

November 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- € 10. Jahrgang • 51612



http://www.pos-mail.de

Licht. Gestalt. Loewe Reference

Der neue Maßstab für perfektes Home Entertainment: brillante Bilder und satter Sound in atemberaubendem Design. Das ist Loewe Reference. Jetzt bei ausgewählten Loewe Fachhandelspartnern erhältlich. Mehr unter www.loewe.de.



LOEWE.



Zum Jahresende dreht sich das Konjunkturrad auf Hochtouren, und viele Verbraucher legen Anschaffungen in diese Zeit des Jahres. Markttreiber in der Unterhaltungselektronik werden auch in diesem Jahr LC- und Plasma-Displays sein. Dabei zeichnen sich zwei Trends ab. Die Verbraucher greifen mittlerweile ausschließlich zu Full-HD-Geräten und wählen in der Mehrheit Modelle mit Bildschirmdiagonalen ab 36 Zoll. Darüber hinaus gehen überwiegend LC-Displays über die Ladentheken.

LCD- und Plasma-Fernseher stehen mittlerweile für 43 Prozent des Umsatzes der gesamten Consumer Electronics. Dabei profitiert die Branche vom Trend zum hochauflösenden Fernsehen, denn etwa 98 Prozent des Umsatzes mit Flachbildfernsehern werden laut Bitkom derzeit mit HD-ready-Geräten gemacht.

Entscheidend für den rasanten Absatzanstieg von Full-HD-Geräten waren vor allem die Ankündigungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie einiger Privatsender, in diesem Jahr mit der Ausstrahlung von HD-Programmen zu starten und dieses Engagement im kommenden Jahr weiter auszubauen (siehe auch PoS-MAIL 10/2009).

Das wird den Trend zu Geräten mit großen Bildschirmdiagonalen und HD-Ausstattung zum Jahres-

ende hin verstärken. Entsprechend wird sich der deutsche Markt für digitale Unterhaltungselektronik in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr stabil entwikkeln und ein Volumen von 12,3 Milliarden Euro erreichen. Alleine für Flachbild-Fernseher werden die deutschen Verbraucher in diesem Jahr insgesamt 5,6 Milliarden Euro ausgeben. Gleichzeitig verschieben sich die Marktanteile weiter in Richtung LCD-Geräte, wovon in diesem Jahr über 7 Millionen Exemplare verkauft werden. Für 2010 rechnen die Experten mit einem Anstieg der Verkaufszahlen auf rund 7,5 Millionen Geräte. Die Zahl der verkauften Plasma-Fernseher bleibt zwar in diesem und dem kom0,7 Millionen Geräten, zeigt aber deutlich das sich mittlerweile ergebende Übergewicht der LC-Displays.

Das Potential für den weiteren Absatz von Displays ist enorm. Bis Mitte dieses Jahres waren lediglich 32 Prozent der rund 36 Millionen Haushalte in Deutschland mit einem Flat-TV ausgestattet, womit noch zirka 23 Millionen Haushalte keinen Flachbildfernseher besitzen. Damit sind die Perspektiven auch für die kommenden Jahre nicht schlecht. Hinzu kommt der Trend hin zu Zweit- und Drittfernsehern. Mit dem Wunsch nach flachen und großen Geräten wandern die vorhandenen TVs meist aus dem Wohnzimmer in das Schlaf- oder Kinderzimmer, während das neue Gerät dann im





Cinema 21:9

Der weltweit erste Fernseher im Kinoformat.

menden Jahr konstant bei gut

Umsatz ohne Inhalt

Es hilft wenig, über die rasant sinkenden Preise für HD-Flachbildfernseher zu lamentieren, denn davon wird die Lage nicht besser. Die Kapazitäten der Hersteller sind aufgebaut, die Ware drückt, und der Rest folgt den Gesetzen der Marktwirtschaft. Dass kluge Händler versuchen, in wertschöpfungsstarke Marktsegmente



hochzuverkaufen, versteht sich – aber mit den Nobelmarken Loewe und Metz sowie den High-End-Linien der CE-Giganten allein wird man nur in Ausnahmefällen ein Geschäft betreiben können. Masse ist nicht alles, aber ohne geht es eben auch nicht.

