkaufsunterstützung am PoS.

Marketing 007

Für die Gesamtleitung der Marketingmaßnahmen in den Bereichen Consumer Electronics und IT ist bei Sony seit dem 1. Juli Martin Winkler verantwortlich. Der Divisional Director Marketing der Sony Deutschland GmbH, der auf vier erfolgreiche Jahre bei der Schwestergesellschaft Sony Ericsson zurückblickt, will in seiner neuen Position nicht nur Akzente bei der Ansprache der Endverbraucher setzen, sondern auch spezielle Maßnahmen zur Unterstützung der Fachhandelspartner entwickeln. Ein Beispiel dafür ist die Fünf-Jahres-Garantie für vier Bravia Serien im Premium-Segment, mit der nicht nur die Konsumenten Sicherheit erhalten, sondern auch der Fachhandel gute Verkaufsargumente. Zur verkaufsstarken Zeit am Jah-

resende setzt das Sony Marketing auf den Namen Bond, James Bond. „Ein Quantum Trost“ (Quantum of Solace) heißt der neue



Martin Winkler, Divisional Director Marketing: „Der neue Bond Film ist perfekt dazu geeignet, die Stärken der Marke Sony zu visualisieren.“

Streifen mit Daniel Craig, der am 6. November in die Kinos kommt – und in die Fachgeschäfte der Sony Handelspartner. „Der neue Bond Film bietet spektakuläre Action, High-Tech-Effekte und Emotionen – und ist darum perfekt dazu geeignet, die Stärken der Marke Sony in der Werbung zu visualisieren“, erklärte Winkler. „Selbstverständlich stellen wir unseren Fachhandelspartnern attraktive Werbemittel mit Motiven aus dem neuen Film zur Verfügung.“

Leuchtende Beispiele: Die OLED Technologie steht für satte Farben.





SAT

Sat-Empfang von TechniSat für den PC

TechniSat bietet mit der SkyStar USB 2 HD CI eine Komplettlösung für den digitalen Satellitenempfang an. Notebooks und PCs können mit der kompakten USB-Box digitale TV- und Radioprogramme via Satellit nicht nur in SD-Qualität, sondern auch in HDTV empfangen. Mit Hilfe des integrierten Common Interface können neben dem Empfang freier TV-Programme in SD-Qualität und in HDTV zusätzlich Pay-TV-Programme empfangen wer-



den. Entschlüsselungsmodule für alle gängigen Crypt-Systeme können in den CI-Schacht eingeschoben werden. Zum Empfang von Pay-TV wird dann lediglich ein gültiges Abo inklusive Smartcard des jeweiligen Pay-TV Anbieters benötigt. Nach dem Anschluss an den PC wird bei einem Neustart des Computers die automatisierte Installations-Routine für die Treiber der SkyStar USB 2 HD CI gestartet. Nach der Installation des mitgelieferten Software-Pakets ist die SkyStar USB 2 HD CI voll einsatzbereit. Zur bequemen Steuerung liegt der USB-Box eine vollwertige Fernbedienung bei. Der Infrarot-Receiver zum Empfang der Steuerungssignale befindet sich an der Frontseite der SkyStar USB 2 HD CI. Alle Funktionen wie z. B. Lautstärke, Aufnahmen, TimeShift-Funktion, Videotext, etc. können über die mitgelieferte Fernbedienung gesteuert werden. Die SkyStar USB 2 HD CI ist ab sofort für 149,99 Euro (UVP) erhältlich.

www.technisat.de

Sat-Triple-Play-Lösung von Schott

Schott bringt mit dem satellitengestützten Zwei-Wege-Dienst Satspeed eine neue Triple-Play-Lösung für Internet, Telefonie und Digital-TV über eine Satellitenantenne auf den Markt. Für den digitalen TV-Empfang ohne Leistungsverlust sorgt die neue Multifeadschiene mit Tooway Modem, die eine vergleichbare Empfangsleistung wie eine 75-cm-Antenne und ausreichende „Schlechtwetterreserven“ bietet. Die Multifeadschiene ist über den Fachhandel als „Single“, „Twin“, „Quad“ und „Quadro“ LNB-Version lieferbar. Für das reibungslose Zusammenspiel aller Triple-Play-Komponenten ist die Satspeed VoIPBox bestens gerüstet. Die Box enthält einen IP Router, eine Firewall, einen 4-fach Switch, einen Anschluss für zwei analoge Endgeräte und einen SO-Anschluss für ISDN-Endgeräte. Satspeed bietet einen konfigurierten satellitengestützten Internetzugang mit dynamischer Bandbreite von bis

zu 2.048 kbit/s im Download und von 156 kbit/s im Upload zu einer monatlichen Flatrate ab 39,90 Euro.

www.satspeed.de

Update für Topfield Sat-Receiver TF7700 HDPVR

Der Topfield-Generaldistributor sky vision stellt ab sofort ein Software-Update des Topfield HDTV-Festplattenreceivers TF7700 HDPVR zur Verfügung. Durch das Software-Update wird die Netzwerkschnittstelle des Topfield TF7700 HDPVR aktiviert. So lässt sich der Receiver ganz einfach an den heimischen PC anschließen. Den einfachen Zugriff auf die Daten des Receivers vom Webbrowser des Computers aus ermöglicht ein neuer, auf dem Gerät integrierter Webserver. So lassen sich Aufnahmen, Musikdateien und eigene Videos schnell und bequem zwischen PC und Recorder übertragen. Auch Timerprogrammierungen können mit diesem nützlichen Tool ganz komfortabel vom Rechner aus vorgenommen werden. Darüber hinaus verbessert das Software-Update die Bedienbarkeit und die Stabilität des HD-PVRs. Nach dem Download kann das Update anschließend per USB-Stick auf den Receiver installiert werden.

www.topfield-sat.de

Netzwerk für Humax iCord HD-Digitalrecorder

Ab sofort stellt Humax für seinen HDTV-Digitalrecorder iCord HD ein umfangreiches Software-Update zur Verfügung. Das Update bereichert den Festplattenreceiver für Satellitenempfang um zwei attraktive Features und kann per automatischer Update-Funktion oder individuell mit einem USB Stick installiert werden. Mit der ersten neuen Funktion wird die vorgesehene Netzwerkschnittstelle des Digitalrecorders aktiviert. Somit ist eine direkte Verbindung vom und zum PC möglich. Per FTP können Bilder und MP3-Dateien ganz einfach und schnell auf die bereits integrierte Festplatte des iCord HD übertragen und am Fernseher im Wohnzimmer in optimaler digitaler Qualität wiedergegeben werden. Aufnahmen des Fernsehprogramms im Format .TS können ebenfalls auf den PC übertragen und mit externen Programmen bearbeitet werden. Die zweite Neuerung betrifft die Aufnahme von TV-Inhalten auf die Festplatte des Humax iCord HD: Ab sofort können die Zuschauer individuell bestimmen, wieviele Minuten Aufnahmebuffer am Anfang sowie am Ende einer programmierten Sendung berücksichtigt

werden sollen. Verpasste Anfänge und abgeschnittene Enden gehören so der Vergangenheit an.

www.humax-digital.de

HDTV-Receiver OR 55D von Wisi

Wisi hat mit dem OR 55D seinen ersten HDTV-Receiver in den Markt gebracht. Der OR 55D hat einen HDMI-Ausgang und ist bereits PVR-ready. Über den USB 2.0-Anschluss sind zudem Aufnahmen auf einer externen Festplatte möglich. Das Gerät hat darüber hinaus zwei Common Interface Slots für den Einsatz von CA-Modulen (Conditional Access) und bietet dem Nutzer viele weitere interessante Zusatzfunktionen. Neu ist das 10-stellige alphanumerische VFD-Display (Punkt-Matrix). Es hat

HD-Empfang über SAT UND Terrestrik

STRONG SRT 8345 CI

Erster HD-Receiver für Satellit UND terrestrische Antennen

Jetzt lieferbar!

Komplettausstattung mit zwei CI-Slots und PVR Ready.

STRONG DIGITAL TV

STRONG Deutschland GmbH
Konrad-Adenauer-Strasse 25
D - 50996 Köln
Tel.: 02 21 - 99 55 78 - 0

www.strong.tv

eine hohe Leuchtdichte, bietet einen großen Betrachtungswinkel, einen ausgezeichneten Kontrast und hat eine sehr deutlich lesbare Schrift. Weitere Features sind 5.000 Programmspeicherplätze für TV und Radio, ein 10fach Timer und Sleep-Timer, ein Teletextdecoder mit 1.000 Seitenspeichern sowie ein Netzschalter zum Stromsparen an der Rück-



seite. Der elektronische Programmführer (EPG) bietet eine 7-tägige Programmvorschau. Aufnahmen lassen sich auf einer externen Festplatte mit dem EPG direkt programmieren.

www.wisi.de

Kleinsten DVB-T-Receiver von TechnoTrend

Die TechnoTrend AG startet die Auslieferung des kleinsten DVB-T-Recievers der Welt. Kaum größer als eine Streichholzschachtel wird der TT ScartTV T120 einfach an den Scart-Eingang des TV-Gerätes gesteckt. Dabei bietet der Mini-Receiver die gleichen Funktionen wie größere Set-Top-Boxen, inklusive des TechnoTrend-Menüs und einer Positionie-

rungshilfe für die Zimmerantenne. Das Gerät misst nur noch kompakte 71 x 51 x 21 mm und verschwindet



damit unsichtbar hinter jedem TV-Gerät. Den Empfang der Fernbedienungssignale sichert ein separater Infrarot-Empfänger. Dieser wird per Kabel mit dem ScartTV verbunden und anschließend unscheinbar an Fernseher oder TV-Rack befestigt. In Verbindung mit dem ScartTV T120 kann die Aufstellung des TV-Gerätes ohne Rücksicht auf vorhandene Antennenanschlüsse oder eine Ablagemöglichkeit für die bisher nötige Set-Top-Box erfolgen.

Das silberne Gehäuse des Mini-Recievers bietet neben der Scart-Schnittstelle, dem Anschluss für den Infrarotempfänger und dem Antennen-eingang eine Option zum Durchschleifen des Antennensignals, um weiteres Zubehör wie etwa einen Videorecorder anschließen zu können.

Im Lieferumfang des Gerätes befinden sich ein externes Netzteil sowie die Fernbedienung mit Batterien. Der Stromverbrauch des TT ScartTV T120 liegt im Betrieb bei unter 4 Watt. Der kleine Receiver ist ab sofort lieferbar. Der Verkaufspreis des TT ScartTV T120 beträgt 69,- Euro.

www.technotrend.com

Receiver für Antenne und Satellit von Strong

Als Nachfolger des erfolgreichen SRT 5245 hat Strong auf der IFA 2008 den neuen SRT 5246 vorgestellt. Der digitale TV-Receiver für Satellit und Terrestrik zeichnet sich durch eine um 30 Prozent schnellere Umschaltzeit zwischen den Sendern und einen schnelleren elektronischen Programmführer (EPG) aus. Als „Zwei in Eins“ Free-to-Air Receiver ist der SRT 5246 in der Lage, als DVB-S und DVB-T Set-Top-Box eingesetzt zu werden. Für beide Signale sind entsprechende Eingangsbuchsen vorhanden. Natürlich verfügt der SRT 5246 über einen integrierten UHF-Modulator.

Als top ausgestattetes System stellt der Receiver 4.000 Programmspeicherplätze für den vollen TV- und Radiogenuss ohne Grenzen zur Verfügung.

Darüber hinaus ist der Strong SRT 5246 mit Display, Software-Update über Satellit (OTA), Zoomfunktion, zwei Scart-Buchsen, S/PDIF-Anschluss für die HiFi-Anlage, EPG und zahlreichen anderen Features hochwertig ausgestattet. Das flache und kompakte Hybrid-Modell wird ab November 2008 zum Preis von 109,- Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich sein.

www.strong.tv



Spaun 8 Sat-ZF-Ebenen Multikanalschalter

Spaun liefert jetzt eine neue Generation an 8 Sat-ZF-Ebenen Kompakt-Multischaltern für die Versorgung von 14, 18 oder 32 Teilnehmern aus. Die Modelle SMS 91409 NF, SMS 91809 NF und SMS 93209 NF verfügen über ein neues Eingangsstufenkonzept für höhere Sat-Eingangspiegel von größeren Sat-Antennen oder moderner LNBs und sind mit einer aktiven Terrestrik für DVB-T-Signale ausgestattet. Mit der neuen



Standard-Klasse im Bereich der 8 Sat-ZF-Ebenen Verteiltechnik für 2 Satelliten-Positionen bietet Spaun eine kostengünstige Alternative zu einem zentral montierten Kaskaden-System. Alle drei Sat-Multischalter-Typen sind im Bedarfsfall aber auch als Abschluss-Bauteile einer Kaskade einsetzbar. Die neuen Sat-Multischalter verfügen über unterschiedlich hohe Sat-Ausgangspegel. Mit diesem Konzept können alle Teilnehmer mit einem optimalen Signalpegel versorgt werden.

www.spaun.de

HDTV-Sat-Receiver UFS 902 von Kathrein

Der neue HDTV-Receiver UFS 902 von Kathrein ist für den Empfang von digitalen Satelliten-TV- und Radioprogrammen im DVB-S- und DVB-S2-Standard geeignet. Eine HDMI-Schnittstelle gewährleistet optimale Übertragung von Bild und Ton an ein HDTV-fähiges Fernsehgerät. Über einen optischen Audio-Ausgang kann der Receiver den Dolby Digital-Datenstrom (AC 3) an eine Dolby Digital-Anlage ausgeben. Der UFS 902 unterstützt die Steuersignale DiSeqC und SCR-Einkabel-Befehle.

www.kathrein.de

DVD-Player XDE500KE:

Toshibas hochauflösende Antwort auf Blu-ray



„Der DVD-Player XDE500KE konvertiert DVD-Filme durch semiprofessionelles Upscaling auf die High Definition Videoformate 720p, 1.080i oder 1.080p und stellt sie durch drei Optimierungsmodi für Schärfe, Kontrast und Farbe veredelt an der HDMI-Schnittstelle des Geräts bereit.“

Mit dem XDE500KE bringt Toshiba den ersten DVD-Player mit XDE-Technologie auf den Markt und ermöglicht Filmfreunden ein völlig neues Erlebnis beim Abspielen ihrer DVD-Filme. Die von Toshiba entwickelte Extended Detail Enhancement Technologie konvertiert die Auflösung normaler DVDs mit Hilfe raffinierter Berechnungs-Algorithmen auf Full-HD und optimiert das Videosignal dann in einem dreistufigen Bildverbesserungs-Prozess auf eine in jeder Hinsicht beeindruckende Bildqualität mit HDTV-Niveau.

XDE-Technologie: DVD-Filme in nahezu perfekter HDTV-Qualität

Extended Detail Enhancement skaliert Videosignale von DVD-Filmen auf 576 x 1.080 Auflösung und liefert eine Bildqualität, die der von hochauflösenden Filmen im HDTV-Standard vergleichbar ist. Jeder Betrachter, der dies im direkten Vergleich erlebt, ist verblüfft, wie scharf, farbintensiv und kontrastreich normale DVD-Filme dargestellt werden. Dazu setzt XDE bei der Bearbeitung des hochskalierten Videosignals drei Bildverbesserungs-Modi für Schärfe, Farbe und Kontrast ein. Nach Analyse der Bildinhalte des Standard-Definition-Signals erfolgt das Signal-Prozessing in drei Stufen:

A) Detailreiche Bildregionen werden in der Schärfe und Darstellung des Detailreichtums optimiert.

B) Der „Schärfe“-Modus sorgt für eine Detailwirkung, die an die Qualität hochauflösender Filme heranreicht.

C) Der „Farbe“-Modus gewährleistet, dass Grün und Blau als Farbtöne der Natur auch auf dem Bildschirm naturgetreu und intensiv dargestellt werden.

In der Kombination mit den Detailverbesserungen des „Schärfe“-Modus sorgt die XDE-Farboptimierung für naturgetreue Farbdarstellung.

Beam me up to 1.080p

Durch XDE-Technik und Upscaling von DVD-Filmen auf Full-HD 1.080p-Auflösung erzielt Toshiba eine hervorragende Bildqualität zum relativ niedrigen Preis. Das Resultat hält dem Vergleich mit Blu-ray-Filmen in HD-Auflösung stand, wenn die TV-Bildschirmdiagonale von 42" nicht wesentlich überschritten wird. Das macht den DVD-Player XDE500KE auch für Besitzer umfangreicher DVD-Sammlungen interessant, die ihre DVD-Filme nicht ein zweites Mal auf Blu-ray-Disc erwerben wollen. „Europaweit erleben wir im Geschäft mit LCD- und Plasma-Bildschirmen exponentielle Zuwachsraten. In immer mehr Haushalten stehen HD-fähige

TV-Geräte“, unterstreicht Frank Eschholz, Business Development & Product Manager Consumer Visual Products bei Toshiba. „Mit dem neuen XDE500KE versetzen wir unsere Kunden in die Lage, das volle Potential ihrer HD-Fernseher auszuschöpfen. Bestehende DVD-Sammlungen werden ihre Besitzer mit einer bisher nicht gekannten Bildqualität überraschen.“

Fakten und Daten XDE500KE

Der Toshiba DVD-Player XDE500KE spielt Video-Inhalte, Fotos und Audio-Dateien von DVD, DVD-R/-RW, DVD+R/+RW, CD/CD-R/-RW, VIDEO-CD, SVCD und CD-DA ab. Unterstützt werden das komprimierte Video-Format DivX, die Darstellung von JPEG Foto-Dateien und das Abspielen der digitalen Audio-Formate MP3, WMA und JPEG. Videosignale abgespielter DVDs werden mit

der von Toshiba entwickelten XDE-Technologie (eXtended Detail Enhancement) in einem Upscaling-Prozess auf die hochauflösenden Videoformate 720p, 1.080i oder 1.080p konvertiert, durch drei Optimierungsmodi für Schärfe, Kontrast und Farbe veredelt und an der HDMI-Schnittstelle des Gerätes bereitgestellt. Das normalauflösende Videosignal wird über Komponentenausgang (YUV), Composite-Video-Anschluss und 1x Scart ausgegeben. Unterstützt werden die Mehrkanal Audio-Formate Dolby Digital, DTS und 3D Virtual Surround. Zur Verfügung stehen ein digitaler koaxialer und ein optischer Audioausgang sowie ein analoger 2-Kanal-Audioausgang. Zum Lieferumfang gehört auch ein HDMI-Kabel. Das Gerät ist zu Toshiba Regza Link-Technologie (HDMI CEC) kompatibel, der Steuerung von Fernseh- und Zuspieldgeräten mit einer einzigen Fernbedienung. Die Abmessungen betragen 430 x 51 x 198 mm. Der DVD-Video-Player Toshiba XDE500KE mit XDE High Definition Upscaling und Bildverbesserungstechnologie ist ab Ende September in Schwarz zum UVP von 159,- Euro lieferbar. www.toshiba.de

Plantronics: Wettbewerbsvorteil für Gamer

Dolby Gaming-Headset

Nachdem Plantronics bereits vor zwei Jahren mit einem Headset für Videospieler auf sich aufmerksam machte, kehrt das Unternehmen mit einem neuen Soundkonzept in den Gaming-Markt zurück. Als erster Hersteller integrieren die Amerikaner jetzt die Dolby-Technologie in ein Headset.

Mit dem GameCom 777 bleibt Plantronics seiner Philosophie treu, bestmögliche Wiedergabequalität mit hohem Tragekomfort zu verbinden. Als erstes Headset unterstützt das GameCom 777 die Technik Dolby Headphone, die

einen Höreindruck vermittelt, der einem 5.1-Boxenset gleichkommt. Das Plantronics GameCom 777 wurde speziell für Gamer entwickelt und ist das erste Gaming-Headset mit echtem Dolby 5.1 Surround Sound.

Fünf Kanäle

Die Dolby Pro Logic II Technologie wandelt Stereosignale in fünf Wiedergabekanäle mit 5.1 Surround Sound um, während die Dolby Headphone Technologie die Wiedergabe von 5.1 Surround Sound über normale Kopfhörer ermöglicht. Die Kom-



Oliver Jungklaus: „Das GameCom 777 bereichert das Spielerlebnis für jeden leidenschaftlichen Gamer.“

bination beider Technologien sorgt für ein Sounderlebnis wie bei einem professionellen Heimkino-System.

„Wir haben Gamer auf der ganzen Welt gefragt, was ihnen bei einem Headset den entscheidenden Vorteil während einer Spielesession verschaffen könnte“, so Oliver Jungklaus, Marketing Business Manager bei Plantronics Deutschland. „Unsere Partnerschaft mit Dolby bereichert das Spielerlebnis für jeden leidenschaftlichen Gamer. Gleichzeitig sorgt das Mikrofon mit Noise-

Cancelling-Technologie für eine klare Kommunikation zwischen den Teammitgliedern.“

Stereo- Lautsprecher

Die 40 Millimeter großen Stereolautsprecher bieten einen großen Resonanzkörper, in dem Höhen und Bässe zur Entfaltung kommen. Das Noise Cancelling-Mikrofon reduziert Hintergrundgeräusche, so dass der Spieler nicht abgelenkt wird und sich besser auf das Spiel konzentrieren kann.

Das GameCom 777 ist ab September für 99,99 Euro (UVP inklusive Mehrwertsteuer) verfügbar.

www.plantronics.de



Plantronics GameCom 777 ist praxisorientiert entwickelt worden. Wird das Mikrofon nicht gebraucht, lässt sich der Mikrofonarm einfach wegrehen und verschwindet unsichtbar im Kopfbügel. Dank des offenen Kopfhörerdesigns kann der Spieler auch Umgebungsgläusche wahrnehmen. Das Headset ist extrem leicht und auch bei längeren Gaming-Sessions, Musikhören oder dem Ansehen von DVDs angenehm zu tragen.



UE

2.2 PC-Audiosystem von Altec Lansing



Altec Lansing setzt mit der Markteinführung des FX3022 neue Standards für Computeraudiosysteme. Jeder Lautsprecher des 2.2 Audiosystems enthält einen dualen 4-Zoll-Subwoofer, der im unteren Bereich des Lautsprechers eingebaut ist. Diese sorgen so trotz geringen Platzbedarfs für einen vollen, reichhaltigen Bass. Das Design macht die Lautsprecher zu Kunstobjekten in jeder noch so stilvollen Umgebung. Die 1,5" Treiber des



FX3022 liefern einen Sound mit kristallklaren Klangdetails – auch bei hohen Frequenzen. Die kegelförmigen Lautsprecher mit ihren glatten Kurven eliminieren stehende Wellen und Verzerrungen. Zusätzlich können iPods und MP3-Player einfach über den AUX-Eingang angeschlossen werden. Das schwarze FX3022 ist ab 1. Oktober 2008 zum Preis von 129,99 Euro verfügbar.

www.alteclansing.com

Apple bringt neuen iPod nano auf den Markt



Apple bringt jetzt die neue, vierte Generation des iPod nano auf den Markt. Es ist der schmalste iPod der Welt im schlanken, neuen Design mit einer gebogenen Aluminium- und Glasabdeckung und in neun lebhaften Farben. Der neue iPod nano ist mit Apples Genius Music Technologie ausgestattet, die auf einen Klick Wiedergabelisten von stilistisch zueinander passenden Songs erstellt. Der neue iPod nano besitzt ebenfalls eine



überarbeitete Bedienoberfläche, ein hochauflösendes Breitbild-Display und einen eingebauten Beschleunigungssensor, der bei Drehung des Geräts automatisch in die Cover Flow Ansicht oder bei leichtem Schütteln in den Shuffle Modus wechselt. Der neue iPod nano bietet bis zu 24 Stunden Musik- oder vier Stunden Video-Wiedergabe und ist weltweit ab sofort als 8-GB-Modell für nur 149 Euro und als 16-GB-Modell für 199 Euro erhältlich. Beide Modelle kommen in den Farben Silber, Lila, Blau, Grün,

Orange, Gelb, Pink, als (Product) RED Special Edition und in Schwarz auf den Markt. www.apple.de

AV-Receiver AVR 755 von Harman Kardon



Als weltweit erster Hersteller hat Harman Kardon die Dolby Volume-Technologie von Dolby Laboratories in seine neueste AV-Receiver-Serie integriert. Der neue 7.2-Kanal-Receiver Harman



Kardon AVR 755 repräsentiert das Flaggschiff der Marke. Das Gerät bietet neben Dolby Volume auch Dolby True-HD-Technologie, DTS-HD und die Harman-eigene Logic-7-Verarbeitung. Dolby Volume hält trotz verschiedener Tonsignale, Kanalbelegungen und Eingangsquellen einen konstanten Lautstärkepegel bei der Filmwiedergabe. Zahlreiche HDMI-Anschlüsse mit den neuesten V1.3a-Funktionen und eine Video-Signalverarbeitung mit Faroudja DCDi Cinema-Konvertierung auf 1.080p ergänzen die Ausstattung. Jeder der sieben Kanäle liefert 85 Watt an 8 Ohm und hat Hochstromfähigkeit von ± 60 Ampere. Über einen Breitbandanschluss ist der Zugriff auf eine große Anzahl von Internet-Radiostationen möglich.

www.harman.com

Heimkinosystem HT33S von LG



Das neue Heimkinosystem LG HT33S wurde von Mark Levinson für maximale Leistung der 2.1-Kanäle optimiert, so dass das System einen klaren und reinen HD-Sound ohne jegliche Verzerrungen oder Überbetonungen liefert. Das Gerät nutzt die innovative VSM-Technologie (Virtual Sound Matrix), die einen virtuellen 3D-Klangraum schafft und den Zuhörer in das Heimkinoerlebnis eintauchen lässt. Die Anwender erleben das gleiche Sound-Erlebnis wie bei einem 5.1-Lautsprechersystem mit Center- und Rear-Surroundsound-Effekten. Mit HDMI-Upscaling kann das LG HT33S DVDs mit Standard-Auflösung



zu vollem HD1.080p skalieren. Eine Vielzahl von Dateiformaten wie DivX, DVD, CD, MP3, WMA und JPEG können über eine USB-Schnittstelle gelesen werden. Über die Direct Ripping-Funktion können MP3-Dateien auch ohne einen PC generiert werden.

www.lge.de

Aipteks Mini-Projektor für mobilen Einsatz



Der neue PocketCinema V10 mit seinem Gewicht von nur 155 Gramm und den Handy-ähnlichen Maßen von nur 125 x 55 x 23 mm ist für den mobilen Einsatz konzipiert. Der AV-Anschluss erfolgt über den 3-in-1 AV-Eingang. Dank des integrierten SD(HC)-Kartenschlotes und eines internen 1-GB-Speichers ist der Projektor ohne weitere Geräte zu verwenden. Neben JPEG-Dateien kann der PocketCinema V10 auch MP3, MPEG-4 (.AVI, .ASF, .MP4), H.264



(.MP4) und M-JPEG (.AVI) Dateien abspielen. Die Auflösung beträgt 640 x 480 Pixel im Bildformat 4:3. Die Projektionsgröße von 6" bis 50" (13 cm bis ca. 130 cm) ist abhängig von den Lichtverhältnissen der Umgebung und lässt sich durch die Projektionsdistanz (zirka 21 cm bis 180 cm) beeinflussen.

www.aiptek.de

Loewe mit neuem Internetauftritt



Exklusive Individualisierbarkeit, zeitlos attraktives Design und sinnvolle technische Innovationen stehen im Fokus der Markenaktivitäten von Loewe und ab sofort auch im Zentrum des neuen Internetauftritts der Marke.