Wer den Markt beobachtet, stellt fest, dass sich die Wertschöpfungsmodelle der Hersteller selbst zu verändern scheinen. Besonders Sony und Panasonic machten auf der IFA deutlich, dass man in Zukunft nicht nur aufs Gerätegeschäft setzt: Die beiden japanischen Riesen wollen Inhalte verkaufen, besonders in Form von Filmen. Sony verfügt dazu bekanntlich bereits über eine passende Infrastruktur, und auch Panasonic unterhält beste Beziehungen zu Hollywood. Bei Samsung tut sich ebenfalls etwas: Soeben hat Samsung USA eine Kooperation mit Amazon bekanntgegeben: Ein Widget erlaubt den Einkauf von "Video on Demand" direkt vom Fernseher aus. 50.000 Titel, davon mehr als 2.000 HD-Streifen, stehen zur Zeit zur Auswahl.

Was bedeutet das für den High-Tech-Fachhandel? Hand aufs Herz: Der klassische CE-Händler hat sich bislang für Inhalte oder gar den Verkauf derselben relativ wenig interessiert – das unterscheidet ihn beispielsweise von seinen Kollegen aus der Fotobranche, die sich schon immer mit dem Entwikkeln von Bildern beschäftigt haben und sich deshalb im Dienstleistungsgeschäft sehr gut auskennen.

In der digitalen Welt werden Dienstleistungen und Inhalte immer wichtiger – schon allein deshalb, weil die Geräte mehr und mehr austauschbar werden, zumindest in den vergleichbaren Marktsegmenten. An dieser Entwicklung kann und muss der High-Tech-Fachhandel teilhaben. Auch die Industrie sollte daran interessiert sein, den qualifizierten Handelspartnern neue Wertschöpfungspotentiale im Geschäft mit Inhalten – neudeutsch: Content – zu erschlie-Ben, denn die wenigsten Konsumenten wissen um die vielfältigen neuen Möglichkeiten des Digitalfernsehens. Sie brauchen Beratung; deshalb wäre es herstellerseitig zu kurz gegriffen, Filme und ähnliches nur über Internetanbieter oder eigene Online-Plattformen zu vertreiben. Wir brauchen Konzepte, um Inhalte auch über den High-Tech-Fachhandel zu vertreiben. Die Kooperationen könnten dabei mit Sicherheit wichtige Arbeit leisten.

Herzlichst Ihr



Franz Wagner Objektmanagement

Wohnzimmer seinen Platz findet. Drittgeräte werden häufig für die Küche oder den Hobbyraum angeschafft. Hierbei handelt es sich selten um große Bildschirmdiagonalen, doch greifen die Konsumenten auch in diesen Bereichen fast ausschließlich zu Displays. Dies spiegelt sich auch in dem Absatz von Röhrenfernsehern wider. Der Markt der analogen Geräte schrumpft in diesem Jahr um über 7 Prozent auf ein Volumen von nur noch 0,7 Milliarden Euro.

Mehr als nur Fernsehen

Das Thema Heimvernetzung gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bisher getrennte Einzelgeräte wie Computer, Spielkonsole, Telefon und Unterhaltungselektronik werden untereinander und mit der Haustechnik vernetzt, drahtlos oder per Kabel. Das Fernsehgerät entwickelt sich zur Multimedia-Plattform. 37 Prozent der Bundesbürger möchten ihre Digitalfotos auf dem Fernseher ansehen. jeder dritte möchte mit dem Fernseher Spielfilme herunterladen, in der eigenen Musiksammlung stöbern, auf die Festplatte des Computers zugreifen oder im Internet surfen. Dementsprechend achten die Käufer immer mehr darauf, ob das TV-Display ihrer Wahl über einen integrierten Netzwerkanschluss verfügt.

Gut informierte Kunden

Die Verbraucher sind besser informiert denn je. Laut einer Studie der gfk machen sich über die Hälfte der Befragten vor dem Kauf von



Die aktuellen TV-Displays der großen Hersteller wie hier das Portfolio von Loewe sind durchweg Full-HD-Geräte. Dabei greifen die Kunden immer häufiger zu größeren Geräten ab 36 Zoll. Darüber hinaus sind Fernseher mit Netzwerkanschluss und USB-Ports zum Anschluss weiterer Geräte immer beliebter.