Kern des Internetauftritts ist der Produkt-Konfigurator, der Individualität zum Erlebnis werden lässt. Innerhalb jeder Loewe Produktlinie kann man sich nicht nur sein Fernsehgerät, sondern ganze Home Entertainment Systeme konfigurieren lassen. Um die aktu-

Einkaufsberater für HDTV



Das hochauflösende Fernsehen HDTV wird das herkömmliche Fernsehen erweitern. Damit interessierte Kunden alle wichtigen Daten und Begriffe zu HDTV kennenlernen und einordnen können, haben der BVT, die gfu, die Deutsche TV-Plattform und der ZVEI ihr Gemeinschaftsprojekt, den „Pocket Guide HDTV“, in der zweiten, aktualisierten Auflage herausgegeben. Der Einkaufsberater bietet markenneutrale Informationen und ist eine kompetente Beratungs- und Abverkaufshilfe für den Fachhandel. Die 16seitige Broschüre ist eine optimale Abverkaufsunterstützung und erleichtert die Auswahl von Technik und Systemen. Der „Pocket-Guide HDTV“ steht auf den Internetseiten der Partner BVT, gfu, TV-Plattform und ZVEI zum kostenlosen Download zur Verfügung. Der Pocket Guide kann vom Fachhändler direkt beim Verlag in zwei Versionen (mit und ohne Händlereindruck) bestellt werden.

www.bvt-ev.de

Top-Features:

- Full-HD-Panel
- Dual-HDTV-Multituner
- Ethernet- und USB-Schnittstelle
- 250 GB Festplatte inklusive integriertem digitalen Videorekorder

HDTV OHNE UMWEGE!

FULL-HD-DIGITALFERNSEHER VON TECHNISAT!
QUALITÄT MADE IN GERMANY!

TechniSat **HDTV 40**

ab € 2.599,99 UVP
(=unverbindliche Preisempfehlung)

Besser ist einfach besser: TechniSat

Weitere Informationen und Modelle unter: www.technisat.de

Sony bringt OLED-TV auf den deutschen Markt



Anfang 2009 ist Markt-Start für die europäische Version des OLED-Displays XEL-1 von Sony. Der weltweit erste OLED-Fernseher (Organic Light Emitting Diode) mit einer Bildschirmdiagonale von elf Zoll (28 Zentimeter) vereint alle Vorteile der OLED-Technologie und liefert eine bislang unerreichte

Bildqualität. Im Gegensatz zu LCD-Fernsehern, die eine Hintergrundbeleuchtung benötigen, sind OLED Bildschirme selbstleuchtend. Schaltet ein Pixel bei der Wiedergabe eines schwarzen Bildabschnitts ab, ist kein Streulicht sichtbar. Resultat ist ein Kontrastverhältnis von mehr als 1.000.000:1 und ein perfekter Schwarzwert. Mit einer Reaktionszeit von einer Mikrosekunde ist der XEL-1 tausendmal schneller



als ein LCD und die Darstellung bewegter Bilder damit so natürlich und fließend wie bei keiner anderen Display-Technologie. Das elf Zoll große extrem leuchtstarke 16:9-Display verfügt über eine Auflösung von 960 x 540 Pixeln und ist in der Lage, auch 1.080p Full-HD-Signale darzustellen. Der Verzicht auf die nicht benötigte Hintergrundbeleuchtung ermöglicht einen revolutionären Design-Ansatz. So wird das drei Millimeter tiefe und damit extrem flache XEL-1-Display von einem schräg auf der Basiseinheit montierten, freitragenden Arm gehalten. Dadurch wird das Gerät zu einem Design-Element, das Luxus und High-Tech miteinander verbindet.

Im Hintergrund sorgt der OLED Fine Motion Bildprozessor für die optimale Aufarbeitung der eingehenden Bildsignale. Die Super Top Emission Technologie verringert die Reflexion des Umgebungslichts auf dem Display und trägt zusammen mit der Live Colour Creation Technologie zur realitätstreuen Farbdarstellung bei. Da es bei einem lediglich drei Millimeter tiefen Display nicht möglich ist, konventionelle Lautsprecher zu verbauen, setzen die Sony Ingenieure in der europäischen Version des XEL-1 auf eigens entwickelte, sogenannte piezoelektrische Aktoren. Diese Piezolausprecher sind direkt auf dem Rand des OLED-Panels positioniert und erzeugen durch eine in der passenden Frequenz angelegte elektrische Spannung die wahrnehmbaren Schallwellen. Für den Empfang von TV-Signalen ist der XEL-1 sowohl mit einem analogen als auch mit digitalen Tunern für DVB-T und DVB-C sowie einem MPEG4 AVC-HD-Receiver bestückt.



www.sony.de

BESUCHEN SIE DIE **HALL OF FAME** DES GR

Täglich live auf

ANIXE HD

**TV
SPIELFILM**

präsentiert den



PLUS X

ERLEBEN SIE VOM 23.9. BIS ZUM
DES JAHRES IN DER MESSEHALL
GENIEßEN SIE DAS ABWECH

photo
W

- Produktpräsentation der siegreichen Hersteller • Tägliche Live
- Die Plus X Award Chill Out-Area und die De'Longhi Coffee-Bar laden zum Entspannen



auto
entertainment.de

av magazin.de

digitalMarkt

DIGITAL
TESTED

domotechnica

Elektro
Markt

imm

koelnmesse

marktunddesign

NEO

Küche

mobile
zeit

photokino

pl

KÖLN TECHNOLOGIE-CONTEST EUROPAS



AWARD®

28.9.2008 DIE BESTEN PRODUKTE
KATEGORIE 9.1 AUF ÜBER 2.000 m² UND
REICHES PROGRAMM.



Live-Fernsehsendung von ANIXE HD aus dem Plus X Award TV-Studio
Ein • Exklusiver Plus X Award- und CE&TRADE-Business-Club mit Sushi Meister Jong



**Schnittstelle
Industrie - Handel**

Das war die IFA 2008

Mehr als erwartet...

Das Experiment ist geglückt. Die Entscheidung, Weiße und Braune Ware auf der IFA 2008 erstmals zusammenzuführen, war ein voller Erfolg. Mit einem Ordervolumen von über 3 Milliarden Euro lag das Ergebnis rund 10 Prozent höher als noch im letzten Jahr, womit alle Erwartungen von Handel und Industrie übertroffen wurden.

Nicht nur das Ordervolumen erreichte dieses Jahr eine neue Rekordmarke, sondern mit der vermieteten Ausstellungsfläche von 122.000 Quadratmetern war die IFA 2008 auch die flächengrößte in ihrer Geschichte. 1.245 Aussteller aus 63 Ländern zeigten in Berlin die

Produkte und Trends für die kommenden Monate. Damit folgten zehn Prozent mehr Aussteller dem Ruf nach Berlin als noch 2007. Insgesamt 220.000 Teilnehmer aus dem In- und Ausland besuchten während der sechs Ausstellungstage die Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances. Die neue Konzeption wurde auch seitens des Fachhandels gut angenommen, wobei 24 Prozent mehr Fachhändler die Ausstellung besuchten als noch 2007.

Vom Flachbild-Giganten bis zum winzigen TV-Handy, vom mobilen Medienplayer bis hin zum kompletten Heimkino konnten die Besucher auf der IFA 2008 faszinierende Highlights aus allen Bereichen der Unterhaltung sehen. Zwar kamen nicht ganz so viele Endverbraucher auf das Messegelände, doch für das kommende Jahr will die Messeleitung auch in diesem Punkt wieder Rekordzahlen vermelden können.



Kai Hillebrandt, Vertriebsleiter der Sparte Philips Consumer Lifestyle: „Ob Technologie, Design oder Ökologie, unser Line-up ist auf die Marktgegebenheiten in beiden hier erstmals zusammengefassten Marktsegmenten optimiert. Wir besetzen alle strategisch wichtigen Felder, und der Handel hat dieses mit seinem Ordervolumen voll bestätigt. Der Verlauf in diesem Geschäftsjahr war bisher für unser Unternehmen in allen Bereichen erfolgreich, und wenn die Saison so verläuft, wie es sich unsere Handelspartner hier versprechen, wird es für den Handel und uns ein gutes Jahr.“



Hans Wienands, Business Director CE, und Gerd Weiner, Head of Marketing der Consumer Gruppe Samsung Electronics GmbH, begrüßen den Zusammenschluss von Brauner und Weißer Ware: „Wir haben die beiden Geschäftsfelder seit Jahren bereits zusammengeführt. Die Ergebnisse zur Messemitte waren auch in diesem Jahr ausgezeichnet. Unsere Handelspartner sind zufrieden, und das ist unsere Hauptzielrichtung.“



Uwe Paul, Vertriebsleiter Electronic Home der Panasonic GmbH: „Unser Schwerpunkt mit den neuen Viera TVs, den Blu-ray- und DVD-Geräten und die Neuheiten der Lumix Kameraserie waren nicht die einzigen Erfolgsfaktoren. Das gesamte Panasonic Line-up war wie immer für die Bedürfnisse des Handels maßgeschneidert. Und für uns zeichnet es sich ab, dass auch der Rest des Jahres für unsere Partner im Handel die erwarteten Ergebnisse bringen wird.“



Sir Howard Stinger, Sony Chef weltweit, unterstrich mit seiner Anwesenheit und seinen Ausführungen auf der Pressekonferenz den Stellenwert, den Deutschland nun wieder auch für Sony einnimmt. Mit dem größten Stand der Messe und spektakulären Neuheiten, die dem Handel noch in dieser Saison zur Verfügung stehen werden, legten die Sony Leute die Messlatte wieder auf ihr altes, hohes Niveau.



„Die sehr positive Resonanz auf unsere Neuheiten in der Öffentlichkeit, deutlich mehr Besucher, auch von unseren internationalen Handelspartnern, und mehr Aufträge als im Vorjahr machen die IFA für Loewe zu einem großen Erfolg“, so der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Frieder C. Löhner, zum Verlauf der IFA 2008.



Franz Josef Gaul, Vertriebsleiter der JVC Consumer Products, zeigte extrem schlanke LED-TVs, neue Projektoren, Blu-ray-Player und eine große Camcorderpalette. Nicht nur Technologie und Design, sondern auch Ökologie waren im JVC Programm angesagt.



Dr. Norbert Kotzbauer, Geschäftsführer der Metz Werke, stellte persönlich die technischen Innovationen bei den neuen TV-Serien vor, die auch bei Design und Ökologie allen Ansprüchen genügen. Besonders der modulare Aufbau und die Flexibilität der TV-Geräte machen diese für den qualifizierten Fachhandel zu einem bemerkenswerten Produkt.



Dr. Michael Peterseim, Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH, verzeichnete nicht nur regen Besuch auf dem Messestand, sondern zeigte sich auch mit dem Auftragseingang vollauf zufrieden.



Frank Eschholz, Toshiba Europe GmbH, hatte die Themen Umweltschutz, Bildqualität, Design und Vernetzung im Vordergrund. „Das ECO-TV Modell benötigt ungefähr halb so viel Strom wie herkömmliche LCD-Fernseher. Bei den LCD-TVs erreichen wir beinahe HD-Qualität für Bilder in Standard-Auflösung. Mit Resolution + -Technologie bringt Toshiba die Inhalte von SD-Material – etwa in Form von Antennensignalen oder DVD – nahe an HD-Qualität.“



Frank Bolten, Geschäftsführer der Sharp Deutschland/Österreich GmbH, zeigte nicht nur den „ultraschlanken“ XS 1E, der Mitte Oktober lieferbar sein wird. „Auch mit den 32-, 37-, 46- und 52-Zoll-Geräten der D65 E Serie haben wir den Preispunkt für den Handel voll getroffen. Der 32RD8E, ein HD-ready mit 100 Hz zum UVP von 899,-, wird ebenfalls voll akzeptiert.“



Dorian Staps, Director Consumer Business AKG, hat das Kopfhörer-Angebot des österreichischen Herstellers komplett überarbeiten lassen und konnte mit Klang und Design bei seiner Zielgruppe punkten. Dazu hilft das neue Verpackungsdesign dem Handel optimal beim Abverkauf.



Wolfgang Stock, Sales Director International Harman/Becker und zuständig für den Bereich der Automotive Systems, hatte nicht nur die klassischen „Autoradios“ im Angebot. „Die Palette von Navigationsgeräten, die Becker auf der IFA präsentiert, zeugt nicht nur von unserem Know-how, sondern wird auch den besonderen Designwünschen unterschiedlicher Verbrauchergruppen gerecht.“



Horst Nikolaus, Geschäftsführer Polaroid GmbH, verantwortlich für DACH und Polen (links), Olaf Marciniak, Sales Director Germany (rechts), Philippe Kalmbach, Senior Vice President und GM EMA, waren mit dem POGO, einem Sofortbilddrucker, der die Bilder der Kamera oder des Handys via USB oder Bluetooth empfängt, vertreten.



Thorsten Stapel, Leiter Marketing und PR Sennheiser electronics KG: „Die IFA 2008 war für uns eine sehr erfolgreiche Präsentation unserer HiFi- und Design-Kompetenz für kabellose und kabelgebundene Kopfhörer. Weltweit erstmalig haben wir den Relaunch unserer Mikro-Kopfhörer-Serie „Street, Sport und Style“ gezeigt. Besondere Highlights waren auch der kabellose Stereo-Kopfhörer MX W1 und die neuen Premium-In-Ear-Hörer IE6, IE7 und IE8. Mit dem MX W1 sind wir der erste Anbieter eines drahtlosen Ohrhörers, der ohne Audio-Kompression und damit ohne Klangverlust arbeitet.“



Thomas Schnaudt, Harman Deutschland GmbH: „Mit unserer Positionierung auf der Messe und dem vielfältigen Angebot unserer Marken können wir auf eine der erfolgreichsten IFAs schon heute zur Halbzeit der Messe zurückblicken.“ Ein Eye-Catcher: Die gläsernen Lautsprecher, die nicht nur gut aussehen, sondern auch einen überzeugenden Klang bieten.

Fortsetzung nächste Seite ➤



Maik Henkelmann, Samsung Electronics GmbH, Sen. Productmanager Home Entertainment: „Die Range der MP3-Player lässt in unserem Line-up kaum Wünsche offen, der Fokus liegt auf dem Premiumanspruch der Produkte mit einem exzellenten Preis-/Leistungsverhältnis.“



Für die Pressekonferenz der JVC Deutschland GmbH ließ es sich der nunmehr für die weltweite Strategie verantwortliche ehemalige Deutschland-Chef, Hidetoshi Yoshida, nicht nehmen, persönlich die Präsentation der Neuheiten zu übernehmen.



Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Expert GmbH, Lothar Walitzki, Abteilungsleiter Vertrieb Consumer, Nini Italiano, ebenfalls Vertrieb Consumer, bestätigten, dass die IFA 2008 eine optimale Messe durch den Zusammenschluss mit der Weißen Ware geworden ist: „Eine großartige Möglichkeit, die maßgeblichen Anbieter von Brauner und Weißer Ware konzentriert zu sprechen.“



Euronics Vorstand Werner Winkelmann: „Wir haben sehr früh den jährlichen Turnus der IFA unterstützt, und auch die Einbindung der Weißen Ware haben wir mit Begeisterung gefördert. Der Erfolg spricht für sich.“



Bernd Koschminski, Bereichsleiter Einkauf Braune und Weiße Ware der Electronic-Partner GmbH: „Aus unserer Sicht hat die Zusammenlegung der beiden Bereiche eine enorme Effizienz für unseren Terminkalender, da wir viele Ansprechpartner unserer Lieferanten aus ganz Europa innerhalb der IFA-Woche treffen können. Mit den Ergebnissen des Geschäftsjahres sind wir bisher sehr zufrieden und gehen in den Bereichen Braun und Weiß jetzt erst einmal in unsere eigenen Messeveranstaltungen für unsere Mitglieder und dann zuversichtlich in die kommende Saison.“



Weltfunk GmbH Geschäftsführer Franz Schnur (Bildmitte), Holger Grimm, Geschäftsleiter Vertrieb Konsumgüter, Tuncer Köken, Prokurist Bereichsleitung (rechts): „Keine Frage, die Zusammenführung der beiden Bereiche Weiße und Braune Ware hat sich bereits 2008 bewährt. Wir begrüßen das Konzept, und unsere Mitglieder freuen sich über die Effizienz der neuen IFA.“



Nils W. Prösser, Marketingleiter der Shure Europe GmbH, war mit seinem Sortiment auf dem Vivanco-Stand vertreten. „Eine exzellente Besuchsfrequenz und aufgeschlossene Händler haben den Reinverkauf auf dieser IFA zu einem Vergnügen gemacht!“



Hitachi wird seit kurzem von dem bekannten Großhandel Paul Opitz & Co. GmbH in Hamburg vertreten. Uwe Detlefsen, Vertriebsleiter: „Wir haben die Vertretung von Hitachi übernommen, da wir ein klares Fachhandelskonzept mit übernehmen konnten, und daran werden wir weiterhin festhalten.“



Frank McDowell, Geschäftsführer der Funai Europe GmbH, konnte sich bereits am Messesonntag entspannt zurücklehnen: „Alles, was jetzt noch kommt, ist das Schüppchen oben drauf. Es wird für den Handel und Funai eine gute Saison.“



Andreas König, Geschäftsführer der Strong Deutschland GmbH: „Die drei unterschiedlichen HD-Lösungen sind hervorragend im Handel angenommen worden. Auch die terrestrischen Receiver sind in den grenznahen Regionen ein besonders gut nachgefragtes Produkt.“



Dr. Jürgen Rakow von der Fukato GmbH, ein in der IT-Branche bekanntes Gesicht, war auf dem Reseller-Stand vertreten. Fukato bietet IT-Zubehör, Festplatten, Monitore, LCD-Bilderrahmen und LCD-TVs an. Dr. Rakow bürgt nicht nur auf Pressekonferenzen für humorvolle, kompetente Hintergrundstorys, auch sein außerordentliches Fachwissen ist in allen Gesprächen eine Bereicherung.



Ingo Lindner, zuständig für Marketing und Sales bei der Oehlbach Kabel GmbH: „Neben unserem exklusiven Kabelprogramm waren besonders die selbstkonfigurierbaren HDMI-Kabel und -Stecker das Thema bei Fachhandel und Spezialisten. Eine sehr erfolgreiche IFA.“

XDE



DER NEUE DRIVE FÜR IHRE DVD-SAMMLUNG.

> MEHR POWER

1080 Zeilen statt 576 Zeilen
– mehr Schärfe
dank XDE-Technologie.

> MEHR FRISCHE

Sattes Grün, strahlendes Azurblau
– mehr Natürlichkeit
dank XDE-Technologie.

> MEHR DETAILS

Auch im Dunkeln
– mehr Detailtreue
dank XDE-Technologie.

> KOSTENLOSE XDE DEMO DISK

Fordern Sie Ihre kostenlose XDE DVD Demo Disk unter www.toshiba-extra.de an. Die XDE Demo Disk erklärt anhand typischer Motive die XDE Technologie und die Einstellungen am XDE500KE DVD Player. Diese XDE Demo Disk erklärt die XDE-Bildverbesserung und ist auf jedem DVD Player abspielbar.



Hier bekommen Sie Ihre kostenlose XDE DVD Demo Disk
www.toshiba-extra.de*

Toshibas XDE-Technologie eröffnet Ihnen die Möglichkeit, Ihre DVDs nahezu in perfekter HDTV-Qualität sehen zu können. Sie verwandelt die Bildqualität herkömmlicher DVDs in eine Bildqualität vergleichbar mit der von hochauflösenden Filmen im HDTV-Standard. Es ist erstaunlich, wie scharf, farbtintensiv und mit welch optimierten Kontrastverhältnissen herkömmliche DVD-Filme wiedergegeben werden.



TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Neugruppierung der japanischen Elektronik-Industrie

„Effektiver Cluster“



Die Weichenstellung erfolgte 2002

Zu Beginn des Jahres 2002 gesteuert durch asiatische Online-News-Portale eine ins Englische übersetzte Meldung über die geplante umfassende Neuordnung der japanischen Display-Industrie, die nur wenig Beachtung fand. Als der bis dahin weltweit führende Plasma-Display-Hersteller Fujitsu zusammen mit dem Display-Neuling Hitachi ein Display Panel Joint-venture gründete und dem Gemeinschaftsunternehmen die Rechte an seinen gesamten PDP-Patenten übergab, war der Online-Bericht über die strategische Neuordnung der japanischen Display-Industrie schon nicht mehr im Internet zu finden. In den Folgejahren bis heute ereigneten sich zahlreiche gravierende Veränderungen und Umschichtungen im Bereich der japanischen Display-Industrie, die wie das zielgerichtete Fallen vorher sorgsam aufgestellter Dominosteine anmuten: Fujitsu zog sich ganz aus dem Joint-venture zurück, an dem sich dafür vorübergehend Sony beteiligte. Hitachi übernahm die Anteile und Patente, um sie einige Jahre später in das gemeinsam mit Panasonic und Toshiba gegründete Unternehmen IPS-Alpha Technology Ltd. einzubringen – das seinerseits 2008 zum zentralen Hub umfunktioniert wurde, zu einer Rad-Nabe, an der sich die Speichen der japanischen LCD- und Plasma-Hersteller miteinander verbinden, um ihre Ziele zukünftig gemeinsam zu erreichen.

Ord nende Hand: das „METI“

Um bei Umschichtungen von Beteiligungen und Besitzverhältnissen innerhalb der japanischen

Elektronik-Industrie die Übersicht behalten zu können, müsste man ständig aktualisierte Organigramme zur Hilfe nehmen. Japan-Insider erkennen jedoch die unsichtbaren Fäden des „METI“, (staatliches Ministry of Economy, Trade and Industry) und seinen Masterplan. Das METI koordiniert mit Befugnissen und staatlichen Geldern die Entscheidungen und Aktivitäten japanischer Industrie-Unternehmen und Banken im Interesse der Gesamtwirtschaft und zum Wohl der nationalen Gemeinschaft. Die erforderliche Autorität beruht auf hoher Kompetenz und gewachsener Hierarchie. 2002 hat das japanische Wirtschaftsministerium „Sechs Strategien zur Revitalisierung der Wettbewerbsfähigkeit Japans“ formuliert, die darauf setzen, dass sich die technologiebasierte Wirtschaft Japans nur durch Einsatz fortschrittlichster, für die Konkurrenz schwer zu imitierender Technologien im Wettbewerb behaupten kann. Grundvoraussetzungen seien die schnellere Anpassung von Managementstrukturen und Wirtschaftsgesetzgebung an die Erfordernisse der Globalisierung und des technologischen Fortschritts, der Rückbau hoher Kostenstrukturen und die Fokussierung auf Kernkompetenzen und Geschäfte mit hoher Wertschöpfung.

Stärke durch Bündnisse

Japanische Elektronik-Konzerne haben sich, wie es scheint, vom Konkurrenzdenken gegenüber nationalen Mitbewerbern getrennt und wagen statt dessen verstärkt Bündnisse, um der Konkurrenz aus Korea, vor allem aber den erwachsen werdenden Mitbewerbern aus Taiwan und China, Gegenpart bieten zu können. Die durch andauernde weltweite Führung im Audio- und Videogeschäft verwöhnten Unternehmen der

Seit mehr als Jahresfrist mehren sich die Meldungen aus dem Land der aufgehenden Sonne über vereinbarte Kooperationen, gegründete Joint-ventures, Kapitalbeteiligungen und gegenseitige Produktabnahme-Verträge. In immer kürzeren Abständen wird über Partnerschaften, übertragene Geschäftsbereiche, gemeinsam finanzierte Fabrikneubauten und wechselseitige Patentnutzung zwischen Unternehmen der japanischen Elektronik-Industrie berichtet. Es scheint, als ob die wohlbekannten Firmennamen wie bei einem Kaleidoskop beliebig miteinander kombinierbar sind. Ist das changierende Muster eine Art von Tarnung wie der Sepia-Effekt? Oder handelt es sich um die Anzeichen der Formierung einer nationalen Nippon Elektronik AG?

japanischen Elektronik- und Unterhaltungsindustrie sehen sich jetzt von dem Verlust ihrer jahrzehntelangen Vorrangstellung bedroht. Laut dem US-Marktforscher DisplaySearch führt bei dem wichtigsten Umsatzbringer Flachbildschirme aktuell nach Stückzahl, Gewinn und Marken-Image der koreanische Elektronik-Konzern Samsung vor Sony. Platz drei behauptet das ebenfalls koreanische Unternehmen LG Electronics, vor Sharp und Panasonic. Während die südkoreanischen Konkurrenten zweistellige Gewinnmargen verbuchen, bleiben die Gewinne der Japaner im einstelligen Bereich. Laut Angaben der japanischen Industrievereinigung für Elektronik und Informationstechnologie behaupten japanische Unternehmen mit rund 320 Milliarden US-Dollar Jahresumsatz noch 20 Prozent des Weltmarktes. Gefahr lässt nicht nur Menschen, sondern auch Konzerne eng zusammenrücken: Ende 2007 vereinbarten, um ein Beispiel zu nennen, Toshiba und Sharp eine vor Jahren noch undenkbare Kooperation: Toshiba bezieht seine LCD-TV-Panels bei Sharp, während Sharp im Gegenzug von Toshiba für die TV-Herstellung erforderliche Halbleiter und ICs kauft.

Damit verabschiedet sich der in Tokio beheimatete Mischkonzern Toshiba von seinem Grundsatz, sämtliche elektronischen und elektrischen Komponenten seiner Produkte selbst herzustellen, ganz gleich, ob gewinnbringend oder nicht. Keisuke Ohmori, Toshiba, kommentierte den Vorgang: „Wir können uns nicht länger so benehmen, als wären wir ein universelles Warenhaus für alle Produkte und Dienstleistungen.“ In der westjapanischen Industrieregion, unfern Osaka, geht ein unternehmensübergreifender Industriepark zur Produktion von LCD-Panels und LCD-TV-Geräten seiner Fertigstellung entgegen: Die zwischen 6 bis 10 Milliarden Euro liegende Investitionssumme

wird von den 14 Unternehmen finanziert, die sich dort ansiedeln. „Zukünftig finanzieren in Japan mehrere Firmen gemeinsam derartige Großinvestitionen“, kommentierte Koya Tabata, Analyst der Schweizer Bank Credit Suisse in Tokyo, das gigantische Projekt.

„Nakagawa Report“ des METI

Das japanische Ministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie (METI) hat kürzlich im „Nakagawa Report“ die Ausrichtung und die Schwerpunkte seiner zukünftigen Industriepolitik vorgestellt. Die Politik des METI zielte in den vergangenen Jahren darauf ab, die bei vielen japanischen Unternehmen als notwendig erachteten Restrukturierungsmaßnahmen zu unterstützen. Laut des nach dem Wirtschaftsminister Nakagawa benannten Berichts ist nun die Zeit für eine Richtungsänderung gekommen. Vor dem Hintergrund der allmählichen konjunkturellen Erholung ist gegenwärtig in einigen Industriebereichen wie z. B. der digitalen Unterhaltungselektronik eine wachsende Nachfrage zu beobachten. Diese Branchen sind außerdem aufgeschlossen für verstärkte Investitionen, ein Trend, den das Wirtschaftsministerium fördern will. Gemeint sind dabei nicht nur Kapitalinvestitionen, sondern gerade auch Investitionen in geistiges Eigentum und die Personalentwicklung.

IPS Alpha Technology: der Hub für Panasonic, Hitachi, Toshiba und Canon

Das 2005 in Mobara, Japan, als Joint-venture der Elektronik-Unternehmen Hitachi, Panasonic und Toshiba gegründete Unternehmen IPS Alpha Technology Ltd. stellt „In Plane Switching LCD-Panels“ her und hat Mitte Februar 2008 den Bau einer neuen LCD-Panel-Fabrik der achten Generation (8G) bekanntgegeben. Ab 2010 sollen im japanischen Himeji City bei voller Pro-

duktionsauslastung jährlich 15 Millionen In-Plane-Switching-Module (IPS-Pro LCD-Panels) hergestellt werden, vorwiegend für LCD-TVs.

Panasonic erwirbt Hitachi Display Anteile und erhöht IPS Beteiligung

Panasonic hat Ende März dieses Jahres 24,9 Prozent der Unternehmensanteile von Hitachi Displays erworben. Außerdem erhöht Panasonic seine Beteiligung an dem Panel-Hersteller IPS Alpha Technology von bisher 30% auf nun 45% und investiert in den Bau der neuen IPS-LCD Fabrik in Himeji City, West-Japan. Mit diesen Maßnahmen intensiviert Panasonic seine Aktivitäten im LCD-Bereich und verfolgt weiterhin die Strategie, bei großformatigen Flachbild-TVs ab 37 Zoll auf Plasma-Technologie und bei kleineren Bildgrößen bis 37 Zoll auf LCD-Technologie zu setzen. Schon Ende Dezember wurde bekannt, dass Canon und Matsushita jeweils ein Viertel der Anteile (24,9 Prozent) der Hitachi-Tochter Hitachi Displays übernehmen wollen. Die drei Unternehmen wollen ihr Know-how bei Forschungen und Weiterentwicklungen im Bereich der LCD- und OLED-Technologie bündeln.

Sony/Sharp 10G-Joint-venture

Am 26. Februar 2008 gaben Sharp und Sony bekannt, dass sie Sharps neue, im Bau befindliche LCD-Fabrik in Sakai, Osaka, als gemeinsames Joint-venture betreiben wollen, welches beide Partner mit LCD-Panels beliefert. Sharp wird 66 Prozent und Sony 34 Prozent Anteile des Gemeinschaftsunternehmens halten. Der Einstieg von Sony bei Sharp wird laut DisplayBank weitere strategische Allianzen zwischen TV-Anbietern und Panel-Produzenten zur Folge haben und ein schnelleres Wachstum bei LCD-TVs mit 50 Zoll Bildgröße und höher begünstigen. evo



Falks 2nd-Edition Geräte lernen ständig bei der Routenführung hinzu

Die nächste Generation der mobilen Navigationsgeräte von Falk hat einen großen Entwicklungsschritt gemacht: Sie ist nicht mehr statisch in ihrer Routenführung, sondern verbessert laufend den Service und den Content. Man kann sagen, die Navis „lernen“. Dank der neuen Software Falk Navigator 8, enthalten im M4, M8, F4, F6 und F8 „2nd Edition“, stimmen diese Navis mit Hilfe aller Navigierenden die Routenplanung auf die Tageszeit und den Wochentag ab und verfeinern das Routenangebot laufend. Ebenso werden die Points of Interest (POIs) ständig erweitert und verbessert. Um auch aktuell im Handel erhältliche Geräte der Falk M- und



F-Serie auf dem neuesten Stand zu halten, hat Falk ein kundenfreundliches Angebot entwickelt: Wer sich ab jetzt noch – vor dem Verkaufsstart der neuen Modelle – ein Gerät der Vorgänger-Generation kauft, kann dieses dann kostenlos auf den neuesten Stand der Software und des Kartenmaterials (2009-1) updaten. Die entsprechenden Geräte haben auf ihrer Verpackung einen Sticker, der sie als „2nd Edition ready“ ausweist.

Designergerät Navigon 7210 kombiniert Bekanntes mit neuester Navi-Technik

Gradlinig, extrem flach und scheinbar ohne Rahmen, so präsentiert sich der neue Navigon 7210. In dem Gerät kombiniert das Unternehmen bekannte Funktionen der aktuellen Produktfamilie mit dem Neuesten aus der Navi-Welt: Die zuverlässige Spracherkennung Pro, Reality View Pro und Fahrspurassistent Pro sowie ganz neu Landmark View3D, Notfall-Hilfe und Favoriten auf der Karte.

„Damit die Orientierung in der Stadt noch leichter fällt, blendet der Fahrspurassistent vor dem Abbiegen an breiten Kreuzungen die perfekte Fahrbahn auf dem Display ein. Ab sofort bilden wir mit Landmark View3D zusätzlich markante Wegpunkte realitätsnah als 3D-Darstellungen ab“, erklärte Jörn Watzke, Vice President Product Line Management bei Navigon. „Das erleichtert die Orientierung doppelt – und zwar grenzenlos in ganz Europa.“

Reality View Pro sorgt außerhalb der Stadtgrenzen für Übersicht: Vor komplizierten Autobahnkreuzen weist auch der neue Navigon 7210 den richtigen Weg zur richtigen Abfahrt. Straßenverlauf, Autobahnschilder und Abfahr-

ten werden fotorealistisch auf dem Display dargestellt. Die neue Notfall-Hilfe zeigt den aktuellen Standort an und unterstützt bei der Suche nach Anlaufstellen wie Krankenhaus, Polizei, Tankstellen und Apotheke. Die Auswahl dieser Ziele ist über das



Menü abrufbar und lässt sich mit einem Knopfdruck in der Karte anzeigen und in die Navigation integrieren. Zusätzlich werden weitere Informationen wie die Telefonnummer angezeigt, mit denen man sich dann auch

bequem über die Bluetooth-Freisprecheinrichtung verbinden lassen kann.

Die Spracherkennung Pro, die die Zieleingabe mit einem Tastendruck ermöglicht, und neue individuelle Sonderziel-Optionen runden das Funktionspaket des neuen Lotsen ab. Erstmals können zu den bestehenden über zwei Millionen Sonderzielen auch eigene gespeichert und auf der Karte hinterlegt werden.

Das Navigon 7210 ist darüber hinaus mit einem brillanten 4,3 Zoll Smart-Display im 16:9 Format, einem 600 Megahertz Prozessor, einem internen Arbeitsspeicher von 64 MB und zwei Gigabyte Flash-Speicher ausgestattet. Der leistungsstarke Lithium-Ionen-Akku (1.600 mAh) garantiert mehrere Stunden freie Fahrt. Danach

sorgt das Autoladekabel mit integrierter TMC-Antenne für neue Energie.

Über den Online Service Navigon Fresh kann der Navigon 7210 jederzeit auf den neuesten Stand gebracht werden: Bei einer Registrierung innerhalb von 30 Tagen nach dem Kauf ist ein außerordentlicher Rabatt auf den Preis von 99 Euro für das aktuellste Kartenmaterial für 24 Monate garantiert. Alle drei Monate steht ein Karten-Update mit neuen Straßen, Hausnummern und Sonderzielen zum Download

geblendet. Das Sicherheitspaket des Becker Traffic Assist Z 201 umfasst außerdem den bereits bei Vorgänger-Modellen bewährten Spur-Assistent, der rechtzeitig vor mehrspurigen Kreuzungen die ideale Fahrspur vorgibt. Darüber hinaus zeigt es die Beschilderung an über 4.000 Verkehrsknotenpunkten wie Autobahnkreuzen und Abzweigungen.

Zur technischen Ausstattung gehört auch der integrierte TMC-Empfänger, der sich zur dynamischen Navigation leicht für die automatische Suche nach geeigneten Sendern auf der Route konfigurieren lässt. Das Becker Traffic Assist Z 201 wurde mit moderner Rechner-Technologie, 2 GB internem Speicher mit 42 vorinstallierten Ländern, optimiertem Programm-Management und stimmiger Bildschirm-Grafik ausgestattet. Zum



unverzichtbaren Komfort des Becker Traffic Assist Z 201 gehört, dass sich das Gerät intuitiv und komfortabel bedienen lässt. So werden nach dem Einschalten auf dem 4,3 Zoll Touch-Screen-Display im 16:9 Format sechs große, selbsterklärende Tastenfelder für den Zugriff auf die einzelnen Funktionsebenen angeboten. Mit dem Button „Einstellungen“ beispielsweise lässt sich das Becker Traffic Assist Z 201 in seinen Grundfunktionen individuell konfigurieren – und beim Antippen von „TMC“ bietet der Lotse alle aktuell empfangenen Verkehrsstörungen als Übersicht. Der Zielspeicher nennt bis zu 200 zuletzt angefahrne oder gespeicherte Reiseziele. Hier lassen sich die Adressen in ihrer Rangfolge beliebig verschieben und für den Schnelzugriff schützen.

Neben der üblichen Adresseingabe über den Speller lassen sich Ziele auch durch Eingabe der Geokoordinaten wählen oder direkt durch Zeigen auf der Karte. Bequem ist für Geschäfts- oder Urlaubsreisende die Möglichkeit der kompletten Routenplanung.

Das neue Becker Gerät bietet neben der Routensuche auch Multimedia-Anwendungen wie zum Beispiel die Wiedergabe von MP3-Musik und Videos von Micro SD-Card. Mit dem „Content-Manager“ lässt sich der Kartenumfang aus der mitgelieferten DVD für persönliche Anforderungen zusammenstellen. Ein Mini-USB-Anschluss eignet sich zum Datenaustausch mit dem PC.

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic
ideas for life

TMC
CN-GP50 – Erstes mobiles Navigationssystem mit gigantischem 5" Breitbild-LCD-Bildschirm. Einfache Bedienung. Hoher Leistungsumfang. Mobile Digital Networking.

www.panasonic.de

Garmin stellt die nächste Generation der 7er-Serie vor

Garmin hat auf der IFA 2008 die nächste Generation der nüvi 7er-Serie vorgestellt und die beliebte Navigationsreihe um modernste Technologien wie Fahrspurassistent, Kreuzungsansicht und 3D-Darstellung erweitert.

„Dank des Fahrspurassistenten, fotorealistischer Kreuzungsansichten und der 3D-Ansicht von Gebäuden und Sehenswürdigkeiten in der neuen nüvi 7x5-Serie wird die Navigation deutlicher und einfacher denn je“, so Olaf Meng, Produkt Manager Automotive Garmin Deutschland. „Mit dem Fahrspurassistenten müssen Fahrer nicht mehr darüber nachdenken, auf welche Spur sie sich einordnen sollen oder welche Spur zu welcher Ausfahrt führt – das ist nun die Aufgabe des nüvi.“

Die neue 7x5er-Serie mit 4,3-Zoll Touchscreen gibt klare Sprachanweisungen und zeigt kommende Fahrmanöver und die einzuschlagende Fahrtrichtung detailliert an. Diese Anzeige umfasst auch Straßenschilder und Pfeile, die die richtige Spur anzeigen. In vielen Städten erscheinen zudem transparente 3D-Ansichten von wichti-

gen Gebäuden, die dem Fahrer eine realitätsnahe Darstellung seines Standorts bieten. Die nüvi 7x5-Serie bietet schnellere Kartendarstellungs- und Routenfähigkeiten, die das Zoo-



men noch reibungsloser machen. Außerdem ist das nüvi 7x5 mit Garmins HotFix-Funktion für eine schnellere Satellitenerkennung und standardmäßig mit der beliebten Funktion „Wo bin ich?“ ausgestattet, mit deren Hilfe jederzeit die aktuelle Position, die nächste Adresse und Kreuzung, nahe gelegene Krankenhäuser, Polizeistationen und Tankstellen abgefragt werden können. Außerdem kön-

nen die Nutzer der neuen 7x5-Serie mithilfe der Photo Navigation auf der Garmin Website „Garmin Connect Photos“ ihre bevorzugten Bilder mit gespeicherten Standorten verbinden. Dort finden sich auch Millionen von geo-codierten Fotos der Google-Foto-Community Panoramio, die mit einem Klick als Navigationsziel ausgewählt werden können.

Die nüvis 755TFM, 765TFM und 775TFM sind standardmäßig mit einem Verkehrsfunkempfänger zur Stauumfahrung ausgestattet. Dank Bluetooth-Technologie können das neue 765TFM und das 775TFM mit mehr als 400 kompatiblen Mobiltelefonen gekoppelt und als Freisprecheinrichtung genutzt werden. Die Weiterentwicklung der Audioverstärkung ermöglicht ab sofort auch Stereoempfang.

Das nüvi 755TFM und 765TFM sind mit neuestem Kartenmaterial von 40 Ländern West- und Osteuropas intern vorinstalliert ausgestattet. Das nüvi 775TFM enthält zusätzlich Kartenmaterial für Nordamerika und Kanada.

bereit. Der neue Navigon-Wegweiser ist mit Kartenmaterial von 40 Ländern Europas ausgestattet und ist ab sofort zu haben. Unverändliche Verkaufspreisempfehlung: 399 Euro.

Traffic Assist Z 201 von Becker fällt vor allem durch Schnelligkeit auf

Zur IFA 2008 hat Harman/Becker Automotive Systems mit dem Becker Traffic Assist Z 201 ein mobiles Navigationssystem präsentiert, das sich durch kurze Routen-Berechnungszeiten und die Möglichkeit auszeichnet, mit „3D-Terrain-View“ und „3D-City-View“ sowohl Landschaften als auch Städte in bester Bildqualität darzustellen. Dadurch kann der Fahrer Steigungen und Gefälle oder kurvenreiche Straßenführungen bereits bei der Annäherung besser einschätzen. Außerdem sind 3D-Gebäude-Projektionen in Großstädten hilfreich, um die punktgenauen und gut verständlichen Fahrhinweise noch besser zu koordinieren. 3D-Landmarks unterstützen zusätzlich die Orientierung in Großstädten.

Während der Zielführung werden die Namen der befahrenen Straßen mittels Text-to-Speech angesagt und in der Statuszeile angezeigt. Auch Namen von Quer- und Parallelstraßen werden auf der Karte kurzzeitig ein-



Das Becker Crocodile fällt durch die ungewöhnliche Gehäuseform und vielfältige Technik auf

Becker hat auf der IFA 2008 das Traffic Assist 100 vorgestellt. Das mobile Navigationssystem, das aufgrund der ungewöhnlichen Form seines Gehäuses den Spitznamen Crocodile erhalten hat, fällt optisch durch seine wasserabweisende Oberfläche und technisch durch seine vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten auf.

Hervorzuheben sind hier vor allem die kurzen Routen-Berechnungszeiten, der interne 2 GB Speicher mit vorinstallierten Daten für 42 Länder sowie die Funktionen 3D-Terrain-View und 3D-City-View mit brillanten Modellen von Landschaften- und Städten. Das 4,3 Zoll-Widescreen-Farbdisplay und das klare Bildschirm-Design mit Tag- und Nacht-Ansicht gehören ebenfalls zur Ausstattung. In 28 Sprachen und Text-to-Speech-Funktion führt das Becker Crocodile durch die Menüs und zum Ziel. Das Gerät kommt im Oktober auf den Markt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt um 300 Euro.

Die Optik des Becker Crocodile wird durch stilisierte Schuppen und eine taillierte Formgebung bestimmt. In Kombination mit der angenehmen Haptik wirkt das Gerät gleichzeitig edel und robust.

Außerdem kommt das minimalistische Screen-Design mit seiner dezenten Farbgebung und Konzentration auf Details, die für den Fahrer wichtig sind, gut zur Geltung. Das Becker Crocodile basiert weitestgehend auf dem Becker Traffic Assist Z 201, ist aber zusätzlich durch seine gummierte Außenhaut gegen Spritzwasser geschützt.

Es eignet sich daher nicht nur hervorragend zum Navigieren im Auto, sondern auch für den Einsatz auf dem Motorrad, den es durch eine innovative optische Zielführung bei schlechten Sichtverhältnissen und geschlossenem Visier unterstützt: Während die meisten Navigationssysteme die Turn-by-Turn-Darstellung nur als Teilansicht in der Karte anbieten, lässt sich beim Becker Crocodile durch leichtes Berühren des Displays von karten- auf bildschirmfüllende und kontrastreiche Pfeil-Navigation wechseln. Zusätzliche Informationen lie-



fern bei Bedarf eingeblendete Icons wie beispielsweise beim Abbiegen auf die Autobahn. Die Funktion „Lane Info“ zur sicheren Spurwahl auf mehrspurigen Straßen, das Einblenden von realistischen Hinweisschildern auf Autobahnen sowie die optischen und akustischen Warnhinweise bei Geschwindigkeitsbegrenzungen sind bereits von den Vorgänger-Modellen bekannt.

Die Kartendarstellung ist übersichtlich und augenfreundlich. Besonders die Darstellung „Terrainview“, die die

Strecke bis zum Horizont zeigt, unterstützt den Fahrer in hügeligem Gelände und bei Serpentine-Fahrten. Zur besseren Orientierung werden in Städten die Gebäude als 3D-Modelle abgebildet. Damit lässt sich sehr gut einschätzen, wann genau der nächste Abbiegehinweis befolgt werden muss. Zum Angebot der Orientierungshilfen gehören auch über 1.000 fotorealistische 3D-Landmarks in europäischen Großstädten.

Über den Touchscreen lässt sich das Becker Crocodile „easy-to-use“

bedienen – unterstützt durch eine schnelle und intuitive Menüführung. Hinterlegt sind die Alternativen „PKW“, „LKW“ und „Fußgänger“, daneben ist auch der Modus „Motorrad“ anwendbar. Außerdem kann sich der Fahrer gleichzeitig vier Routen (schnell, kurz, optimal und einfach) berechnen lassen, unter denen er über die Buttons am rechten Bildschirmrand seine Wunschstrecke wählen kann.

Mit dem integrierten Routenplaner lassen sich komplette Routen zusammenstellen, etwa durch Einfügen von Zwischenzielen aus dem umfangreichen Angebot der POIs (Point of Interest), durch die Ergänzung bereits besuchter Ziele oder durch die direkte Eingabe bekannter Adressen. Tools wie ein Reiseassistent mit Ländervorwahlen, Taschenrechner und einer Weltzeituhr sind weitere Ausstattungsmerkmale. Im Lieferumfang enthalten sind ein universelles Befestigungssystem mit Saugfuß, eine aktive Cradle, ein Anschlusskabel für den Zigarettenanzünder, eine TMC-Wurf-Antenne und ein USB-Kabel zum Anschluss an den PC.

TomTom Go 630 Traffic wendet sich vor allem an preisbewusste Fahrer

TomTom hat auf der IFA 2008 den TomTom Go 630 Traffic angekündigt. Das Gerät wendet sich an preisbewusste Fahrer, die dennoch Wert auf die Extrafunktionen der Go-Serie wie etwa IQ Routes, eine Freisprecheinrichtung oder den Fahrspurassistenten legen. Der TomTom Go 630 Traffic kommt mit vorinstallierten Karten von Deutschland, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, Italien, Bulgarien, Estland, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Polen, der Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn und Vatikan für eine Navigation von Tür zu Tür.

Er bietet die preisgekrönte Software von TomTom mit den neuesten Navigationsfunktionen und Inhalten, einschließlich Fahrspurassistenten, Map Share-Technologie und einer hochwertigen Freisprechfunktion. Über

einen RDS-TMCpro-Empfänger erhält der Nutzer detaillierte Verkehrsinformationen.

Darüber hinaus nutzt der TomTom Go 630 Traffic die innovative IQ Routes-Technologie von TomTom. IQ Routes ermittelt alle möglichen Routen ans Ziel und zieht dabei verschie-



dene Faktoren in Betracht, die die Fahrt verzögern könnten, wie zum Beispiel Kreisverkehre, Temposchwellen oder Ampeln. Außerdem unterscheidet IQ Routes nach Verkehrsaufkommen an Werktagen und am Wochenende.

Der TomTom Go 630 Traffic bietet die neuesten Navigationsfunktionen mit einer Fülle an Inhalten und Navigationstechnologien:

- Der Fahrspurassistent liefert eine realistischere Ansicht der Umgebung des Fahrers und verbesserte graphische Anweisungen bei komplexen Ausfahrten.
- Die TomTom Map Share-Technologie ermöglicht es Nutzern, Verbesserungen an ihren eigenen Karten vorzunehmen und von den Korrekturen anderer Nutzer zu profitieren.
- Dank der Garantie für die neuesten Karten können Nutzer binnen der ersten 30 Tage nach Inbetriebnahme des Geräts die aktuellste Karte kostenlos herunterladen, falls bereits eine neuere Version als die auf dem Gerät installierte vorliegt.
- Dank Freisprechfunktion über ein qualitativ hochwertiges Soundsystem via Bluetooth behält der Fahrer beide Augen auf der Straße, auch während er telefoniert.
- Der TomTom Go 630 Traffic bietet umfangreiche Sicherheitsfunktionen, einschließlich des „Hilf!“-Menüs, das direkten Kontakt zu Straßendiensten und Notfallhilfen ermöglicht.
- Dank Adresseingabe per Sprache können Autofahrer Millionen von Städten und Straßen als Ziel auswählen, indem sie einfach den betreffenden Namen sagen.
- Die deutlichen Sprachansagen und die Text-to-Speech-Funktion erlauben eine laute und deutliche Wiedergabe von Straßennamen, Plätzen, Verkehrshinweisen und SMS-Nachrichten als ein Teil der gesprochenen Anweisungen.
- Durch neue, clevere und nützliche Extras können Kunden ihr Gerät den

eigenen Wünschen entsprechend anpassen. Sie können zum Beispiel ihre eigene Stimme für die Navigation aufzeichnen, sich Dokumente auf dem Gerät ansehen, via SMS und Bluetooth Positionsdaten austauschen und ihr Lieblingsauto oder ein sonstiges Motiv als Navigationssymbol auswählen.

• Mit der kostenlosen TomTom Home-Software und Inhalten aus der TomTom-Nutzergemeinschaft bleibt das TomTom-Gerät stets auf dem neuesten Stand.

• Eine vorinstallierte Datenbank mit Informationen zu Radarkameras warnt Fahrer rechtzeitig vor Radarkameras auf seiner Route.

• TomTom bietet eine Fülle an Zubehör, das optimal auf Design und Form des Go 630 Traffic abgestimmt ist.

Garmin Freizeit Guide informiert über Parks und Ferienregionen

Mit dem Freizeit Guide Deutschland bietet Garmin ab sofort ein attraktives Zusatzprodukt für die wachsende Anzahl derer, die ihr Navigationsgerät auch außerhalb des Autos als digitalen Helfer einsetzen wollen, zum Beispiel beim Wandern, beim Fahrradfahren oder anderen Freizeitaktivitäten. Der neue Freizeit Guide beinhaltet insgesamt 21 Nationalparks und beliebte Freizeitregionen vom Bayerischen Wald über die Sächsische Schweiz, das Niedersächsische Wattenmeer bis hin zur Insel Rügen und lässt sich auf allen aktuellen Garmin nüvi-Straßennavigationsgeräten, aber auch auf den karten-

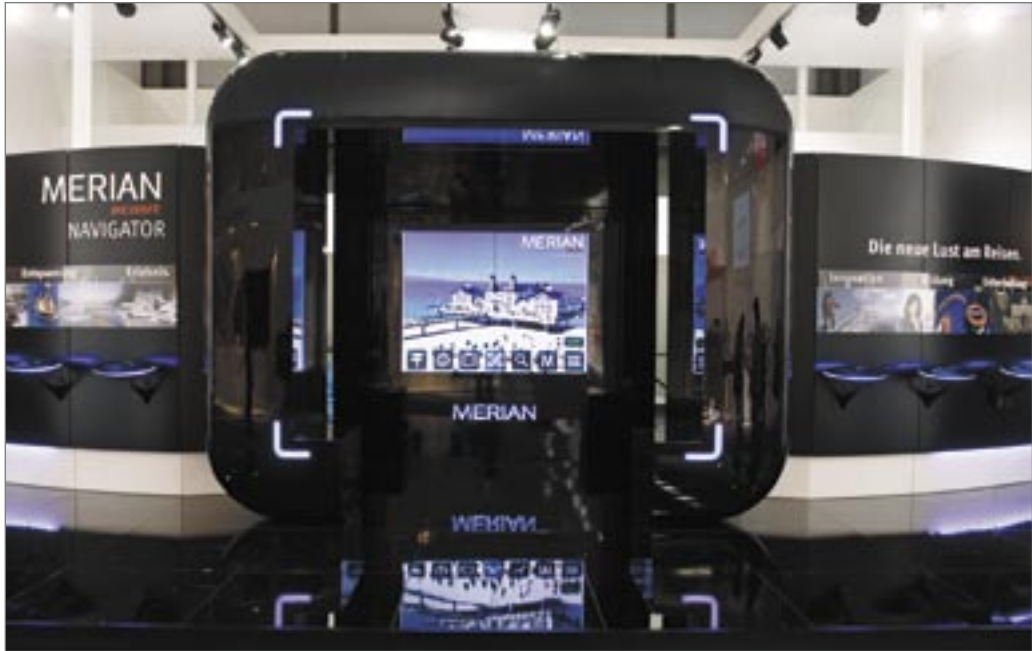
fähigen Outdoor-GPS-Geräten, wie beispielsweise dem Colorado oder den Geräten der brandneuen Oregon-Serie, nutzen. Die Karten des Freizeit Guides sind im Maßstab 1:25.000 gehalten und zeigen neben Wald- und Wanderwegen auch Bodenbedeckungen, Höhenlinien sowie Informationen zur Bebauung an. Außerdem können vorinstallierte Sonderziele (POIs) wie Freizeitparks, Schlösser,



Burgen, Denkmäler, Museen, Zoos, Bäder und Thermen angesteuert werden. Da bei allen Garmin Straßennavigationsgeräten der SD-Kartenslot von Haus aus frei ist für Zusatzkartenmaterial, Bildersammlungen oder MP3s, kann der Freizeit Guide einfach in den Kartenslot eingeschoben werden. Eine Installation oder Freischaltung entfällt. Der Garmin Freizeit Guide Deutschland wird auf MicroSD-Karte ausgeliefert, kann ab sofort für 29 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) verkauft werden.

Bei Falk kann man aktuelle Karten abonnieren

Aktuelle Karten liegen bei den Nutzern mobiler Navigationsgeräte hoch im Kurs. Damit das Kartenmaterial immer auf dem neuesten Stand bleibt, bietet Falk für seine neue Navi-Generation erstmals die Möglichkeit an, ein zweijähriges Karten-Abo bei dem Kauf eines Navigationssystems mit zu erwerben. Der Kunde registriert sich dazu einmalig und bekommt halbjährlich einen Link zum Download des Karten-Updates zugeschickt. So kann der Kunden bis zu vier Karten-Updates über den Falk Navi-Manager auf sein Gerät spielen. Für die Modelle F6, F8 und M8, die bereits mit Europakarte ausgestattet sind, kostet der Abo-Service einmalig 29,95 Euro. Für das F4 und das M4 mit Kartenmaterial von D, A, CH kostet das Karten-Abo für Europa 99,95 Euro. Beim F10 liegt ein Gutschein für das Karten-Abo bei. Löst der Kunde diesen Gutschein im Zeitraum bis zu 30 Tagen nach dem Kauf des Navigationsgerätes ein, ist der Service für ihn kostenlos.



Der Stand der iPublish GmbH in Halle 9 des Berliner Messegeländes diente interessierten Fachhändlern als Anlaufpunkt, um sich über die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit und das Premium Partner Konzept zu informieren.

CE-Fachhandel zeigt großes Interesse am Merian scout Navigator

Über eine durchweg positive Resonanz hat sich iPublish auf der IFA 2008 freuen können. Besonders gut kamen die drei neuen Merian scout Navigator Modelle bei den Fachhändlern an, die fast ausschließlich aus dem Premium-Segment stammen und vornehmlich hochwertige UE-Marken im Sortiment führen. Auch das vor der Messe vorgestellte Merian scout Premium Partner Konzept wurde von den Stand-Besuchern begrüßt.

Auf großes Interesse stießen die beiden neuen Modellvarianten, die aus dem bisherigen Einzelgerät eine kleine Produktfamilie machen. Die Neuheiten werden in diesen Tagen mit den Bezeichnungen Merian scout C_Navigator und Merian scout I_Navigator an den Handel ausgeliefert (das bereits existierende Modell heißt zukünftig Merian scout P_Navigator). „Jetzt können unsere Handelspartner ihren Kunden zusätzliche Varianten anbieten, die genau deren Bedürfnisse erfüllen“, stellte Carsten Leining, Geschäftsführer iPublish GmbH, fest. „In Verbindung mit der Möglichkeit, weitere Reiseprodukte anzubieten, sehen viele Händler zudem eine gute Chance, Zusatzerträge zu erzielen.“ Mit den verschiedenen ReiseGuides, die iPublish im Programm

hat, können die Händler hervorragend auf die individuellen Kundenwünsche reagieren und ihre Beratungskompetenz zur Steigerung des Absatzes einsetzen. „Die IFA hat unsere Erwartungen voll erfüllt. Die geführten Gespräche mit Fachhändlern bestätigen, dass wir mit dem Premium Partner Konzept die Bedürfnisse und Erwartungen des Fachhandels erkannt haben und sogar übertreffen. Die neue Produktkategorie ‚elektronische Reisebegleitung‘ bietet den Händlern ganz neue Möglichkeiten der



Viele Besucher des IFA Standes von iPublish nutzten die Gelegenheit, den Merian scout Navigator zu testen und sich das Produktkonzept erläutern zu lassen.

Umsatzsteigerung und Kundenbindung“, so Leining. Positiv aufgenommen wurde von den Fachhändlern das umfassende Paket an unterstützenden Marketingmaßnahmen durch iPublish und deren Muttergesellschaft, die Ganske Verlagsgruppe. Mit dem Vertrieb der Merian scout Navigator Produkte erhalten die Premium Partner zum Beispiel Gebietsschutz, kanalgerechte Handelsspannen, fachhandelsexklusive Produkte sowie ein ausgefeiltes Kundenbindungskonzept. Wer den Besuch auf der IFA 2008 bzw. dort den Besuch des iPublish Standes verpasst hat, der kann das Merian scout Premium Partner Konzept weiterhin auf der Roadshow des Unternehmens kennenlernen. Oder er besucht die Kooperationsmessen von EP und Euronics im Herbst.



Den Merian scout Navigator gibt es ab sofort in drei unterschiedlichen Ausstattungsvarianten.

- Vorwerk AERA DEJA Polaroid SCHNEPEL
- VOGEL'S PRODUCTS Sagem Mustek
- MEDION Canton De'Longhi Rollei
- DENON Falk Marco Polo SHARP Nokia
- Orion expert Hyundai IT AIPTE
- NAVIGON Toshiba ZDF Zweites Deutsches Fernsehen
- JBL Vivanco Blaupunkt Haier
- Alcatel Lucent T-Mobile Saeco Petra
- BSH Bosch-Siemens-Hausgeräte Euronics
- innovation sound technology Optoma Humax
- LG Electronics VERBATIM Socrimex Eutelsat
- NXP Semiconductors TrekStor HAMA
- Pure Acoustics Liebherr GRUNDIG Loewe
- Netronix Samsung Electronics Telefunken
- rbb Rundfunk Berlin Brandenburg SMS Arcelik
- iriver Harman iPublish Schaub Lorenz
- EVIK Olympus Erard Vestel TECO
- Hisense Mio EPSON Lenco Oehlbach
- V-SONIC LeXXum WMF Bosch Pataco
- S.I.S.V.E.L. KODI BEKO SSI Computer Funai
- Garmin Electrolux TEAC T'nB
- Packard Bell DAEWOO ruwido GD DIGITAL
- Texas Instruments STRONG Siemens
- DataByte JVC Creative Labs GORENJE
- PHILKO Philips Marantz G & BL Tobit
- Fujitsu Siemens Computers elta KENWOOD
- ELAC Electroacoustic Nespresso MAGNAT
- MSI Metz CTC Clatronic TCL Digital Technology
- ARD Deutsche Telekom M3 JURA
- Sony GRAVIS Panasonic YAMAHA ELEKTRONIK
- GLYN Miele Starsway Meliconi
- Mitsumaru Finlux TomTom TATUNG ■ ■ ■

Danke

Berlin, 4.– 9. September 2009

www.ifa-berlin.de



TK



Matthias Lydike tritt in die Geschäftsführung bei Funkwerk Dabendorf ein

Matthias Lydike verstärkt ab sofort die Geschäftsführung von Funkwerk Dabendorf. Er bildet zusammen mit Lutz Pfister die neue Spitze des Unternehmens. Der 46jährige Lydike kommt von Eikon mobility. Seit Ende der 90er Jahre war er in verschiede-



Matthias Lydike

nen leitenden Positionen für Unternehmen wie Trion Technology oder Eikon Mobility tätig. Der diplomierte Ingenieur stammt aus Berlin und hat Technische Informatik studiert. Bei Eikon mobility, einem Spezialisten für On-Board-Units für Telematikdienste und Mauterfassung, war er zuletzt als Geschäftsführer aktiv.

Danyal Alaybeyoglu ist Presse- und PR-Referent der Vodafone Stiftung

Danyal Alaybeyoglu verantwortet ab sofort als Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Kommunikation und PR der Vodafone Stiftung Deutschland. Der 28jährige berichtet direkt an Dr. Mark Speich, Geschäftsführer der Vodafone Stiftung Deutschland. Alaybeyoglu arbeitete zuvor im Bereich Kommunikation/PR bei der SevenSenses GmbH, dem Unternehmen für Digital TV der ProSieben-Sat.1 Media AG. Dort betreute er die PR-Arbeit der Pay-TV-Sender und der Online-Videothek maxdome. Während seines Journalistik-Studiums war der Diplom-Journalist als freier Mitarbeiter in der PR- und Medienbranche sowie in der politischen Kommunikation tätig. Darüber hinaus arbeitete Alaybeyoglu im Presse- und Informationsamt des Landes Berlin, in der Staatlichen Pressestelle Hamburg und in der Unternehmenskommunikation des Westdeutschen Rundfunks in Köln.

FEC wird exklusiver Vermarktungspartner der Deutschen Telekom AG

Die Funkwerk Enterprise Communications GmbH (FEC) wird exklusiver Vermarktungspartner der Deutschen Telekom AG: Ab dem ersten Quartal 2009 ist der Kommunikationsanbieter ausschließlicher Lieferant von ISDN-TK-Anlagen für Privatanutzer, auch Logistik und Service übernimmt das Nürnberger Unternehmen. Der Exklusivvertrag basiert auf einem neuen Partnermodell der Deutschen

The Phone House stellt neues Franchisesystem auf der photokina in Köln und Mitte Oktober auch auf der Start-Messe in Essen vor

Vor einigen Wochen hat The Phone House, der unabhängige Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment, den Start eines neuen Franchisesystems bekanntgegeben. Bis zum 28. September informiert das Unternehmen Interessenten auf der photokina über die neue Möglichkeit der Zusammenarbeit. The Phone House ist auf der Kölner Messe als Partner der Ringfoto Gruppe in Halle 2.1, Stand D020/D028, vertreten.

Wer keine Gelegenheit hat, nach Köln zu fahren oder dort Vertreter des Unternehmens zu treffen, kann das auf der Start-Messe in Essen nachholen: Am 17. und 18. Oktober bietet The Phone House dort interessierten Existenzgründern die Möglichkeit, sich über das neu konzipierte Franchisemodell zu informieren und Hintergrundgespräche mit Unternehmensvertretern zu führen.

The Phone House sucht deutschlandweit Franchisenehmer und plant in den kommenden sechs Monaten mindestens 50 neue Shops im Franchisebetrieb zu eröffnen. „Kommunikationsstarke Existenzgründer mit Unternehmergeist und Organisationstalent sind bei uns jederzeit herzlich willkommen“, sagte Andreas Jurkiewicz, Leiter Franchise bei The Phone House. Aus Sicht von Jurkiewicz ist die Existenzgründermesse in Essen die optimale Plattform, sich als Franchisegeber einem professionellen Umfeld zu präsentieren und zielgerichtete Gesprä-

che mit potenziellen Partnern zu führen. Als The Phone House-Franchisenehmer kommen sowohl Quereinsteiger als auch Erstgründer in Frage: „Wer erstmalig den Einstieg in die Zukunftsbranchen Kommunikation und Entertainment plant, ist bei The Phone House bestens aufgehoben“, betont Jurkiewicz.



Andreas Jurkiewicz, Leiter Franchise bei The Phone House

Branchen-Know-how ist hier bei hilfreich, jedoch keine zwingende Voraussetzung, da der Schritt in die Selbstständigkeit durch umfangreiche und nachhaltige Schulungskonzepte begleitet wird. Erwartet werden hingegen Charaktereigenschaften wie Unternehmergeist, Beratungs- und Kommunikationsstärke sowie ein kaufmännisches Grundverständnis.

Obwohl die einmalige Einstiegsgebühr mit 4.500 Euro vergleichsweise niedrig liegt, sollten die Franchisenehmer eine Investitionsbereitschaft in Höhe von rund 35.000 Euro mitbringen. The Phone House hatte das neue Franchisesystem als Weiterentwicklung seines Exklusivpartnermodells Anfang August 2008 gestartet. Nur einen Monat nach dem Start konnten bereits fünf Standorte gewonnen werden.

Wer einen Termin auf der Start-Messe vereinbaren möchte, wendet sich telefonisch an Andreas Jurkiewicz unter 02506/922-5524 oder sendet eine E-Mail an franchise@phonehouse.de



großen Auftakt-Veranstaltung gefeiert. „Bei _dug wird das Einkaufen zum Erlebnis“ – getreu diesem Motto zeigt der _dug Shop in München eine großflächige plakative Schaufenster-

beklebung in Königsblau. In der Filiale und der unmittelbaren Umgebung sorgen am Eröffnungstag „Blaumänner“ mit großen gelben Ziffern in Form eines Rucksacks für Aufmerksamkeit und rücken die Zahlen 500 und 500.000 in den Mittelpunkt der Feierlichkeiten. 40 blaue _dug Minis

rückten aus, um die Botschaft in den kommenden Wochen ins Land zu bringen und alle 499 übrigen _dug Shops zu besuchen. Die Jubiläums-Filiale wurde von Hubert Kluske,

Geschäftsführer Retail der _dug telecom, feierlich enthüllt und offiziell vor Vertretern der Presse eröffnet. „Wir freuen uns, heute in München den 500. Shop zu eröffnen. Mit unserer Aktion möchten wir uns bei unseren Kunden bedanken“, sagte Kluske. „Ohne deren Vertrauen hätten wir es niemals auf diese Anzahl eigener Shops gebracht.“ Dichtes Gedränge herrschte anschließend im Shop, als die Besucher ihre Tippscheine für das kostenlose Mobilfunk-Lotto ergattern konnten, bei dem als Hauptpreis eine halbe Million Euro und fünf Mini One lockten. Die Gewinner werden schriftlich informiert, sobald die Auszahlung beendet ist.

Deutsche Telekom AG will stärkere Marktposition der Servicegesellschaften

Die Deutsche Telekom AG will die Marktposition ihrer im vorigen Jahr gegründeten Servicegesellschaften weiter stärken. Die Pläne dafür stellte das Unternehmen in Bonn der Öffentlichkeit vor. Demnach sollen die Service Center der Deutschen Telekom Kundenservice GmbH auf bundesweit 24 Städte konzentriert und aufwendig modernisiert werden. Dafür will das Unternehmen in den nächsten zwei Jahren rund 70 Millionen Euro in eine verbesserte Infrastruktur zum Nutzen von Kunden und Mitarbeitern investieren. Ferner sollen die bislang noch bei der Festnetztochter T-Home verbliebenen Technikzentren in die Deutsche Telekom Netzproduktion GmbH überführt werden. Beim dritten Unternehmen im Serviceverbund der Telekom, die Deutsche Telekom Technischer Service GmbH, sind Anpassungen in der Zentrale geplant. Für die Eingliederung der Technikzentren in die Netzproduktion ist die Zustimmung des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG erforderlich. Das Unternehmen erwartet von den Sozialpartnern bei der Umsetzung dieser Maßnahmen eine konstruktive und partnerschaftliche Begleitung nach dem Vorbild der für Telekom-Service gefundenen Lösung.

Die ehemalige freenetMedia heißt jetzt freeXmedia

Der bisherige Hamburger Online-Vermarkter freenetMedia präsentiert sich ab sofort mit einem neuen Firmenauftritt unter www.freexmedia.de und unter neuem Namen. Die neue freeXmedia positioniert sich als Drittvermarkter mit führenden Inhaltenanbietern als Partner in sechs ausgewählten Vermarktungsschwerpunkten.

Als freenetMedia war das Unternehmen bereits seit 2004 erfolgreich in der Fremdvermarktung tätig. „Es gibt momentan zu viele zu wenig spezialisierte Anbieter am Markt, die zu viele unterschiedliche Themenumfelder zur Vermarktung anbieten“, so Eric Berger, Vorstand Online Dienst der freenet AG. „Vielmehr ist in der Fremdvermarktung heute unbedingt die Spezialisierung auf nur wenige, aber sorgfältig ausgewählte Vermarktungsschwerpunkte erforderlich. Diesem Anspruch kommen wir mit dieser Neugründung heute nach.“

Im Fokus der Vermarktung stehen vorrangig sechs Vermarktungsschwerpunkte: Automotive, Digital Lifestyle&Gaming, Active Living, Business&Finance, Männer Lifestyle und General Interest. Mit Angebo-

ten wie motorrad-online.de, auto-motor-und-sport.de, 4Players.de, podcast.de, pcwelt.de und freenet.de ist freeXmedia bereits heute führend in den Vermarktungsschwerpunkten Automotive, Digital Lifestyle&Gaming und General Interest. Der Bereich Digital Lifestyle&Gaming wurde in den letzten Tagen um weitere attraktive und reichweitenstarke Portale erweitert. In den neuen Vermarktungsschwerpunkten Active Living und Business&Finance konnten mit den Outdoor-Portalen von GeraNova sowie mit Finanzportalen wie aktiencheck.de und frankfurter-boerse.de ebenfalls führende Inhaltenanbieter als Partner für die Vermarktung gewonnen werden. Die Gewinnung weiterer Partner in diesen Bereichen sowie im Bereich Männer Lifestyle ist geplant.

Unter der Führung von Eric Berger, Vorstand Online Dienst der freenet AG, und Andreas Engenhardt, Geschäftsführer der freeXmedia, richtet sich die Organisation des Teams, das sich derzeit aus zirka 40 Mitarbeitern zusammensetzt, künftig ebenfalls an den sechs Vermarktungsschwerpunkten aus.



Die hochwertigen weißen Möbel, blaue (Leucht-)Streifen und der modulare Aufbau, durch den sich die neuen Möbel für alle Einsatzzwecke eignen, sind die besonderen Merkmale des neuen Garmin Präsentationskonzepts für den Point of Sale.

Garmin gibt Einblicke in neues PoS-Konzept Attraktive Navi-Präsentation

Navigationsspezialist Garmin hat auf der IFA 2008 nicht nur neue Produkte und Dienste (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) vorgestellt, sondern auch ein neues Möbelkonzept für den Point of Sale. Besonderer Wert bei der Entwicklung der verschiedenen Präsentationsdisplays wurde dabei auf die Verwendung hochwertiger Materialien und auf eine einheitliche Optik gelegt. Diese wird bestimmt durch die Hauptfarbe Weiß und einen blauen Streifen, der, abhängig von der Größe des Displays und den vorhandenen elektrischen Installationen, auch leuchtend die Aufmerksamkeit der Kunden anziehen soll.

„Ebenso wichtig wie die optischen Aspekte, die einen hohen Wiedererkennungswert der Marke in allen Kanälen sicherstellen, war die Realisierung eines modularen Konzeptes“, erläuterte Doris Nohl, Channel Marketing Manager bei Garmin, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Wir wollen sicherstellen, dass jeder Händler, der die Marke Garmin und unsere Produkte zeigen will, dies in dem von ihm gewünschten Rahmen machen kann. Ob er also Straßen- oder Outdoor-Navigation in den Mittelpunkt stellt, ob er nur einzelne Produkte hervorheben oder das gesamte Garmin Sortiment präsentieren will, mit unseren neuen Ladenbauelementen kann er es genauso handhaben, wie es ihm passt.“ Einen weiteren optischen Anreiz bieten auf allen größeren Präsentationsdisplays Bilder, die den jeweiligen Einsatzbereich der ausgestellten Produkte zeigen. Prinzipiell kann jeder Händler, der Garmin in seinem Sortiment führt, vom neuen Präsentationskonzept profitieren. „Da aber vor allem die großen Elemente recht teuer sind, zumal, wenn sie mit elektrischen Installationen und Sicherungs-

systemen ausgestattet sind, erwarten wir natürlich im Gegenzug ein bestimmtes Engagement für Garmin“, so Nohl. „Wie das im Einzelfall auszusehen hat, wird in



Über verschiedene Topper lässt sich sicherstellen, dass die Garmin Präsentation auch in unübersichtlichen Ladenumgebungen gut erkennbar ist.

individuellen Gesprächen mit dem jeweiligen Händler festgelegt.“ Den Einstieg in Garmins neues Möbelangebot bieten Displays, mit denen sich einzelne Geräte präsentieren lassen. So gibt es beispielsweise den „Testsiegerpräsentier“. Er bietet Stromversorgung und ein Warensicherungssystem und ermöglicht es, nicht nur die wichtigsten Features einzelner Geräte in Stichworten auf-

zulisten, sondern auch auf Test-siege, Auszeichnungen und Preise hinzuweisen, die das beworbene Gerät errungen hat. Einzelne Produkte lassen sich mit Hilfe der Vitrinenaufsteller präsentieren, die sich für die Theke, das Schaufenster oder spezielle Vitrinen im Laden eignen.

Nächstgrößere Variante ist das „Counterdisplay small“. Es lässt sich mit maximal zwei Geräten bestücken und bietet jeweils ein Preisschild und eine Infofläche im Format A7 pro Gerät sowie einen Einschub für Prospekte des Formats A6. Das Thema der Graphik ist an die Wünsche des Händlers anpassbar. Die Counterdisplays können miteinander kombiniert werden, so dass zum Beispiel mehr Geräte oder zusätzliches Zubehör präsentiert werden können. Anbieten würden sich hier beispielsweise die neuen Garmin Freizeit Guides (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) in Blisterpackungen.

Nächstgrößere Elemente des neuen Präsentationssystems sind die „Counterdisplays large“, die sich sowohl auf der Ladentheke als auch an Slatwalls (hier vor allem im Outdoor- und Sportbereich) anbringen lassen. Sie



Der „Testsiegerpräsentier“ ist eines der Elemente, mit denen einzelne Produkte in den Mittelpunkt des Kundeninteresses gerückt werden können.

können gleichermaßen für Geräte wie für Blisterpackungen genutzt werden. Diese Elemente gibt es auch als Vitrinen-Version, und sie lassen sich ebenso wie die kleineren Displays kombinieren.

lichkeiten für Geräte, Zubehör und Prospekte und lässt sich zudem mit Vitrinen oder abschließbaren Schrankelementen zur Lagerung der Waren bestücken. Insgesamt stehen drei Module sowie ver-



Auf dem Garmin Stand auf der IFA 2008 konnten sich die Handelspartner des Unternehmens über die Qualität und die Möglichkeiten des neuen Präsentationssystems informieren.

Wer noch mehr Garmin Produkte zeigen will, kann auf 180 cm hohe, freistehende Displays zurückgreifen. Auch diese gibt es in drei Versionen für Geräte oder Blisterpackungen sowie als Vitrine. Sie sind ein- oder zweiseitig bestückbar und lassen sich ebenfalls miteinander kombinieren. Perfekt nach dem Baukastenprinzip funktioniert das „Freestanding Walldisplay“. Es bietet ebenfalls verschiedene Präsentationsmög-

chiedene Topper zur individuellen Gestaltung bereit. Auch dieses Element kann ein- oder zweiseitig genutzt und miteinander kombiniert werden. Abgerundet wird das Angebot durch 220 cm hohe Präsentationwände, die ebenfalls modular aufgebaut sind und sich an die individuellen Bedürfnisse des Händlers anpassen lassen, sowie reine Prospektständer und 200 cm hohe Logo Banner.

TK



Grundig Illion Telefone sind energiesparend und strahlungsarm



Mit dem Grundig Illion Lite (UVP: 39,99 Euro) und dem Grundig Illion 1 ECO (UVP: 49,99 Euro) erweitert Sagem Communications ab sofort sein Produktportfolio um zwei energiesparende und strahlungsverminderte Design-Modelle. Beide Schnurlostelefone bietet der französische Hersteller auch mit digitalem Anrufbeantworter an: Grundig Illion Lite A (UVP: 49,99 Euro) und Illion A1 ECO (UVP: 59,99 Euro). Mit den neuen



Geräten will Sagem Communications beweisen, dass anspruchsvolles Design und moderne Technik nicht im Widerspruch stehen müssen. Das Illion Lite – in Rot oder Silber – bietet ein 1,4 Zoll großes Display mit blauer Hintergrundbeleuchtung. Das Illion 1 ECO – in Schwarz oder Weiß – ist mit einem 1,5 Zoll Farbdisplay ausgestattet (4.096 Farben, 128 x 128 Pixel Auflösung). Beide Modelle bieten Funktionen für das Freisprechen am Mobilteil, einen Telefonbuchspeicher für bis zu 100 Einträge und Anruferidentifikation (CLIP). Das Illion 1 ECO ist außerdem mit sieben polyphonen Klingeltönen, einer SMS-Funktion und einer graphischen Benutzeroberfläche ausgestattet. Der integrierte Anrufbeantworter der Illion-Versionen zeichnet sich durch einfache Bedienung aus. Er zeichnet Anrufe bis zu zwölf Minuten auf, und neben zwei vorgegebenen Ansagetexten kann der Besitzer

auch zwei persönliche Ansagen aufnehmen. Dank der Fernabfrage-Funktion können Nutzer den Anrufbeantworter von jedem beliebigen Ort erreichen. Der Datum- und Uhrzeitstempel informiert detailliert und zuverlässig, wann der Anrufende seine Nachricht hinterlassen hat.

www.sagem.de

Bei Vodafone gibt es jetzt exklusiv das Vodafone 527 in sieben Farbvarianten



Vodafone bietet derzeit exklusiv das neue Handy Vodafone 527 an, das in insgesamt sieben Farbvarianten (Chili Red, Pacific Blue, Flamingo Pink, Lemon Green, Sunset Orange, Titanium Grey und Cool Black) zu haben ist. In Verbindung mit einem Laufzeitvertrag kostet das Handy einen Euro, CallYa-Kunden können das Gerät für 69,90 Euro kaufen. Das zwölf Millimeter dicke Vodafone live!-Handy ist mit einem 128 x 160 Pixel großen Farbdisplay und einer VGA-Kamera ausgestattet. FM-Radio und ein integrierter MP3-Player machen es zu einem Musik-Begleiter für unterwegs. Sollte der interne Speicher für bis zu 500 Rufnummern und 100 SMS-Nachrichten nicht ausreichen, kann er mit Hilfe einer MicroSD-Karte erweitert werden. Das Vodafone 527 nimmt per Bluetooth oder USB 1.1 Verbindung zu anderen Geräten auf.

www.vodafone.de

Sinus A 201 stellt die Telefoniefunktionen in den Mittelpunkt



Als generationenübergreifendes Familientelefon bietet das Sinus A 201 von T-Home alle Telefonfunktionen, die im Alltag gebraucht werden. Der Fokus liegt bei diesem Modell auf der Sprachtelefonie: keine Überfrachtung mit unnötigen Funktionen, große Tasten, übersichtliches Display, sichere Bedienung und exzellente Akustik, so lassen sich die wichtigsten Eigenschaften in Kurzform beschreiben. Das Sinus A 201 ver-



bindet laut Hersteller optimale Produktergonomie und attraktives Design in einem Telefon mit hochwertigen Materialien. Dabei erklärt sich das neue Telefon dem Nutzer aufgrund seines Bedienkonzepts wie von selbst. Ein weiteres wichtiges Merkmal des Sinus A 201

Gigaset Hybridtelefone können neue Dienste aus dem Internet abrufen



Mit den internetfähigen Gigaset Telefonen von Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) sind jetzt weitere nützliche Informationen aus dem Internet direkt auf dem Display abrufbar. Online-Auktionen bei eBay, das Tageshoroskop und den persönlichen Biorhythmus kann der Screensaver aktuell wiedergeben. Der gewünschte IP-Dienst lässt sich im Gigaset.net unter www.gigaset.net/de auswählen und über ein Siemens Gigaset Hybridtelefon abrufen. Die Informationen erscheinen auf dem Telefon-Display, ohne dass ein PC eingeschaltet werden muss. Die Hybridtelefone von SHC ermöglichen die flexible Wahl zwischen Telefonaten über das analoge Festnetz oder das Internet. Aufgrund ihrer Internetfähigkeit können die Gigaset IP-Telefone aktuelle Informationen aus dem Netz abrufen und auf dem Display wiedergeben. Wenn der Nutzer beispielsweise den eBay-Service ausgewählt hat, erscheint dann das jeweilige Höchstgebot einer Auktion und die verbleibende Zeit der Online-Ver-

steigerung. Auf Gigaset.net lässt sich der Dienst jederzeit wechseln, beispielsweise zur Darstellung des individuellen Biorhythmus oder des Tageshoroskops. Alle Infodienste lassen sich bequem über das Portal www.gigaset.net/de einrichten.

www.gigaset.de



zu können. Das Telefonbuch bietet Speicherplatz für bis zu 200 Kontakte. Diese Daten bleiben auch bei Stromausfall gesichert. Das Sinus A 201 bietet darüber hinaus einen integrierten Anrufbeantworter mit rund 15 Minuten Speicher. An der Basisstation lassen sich bis zu vier zusätzliche Mobilteile anmelden. Das neue klimaneutrale Sinus A 201 ist voraussichtlich ab Oktober für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 69,99 Euro zu haben, das zusätzliche Mobilteil mit Ladeschale Sinus 201 Pack soll für 49,99 Euro verkauft werden.

www.t-home.de

Nokia präsentiert neues Premium-Mobiltelefon Nokia 8800 Carbon Arte



Nokia hat das Premium-Mobiltelefon Nokia 8800 Carbon Arte als jüngste Erweiterung der Nokia 8800 Arte Reihe vorgestellt. Aus Carbonfaser, Titan, poliertem Glas und Edelstahl gefertigt, verbindet das Gerät zeitloses Design mit neuer Exklusivität und besonderer Raffinesse. Carbonfaser ist ein ultraleichtes, widerstandsfähiges Material mit einem gewebeartigen Muster. Das Material bürgt einerseits für High-Tech-Qualität, spricht andererseits aber auch die Sinne an. Jedes Nokia 8800 Carbon Arte wird einzeln gefertigt, da die verwendeten Materialien eine aufwendige Präzisionsverarbeitung voraussetzen. 3D-Muster betonen den exklusiven Glanz der Carbonfaser.

Die Inspiration für das Nokia 8800 Carbon Arte ist aus den Bereichen Architektur, Rennsport und der Weltraumtechnik abgeleitet. Dort werden Carbonfaser und Titan als Material eingesetzt. So beeindruckt das neue Gerät durch seine Farb- und Formgebung. Gleichzeitig ist der Einsatz der modernen Oberflächenmaterialien ein optisches und haptisches Erlebnis. Ganz in der Tradition der

Nokia 8800 Arte Reihe wurde auch beim Nokia 8800 Carbon Arte jedes Detail sorgfältig ausgewählt. So wie jedes Gerät aus der Nokia 8800 Arte Reihe zeichnet sich auch das Nokia 8800 Carbon Arte durch nahtlose Oberflächen im minimalistischen Design, einen geschmeidigen Öffnungsmechanismus und eine beeindruckende Leichtigkeit aus. Selbstverständlich gibt es auch für das Nokia 8800 Carbon Arte die exklusiven Soundtracks und Display-Hintergrundbilder, die eigens für diese Reihe entwickelt wurden.

Das Nokia 8800 Carbon Arte verbindet laut Hersteller zeitlose Eleganz mit außerordentlicher Funktionalität. Dazu gehört zum Beispiel die einzigartige Funktion zum Anzeigen einer Uhr durch leichtes Tippen auf die Edelstahlfläche unterhalb des Displays. Die Display-Hintergrundbilder verändern sich im Laufe des Tages von allein und verleihen dem Display so regelmäßig ein neues Erscheinungsbild. Eingehende Anrufe lassen sich durch einfaches Umdrehen des Mobiltelefons diskret stumm schalten.

Neben UMTS-Funktionen, einer 3,2-Megapixel-Kamera mit Autofokus und herausragendem Klang gehören ein brillantes OLED-Display und ein bis zu 4 MByte großer interner Speicher zur weiteren Ausstattung.

Die spezielle Nokia Beschichtung verhindert störende Fingerabdrücke und andere Flecken auf Metall und Glas. Der All-in-one-Micro-USB-Anschluss ist so in das Gerät integriert, dass nichts hervorsticht und die einheitliche, glatte Oberfläche ohne störende Elemente erhalten bleibt. Eine Auswahl an exklusiven Zubehör-Produkten rundet das Angebot

des Nokia 8800 Carbon Arte ab. Hierzu gehören ein Bluetooth Headset mit Berührungssensor zur Regelung der Lautstärke, ein Tischhalter und eine Ledertasche. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das neue Handy lautet ca. 1.300 Euro.

www.nokia.de



Angenehmer telefonieren mit den Siemens Hörgeräten der „Pure“-Familie



Trägern von Hörgeräten wird das Telefonieren dank einer Kooperation von Siemens Home and Office Communication Devices und Siemens Audiologie jetzt erheblich erleichtert. Die innovativen Siemens-Hörgeräte der „Pure“-Familie übernehmen in Verbindung mit dem sogenannten „Tek-Set“ und bluetoothfähigen Gigaset-Schnurlostelefonen die Funktion eines Headsets. Der Gesprächspartner kann auf diese Weise klar und deutlich verstanden werden. Physikalisch bedingte Störgeräusche, wie sie Hörgeräteträger beim konventionellen Telefonieren häufig erleben, gehören damit der Vergangenheit an. Bisher mussten Hörgeräteträger ein spezielles Verfahren zum Halten des Telefonhörers üben, um Störgeräusche bei der Übertragung der Signale vom Telefonlautsprecher auf das Mikrofon des Hörgerätes zu vermeiden. Mit den Pure-Hörgeräten in Verbindung mit einer speziellen drahtlosen Übertragungseinheit, dem Tek-Set, und bluetooth-



fähigen Gigaset-Telefonen gewinnt das Telefonieren für Hörgeräteträger nun ein Vielfaches an Komfort. Die Einrichtung der Verbindung zu den Pure-Hörgeräten funktioniert genauso einfach wie die Anmeldung eines handelsüblichen Bluetooth-Headsets. Sind die Geräte gekoppelt, wird ein eingehender Anruf vom Hörgerät akustisch signalisiert. Mit Hilfe einer Fernbedienung (Tek-Set) mit integriertem Mikrofon kann der Anruf angenommen und das Gespräch direkt über das Hörgerät geführt werden, ohne dass ein Telefonhörer ans Ohr gehalten werden muss. Für die Verbindung zum Hörgerät sind derzeit die Gigaset SL370, SL560 und S680 sowie die jeweiligen Anrufbeantworter- und IP-Varianten geeignet. Die Telefone bieten eine umfangreiche, komfortable Ausstattung mit Farbdisplay, Freisprechfunktion und der Möglichkeit, über Bluetooth Adressdaten mit dem PC zu synchronisieren.

www.siemens.de

T-Home mit neuen TV-, Radio- und Filminhalten Entertain-Angebote testen

T-Home bietet potentiellen Nutzern ab sofort an, das TV-Angebot Entertain zunächst auszuprobieren. Das Angebot richtet sich an alle, die bereits das Komplettpaket Call & Surf Comfort nutzen und IPTV unverbindlich testen wollen.

„Wir bieten allen Interessenten damit die Gelegenheit, Fernsehen über das Internet zwei Monate lang in den eigenen vier Wänden auszuprobieren“, erläuterte Christian P. Illek, Bereichsvorstand T-Home Marketing, auf der IFA 2008.

„Damit geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, auch die neuesten Entertain-Entwicklungen zu erleben. Zum Beispiel werden wir 2.500 Radiosender und hochwertige und kostenfreie TV-Inhalte auf Abruf integrieren“, so Illek.

Zweimonatige Testphase

Die Kunden haben zwei Monate Zeit, Entertain auszuprobieren. Alle Interessierten erhalten die Hardware, inklusive des digitalen Festplattenrecorders und WLAN-Router, nach Hause, und auf

Wunsch wird das Paket kostenfrei beim Kunden installiert und eingerichtet. Die technische Verfügbarkeit von Entertain ist eine Voraussetzung für das Angebot. Nach zwei Monaten kann der Kunde das Entertain-Paket für zehn Euro zusätzlich pro Monat weiternutzen oder sich für die Doppelflatrate Call & Surf Comfort entscheiden.

Neue TV-Kooperation

T-Home geht eine Kooperation mit der ProSiebenSat.1 Group über die Verbreitung von TV-Inhalten auf Abruf ein. Die Sendergruppe stellt eine große Zahl von Inhalten für das TV-Archiv von Entertain zur Verfügung. Damit haben ab Ende September alle Entertain-Kunden kostenfreien Zugriff auf bis zu 2.000 Inhalte inklusive TV-Filme, Serien, Soaps und Shows der TV-Sender. Zusätzlich werden im TV-Archiv auch Inhalte von Brainpool wie Stromberg, Pastewka und Ladykracher sowie ein „Best of“ von Sevenload zu finden sein.

TV-Pakete zubuchen

Ebenfalls ab sofort können Nutzer vordefinierte TV-Pakete, je nach Interesse, separat zu Entertain hinzubuchen. Zum Beispiel bietet



Kunden, die bereits das Komplettpaket Call & Surf nutzen, sollen sich in der zweimonatigen Testphase ein Bild vom Entertain-Angebot verschaffen.

T-Home ein Paket mit Dokumentationskanälen für 2,99 Euro pro Monat an. Darin enthalten sind zum Beispiel Spiegel TV Digital, National Geographic Channel und weitere. Für viel Unterhaltung soll auch das Familien-Paket mit zahlreichen kindgerechten TV-Sendern zum Beispiel von Disney und KinoweltTV sorgen. Insgesamt können auf diese Weise bis zu 35 TV-Sender zusätzlich gebucht werden. Die Laufzeit eines Genre-

TV-Pakets beträgt lediglich einen Monat und ermöglicht somit eine flexible TV-Nutzung.

2.500 neue Radiosender

Im November erweitert T-Home die Entertain-Pakete um 2.500 Radiosender. Die Radiofunktion ist für alle Kunden inklusive. Neben gängigen deutschen Sendern sind auch viele internationale Hörfunksender enthalten. Durch eine Kategorisierung zum Beispiel

nach Herkunftsland oder Musikrichtung kann der Nutzer schnell durch die Sender navigieren. Eine persönliche Favoritenliste ist einfach auf Knopfdruck zu erstellen.

Fußball-Bundesliga

Bereits zum Saisonstart hatte T-Home das Fußball-Bundesliga-Live-Angebot erweitert. Alle Bundesliga-Abonnenten haben die Möglichkeit, alle Tore, die besten Spielszenen oder umstrittene Schiedsrichterentscheidungen auf Knopfdruck abzurufen. Eine interaktive Ergebnistabelle gibt dem Nutzer einen schnellen Überblick über den laufenden Spieltag und lässt direkt auf alle Live-Spiele zugreifen. Der Entertain-TV-Ticker zeigt die Höhepunkte aller laufenden Spiele an. Per Knopfdruck kann der Nutzer in das Spiel wechseln. Diese interaktive Nutzung ist für alle Abonnenten inklusive und wird über die blaue Taste der Fernbedienung aufgerufen. Die Hinrunde der Bundesliga ist für 9,99 Euro pro Monat zu haben.

Inhalte-Vermarktung

Die Kooperation mit Warner Studios aus Hollywood ermöglicht das Angebot aktueller Blockbuster zeitgleich zum DVD-Start. Damit etabliert T-Home in der Filmbranche ein neues Vermarktungsmodell. Das neueste Highlight aus der Kooperation mit Warner ist der deutsche Film „Keinohrhasen“ mit Til Schweiger. Zeitgleich zum DVD-Start vor wenigen Wochen konnte der Film via Entertain auch auf dem heimischen Fernseher geschaut werden.

Neue T-Mobile Dienste rund um mobile Kommunikation, Information und Unterhaltung

T-Mobile hat auf der IFA 2008 unter dem Motto „Erleben, was verbindet“ Neuheiten rund um die mobile Kommunikation, Information und Unterhaltung präsentiert. Themen waren dabei unter anderem mobiles Chatten, Video-streams fürs Mobiltelefon oder hochmoderne Netbooks.

Für die vielen Nutzer von Instant Messaging-Services macht T-Mobile das Chatten mobil. Ob AOL Instant Messenger, ICQ, Windows Live Messenger oder Yahoo! Messenger: Mit Instant Messaging können sich Kunden ihren vom PC gewohnten Messaging-Dienst einfach aufs Handy holen. Instant Messaging kostet monatlich 4,95 Euro, unabhängig von der Menge der Nachrichten, die die Kunden austauschen.

Zusätzlich zu MobileTV bietet T-Mobile jetzt Video on Demand fürs Handy. Mit MobileVideo können Kunden jederzeit Videos aus den Bereichen Fußball, News und Entertainment auf dem Handydisplay anschauen. Der Videostream startet sofort nach dem Abruf. Ein Highlight des Angebots sind die

ClubTV Videos ausgewählter Bundesliga-Vereine.

In der Zusammenarbeit mit führenden Internet-Communitys wie MySpace und Facebook verzeichnet T-Mobile rasch steigende Zugriffszahlen im web'n'walk Portal. Seit



Zusätzlich zu MobileTV bietet T-Mobile jetzt Video on Demand fürs Handy.

Start des Angebots im Oktober 2007 haben T-Mobile Kunden bisher über eine Million Widgets im web'n'walk Portal personalisiert. T-Mobile kooperiert mit zahlreichen Social Networks sowie anderen beliebten Internetdiensten und bietet seinen Kunden

den mobilen Zugriff auf deren Websites. Diese sind speziell für das Handysdisplay optimiert.

Neben den Diensten baut T-Mobile auch bei den Mobilfunkgeräten und Notebooks das Mobile Broadband Angebot aus. Mit Asus kooperiert

ten des Gerätes mit dem gemeinsam entwickelten „Asus Connection Manager“ das mobile Internet und kann bis zu fünf Stunden mobil surfen – kein langes Warten beim Hochfahren, kein lästiges Installieren weiterer Software oder gar Einrichten von Routern ist erforderlich. Wichtige Software für das Internet und das Arbeiten mit Dokumenten ist auf dem Gerät bereits installiert.

Um den Kunden das bestmögliche Mobile Broadband Erlebnis zu ermöglichen, steigert T-Mobile kontinuierlich die Netzleistung. Neben der Weiterentwicklung des UMTS-Netzes mit HSDPA 7,2 Mbit/s und HSUPA 2 Mbit/s hat T-Mobile mit der Optimierung seines bundesweiten EDGE/GPRS-Netzes begonnen. Neue Technik beschleunigt bis Ende des Jahres in Deutschland mobile Datentransfers per EDGE auf bis zu 260 kbit/s – das ist eine Steigerung um rund 20 Prozent. Als erster Mobilfunkbetreiber in Deutschland hat T-Mobile das gesamte GSM-Netz bundesweit flächendeckend mit EDGE-Technik ausgestattet.

T-Mobile in der Vermarktung des Eee PCs, des Pioniers der Netbooks. Aktuelles Highlight ist der Eee PC 901 GO mit integrierter Mobile Broadband Technik, die speziell an das T-Mobile Netz angepasst ist. Sekundenschnell startet der Kunde nach dem Einschalt-

CAR MEDIA



Pioneer AVIC-F900BT erhält EISA-Award

Die EISA (European Imaging and Sound Association) hat Pioneers Multimedia- und Navigationssystem AVIC-F900BT zum besten europäischen In-Car Navi-Media System 2008/2009 gewählt. Die Begründung für die Auszeichnung liest sich wie folgt: „Das Pioneer AVIC-F900BT ist ein vollgepacktes In-Car Entertainment System, inklusive DVD-Wiedergabe mit Dolby Digital, ein 5,8“ Zoll WVGA Display, Musikwiedergabe von SD Karte, CD, USB und iPod sowie RDS-Radio mit TMC. Das Hauptmerkmal ist jedoch ein innovatives, flashspeicherbasiertes Navigationssystem, das dem User die Routenplanung und den Export der Zwi-



schenziele vom heimischen PC auf das System erlaubt. Andere wertvolle Features wie Text-to-Speech Funktionalität, eine außergewöhnlich einfache Bedienung und vollständige

Bluetooth-Unterstützung für Mobiltelefone (inklusive der Option, bis zu drei Telefonbücher gleichzeitig im System zu speichern). Mit derart vielen Features und einem attraktiven Preis ist die AVIC-F900BT unschlagbar.“ www.pioneer.de

Rear-Seat-Entertainment-System Alpine PKG-2000P

Die meisten Erwachsenen sitzen im Auto am liebsten vorne, und auch Kinder zieht es wie magisch auf den Beifahrersitz. Wie schnell sich Dinge manchmal ändern können, demonstriert das Rear-Seat-Entertainment-System PKG-2000P von Alpine, das die Rückbank mit einem Knopfdruck in einen Kinosaal verwandelt. DVD-Player und ein hochauflösender Klappmonitor befinden sich in einem kompakten Gehäuse für die Deckenmontage. Auch zwei Leseleuchten sind vorhanden: So lässt sich selbst bei Nachtfahrten zwischendurch bequem das neueste Filmmagazin mit den neuesten DVD-Empfehlungen studieren. Auf dem 10,2 Zoll (26 cm) großen Screen mit 1,15 Millionen Pixeln kommen die Filme scharf zur Geltung.

Nach dem Einlegen der DVD beginnt das Filmvergnügen dank Autostart-Funktion ohne einen weiteren Knopfdruck. Der Ton wird wahlweise über den Infrarot-Kopfhörer wiedergegeben oder per FM-Modulator kabellos an das fahrzeugeigene Soundsystem



übertragen. Über den externen Bildeingang lassen sich nicht nur eine Spielekonsole, sondern auch Camcorder oder Kamera anschließen.

Mit Alpine-Komponenten lassen sich auch vollkommen individuelle In-car Entertainment-Lösungen realisieren. Für brillante Darstellung hält Alpine eine Vielzahl von topaktuellen Bildschirmlösungen bereit. So zum Beispiel den 8,5 Zoll (21,6 cm) großen Deckenmonitor PKG-850P mit 1,15 Millionen Pixeln. Zwei A/V-Eingänge, ein A/V-Ausgang sowie Fernbedienung und Kopfhörer in Infrarot-Technik machen ihn für jeden Anspruch flexibel.

Soll jeder Fondpassagier sein eigenes Display haben, bieten sich die beiden Kopfstützenmonitore TME-M780 (7 Zoll, 17,8 cm) oder TME-M680 (5,8 Zoll, 14,7 cm) an. Beide Systeme können mit den Erweiterungssätzen M780EM bzw. M680EM bequem um weitere Bildschirme ergänzt werden und sind mit einer Vielzahl von Quellen verwendbar, zum Beispiel einem Alpine DVD-Steuergerät, einer Spielekonsole oder einem mobilen DVB-Tuner (TUE-150DVB).

www.alpine.de

Alpine nimmt neue Headunits ins Sortiment

Alpine Electronics hat die neuen CD-Headunits CDA-9886R und CDA-9884R der Oberklasse vorgestellt. Beide Geräte sind laut Hersteller Multitalente. So lassen sie sich beispielsweise als erste Steuergeräte des neuen Line-Ups 2008 über den optionalen PXA-H100 Prozessor mit dem neuen Imprint Sound Upgrade erweitern. „Das System erlaubt ein vollautomatisches Einmessen des Fahrzeuges und eröffnet somit neue Klangdimensionen, wie sie zuvor nur mit stundenlangen Einmessprozeduren durch einen Hifi-Profi möglich waren“, so Jörg Ramms, Senior Manager Marketing & Sales, zum Alleinstellungsmerkmal der neuen Alpine-Modelle.

Dass ein Anschluss für USB-Sticks, eine iPod-Fullspeed-Schnittstelle sowie ein CD-Teil mit MP3-Wiedergabemöglichkeit vorhanden sind, kann bei Alpine dagegen als selbstverständlich gelten. Etwas Besonderes ist hingegen das Ai-Net Bus-System: Alpine-Geräte mit diesem Ausstattungsmerkmal können ganz einfach miteinander kommunizieren. So lassen sich selbst komplexe Multimedia-Systeme ohne großen Auf-

Autoradio Bremen MP78 von Blaupunkt sorgt für hochentwickelte Empfangsperformance

Mit dem Autoradio Bremen MP78 bringt Blaupunkt eine Neuauflage des innovativen Car Audio-Technologieträgers „Bremen“ auf den Markt. Das hochwertige Tunerkonzept des Gerätes mit dem von Blaupunkt entwickelten ADR TwinCeiver (Advanced Digital Receiver) sorgt für besonders hochentwickelte Empfangsperformance. Der digitale Doppeltuner sowie die spezielle Antennen-Kombination DDA (Digital Directional Antenna) beseitigen nahezu vollständig Mehrwege-Empfangsstörungen und erreichen auch weit entfernte Sender. Das Radio bietet die Wellenbereiche UKW, MW, LW sowie KW.

Ein sattes Klangvolumen schon in der Serienausstattung garantiert die im neuen Bremen integrierte Endstufe mit 4 x 50 Watt max. Power. Über verschiedene Ausgänge lässt sich das System zudem problemlos erweitern. Besondere Flexibilität zeigt der Bremen MP78 bei der Einstellung spezieller Soundfeatures. So lässt sich mit dem neuen High Definition Digital Sound Adjustment ausgefeiltes Soundtuning realisieren, das Klangerlebnis präzise und individuell auf das Fahrzeug und auf die Wünsche der Passagiere abstimmen. Der selbstmessenende, vollparametrische 4x7-Band-Equalizer gleicht in 1/6-Oktavenschritten zuverlässig aus und regelt individuelle Parameter nach. Der variable Laufzeitgleich ist für sechs Kanäle frei konfigurierbar und erlaubt so fahrzeuginsassen-spezifische Einstellungen. Eine optimale Ansteuerung der einzelnen Autolautsprecher übernimmt die einstellbare, aktive Drei-Wege-Frequenzweiche. Darüber hinaus analysiert die dynamische Fahrgeräuschmaskierung (DNC-Dynamic Noise Covering) permanent über ein externes Mikrofon alle während der Fahrt auftretenden Geräusche und passt dementsprechend Lautstärke und Klang des Autoradios an. Der Bremen MP78 kann nicht nur MP3-Musik von der Compact Disc wiedergeben und den CD-Player direkt über das Radio steuern. Über die serienmäßige USB-Schnittstelle lassen sich Speichersticks ebenso gut andocken wie eine mobile Festplatte. Hinter der elektromotorisch schwenkbaren Frontplatte des Autoradios verbirgt sich zudem ein Kartenschacht für die Aufnahme von SD- oder MMC-Speicherkarten. Darüber hinaus lassen sich über Aux-In-Anschlüsse weitere Audio Player oder mobile Navigationsgeräte anschließen. Selbst ein iPod kann mit einem entsprechenden Interface komfortabel über Autoradiotastatur und Farbdisplay bedient werden. Für sicheres Telefonieren im Auto hält das Gerät eine Bluetooth-2.0-Schnittstelle bereit. Zum Lieferumfang des Bremen MP78 zählen eine Scheibenantenne für den zweiten Empfänger, Mikrofone für das Telefonieren und Freisprechen per Bluetooth sowie für den selbstmessenenden Equalizer, das USB-Kabel, ein Preamp-Out-Anschlusskabel sowie eine Fernbedienung im Scheckkartenformat. Darüber hinaus lässt sich die neueste Software des Gerätes jederzeit über eine PC-Schnittstelle aus dem Internet auf einen Datenstick laden – und über USB auf das Autoradio übertragen. www.blaupunkt.de



Mit dem RTA USB-Interface lassen sich externe Audiogeräte in Fahrzeugen der VW-Gruppe nutzen

Immer mehr Hersteller stellen die Produktion von CD/MP3-Wechslern für den Automotivebereich ein, weil USB (universeller serieller Bus) seit 1996 den Computerbereich umgekrempelt hat. Das Installieren externer Komponenten ist seither extrem einfach. Das gilt auch für das RTA USB-Interface: einfach anstecken und fertig. Voraussetzung ist, dass das Werksgerät über einen CD-Wechslerzugang verfügt. Die RTA USB-Adapter sind für die meisten Fahrzeuge der VW Gruppe per Plug + Play verwendbar und bieten neben USB einen SD-Einschub und einen 3,5 mm Aux-In Klinkeneingang. Auf dem angeschlossenen USB-Player können beliebig viele Musikordner angelegt sein, über die Radiotasten kann man sechs davon auswählen. Die Ordner sollten möglichst mit den Namen CD01 bis CD06 benannt sein und jeweils nicht mehr als 99 Tracks/Lieder enthalten. Bei Wiedergabe erfolgt der Titelwechsel über den Suchknopf am Radio oder die Lenkradfernbedienung. Zufällige Wiedergabe (Shuffle) wird über den „Random“ Knopf aktiviert, sofern dieser am Radio vorhanden ist. Über Aux-In kann jedes Audiogerät angeschlossen werden. Weitere Adapter für die wichtigsten Fahrzeugmodelle befinden sich in Vorbereitung. www.pma-mobile.com

wand realisieren. Zur Flexibilität tragen bei CDA-9886R und CDA-9884R die drei integrierten Vorverstärkerausgänge bei.

Mit jeweils 4 x 50 Watt (RMS) bieten die Geräte auch ohne separate Endstufen ausreichend Power. Dafür, dass auch die Klangqualität bei bei-



den Headunits hervorragend ist, bürgt der 24-Bit-D/A-Wandler.

Die CD-Receiver vereinen somit hohe Flexibilität, hervorragende Klangqualität und Top-Ergonomie: So sind sie nicht nur mit einem praktischen Drehknopf zur Lautstärkeregelung

ausgestattet, sondern auch mit einem Anschluss für Fahrzeugdisplays im Armaturenbrett. Der Fahrer wird somit möglichst wenig vom Geschehen auf der Straße abgelenkt.

Als weiteres Sicherheits-Plus lässt sich mit dem gleichen Interface auch die vorhandene Lenkradfernbedienung weiterhin nutzen. Das Modell CDA-9886R bietet sogar noch eine ganze Reihe weiterer interessanter Features wie die automatische Lautstärkeanpassung. Dabei misst ein kleines Mikrofon permanent die Umgebungsgeräusche und regelt die Pegelstärke entsprechend.

So sorgt Alpine bei jeder Geschwindigkeit und jedem Straßenbelag für hohen Musikgenuss. Weitere Highlights sind das besonders hochauflösende und kontraststarke Bio Lite-Display sowie die kabellose Fernbedienung. Somit sind die neuen Alpine-Headunits für ihre Car-Hifi-Aufgaben bestens gerüstet. Weitere Informationen zu Imprint online auch unter dem Menüpunkt Technologie/Imprint auf: www.alpine.de

TechniSat: Neue HDTV-Serie setzt Maßstäbe

Offen für alle Quellen

Mit einer neuen Full-HD LCD-TV-Serie steigt TechniSat jetzt auch in das Premium-TV-Segment ein. Dabei setzt das Traditionsunternehmen nicht nur auf Qualität aus deutscher Fertigung, sondern liefert dem Endkonsumenten eine serienmäßige Vollausstattung. So will sich TechniSat mit seiner Display-Serie im High-End-Segment etablieren.

Wer sich in dem hart umkämpften LC-Display-Markt einen Namen machen will, muß neben Qualität besondere Produktmerkmale liefern. Das TechniSat in der Lage ist, hochwertige Geräte made in Germany zu entwickeln und zu produzieren, hat man in der Vergangenheit bereits häufig bewiesen. Mit den Full-HD-LC-Displays kommen nicht nur neue Geräte auf den Markt, sondern Produkte mit Vollausstattung zu einem attraktiven Preis-/Leistungs-Verhältnis.

„Mit der neuen HDTV-Serie möchten wir den Premiumcharakter der Marke im LCD-TV Bereich stärker ausbauen“, erklärt Stefan Kön, Geschäftsführer bei TechniSat Digital GmbH, die Zielsetzung. „Unsere neuen Full-HD-LCD-Digitalfernseher sind vollständige Medienzentralen. TechniSat baut sein Sortiment bis Ende des Jahres mit mehreren Modellen mit 32, 40 und 46 Zoll Bildschirm-

größe und Full-HD-Auflösung weiter aus. Dabei spielen die Technologie, exklusive Ausstattung und ein einfaches Bedienkonzept eine entscheidende Rolle.“



Stefan Kön: „Unsere neuen Full-HD LCD Digitalfernseher vereinen Receiver, HD-Recorder, Set-Top-Box und TV in einem Gerät.“

Dual HDTV-Multituner

Der jetzt in den Markt eingeführte HDTV 40 erfüllt diesen Anspruch. Eine Besonderheit ist der neu entwickelte integrierte Dual-HDTV Multituner. Beim eingebauten Empfangsteil des Fernsehers handelt es sich um einen

echten HDTV TWIN-Tuner, mit dem zwei Fernseh- oder Radioprogramme gleichzeitig genutzt werden können.

Dabei spielt es keine Rolle, ob die Fernsehprogramme in Standardqualität (SDTV) oder in hochauflösender Qualität (HDTV) empfangen werden. Der Dual-HDTV-Multituner des HDTV empfängt ohne zusätzlichen Receiver und mit nur einer Fernbedienung

digitale Programme via Satellit (DVB-S), Kabelfernsehen (DVB-C) und Antenne (DVB-T) inklusive HDTV. Der Empfang analoger Programme ist via Kabelfernsehen, Antenne und UKW-Radio möglich.

Das 40-Zoll-Display im 16:9-Format liefert eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln bei 16,7 Millionen Farben und einem dynamischen Kontrast von 15.000:1. Dabei verbaut TechniSat für seine HDTV-Serie ausschließlich geprüfte und einwandfreie „Bestpanels“, die garantiert frei von Pixelfehlern sind. Darüber hinaus ist der HDTV 40 mit einer integrierten 250 GB Festplatte ausgestattet. Damit ist der HDTV 40 nicht nur ein LCD-Digitalfernseher mit Full-HD-Auflösung, sondern zugleich ein doppelter HDTV-Festplatten-Receiver.

CI-Slots und Smartcard-Reader

Auch für den Empfang verschlüsselter TV- und Radioprogramme ist der HDTV 40 bestens vorbereitet. Über den serienmäßig eingebauten Smartcard-Leser lässt sich das integrierte Conax Entschlüsselungssystem sofort verwenden. Über zwei „Common Interface“-Schächte (CI) kann man den LCD-Digital-Fernseher um zusätzliche Entschlüsselungssysteme aufrü-



Der neuentwickelte Dual-HDTV-Multituner, eine integrierte Festplatte in Serie und eine exklusive Ausstattung räumen dem HDTV 40 von TechniSat eine Sonderstellung im Premiumsegment der LCD-TV-Geräte ein. Trotz seiner Funktionsvielfalt lässt sich das Gerät über eine Fernbedienung steuern.

sten. Der HDTV 40 ist mit einer Vielzahl an Anschlussmöglichkeiten ausgestattet, die übersichtlich an der Unterseite und seitlich am Gerät angeordnet sind. Das Display besitzt drei HDMI-Anschlüsse, Eingänge für S-Video sowie analoge Video- und Tonsignale, einen Komponenteneingang, VGA-Zugang sowie zwei SCART-Anschlüsse. Die USB 2.0-Buchse ermöglicht den Anschluss externer Geräte, und die Ethernet-Schnittstelle erlaubt die Einbindung in ein bestehendes Netzwerk.

Wem das eingebaute 2 x 2 Wege-Sound-System mit integrierten Bassreflex-Boxen nicht genügt, der kann das Display mit einem zusätzlichen Subwoofer nebst Center-Lautsprecher erweitern. Natürlich steht auch dem Anschluss einer Surround-Anlage nichts im Weg. Mit dem HDTV 40 steht dem Kunden eine

echte Multimedia-Zentrale zur Verfügung, die Festplattenrecorder inklusive Set-Top ersetzt. Das Display ist ohne Kontrastscheibe zum Preis von 2599,99 Euro und mit Kontrastscheibe für 2899,99 Euro über den Fachhandel erhältlich.

www.technisat.de

KERNARGUMENTE

- 40 Zoll Full-HD-Display
- Dual-HDTV-Multituner für DVB-S2, DVB-C, DVB-T und analoges Fernsehen
- Smartcard-Leser mit integriertem Conax Entschlüsselungssystem
- Zwei Common Interfaces
- Integrierte 250 GB-Festplatte zur Aufnahme von HD- und SD-Fernsehen
- 3 x HDMI, USB 2.0- und Ethernetschnittstelle
- 2 x SCART, S-Video, Video IN, VGA, YUV
- Eine Fernbedienung

COS Distribution neuer Distributor von Yuraku

COS Distribution GmbH ist ab sofort offizieller Distributor der Yuraku GmbH. Die COS Distribution wird die Produktbereiche LCD Monitore, Digitale Bilderrahmen sowie Multimedia Player und Capsule Speaker der Marke Yuraku vertreiben. „Für Yuraku ist es ein weiterer Schritt, sich mit einem erfahrenen und starken Vertriebspartner wie der COS Distribution GmbH im deutschen Markt zu etablieren. Durch diese Kooperation wollen wir insbesondere die Betreuung des Fachhandels weiter stärken und ausbauen“, so Joachim Hildebrand, Senior Sales Manager D/A/CH bei Yuraku. Karsten Tinnemann von der COS Distribution GmbH kommentiert das Zusammenkommen: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Yuraku. Das Portfolio von Yuraku umfasst technisch aktuelle Produkte zu attraktiven Preisen, mit welchen wir unser Angebot ausbauen und weitere Kundenschichten ansprechen wollen.“ Die Yuraku GmbH in Lorsch, Tochtergesellschaft der Yuraku-Gruppe in Singapur, ist seit September 2006 für den Vertrieb aller Yuraku Produkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie für die osteuropäischen Märkte verantwortlich.

Galileo-Kontrollzentrum übergeben

Der neu errichtete Gebäudekomplex des deutschen Hauptkontrollzentrums für das europäische Satellitennavigationssystem Galileo wurde in der ersten September-Woche offiziell an das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt als Auftraggeber übergeben. Die Bauzeit für das von dem Berliner Büro Schultes Frank Architekten entworfene Projekt betrug knapp zwei Jahre. Die Bausumme lag bei 25 Millionen Euro. Die Gesamt-Investitionen für die komplett ausgestattete Anlage sollen 100 Millionen Euro betragen. Davon trägt der Freistaat Bayern einen Anteil von rund 10 Millionen Euro. Die bayerische Wirtschaftsministerin Emilia Müller (CSU) gab bekannt, dass sie Galileo-Aufträge in dreistelliger Millionenhöhe für bayerische Unternehmen erwarte. Nach zahlreichen Verzögerungen in der Vergangenheit soll das Satelliten-Navigations-System Galileo mit 30 Satelliten bis zum Jahr 2013 voll betriebsbereit sein. Im Kontrollzentrum werden dann bis zu 100 Inge-

nieure und Wissenschaftler an mehr als 30 Kontrollkonsolen arbeiten. Die Informations- und Kommunikationstechnologie im Haus (LAN, PC-Arbeitsplätze, Telefonsystem) installiert der langjährige Partner der DLR, T-Systems. T-Systems unterstützt das DLR laut eigenen Angaben beim Design und der Entwicklung eines Wartungs- und Logistiksystems für Galileo.

Großkonzerne setzen auf Cloud Computing

Es mehren sich Anhaltspunkte für die zunehmende Verbreitung von Web 2.0 Anwendungen und die Nutzung von Cloud-Computing-Infrastrukturen. Auch in Unternehmen schwinden Skepsis und Zurückhaltung immer mehr und werden durch die Erkenntnis der vielfältigen Vorteile internetgestützten Arbeitens am Computer ersetzt. Beim „Cloud Computing“ werden Rechenleistung, Bereitstellung von Anwendungen und Datenspeicherung nicht mehr vom Client-Rechner erbracht, sondern von den in Serverfarmen organisierten Servern der Dienstleister. Die jeweils benötigte Software wird nicht mehr auf der lokalen Maschine des Anwenders instal-

liert, sondern für die Dauer der Arbeit als temporärer Service kostenpflichtig oder werbefinanziert aus dem Internet auf den Client-Rechner heruntergeladen. General Electric stellt 400.000 Mitarbeitern und 30.000 Partnern bereits eine Plattform für die gemeinsame Zusammenarbeit zur Verfügung, die täglich mehr als 25 Millionen Zugriffe registriert.

Das Software-Unternehmen Sun Micro Systems entwickelt eine YouTube-ähnliche Umgebung für Unternehmen, auf der Mitarbeiter Videos aufzeichnen und ins Netz stellen können. Online Anwendungs-Plattformen wie Google Apps und Zoho werden bereits von zahlreichen Unternehmens-Kunden genutzt, die bestrebt sind, Kosten zu sparen und sich deshalb zunehmend von herkömmlicher, Desktop-basierter Software lösen. Rund 500 Web 2.0-Anbieter, Programmierer, Blogger, Analysten und Vertreter großer Firmen und Behörden haben sich in der vergangenen Woche in San Francisco auf der dritten „Office 2.0“-Konferenz getroffen, um über Trends der Online-Kollaboration zu debattieren, berichtet das Technologiemagazin „Technology Review“ in seiner aktuellen Online-Ausgabe. Neben General Electric und Sun Micro Systems

nahm auch die US-amerikanische Wachovia Bank, mit 55,5 Milliarden Dollar Umsatz die viertgrößte Bank der USA, an der Konferenz teil und zeigte in einer Fallstudie, wie sie das „Web 2.0“ für ihre Zwecke nutzt.

Delo erweitert Einkaufsteam

Der Distributor Delo Computer GmbH setzt weiter auf Mitarbeiterkompetenz und hat sein Einkaufsteam um Markus Henseler erweitert, der künftig den Einkauf im Bereich Komponenten verantworten wird. So wird die Delo Computer GmbH der steigenden Nachfrage in diesem wachsenden Geschäftszweig gerecht. Markus Henseler war zuletzt als Einkäufer bei API tätig. Er kann auf eine 12jährige Berufserfahrung in der IT-Branche zurückblicken und ist somit eine ideale Ergänzung für das bestehende Team der Delo.

Auch die Nachfrage nach Rechnern der Delo Eigenmarke Step blickt auf eine wachsende Entwicklung. Da die Kapazität der derzeitigen Fertigungsstätte nahezu erschöpft ist, wird derzeit am Ausbau des neuen Standortes gearbeitet, um die steigende Nachfrage bedienen zu können.



Sony bringt All-in-One-PCs mit Blu-ray-Laufwerk

Der japanische Elektronik-Hersteller Sony hat auf der diesjährigen Ausstellung für Consumer-Electronics in Denver, USA, drei neue All-in-One-PCs seiner VAIO-Familie mit Display-Diagonalen von 20 bis 25,5 Zoll vorgestellt, die je nach Modellkonfiguration neben den verbreiteten Optical Disk-Formaten auch Blu-ray-Discs abspielen können. Bei den Sony Vaio JS, LV und RT sind sämtliche PC-Komponenten in das Gehäuse eines Breitbild-Displays integriert, wie auch beim Apple iMac. Die Verkaufspreise der neuen All-in-One VAIOs liegen in der Größenordnung der Apple iMac-Modelle: Das Einstiegsmodell VAIO



JS mit 20,1-Zoll-Display und der Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten, einer Core 2 Duo E5200 CPU (2.50 GHz, 2 MB L2 Cache), 4 GB RAM, 500-GB-Festplatte und vorinstalliertem Windows Vista Home Premium soll in den USA zum Verkaufspreis von 1.100 US-Dollar auf den Markt kommen. Für die Grafik ist die Intel G45 Chip Set Lösung verantwortlich. Ein integriertes Blu-ray-Laufwerk besitzt der VAIO JS190J/B. Der mit Core 2 Duo E8400 CPU, integriertem Mikrofon, Webcam, WLAN (802.11 b/g/n(Draft) und GigaBit-Ethernet Schnittstelle ausgestattete

All in One soll zum Verkaufspreis von 1.500,- Euro angeboten werden. Laut Aussagen von Sony lassen sich Audio-Daten in einem Heim-Netzwerk per Bluetooth, FireWire (i.Link) oder SPDIF übertragen. Beide Modelle der VAIO LV-Serie sind mit einem 24-Zoll-Display mit 1.920 x 1.200 Bildpunkten und analogem TV-Tuner ausgestattet. Über die HDMI-Schnittstelle kann ein weiteres Display oder eine Heimkino-Anlage angeschlossen werden. Das LV-Modell mit der Grafiklösung des G45 Chip Set kommt zum UVP von 1.700 US-Dollar in den Handel. Das VAIO LV-Modell mit P43-Chipsatz und einem leistungsfähigen GeForce-9300M-GS Grafikprozessor soll ab rund 1.900 US-Dollar erhältlich sein. Die All-in-One VAIO RT-Familie mit 25,5 Zoll großen Displays, 1.920 x 1.200 Bildpunkten ist mit Vierkernprozessoren von Intel und einer GeForce-9600M-GT-Grafik bestückt und ab Verkaufspreisen von 3.300 US-Dollar zu haben. Wann und zu welchem Verkaufspreis die neuen Geräte in Deutschland verfügbar sein werden, wurde noch nicht mitgeteilt.

BenQ Display G900D: 19-Zoll-Allrounder für Home und Office

BenQ präsentiert mit dem neuen 19 Zoll großen G900D ein ideales Display für den Home- und Office-Bereich. Mit einem noch höheren dynamischen Kontrast von 2.000:1 übertrifft es sogar seinen erfolgreichen Vorgänger (BenQ G900). Das Panel verfügt über SXGA-Auflösung mit 1.280 x 1.024 Bildpunkten. Die Reaktionszeit beträgt nur 5 ms, der Helligkeitswert erreicht 300 cd/m². Das Display verfügt über beste Voraussetzungen

für eine exzellente Bildwiedergabe bei unterschiedlichsten Lichtverhältnissen. Mit Betrachtungswinkeln von vertikal und horizontal 160° bietet das BenQ G900D von unterschiedlichsten Betrachterpositionen aus eine gute Bildqualität mit 16,7 Millionen Farben. Die von BenQ weiterentwickelte Senseye+Photo-Technologie stellt einen sRGB-Farbmodus bereit, der die Farbtemperatur und den Gamawert exakt auf die Vorgaben des sRGB-Farbraums abstimmt. Das garantiert konsistente Farben bei der Bildausgabe des Rechners an Peripheriegeräte. Der silberne Rahmen und der schwarze Bildschirmfuß verleihen dem BenQ G900D ein elegantes Aussehen. Die Display-Einstellungen können sowohl über die Funktionstasten des Monitors wie über die Menüs der Grafikkarte erfolgen. Für die verlustfreie Signalübertragung stellt das Display neben dem analogen Sub-D-Signaleingang eine digitale DVI-Schnittstelle bereit. Der G900D ist mit dem Windows Vista Premium-Logo ausgezeichnet, entspricht den Anforderungen der TCO03, der TÜV-Ergonomie und der TÜV-GS-Norm. Er erfüllt damit alle Voraussetzungen für ergonomisches Arbeiten. Die Auszeichnung mit dem EnergyStar dokumentiert seinen sparsamen Stromverbrauch. Für alle BenQ Displays wird ein 3 Jahre Vor-Ort-Austausch-Service geleistet. Das 19-Zoll BenQ G900D ist zum UVP von 189 Euro erhältlich.

Intel und Yahoo! bringen das Internet auf den Fernseher

Intel und Yahoo! haben den gemeinsam entwickelten „Widget Channel“ vorgestellt, ein Framework für TV-Anwendungen, die auf Fernsehern und verwandten Geräten der Unterhaltungselektronik mit Intel Architektur laufen. Mit „Widget Channel“ können sich Anwender, während sie sich ihre bevorzugten TV-Programme ansehen, an speziell für das Fernsehen entwickelten Internet-Anwendungen erfreuen. Basis des „Widget Channel“ ist die fünfte Generation der Yahoo! Widget Engine, eine Software, die sogenannte „TV-Widgets“ sammelt. Diese kleinen Applikationen platzieren aktuelle Informationen aus dem Internet wie Börsenkurse, Nachrichten, Videos oder Community-Anwendungen für die Interaktion mit Freunden auf dem TV-Bildschirm. Wegbereitend für „Widget Channel“ ist der neue Intel Media Prozessor CE 3100, ein System-on-a-Chip-Produkt, das die Ausführung von Internet-Anwendungen und -Services auf TV-Geräten ermöglicht und das traditionelles Fernsehen um interaktive Funktionen ergänzt. Anwender können mit den TV-Widgets zusätzliche Informationen zum aktuellen TV-Programm aus dem Internet holen, neue Services und Inhalte aufspüren oder ihre Favoriten mit Freunden und Familie teilen. Die TV-Widgets lassen sich personalisieren, da sie auf populären Internet-Diensten wie Yahoo! Finance, Yahoo! Sports, eBay oder Blockbuster basieren, welche die Fernsehzuschauer für den individuellen Gebrauch in ihren Alltag integriert haben. Entwicklern der TV-Widgets bietet der Widget Channel die Möglichkeit, bewährte Sprachen aus der PC-Umgebung wie JavaScript, XML, HTML und Flash zum Schreiben von TV-Anwendungen für die Unterhaltungselektronik-Plattform zu nutzen. „Die Weise, wie wir das Internet erleben und uns vorstellen, wird auch das Fernsehen grundlegend verändern“, sagte Eric Kim, Senior Vice President und General Manager der Digital Home Group bei Intel. „TV bleibt nicht länger eine rein passive Erfahrung, es sei denn, der Zuschauer will es weiterhin so. Intel und Yahoo! suchen nach einem Weg, in dem Fernsehen und Internet so nahtlos und interaktiv wie möglich miteinander verbunden sind. Aus unserer engen Zusammenarbeit entstand ein spannendes Framework für Anwendungen, auf dessen Basis die Industrie weiter zusammenarbeiten und innovativ sein kann. Der Widget Channel bringt als einer von vielen neuen Wegen das Internet mit dem Fernsehen zusammen und zeigt das Potential, auf das sich die Endanwender freuen können.“

Und Marco Börries, Executive Vice President Connected Life bei Yahoo!, ergänzt: „Auf dem PC und auf mobilen Endgeräten ist Yahoo! die Startseite von Millionen von Nutzern weltweit. Yahoo! hat sich das Ziel gesetzt, seine führende Position auf das ‚Filmische Internet‘ auszuweiten, sprich die entstehende Welt des mit dem

Internet verbundenen Fernsehens. Durch die Partnerschaft mit führenden Unternehmen wie Intel wollen wir zentrale Werte des Internets wie freie Auswahl, Community und Personalisierung mit der Leistung und Skalierung der Intel-Architektur kombinieren.“

Internet Security von BullGuard & SteelSeries

BullGuard hat eine speziell für Gamer entwickelte Version seiner erfolgreichen Internet Security auf den Markt gebracht, die in Zusammenarbeit mit Steel Series entwickelt wurde. Steel Series ist einer der führenden Hersteller innovativer und professioneller Gaming-Ausrüstung und aktiver Unterstützer der Gaming Community. Die Gamer's Edition bietet zuverlässigen Schutz, ohne die Spielleistung zu beeinträchtigen. In einer von BullGuard und SteelSeries unter 2.000 Gamern durchgeführten Studie gaben 20% der Befragten an, dass sie ihren PC beim Spielen überhaupt nicht schützen. Über die Hälfte der restlichen 80% bemängelten, dass die von ihnen verwendete Sicherheitssoftware oftmals ihr Spielerlebnis stört. Mit der neuartigen Gamer's Edition von BullGuard sind Gaming und Sicherheit keine Gegensätze mehr. Im gleichen Maß, wie die Zahl der PC-Spieler, die bevorzugt online spielen, zunimmt, wächst der Bedarf an Sicherheit. Als typische Störfaktoren empfinden die Spieler allerdings unzählige Firewall-Benachrichtigungen, von der Sicherheits-Software in Anspruch genommene Prozessorleistung und während des Spielverlaufs gestartete Updates. Die BullGuard Gamer's Edition schafft Abhilfe. Wenn ein Spiel gestartet wird, geht die Internet Security automatisch in den optimierten Gamer-Modus, der sicherstellt, dass während des Spiels keine Nachrichten aufpoppen, keine Updates gestartet werden und nur so viel Prozessorleistung wie zwingend nötig von der Internet Security in Anspruch genommen wird. Theis Søndergaard, CTO und Mit-Gründer von BullGuard, erklärt: „Die Gaming-Profile verschaffen den Nutzern während des Spiels einen geschützten PC und ermöglichen es gleichzeitig, das Spiel dennoch in vollem Maße zu genießen. Momentan unterstützen wir 80 der beliebtesten Spiele, und diese Zahl wird mit der Veröffentlichung neuer Spiele auf dem Markt weiter wachsen. Wir werden für alle großen Game-Launches Profile bereitstellen und die Nutzer der Gamer's Edition ständig auf dem neuesten Stand halten, um sicherzustellen, dass alle Anwendungen absolut verlässlich und aktuell sind.“ Die Gamer's Edition ist mit einem Spamfilter und einer Backup-Komponente ausgestattet. Der Anwender kann die Backups auf lokalen Medien oder dem im Abo enthaltenen, 1 GB großen Online-Laufwerk durchführen und den 24-Stunden BullGuard Live-Support direkt aus der Anwendung heraus nutzen.

BullGuard Gamer's Edition ist zum UVP von 49,99 Euro pro Jahr erhältlich.

Zeiss Videobrille „Cinemizer“ kommt in den Handel



Noch bevor der in den USA populäre „Book-Reader“ Kindle auch nach Deutschland kommt, hat Amazon Deutschland mit der Auslieferung der Videobrille „Cinemizer“ begonnen. Mit der nur 115 Gramm leichten Video-Brille lässt sich jeder Musik- und Videoplayer und jedes Handy mit Videoausgang zum „mobilen Kino“ mit der Illusion einer Großleinwand umrüsten. Der Träger der „Cinemizer“ gewinnt den Eindruck, sich vor einer zwei Meter entfernten Kinoleinwand mit einer Bilddiagonale von 114 Zentimetern (45 Zoll) zu befinden. Der Cinemizer soll ein großes Hindernis bei der Nutzung portabler Videoplayer beseitigen, nämlich den in der Regel zu kleinen Bildschirm, der beim Betrachten keinen Genuss aufkommen lässt. Die Zeiss Videobrille „Cinemizer“ lässt sich individuell an die Kopfform anpassen. Der Ohrenbügel und die Nasenpads sind für höchstmöglichen Tragekomfort verstellbar. „Wir gehen davon aus, dass die Videobrille der mobilen Video-Nutzung ebenso zum Durchbruch verhilft, wie die Kopf- und Ohr-Hörer die Voraussetzungen für die Popularität mobiler Audioplayer geschaffen haben“, erläutert Andreas Klavehn, Marketing Zeiss. „Allerdings wird es auch künftig Situationen geben, in denen man komfortabel Musik hören kann, auf den Kinogenuss aber besser verzichten sollte. Jogging und Autofahren gehören sicherlich dazu“, räumt der Multimedia-Manager ein. Mit der Auslieferung über Amazon will Carl Zeiss die Verbreitung des Cinemizers über den Apple-Markt hinaus ausdehnen. Bisher war die Videobrille Cinemizer vor allem über den Apple-Händler Gravis erhältlich. Zum Lieferumfang gehört ein Connector, mit dem sich der Apple-Player iPod besonders komfortabel mit der Videobrille verbinden lässt. „Der Cinemizer läuft aber auch mit jedem anderen Player und Handy, wenn ein Videoausgang vorhanden ist“, versichert Klavehn. Allerdings variiert die Bildqualität in Abhängigkeit vom jeweiligen Player. „Wir bringen die Videoqualität des Players auf die Leinwand direkt vorm Auge, aber wir können die Video-Qualität des Players nicht verändern“, erläutert Andreas Klavehn.



Andreas Klavehn, Marketing Carl Zeiss AG



MP3

Multimedia Player Cowon S9

Der Cowon S9 verfügt über ein Active-Matrix-OLED Display mit 16 Millionen Farben und einer Auflösung von 480 x 272 Pixeln. Das Display zeichnet sich durch niedrigen Energieverbrauch, kurze Reaktionszeit und naturgetreue Farben aus. Dreht man den Player waagrecht, passt sich die Anzeige an und zeigt die Inhalte dank der Auto Pivot-Funktion in der vollen Breite. Der kapazitive Touchscreen lässt sich einfach mit dem Finger bedienen. Über Bluetooth kann Musik kabellos auf Stereo-Kopfhörer oder -Headsets übertragen werden. Das Gerät verarbeitet alle gängigen Audioformate: MP3, WMA,



WAV ebenso wie die Exoten OGG und FLAC sowie DRM10-Dateien und ID3-TAGs. Nach der Konvertierung mit der mitgelieferten Software Cowon Media Center unterstützt S9 die Videoformate AVI, WMV und MP4 mit 30FPS (Codecs: MPEG4 SP, WMV9 SP, H.264 BP). Im Musikmodus läuft der Player mit einer Akkulation bis zu 40 Stunden, im Videobetrieb reicht die Kapazität für acht Stunden Filmgenuss.

www.cowon-germany.com

Shure Sound Isolating Ohrhörer SE110

Der SE110 ist der Einstieg in die Klangwelt der Shure Sound Isolating Ohrhörer. Mit dem kompakten Leichtgewicht setzt Shure in der Kategorie der Ohrhörer unter 100 Euro neue Maßstäbe. Das Modell bietet hochwertige Audioqualität, Sound Isolation, Modularität, Bedienkomfort sowie ein ansprechendes Design.



Damit ist er das ideale Upgrade für hochwertige MP3-Player. Wie alle Ohrhörer aus dem Hause Shure wurde der SE110 im Live-Einsatz von Profimusikern getestet und von Ingenieuren verfeinert. Die perfekt abgestimmten Mikro-Lautsprecher liefern eine optimierte Klangqualität für ein live-ähnliches Hörerlebnis. Eine Auswahl an Ohrpassstücken und ein modulares Kabel sorgen für eine individuelle Anpassung an die Ohren und die Bedürfnisse der Hörer.

www.shure.de

GigaWorks T3-Speaker von Creative Labs

Das GigaWorks T3 mit hochwertigen Audio-Komponenten und zwei Satelliten sorgt für ein natürliches Klangbild. Kraftvolle Mitteltöne werden dank zweier Premium-Treiber mit klaren Höhen kombiniert. Die Satelliten-



Speaker sind auf den Bass des Subwoofers abgestimmt. Für noch präziseren Klang hat Creative die Lautsprecher mit dem SLAM Subwoofer Design (Symmetrically Loaded Acoustic Module) mit drei integrierten Hochleistungstreibern ausgestattet. Die Low Standby Power-Technologie reduziert den Stromverbrauch im Standby-Modus um ein Vielfaches und ist auf den Einsatz in Verbindung mit PCs, Notebooks und MP3-Playern abgestimmt. Um MP3-Player ansteuern zu können, ist das System mit einem separaten AUX-Eingang versehen. PC und Notebook werden über den Line-In-Anschluss mit der Station verbunden.

www.europe.creative.com

Jabra BT530 sperrt den Lärm aus

Das neue Jabra BT530 wurde für den Einsatz in geräuschintensiven Umgebungen konzipiert. Mit der von GN Netcom entwickelten Noise Blackout-Technologie bietet es Anwendern Lärmreduktion störender Neben- und Hintergrundgeräusche auf hohem Klangniveau. Dazu orten digitale Signalprozessoren (DSP) über zwei an der Außenseite des Headsets integrierte Mikrofone störende Umgebungsgeräusche. Durch seine Multi-Point-Funktion kann das Jabra BT530 parallel mit zwei bluetooth-fähigen



Endgeräten verbunden werden. Mit einer Gesprächszeit von mehr als fünf Stunden und 250 Stunden Stand-by bietet das Jabra BT530 auch bei längeren Gesprächen ausreichend Reserve, und dank des A2DP-Profiles lässt sich auch die MP3-Musik stundenlang anhören.

www.gnnetcom.de

AKG mit neuer Mini-Kopfhörer-Familie

Die AKG Acoustics GmbH vereint mit ihren vier neuen Mini-Kopfhörern K420, K430, K450 und K480 NC die gehobenen Ansprüche der Anwender an Tragekomfort und Klangqualität sowie alle wichtigen Funktionalitäten für den mobilen Einsatz an DVD-/CD- und MP3-Playern. Durch ihre On-Ear-Bauweise eignen sich die Kopfhörer für alle Freizeitaktivitäten, die maximale Bewegungsfreiheit und geringes Gewicht verlangen. Daneben verfügen alle vier Modelle über umfangreiches Zubehör und sind dank patentierter Faltmechanismen auch leicht und platzsparend zu verstauen. Der K420 in halb-offener Bauweise lässt sich mittels 3-Wege-Faltsystem schnell in der mitgelie-



ferten Tasche verstauen. Dank seiner geschlossenen Bauweise blendet der K430 lästige Umgebungsgeräusche weitgehend aus. Die Lautstärke kann über den integrierten Regler am Kabel eingestellt werden. Der neue K450 ist für den Einsatz mit jedem Player vorbereitet, da er sowohl kabelgebunden als auch via Bluetooth betrieben werden kann. Das Flaggschiff-Modell K480 NC ist ganz auf Klang getrimmt. Polster aus weichem Kunstleder gewährleisten optimalen Tragekomfort. Der 40 Millimeter Treiber hat einen Frequenzbereich von 11 Hz bis zu 30,5 kHz bei einer maximalen Eingangsleistung von 30 mW.

www.akg.com

TrekStor mit neuen Playern

TrekStor bringt im September seine neuen MP3-Player auf den Markt. Der i.Beat organix 2.0 hat eine Akkulaufzeit von bis zu 55 Stunden. Der TrekStor vibez Flash ist die technologische Weiterentwicklung der Festplatten-Version. Als Flash-Variante kann der design-prämierte MP3-Player bis zu 32

Gigabyte (GB) speichern. Der i.Beat nova im praktischen USB-Stick-Format ist erhältlich in den Kapazitäten 2, 4 und 8 GB. Die Preise für den i.Beat organix 2.0 liegen je nach Kapazität zwischen 39,- Euro und 69,- Euro, für den TrekStor vibez Flash zwischen 79,- Euro und 129,- Euro sowie für den i.Beat nova zwischen 29,- Euro und 49,- Euro.

www.trekstor.de

Sony S630-Serie erkennt Musikcharakter

Die NWZ-S630-Serie erkennt als erster MP3-Player den Musikcharakter der gespeicherten Songs und erstellt automatisch Wiedergabelisten. Die neue Sony Technologie SensMe analysiert Geschwindigkeit, Stil und Rhythmus jedes Stückes, fügt dem Titel entsprechende Informationen hinzu und ordnet ihn



dann in eine von elf definierten Musik-Kategorien ein. Die neuen Walkman der S-Serie sind wahlweise mit acht oder 16 Gigabyte Speicherkapazität und in den Farben Silber oder Schwarz erhältlich. Die Bedienungsfläche kann der Nutzer nach seinen Vorlieben gestalten. Zehn verschiedene Bildschirm-Hintergründe sind vorinstalliert, zusätzlich lässt sich jedes beliebige Foto als Hintergrund auf dem Player festlegen. Der voll geladene Akku reicht für bis zu 40 Stunden Musik oder zehn Stunden Video-Genuss. Acht Clips sind bereits vorinstalliert.

www.sony.de

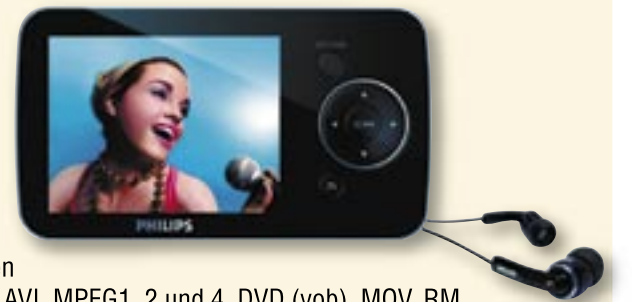
GoGear MP3-Player mit FullSound-Technologie von Philips



In der neuen Reihe der GoGear Audio- und Video-Player setzt Philips die neue FullSound-Technologie ein. Bei der Entwicklung der FullSound-Technologie konnte Philips sein Know-how in der Musikkwiedergabe und der neuesten Digital Sound Processor (DSP) Technologie nutzen. FullSound analysiert das Musiksinal und ergänzt es dynamisch durch eine Erweiterung des Frequenzspektrums und der Dichte. Diese Technologie gibt der Musik die Emotionen und Wärme zurück, die beim MP3-Format auf der Strecke bleiben. Hierzu wird die komprimierte MP3-Musik mit fehlenden Klangdetails aufgefüllt. Mit 10 Millionen Vorgängen pro Sekunde wird das Signal aufbereitet, bevor es zu den Lautsprechern geleitet wird, ohne dass der natürlich klare, warme und kraftvolle Klang durch unerwünschte Rauscheffekte oder Verzerrungen getrübt wird.

Die SA52XX Reihe ist mit einem kontraststarken 2,8 Zoll-Display für Videos, Fotos und Album-Cover ausgestattet. Das Top-Modell, der Opus SA5295, bietet 16 GB Festpeicher und damit Platz für umfangreiche Sammlungen von MP3- und

Video-Dateien. Das Klangerlebnis wird durch die Ausstattung mit hochwertigen InEar-Kopfhörern unterstützt. Diese ergonomisch geformten Kopfhörer weisen ein angewinkeltes Akustikröhrendesign auf, durch das die Töne direkt an das Trommelfell geleitet und so Klangverzerrungen minimiert werden. Der SA52XX bietet eine umfassende Kompatibilität für verschiedene Audio- und Videoformate. Zu den unterstützten Audioformaten zählen MP3, WMA und AAC, außerdem können die Videoformate AVI, MPEG1, 2 und 4, DVD (vob), MOV, RM und WMV wiedergegeben werden. Die Player sind mit einem integrierten UKW-Radio-Tuner ausgestattet und bieten nach jedem vollständigen Aufladen 30 Stunden Musikgenuss oder sechs Stunden Video-Wiedergabe. Philips bietet den SA32XX Player, eine kleinere Version des SA52XX, mit der gleichen Klangqualität, einem hochwertigen 1,8 Zoll-Farbdisplay und komfortablen Kopfhörern an. Der SA32XX verfügt über die gleichen Optionen für die Audio- und Video-Wiedergabe wie sein großer Bruder sowie über eine Synchronisierung mit dem Windows Media Player. Nach vollständigem Aufladen liefert er 20 Stunden Audio- oder vier Stunden Video-Wiedergabe.



www.philips.de

Microsoft: Sicher arbeiten auf fast allen Oberflächen

BlueTrack macht Mäuse scharf

Vor neun Jahren brachte Microsoft Hardware die erste optische Maus auf den Markt. LED-Licht und Sensor schickten den alten Track-Ball in den Ruhestand. Jetzt schickt sich Microsoft erneut an, mit alten Traditionen zu brechen. Die neue BlueTrack-Technologie kombiniert die Präzision des Lasers mit den Möglichkeiten der optischen Technologie.

Studien haben ergeben, dass Anwender ihre Notebooks mittlerweile fast überall dabei haben und ihre Rechner nicht mehr nur am Schreibtisch nutzen. PC-Nutzer, die oft unterwegs sind, erwarten von ihrer PC-Ausstattung höchsten Komfort und Zuverlässigkeit, außerdem soll sie überall und jederzeit einsetzbar sein. Gerade dies aber ist bei der Verwendung einer Maus fernab des Schreibtisches nicht immer der Fall. Fehlt nämlich das Mauspad, wird die Arbeit mit dem Eingabegerät schnell zur Qual. Schuld sind die unterschiedlichen Strukturen der jeweiligen Oberflächen, auf denen die Maus bewegt wird.



Sven Erger: „Die neuen Mäuse mit BlueTrack-Technologie spielen ihre Stärken bei der Arbeit mit dem Laptop auf Reisen voll aus.“

Sekunde ausgewertet. Dadurch folgt der Mauszeiger sicher selbst schnellsten Bewegungen der Hand. Die blaue optische Architektur sowie der von Microsoft neu entwickelte Bildsensor, gepaart mit der eigenen Pixel-Geometrie, garantieren das präzise Abtasten der Oberfläche durch die Maus. Der BlueTrack-Strahl ist viermal größer als der einer Laser-Maus und erfasst so größere Bilder. Zudem erstellt die neue Technologie ein genaues Bild der Oberfläche, so dass Mäuse sich auf Granit, Parkett oder Teppichboden gleich wohlfühlen.

Microsoft Hardware bringt gleich zwei Mäuse mit BlueTrack-Technologie auf den Markt: Die Microsoft Explorer Mouse für den Einsatz am Schreibtisch und die Microsoft Explorer Mini Mouse für unterwegs. Beide Modelle sind nicht nur durch den Mix von Chrom und kühlem blauen Licht attraktiv, sondern auch durch eine zuverlässige Verbindung bis zu zehn Meter Entfernung. Die Microsoft Explorer Mouse lässt sich einfach wiederaufladen und zeigt den Akkuladestand an, die Microsoft Explorer Mini Mouse verwendet zwei AA Batterien. „Microsoft Mäuse, die mit der neuen BlueTrack-Technologie



Fit auf jeder Oberfläche

Microsoft Hardware hat sich mit dieser Problematik beschäftigt und jetzt eine Technologie entwickelt, mit der Computermäuse ihren Anwendern überall folgen können. Dank der Microsoft BlueTrack-Technologie senden Mäuse jetzt problemlos von den unterschiedlichsten Oberflächen aus sicher ihre Daten an den angeschlossenen Computer. Dabei werden die eingehenden Signale mit 10.000 Bildern pro

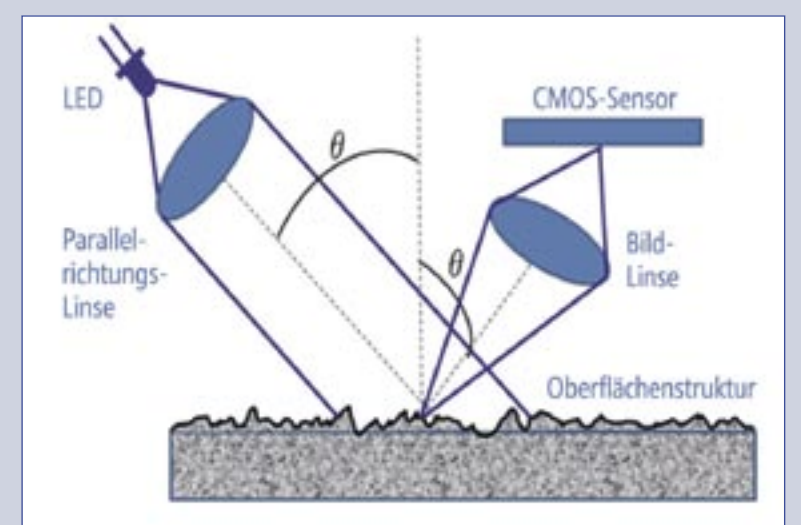
ausgestattet sind, laufen da zur Höchstform auf, wo Laser- und optische Mäuse aufgeben“, so Sven Erger, Product Marketing Manager Hardware bei der Microsoft GmbH.

„Laser-Mäuse zum Beispiel fühlen sich auf Untergründen wie Granit oder Marmor nicht sehr wohl, dabei findet man solche Oberflächen häufig in den eigenen vier Wänden. Außerdem lassen sie Staub oder Dreck, dem man auf Reisen nun mal häufig begegnet. Weder die Microsoft Explorer Mouse noch die Microsoft Explorer Mini Mouse lassen den mobilen Anwender im Stich.“

www.microsoft-bluetrack.de

BlueTrack-Technologie

Nach der High Definition Optical Technology und der High Definition Laser Technology präsentiert Microsoft den nächsten Schritt in der Evolution der berührungslosen und verschleißarmen Maus-Abtastung: die BlueTrack-Technologie. Die Oberflächenstruktur wird mit blauem Licht abgetastet und von einer Präzisionsoptik als exaktes Abbild des Untergrunds an den hochempfindlichen CMOS-Sensor geschickt. Auf diese Weise entsteht ein viermal größerer Ausleuchtungsbereich. Die hochwertige Sensor-Optik sorgt für eine exakte Abbildung der Oberflächenstruktur statt verwaschener, unscharfer Bilder, wie sie die Laser-Technologie produziert. BlueTrack kombiniert die Vorteile von optischer Technologie (großer Ausleuchtungsbereich, exaktere Reproduktion der Oberflächenstruktur) und Laser-Technologie (präzisere Abtastung, höhere Auflösung). Dadurch arbeitet die BlueTrack-Technologie mit maximaler Präzision (1.000 bis 4.000 dpi). Darüber hinaus arbeiten die mit dieser Technik ausgestatteten Mäuse auf einer Vielzahl von Oberflächen, darunter Teppich (zum Beispiel für den Einsatz mit dem Notebook im Wohnzimmer), Holz (beispielsweise für mobile Anwender auf Gartentischen) oder Granit (zum Beispiel für den Einsatz im Internet-Café auf Bistrotischen).



KERNARGUMENTE

- Die BlueTrack-Technologie arbeitet zuverlässiger, genauer und flexibler als die optische oder Laser-Abtastsysteme
- Das Beste aus zwei Welten: BlueTrack kombiniert die Vorteile von optischer- und Laser-Technologie
- 4x größerer Ausleuchtungsbereich und hochwertige Sensor-Optik
- Arbeitet auf einer Vielzahl von Oberflächen, darunter Teppich, Holz oder Granit.
- Maximale Präzision: Optik und Sensor tasten den Untergrund mit Auflösungen von 1.000 bis 4.000 dpi ab.



Die Microsoft Explorer Mouse und die Microsoft Explorer Mini Mouse mit BlueTrack lassen sich auf nahezu jeder Oberfläche einsetzen. Der BlueTrack-Strahl ist viermal größer als der einer Laser-Maus und erfasst so größere Bilder. Entsprechend erstellt die neue Technologie ein präzises Bild der Oberfläche.

Samsung X360: Das Ultra-Leichtgewicht Notebook



Mit einem Sechs-Zellen-Akku bestückt, wiegt das X360 nur 1,27 kg und ist damit leichter als das MacBook Air.

Mit der Aussage: „Leichter als Luft und doch voll ausgestattet“ beschreibt Samsung seinen neuen mobilen Rechner X360 in der Werbung. Das mit einem außergewöhnlich flachen 13,3-Zoll-Display ausgestattete Notebook zeichnet sich neben dem geringen Gewicht durch hohe Leistungsreserven, sparsamen Umgang mit Energie, hohe Kommunikationsfähigkeit und ein umfangreiches Angebot an Schnittstellen aus. Das X360 orientiert sich mit seinen kompakten Abmessungen an dem aktuellen Trend zu ultramobilen, komfortabel zu transportierenden Rechnern mit den Leistungswerten von Desktop-Computern.

„Lighter than air“: Frontaler Luftangriff

Die Stoßrichtung ist unschwer zu erkennen: Der Slogan „Lighter than air“ weist auf den direkten Gewichtsvergleich zwischen dem Samsung X360 Notebook und Apples MacBook „Air“ hin. Mit einem Sechs-Zellen-Akku bestückt, wiegt das X360 nur 1,27 kg und ist damit leichter als das MacBook Air. Trotz des bei der gebotenen Leistung extrem geringen Gewichts besitzt das Samsung X360 ein besonders helles Display und verwöhnt seinen Anwender mit langen Akkulaufzeiten. Obwohl mit einem besonders flachen Display-Panel ausgestattet, trägt das Samsung Notebook bei der Geräte-Tiefe im geschlossenen Zustand geringfügig mehr auf als das Air. Auf den ersten

Blick verwirrend erscheint wegen der Ähnlichkeit mit der Xbox 360 die Typenbezeichnung X360. Trotz anderslautender Begründung von Samsung, drängt sich der Verdacht auf, dass hier eine clevere Promotion-Idee Pate gestanden hat. Mit dem X360 bedient Samsung ein schnell wachsendes Marktsegment. Inzwischen entfallen mehr als 50 Prozent des gesamten PC-Marktes auf Notebooks, und hier finden zunehmend preiswerte, minimalistische Netbooks oder teure leichte und superflache Hochleistungs-Modelle das Interesse der Käufer.

Leichter als Luft, doch voll ausgestattet

In der Konfiguration mit einer SSD (Solid State Disk) statt Festplatte und dem zum Lieferumfang gehö-

renden Sechs-Zellen-Akku erreicht das Samsung X360 mit einer Akkuladung 10,5 Stunden netzunabhängige Betriebszeit. Mit dem als Zubehör erhältlichen Neun-Zellen-Akku bestückt, werden sogar 13 Stunden Betriebszeit erreicht.

Die Gerätedicke liegt zwischen 16,7 und 30,9 mm. Die langen Akku-Laufzeiten werden durch neue Ultra-Low-Voltage-CPU von Intel ermöglicht, die trotz hoher Rechenleistung mit sehr geringem Energieverbrauch arbeiten.

Bei dem X360 Notebook setzt Samsung einen mit 1,2 GHz getakteten Intel Core 2 Duo SU9300 Prozessor ein. Die Größe des Arbeitsspeichers beträgt mindestens 1 GByte. Die Grafiklösung besteht aus der X4500-Chipsatzgrafik der Intel Montevina-Plattform. Den Helligkeitswert für das 13,3-Zoll-Display mit der Auflösung von 1.280 x 800 Bildpunkten gibt Samsung mit 300 Cd/m² an. Samsung liefert das X360 je nach Konfiguration mit einer 1,8-Zoll großen 120-GByte-Festplatte (SATA, 5.400 U/min) oder einer SSD mit 128 GByte Speichergröße aus. Später soll auch eine 64-GB-SSD erhältlich sein. Am Notebook stehen HDMI- und VGA-Ausgang,



Bei dem X360 Notebook setzt Samsung einen mit 1,2 GHz getakteten Intel Core 2 Duo SU9300 Prozessor ein. Die Größe des Arbeitsspeichers beträgt mindestens 1 GByte.

drei USB-Schnittstellen und ein GBit-Ethernet-Anschluss zur Verfügung. Drahtloser Internet- oder Netz-Zugang kann über Bluetooth 2.0 + EDR, WLAN 802.11n-(Draft) erfolgen. Eine WIMAX-Option soll ebenfalls angeboten werden. Zum Jahresende wird ein Modell mit eingebautem HSDPA-Modem auf den Markt kommen. Das als Zubehör lieferbare P-Dock erweitert das Schnittstellen-Angebot um fünf zusätzliche USB-Ports, Anschlüsse für eSATA-, Seriell-, PS/2-, DVI- und VGA-Geräte, einen

Express-Card-Anschluss und 7-in-1-Kartenleser. Die integrierte Digitalkamera ist für Videokonferenzen und Live Messaging einsetzbar. Die hygienische Samsung SilverNano Tastatur soll zu 99 Prozent bakterienfrei sein. Das Samsung X360 wird laut Herstellerangaben ab Ende September 2008 lieferbar sein. Die unverbindlichen Verkaufspreise liegen bei 1.599 Euro für die kleinste Konfiguration und bis zu 2.000 Euro für höherwertige Konfigurationen. Als Betriebssysteme sollen Windows Vista Basic, Home Premium und Business wählbar sein. Die endgültigen Daten können sich bis zum Marktstart ändern. www.samsung.de



Keith Wrampling, Product Marketing Manager Mobile Computing bei Samsung Electronics GmbH: „Die Nachfrage in den B2C-Kanälen bedingt durch Features, Design und Preis-/Leistung ist sehr hoch. Um den Anforderungen des Handels nachzukommen, haben wir uns entschieden, die Reseller Kanäle erst später zu beliefern.“

RealNetworks veröffentlicht umstrittene DVD-Kopiersoftware

Mit dem Produkt „RealDVD“ hat der Streaming-Pionier RealNetworks die Veröffentlichung einer DVD-Kopier- und Verwaltungssoftware angekündigt, mit der sich auch die Inhalte von CSS-geschützten Medien kopieren lassen. Obwohl die Datenübertragung bei dem Kopiervorgang verschlüsselt erfolgt, errichten die großen US-Filmstudios bereits rechtliche Barrikaden, berichtet die New York Times. Die gegen eine Nutzungsgebühr von 50 US-Dollar überlassene Windows-Software kann Inhalte von Video-DVDs mit allen Menüs und Extras kopieren und verschlüsselt auf dem PC des Anwenders ablegen. Laut Angaben von RealNetworks lassen sich mit der Software angefertigte Kopien nur auf einem „autorisierten“ RealDVD-Rechner ab-

spielen. Für zusätzliche 20 Dollar soll man bis zu fünf weitere Rechner für die Wiedergabe der mit „RealDVD“ angefertigten Kopien autorisieren können. Der Hersteller der Software sieht diese rechtlich im Einklang mit dem Digital Millennium Copyright Act (DMCA) und orientiert sich an der US-Firma „Kaleidescape“, die seit einiger Zeit Media-Server anbietet, die per Knopfdruck ganze DVD-Sammlungen verschlüsselt abspeichern können.

Ein Versuch der in den USA für CSS-Kopierschutz zuständigen DVD Copy Control Association (DVD CCA), dem Unternehmen Kaleidescape den Vertrieb dieses Media-Servers gerichtlich untersagen zu lassen, scheiterte im vergangenen Jahr vor Gericht. Auch mit Klagen gegen Jon Lech Johansen war die Industrie vor einigen Jahren gescheitert: Der Norweger Johansen war als 15-jähriger an der Entwicklung der Software DeCSS zum Einsatz auf

Linux Rechnern beteiligt. Auf DeCSS basierende Programme umgehen den Verschlüsselungsmechanismus CSS.

Drei neue Dreikern-CPU von AMD

AMD erweitert seine nur aus wenigen Modellen bestehende Phenom-X3 Prozessoren-Baureihe: Die bisher lieferbaren Modelle Phenom X3 8450, 8650 und 8750 mit Taktfrequenzen von 2,1, 2,3 und 2,4 GHz und jeweils 95 Watt TDP werden durch drei neue Dreikern-CPU ergänzt: Der Phenom X3 8450 Black Edition besitzt keine Multiplikator-Sperre und lässt sich deshalb durch einfache Maßnahmen übertakten: Für Schäden durch Übertaktung übernimmt AMD allerdings keine Gewährleistung. Mit dem Phenom X3 8450e und 8250e (2,1 / 1,9 GHz) kommen zwei weitere 65-Watt-Modelle auf den Markt. Verkaufspreise wurden noch nicht genannt.

Sony bietet freiwilliges Inspektions- und Reparaturprogramm für VAIO TZ-Serie

Wie von Sony bereits über seine Website www.sony.de kommuniziert wird, bietet das Unternehmen ein freiwilliges Inspektions- und Reparaturprogramm für Notebooks der VAIO TZ Serie an. Sony ist auf ein potentielles Design-Problem aufmerksam geworden, welches die nachfolgend beschriebenen Notebook-Modelle betrifft, die zwischen Juni 2007 und Juli 2008 in Europa verkauft worden sind:

- alle Modellnummern, die mit „VGN TZ1“ beginnen (z. B. VGN-TZ11XN/B)
- alle Modellnummern, die mit „VGN TZ2“ beginnen (z. B. VGN-TZ21WN/B)
- bestimmte Modellnummern, die mit „VGN TZ3“ beginnen (z. B. VGN-TZ31VN/R)

Das Problem betrifft nur einige wenige Geräte, die sich möglicherweise überhitzen und dadurch eine Verformung des Gehäuses im Bereich der Netzteilbuchse und des Display-Rahmens verursachen könnten.

Da Sony größten Wert auf Kundenzufriedenheit und Sicherheit legt, wird auf freiwilliger Basis eine kostenlose Inspektion und gegebenenfalls eine Reparatur durchgeführt. Sony fordert alle Kunden auf zu überprüfen, ob ihr Notebook der VAIO TZ-Serie davon betroffen ist. Dafür steht in Deutschland die gebührenfreie Telefon-Hotline mit der Nummer 0800/66 46 269 zur Verfügung.

Weitere Informationen zum Inspektions- und Reparaturprogramm finden Sie unter www.vaio-link.com. VAIO Notebooks, die für diese freiwillige Inspektion und Reparatur in Frage kommen, werden von Sony kostenlos abgeholt, inspiziert und repariert.

GC: Gamesbranche verabschiedet sich aus Leipzig?

Sturm auf den Spiele-Olymp

Zum siebten Mal wurde das Leipziger Messegelände zum Mekka der Videospiel-Industrie. 547 Unternehmen aus aller Welt zeigten auf der Games Convention (GC), was in diesem Jahr bei den Gamern angesagt ist. Über 300 Welt-, Europa- und Deutschlandpremiere gaben einen Vorgeschmack auf das, was die Videospieler in den nächsten Monaten begeistern und dem Handel volle Kassen beschere soll.

Die Branche hat allen Grund, optimistisch auf die letzten Monate des Jahres zu blicken, denn der Games-Markt in Deutschland ist mittlerweile zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden. Immerhin setzten die Hersteller von Januar bis Juni mit Konsolen sowie Spielprogrammen für Konsolen und PCs insgesamt 1,05 Milliarden Euro um, was einem Plus von 20 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2007 entspricht. Damit hat der Spielmarkt eine ähnlich große Bedeutung wie das Musik- oder Filmgeschäft erlangt. Entgegen anderen Sparten ist ein Ende des Aufwärtstrends nicht in Sicht. Im Gegenteil, denn laut Einschätzungen des BITKOM ist für das Gesamtjahr 2008 ein Plus von 13 Prozent auf 2,6 Milliarden Euro zu erwarten. Im letzten Jahr lag der Umsatz noch bei 2,3 Milliarden Euro. Nicht nur angesichts dieser Zahlen kann die Branche optimistisch in die Zukunft blicken. Insgesamt 203.000 Besucher waren in den Messehallen der größten europäischen Messe für interaktive Unterhaltung, Infotainment, Edu-tainment und Hardware unterwegs, um sich über Trends und Neuheiten zu informieren. Am Samstag erreichte die Messe mit über 81.000 Gästen sogar einen neuen Besucher-Tagesrekord. Damit Handel und Hersteller trotz

Dauer-Action in den Messehallen in Ruhe ihrem Geschäft nachgehen konnten, wurde das Business-Center, der separate Messebereich für Industrie und Handel, im Vergleich zu 2007 um ein Viertel auf 40.000 Quadratmeter erweitert. Damit standen für die B-to-B-Geschäfte das gesamte Congress Center Leipzig (CCL), die komplette Messehalle 1 und die Hälfte der Messehalle 2 zur Verfügung.

Vier neue Trends

Vier zukunftsweisende Trends ließen sich bereits am ersten Tag ausmachen. Immer mehr Spiele für die ganze Familie machen die Videokonsole wohnzimmer-tauglich, die Software wird nicht mehr nur passiv bedient, sondern der Spieler kann die Handlungen aktiv beeinflussen, die reale Welt beginnt mit der virtuellen zu verschmelzen, und die Online-Anbindung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Darüber hinaus haben die Entwickler gelernt, die Fähigkeiten der neuen Videokonsolen besser zu nutzen, was manche Games beinahe wie einen Videofilm erscheinen lässt.

„Spielen an sich ist Spaß, Entspannung, Nervenkitzel, Erholung, Persönlichkeitsentwicklung, Schulung der motorischen Fähigkeiten, Vielfalt, Faszination und vieles mehr. All diese Aspekte tref-



Zum siebten Mal stürmten die Besucher zur Games Convention das Leipziger Messegelände. Insgesamt 203.000 Spielefans strömten an den vier Messetagen durch die Hallen, um die neuesten Produkte, Trends und Entwicklungen der Hard- und Softwarehersteller live zu erleben.

fen auch auf die elektronischen Spiele zu, die heute eine erstaunlich große Bandbreite an unterschiedlichen Themen bieten“, unterstreicht Dr. Olaf Coenen, Geschäftsführer Electronic Arts (EA) Deutschland. Eine vollkommen neue Art zu spielen bieten die beiden Games „Little Big Planet“ von Sony Computer Entertainment und „Spore“ von EA. Hier erschafft der Gamer während des Spielens das Spiel selber, entwirft Charaktere, Landschaften und die Story selber. Während „Spore“ die Evolutionsgeschichte aufgreift, durchstreifen in „Little Big Planet“ Sackboy und Sackgirl den Planeten.

Spieler generieren Inhalte

Das Internet und Online-Communities sorgen in Spielen wie Singstar oder Buzz! für einen unerschöpflichen Wissenspool, da die Spieler selber Inhalte generieren und diese weltweit allen Spielern über Portale der Hersteller zur Verfügung stellen können. Sony, Microsoft und Nintendo beispielsweise kontrollieren diese Inhalte und geben sie erst nach einer Prüfung frei.

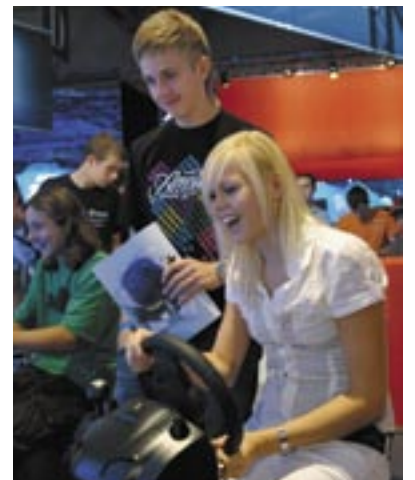
Dass man per Videokamera Spiele à la Eye Toy oder Wii mit Körperbewegungen steuert, ist bekannt. Neu aber ist, dass sich Gegenstände aufnehmen und als 3-D-Modell in den Spielen verwenden lassen. Natürlich werden auch die Klassiker wie Action-Games, Ego-Shooter, Sportspiele und Rennsimulationen grafisch immer perfekter und sorgen für ein absolut realistisches Spielerlebnis. Trotz aller Highlights und Trends ist die Zukunft der Videospielmessen ungewiss. Im nächsten Jahr soll die Leitmesse als GAMEScon in Köln stattfinden, während man in Leipzig weiter an der GC in bekannter Weise festhalten will.



Mit Spore von Electronic Arts wird die Evolution neu geschrieben. Der Spieler gestaltet die Evolution nach seiner eigenen Vorstellung und durchläuft diese mit seiner selbst erschaffenen Lebensform. Dies reicht von den ersten Bewegungen in der Uruppe bis hin zu der Besiedelung des Weltraums.



Im Sonderbereich GC family konnten auch die Jüngsten mit kindgerechten Spielen an einer der fünf thematisch ausgerichteten Spieleinseln aktuelle Kindersoftware ausgiebig testen. Turbulenter ging es in der Spielarena im Wettstreit zu.



Spiel, Spaß und Spannung waren für jeden Besucher garantiert. Vor allem Rennsimulationen wie hier am Rallye-Simulator für Grand Turismo lockten so manchen Gamer beim Fight um die schnellste Rennrunde aus der Reserve.



Der Markt für Videospiele und Konsolen wächst in diesem Jahr in Deutschland zweistellig und soll bis Ende des Jahres ein Umsatzvolumen von 2,6 Milliarden Euro erreichen. Entgegen anderen Sparten ist in diesem Bereich auch in den nächsten Jahren mit starkem Wachstum zu rechnen.



Little Big Planet ist der Stellvertreter für spieler-generierte Inhalte und leitet die nächste Generation des Videospieles ein. Während des Spielens erschafft der Spieler Landschaften und Figuren und entwickelt die Geschichte. Gegenstände lassen sich mit der Eye Toy Kamera aufnehmen und in das Spiel integrieren.

Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: Entertainment-Center wird zum Festplattenrecorder

DVB-T-Receiver für PS3

Neben ihrer Funktion als Spielekonsole hat sich die Playstation 3 einen Namen als Streaminggerät und Musikcenter gemacht. Jetzt bringt Sony Computer Entertainment einen portablen DVB-T-Receiver heraus, mit dem die Konsole zum Entertainment-Center mit Festplattenrecorder avanciert.

Die Playstation 3 ist ab jetzt nicht mehr nur Spielekonsole und Blu-ray-Player. Mit Play TV bringt Sony Computer Entertainment das TV-Programm auf die PS3. Der HD-ready-fähige portable DVB-T-Receiver wird über einen USB-Port der Konsole angeschlossen. Dank Twin-Tuner kann man ein Programm sehen, während ein anderes auf der Festplatte der PS3 aufgezeichnet wird. Mit Play TV wird die Playstation 3 zum komfortablen Festplattenrecorder. Der elektronische Programmführer basiert auf den Daten von TvTv und stellt auf Tastendruck alle Informationen zum Fernsehprogramm der nächsten Woche zur Verfügung. Dabei handelt es sich um eine besonders komfortable Benutzerober-

fläche mit 7-Tage-Übersicht für die Programmierung der Recorderfunktionen von Play TV.

Komfortable Steuerung

Die Steuerung des Systems erfolgt über einen der PS3-Controller. Wahlweise kann man auch die optional erhältliche Blu-ray-Fernbedienung verwenden, womit die Steuerung noch komfortabler ist. Standardmäßig liegt Play TV eine Schablone bei, die sich auf die Fernbedienung aufkleben lässt und den Zugang zu den einzelnen Funktionen optisch erleichtert. Die wahlweise einzublendende Bildschirmanzeige bietet umfassende Informationen über den Status von Play TV sowie schnellen Zugriff auf Programminformationen, gespeicherte Sendungen und

auf die Optionen zum Pausieren oder Aufzeichnen des Live-Fernsehens. Darüber hinaus können mit der PSP (Play Station Portable) über eine WLAN-Verbindung Aufnahmen programmiert und mit der Remote-Play-Funktion laufende oder aufgezeichnete Sendungen angesehen werden. Gleichmaßen können Fernsehprogramme über die Remote-Play-Funktion auf die PSP gestreamt werden.

www.playstation.de

KERNARGUMENTE

- Mobiler DVB-T-Receiver
- Twin-Tuner; ein Programm sehen und ein anderes aufnehmen
- Intuitive Benutzeroberfläche
- 7-Tage-Programmführer
- Playstation 3 wird zum komfortablen Festplattenrecorder
- Steuerung über PS3-Controller oder optionale Blu-ray-Fernbedienung
- Streamen des Fernsehprogramms auf die PSP



Mit Play TV wird das Entertainment-System rund um die Playstation 3 komplett. Der kleine DVB-T-Receiver mit Twin-Tuner bringt HD-ready-Fernsehen auf den Fernseher. Gleichzeitig bekommt der Kunde einen vollwertigen Festplattenrecorder mit Komfortfunktionen an die Hand.



Der elektronische Programmführer liefert eine 7-Tage-Übersicht für die Programmierung der Recorderfunktionen. Die optionale Bildschirmzeile bietet umfassende Status-Informationen sowie schnellen Zugriff auf Informationen, gespeicherte Sendungen und die Optionen zum Pausieren oder Aufzeichnen des Live-Fernsehens.

Wall-E von THQ

Die Erde ist zu einem unbewohnbaren Planeten verkommen, der durch Roboter gesäubert werden soll. 700 Jahre, nachdem die Menschheit die Erde aus diesem Grund verlassen hat, ist nur noch ein Roboter aktiv – WALL•E. Eines Tages landet der Suchroboter EVE auf der Erde. Der Spieler übernimmt die Steuerung von WALL•E und EVE, um zehn Welten voller Action und Abenteuer zu erkunden. Die Spielumsetzung für PS2 bietet neue Handlungsstränge und Umgebungen, die im Kinofilm nicht zu sehen sind. USK: 6 Jahre www.thq.de



Mercenaries von EA im Handel

Mercenaries 2: World in Flames, das explosive Actionspektakel von Pandemic Studios und Electronic Arts,

ist für Xbox 360, Playstation 2, Playstation 3 und den PC erschienen. Am Schauplatz Venezuela bietet Mercenaries 2 dem Spieler eine komplett zerstörbare Welt, wahnwitzige Action, drei außergewöhnliche Charaktere und gewaltige Explosionen. USK: 18 Jahre www.electronicarts.de



Schule total von bhv

Das Lernsoftwarepaket „Schule total“ von bhv ist jetzt in einer neuen Auflage erschienen. Das Paket enthält 120 renommierte Programme, die den Lernerfolg in allen relevanten Fächern fördern. Orientiert an den staatlichen Lehrplänen von Deutschland, Österreich und der Schweiz, vermittelt das Paket den Schulstoff von der Unter- bis zur Oberstufe und ist für alle Schulfor-



men gleichermaßen geeignet. Leicht verständlich vermitteln die Programme den zu erlernenden Stoff, erhöhen die Lernmotivation und sorgen so für Erfolge. Die integrierte Lernzielübersicht gibt Schülern und Eltern die Möglichkeit, systematisch die relevanten Programme nach Bedarf auszuwählen. www.bhv.de

Eidos bringt Tomb Raider: Underworld

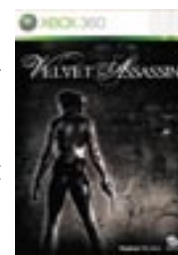
Nach den jüngsten Tomb Raider-Erfolgen, Tomb Raider: Legend und Tomb Raider: Anniversary, zeigt sich abermals das kalifornische Studio Crystal Dynamics für die Entwicklung von Lara Crofts bislang größtem Abenteuer verantwortlich. Tomb Raider: Underworld ist das erste Spiel der legendären Serie, das speziell für die Next-Gen-Konsolen entwickelt



wurde. Das Spiel erscheint gleichzeitig für Xbox 360, Playstation 3, Wii, Playstation 2, Nintendo DS und PC Games for Windows am 21. November dieses Jahres. USK: 16 Jahre www.eidos.de

Velvet Assassin von cdv

Velvet Assassin ist das erste Stealth-Action-Spiel im 2. Weltkriegs-Szenario. Während der 2. Weltkrieg vor den Toren eines einsamen Lazaretts weitergeht, tobt er auch im Kopf von Violette Summers. Im Koma durchlebt die britische Geheimagentin noch einmal die Greuel-taten, die sie während ihrer Sabotagemissionen gegen das Naziregime gesehen hat. Das Spiel erzeugt eine dichte Atmosphäre durch das Miterleben von Violettes Alpträumen. Gleichzeitig ist die Story sehr authentisch, da sie von einer wahren Geschichte inspiriert ist und



viel Wert auf historische Genauigkeit gelegt wurde. USK: 16 Jahre www.cdv.de

Sony kommt mit SingStar Best of Disney

Die Musik von Disneys klassischen Zeichentrickfilmen wird auf Playstation 2 zu neuem Leben erweckt, denn Sony CEE veröffentlicht SingStar Best of Disney diesen Herbst exklusiv in den PAL-Gebieten. Jedes Musikstück wird von Clips aus



den originalen Disney-Filmen begleitet – die Spieler sehen die entsprechenden Figuren beim Singen ihres Liedes. USK: keine www.playstation.de





CONSIDERO
EXECUTIVE SEARCH

James Dyson ist studierter Designer und erfand Anfang der 80er Jahre den Staubsauger neu, indem er seine „Dual Cyclone Technologie“ entwickelte und den beutellosen Staubsauger mit konstanter Saugleistung präsentierte. Mit spektakulärem Erfolg wirbelte Dyson internationale Märkte auf, die bis dato von Geräten mit praktisch seit 1901 unveränderter Staubsaugertechnologie dominiert waren. Inzwischen ist Dyson in 35 Ländern präsent, mehr als 10 Millionen Staubsauger wurden weltweit verkauft. Aus Visionen hervorragende Produkte entwickeln und damit den Alltag von Millionen Menschen angenehmer machen – dieser Pioniergeist macht Dyson international erfolgreich und läßt das erfolgreiche Team weiter wachsen. Wir suchen deshalb für Dyson Deutschland zur Betreuung der kooperierten Großkunden aus dem Fachhandel den

Key Account Manager Kooperationen (m/w)

Dyson bietet Ihnen ein vielseitiges Aufgabenfeld in einem innovativen und erfolgreichen Umfeld, ein erfolgsabhängiges Einkommen (Fixum und Provision) sowie einen Dienstwagen und moderne Arbeitsmittel. Schlanke Hierarchien und kurze Entscheidungswege sind für uns ebenso selbstverständlich wie flexible Arbeitszeiten.

Ihre Aufgabe:

- Sie sind verantwortlich für einige unserer wichtigsten nationalen Key Accounts, die Zentralorganisation des kooperierten Fachhandels.

- Sie planen und realisieren die Jahresgespräche mit den Einkaufsverantwortlichen Ihrer Kunden im Rahmen der Channelstrategie und Channelplanung.
- Sie planen und koordinieren mit Ihren Kunden Abverkaufs- und Sonderaktionen, die zusammen mit der hauseigenen Außendienstorganisation bei den angeschlossenen Handelspartnern durchgeführt und umgesetzt werden.
- Sie führen das Controlling aller Maßnahmen und aller Projekte durch und steuern entsprechend der Markterfordernisse bei Bedarf nach.
- Sie koordinieren und optimieren die Warenverfügbarkeit für Ihre Kunden
- Sie betreuen Ihre Kunden in enger Abstimmung mit den Kollegen aus Marketing, Innendienst, Service, der Außendienst-Organisation und den anderen Kanalverantwortlichen.
- Sie betreiben Lobbying bei Ihren Kunden auf verschiedenen hierarchischen Ebenen

Ihr Profil:

- Sie verfügen über ein abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Studium oder einer vergleichbaren kaufmännischen Ausbildung.
- Sie haben mehrjährige, nachweisbare Erfolge im Key Account Management von technischen Konsumgütern.
- Sie sind begeisterungsfähig für die hohe Innovationskraft der Firma Dyson und für die schnellen Produktwechsel, die diese Innovationskraft begleitet.
- Sie haben gute PC-Kenntnisse und MS-Office Kenntnisse

- Ihr Arbeitsstil ist effizient, kundenorientiert und teamorientiert in einem jungen Kollegenumfeld.
- Sie wohnen in Köln oder Umgebung, damit Sie Ihren zukünftigen Dienstsitz schnell erreichen können.
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift runden Ihr Profil ab.

Wenn Sie sich von dieser Herausforderung angesprochen fühlen und das für diese Aufgabe dargestellte Profil vollständig abdecken, würden wir Sie gerne kennen lernen. Bitte schicken Sie zunächst nur Ihren Lebenslauf mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen und Ihrer Verfügbarkeit an unsere unten stehende E-Mail Adresse. Für erste telefonische Informationen steht Ihnen Herr Jo Weber gerne zur Verfügung.

CONSIDERO
EXECUTIVE SEARCH

CONSIDERO
Executive Search
Ricker, Dr. Bergauer & Weber
Lichtstraße 43 i
50825 Köln
Tel.: 0221 – 940870
info@considero.com
http://www.dyson.de

Vertriebsprofi, Diplomkaufmann, 47 Jahre

mit umfassender Führungserfahrung als Vertriebsleiter, Key Account Manager und Produktmanager bei führenden Herstellern von Hausgeräten und Unterhaltungselektronik sucht neue Herausforderung als Vertriebsleiter, Field Sales oder Key Account Manager. Sehr gutes Netzwerk zu den Entscheidern in den Kooperationszentralen sowie deutschlandweit im Fachhandel vor Ort vorhanden. Verhandlungssicheres Englisch, kurzfristige Verfügbarkeit und Mobilität sind gegeben.

Bei Interesse richten
Sie Ihre Anfrage bitte unter
Chiffre 42868110
an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen

Magnat TEAC®

Vertriebsprofi gesucht!

Als selbständige Handelsvertretung mit Sitz in OWL vertreten wir starke Marken.

Wir suchen zum schnellstmöglichen Zeitpunkt eine/n
Außendienst-Mitarbeiter/in
für den Bereich Nordrhein-Westfalen
der/die unsere Kunden, den Fachhandel für
Unterhaltungselektronik mit den Marken TEAC (mp3-Player)
und MAGNAT (Elektronik) betreut.

Sie passen gut zu uns, wenn Sie verhandlungssicher,
reisefreudig und erfolgsorientiert sind und am Ausbau unseres
vorhandenen Kundenstammes Interesse haben.
Technische Begabung, Branchenkenntnisse und
Vertriebserfahrung sind von Vorteil.
Sie arbeiten mit Festgehalt plus Provision.
Ein Dienstwagen wird gestellt.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an
 **EW Werksvertretungen**
z.Hd. Iris Weber | Bielefelder Str.122 | 32139 Spenge
Fon 05225/8721-0 | Fax 05225/8721-11 | E-Mail: i.weber@ew-hv.de



Rute, Kurbel, Öl und Klatsche

Eine der wichtigsten IFA-Innovationen wäre beinahe untergegangen: Die Fixmeier Ltd., Birmingham, macht DSL jetzt superschnell – und wie! Keine Therapie ohne Diagnose: Zunächst muss das DSL Problem identifiziert werden. Das geht mit der Fix-Rute – sie ist, so Fixmeier, eine Weiterentwicklung der Wünschelrute, zeigt aber den Ausschlag mess- und analysierbar an. Und sie macht Vorschläge zur Lösung des Problems. Das nötige Handwerkszeug gibt es bei Fixmeier. Die erhabenen Worte der Presseinformation sprechen für sich selbst:
„Ihre Leitung ist überlastet und verspannt? Das Fix Massageöl sorgt bereits nach kurzer Anwendung für langfristige Linderung.“ (Ob das auch bei anderen Leitungen funktioniert?)
„Die Fix-Datenbeschleunigungsschleuder sorgt mit wenigen Kurbelumdrehun-

gen für schnellen Datenstrom.“ (Damit können Sie laut Fixmeier Ihr 56K-Modem auf DSL-Beschleunigung hochkurbeln. Die haben echt den Dreh raus.)
„In Ihren Kupferkabeln kommt es aufgrund von schlechter Datenqualität zu Frequenzüberlagerungen und Datenblockaden? Die Fix-Kabelbeschwörungsflöte trennt die Frequenzbänder durch Hochfrequenzöne und begradigt die Leitungen.“ (Da sollten Sie nicht drauf pfeifen.)

Und jetzt der absolute Favorit der PoS-MAIL Redaktion:

„Ihre Wände sind von Datenverwicklungen und Triangel-Verkürzungen befallen und drohen instabil zu werden? Die

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

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; Bernhard
Reimann; Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 9 v. 1. Januar 2008

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 Geschäftsbedin-
gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint

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

Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635

„Bringen Sie Ihre Kunden ans Ziel“



Viel gefragt und brandaktuell: Die mobilen Begleiter von Garmin™.

Die kostenlosen Garmin Freizeit- und Wanderkarten sind kompatibel zu der nüvi 2x5 Serie. Einfach herunterladen unter: www.freizeit.garmin.de

Leistungsmerkmale der nüvi 2x5 Serie

- Einstiegs-Navi mit sehr einfacher Bedienung
- (micro)SD-Kartenslot frei (bis 4 GB)
- Garmin Lock™ Codeschutz
- 500 Favoriten
- HotFix™ Satellitenbestimmung
- PhotoNavigation mit Garmin Connect™
- Automatische Zeitzonenerkennung
- „Wo bin ich?“-Funktion



GARMIN™ Mobile Navigation



Bildschirm "Verkehrslage"

GARMIN nüvi 205 und nüvi 205T

- Detailliertes Kartenmaterial intern vorinstalliert: Deutschland, Österreich, Schweiz und Tschechien.
- TMC – Verkehrsfunkempfänger (205T)
- 8,9 cm (3,5") Bilddiagonale
- Optionale Fahrradhalterung

nüvi 205
€96*

nüvi 205T
€113*



Bildschirm "Points of Interest"

GARMIN nüvi 255T

€144*

- Detailliertes Kartenmaterial intern vorinstalliert: 33 Länder West- und Osteuropas
- TMC – Verkehrsfunkempfänger
- 8,9 cm (3,5") Bilddiagonale
- Optionale Fahrradhalterung



Bildschirm "Verkehrsführung"

GARMIN nüvi 255WT

€161*

- Detailliertes Kartenmaterial intern vorinstalliert: 33 Länder West- und Osteuropas
- TMC – Verkehrsfunkempfänger
- 10,9 cm (4,3") Bilddiagonale

* HEK

VAIO empfiehlt Windows Vista® Home Premium

„Sony“, „like.no.other“ und „VAIO“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Alle anderen Marken sind eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

Warum sollte man sich nur mit dem Zweitbesten zufriedengeben?

Mit der neuen VAIO Z-Serie von Sony erreichen Sie dank wegweisender Technologie und ultraleichtem Design konsequent jedes Ziel.

SONY

VAIO

be like.no.other™

Start mit acht Modellen

DGH vertreibt exklusiv Hyundai Kameras

Mit acht Modellen steigt der koreanische Hersteller Hyundai jetzt auch in Deutschland in das Digitalkamera-Geschäft ein. Als exklusive Vertriebspartner fungieren dabei die beiden Vertriebsmarken DGH Großhandel (für die Foto- und CE-Branche) bzw. dexxIT (für die IT-Branche) aus der Würzburger Duttenhofer Gruppe.

„Die Funktionalitäten der Hyundai Kameras orientieren sich unmittelbar an den Bedürfnissen der Anwender“, erläuterte DGH Vertriebsleiter Walter Dürr. „Das bedeutet, die einzelnen Modelle des Sortiments unterscheiden sich nicht nur durch ihre Aufnahmechips, ihre Brennweite und ihre Monitore, sondern sprechen jeweils mit individuellen Features verschiedene Zielgruppen an.“ Ziel von DGH sei es, Hyundai Kameras im deutschen Markt so zu positionieren, dass die Produkte und der Markenname in kürzester Zeit den Status einer innovativen und qualitativ hochwertigen Marke innehaben. DGH werde mit seiner hohen Lieferfähigkeit dafür einstehen, dass der Händler seinem Kunden die Kameras auch dann mit gutem Gewissen empfehlen könne, wenn er sie nicht selbst am Lager habe, betonte Dürr. Um in diesem Fall dennoch eine Hyundai

Kamera empfehlen zu können, stellt DGH dem Händler Informations- und Werbematerial zur Verfügung – oder der Handelspartner bedient sich des Online-Tools DGH Produktberater, mit dem er alle Kameramodelle inklusive ihrer technischen Daten direkt am PoS per Monitor vorführen kann.

Pluspunkte des Hyundai Kamerasortiments sind laut Dürr dessen hohe Qualität und das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis. „Solange Hyundai Kameras nicht flächendeckend in Deutschland vertreten sind, stehen sie nicht unter dem Preisdruck anderer Modelle“, so Dürr. „So kann der Händler durch gezielte Beratung für gute Erträge sorgen.“

Alle Hyundai Kameras, die DGH zum Markteintritt in Deutschland anbietet, sind mit einem Aufnahmechip mit fünf,

winkel-Einstiegsbrennweite 28 mm (entsprechend Kleinbild). Die Monitore der einzelnen Modelle warten mit Diagonalen zwischen 2,4" und 3,0" auf. Interessanter als diese Standardausstattung dürften die individuellen Merkmale der einzelnen



Walter Dürr



28 mm Einstiegsbrennweite finden sich im Portfolio von Hyundai ebenso wie ein wasserdichtes und stoßfestes Gehäuse.



acht, neun oder zehn Megapixeln ausgestattet. Sieben Modelle bieten darüber hinaus ein Dreifach-Zoomobjektiv, die Hyundai L 8424 sogar ein Vierfach-Zoomobjektiv mit Weit-

Kameras sein. Sie decken ganz verschiedene Bedürfnisse ab und können zur gezielten Beratung einzelner Kundengruppen genutzt werden.

So bieten beispielsweise die Modelle Hyundai A 8324 und A 5324i eine Diktierfunktion über ein eingebautes Mikrofon, die Hyundai L 1033 ist mit einem Metallgehäuse ausgestattet, mit dem Modell Hyundai L 8424 kommen die Fotografen per Verwacklungsschutz und Gesichtserkennung automatisch zu optimalen Bilderergebnissen, und die Hyundai S 800 spricht mit ihrem bis zehn Meter Tauchtiefe wasserdichten und stoßgeschütztem (bis ein Meter) Gehäuse vor allem Menschen an, die Freude an Outdooraktivitäten haben.

Alle neuen Hyundai Kameras sind auf dem Stand von Duttenhofer Großhandel auf der photokina in Halle 6.1, Stand C032/D039, zu begutachten.