Unterhaltungselektronik-Produkten im Internet schlau, bei der Gruppe bis 45 Jahre sind es bereits drei Viertel. Auch Erfahrungen anderer Kunden beeinflussen die Kaufentscheidungen. Erhielt man Empfehlungen früher ausschließlich vom Verkäufer oder von Bekannten, so erfüllt heute oft das Internet diese Funktion. Zwei Drittel der Altersgruppe bis 45 Jahre schauen sich im Web an, wie andere Kunden das jeweilige Produkt bewertet haben.

Hierbei ist zu beachten, dass es sich bei vielen Kunden um ein oberflächliches Wissen handelt. Den informierten Verkäufer wird

Wissenslücken müssen rechtzeitig geschlossen werden.

das nicht stören, wer aber selber die Materie nicht beherrscht, bekommt schnell Schwierigkeiten und der Kunde wird misstrauisch. Regelmäßige Besuche der Partnerseiten der Hersteller können innerhalb kürzester Zeit eventuelle Wissenslücken schließen. Mit dem Verkauf eines TV-Displays ist die Basis für weitere Kundengespräche gelegt. Schließlich kommt nach dem tollen Bild der gute Ton, denn ohne die passenden Toneffekte macht auch die schönste Bildwiedergabe keinen Spaß. Wer den Filmsound aber nicht über die in das TV-Display integrierten Lautsprecher hören möchte, muss auf ein Surroundsystem zurückzugreifen.

Kein Display ohne Soundsystem

Eines der Hauptprobleme bei der Errichtung einer solchen Anlage in einem normalen Wohnzimmer ist aber die Verkabelung. Denn bei einem 5.1-System kommen immerhin sechs Lautsprecher zusammen, die nicht nur möglichst unauffällig im Raum verteilt werden sollten, sondern auch noch per Kabel mit der Anlage selber verbunden werden müssen. Selbst wenn man auf die moderne

Archos 9: Erster Tablet-PC mit Windows 7 und Touchscreen

Der Archos 9 Tablet-PC ist in der Lage, das Netbook oder Notebook zu ersetzen und unterwegs oder auf der Couch für Unterhaltung zu sorgen. Das Gerät ist mit einem robusten Gehäuse sowie einem hochwer-

tigen 8,9 Zoll LED-Touchscreen mit einer Auflösung von 1.024 x 600 Pixeln ausgestattet. Die Bedienung erfolgt über den Touchscreen oder die integrierte Maus. Beim Bearbeiten von Dateien, Verfassen von E-Mails oder beim Surfen blendet sich eine große virtuelle Tastatur ein, über die die Daten eingegeben werden.

Das Surfen im Internet erfolgt per WiFi-Verbindung über den vorinstallierten Microsoft Internet Explorer. Über die eingebaute 1,3 Megapixel Web-Cam ist auch Videotelefonie möglich. Für einen guten Klang

sorgen das eingebaute Mikrofon und die beiden integrierten Stereo-Lautsprecher. Des weiteren ist der Tablet-PC mit einem USB-2.0-Anschluss und einem DC-IN-Port ausgestattet. Ein optional erhältlicher Adapter bietet zusätzlich einen 3,5 mm Audioausgang, einen Mikrofonanschluss und einen Ethernet-Port

sowie zwei weitere USB-Ports.

Neben dem Archos 9 wird es noch zwei Archos 9 Sondermodelle geben. Dabei ist ein Gerät zusätzlich mit zwei DVB-T-Antennen ausgestattet. Das andere Gerät bietet HSDPA. Der original Archos 9 kann mit diesen Sonderfunktionen nicht nachträglich aufgerüstet werden.

Das mitgelieferte Software-Paket beinhaltet den Virenschutz "BitDefender Antivirus 2010", "Lotus Symphony" zum Erstellen und
Bearbeiten von Dokumenten, Präsentationen und Tabellen, vTuner
mit Zugriff auf über 11.000 Web-Radio- und Web-TV-Sender sowie
"Windows Live" zum Chatten und zur Verwaltung von E-Mail
Accounts.

www.archos.de



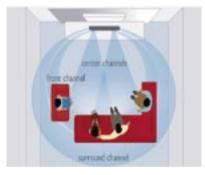


Die Ambisound-Technologie bietet perfekten Mehrkanal-Surround-Sound mit weniger Lautsprechern. Sie sorgt für ein beeindruckendes 5.1-Klangerlebnis ohne die Einschränkungen durch Sitzposition, Raumdesign und -größe oder durch eine Vielzahl an Kabelverbindungen und Lautsprechern. Aufgrund des Zusammenspiels von psychoakustischem Phänomen, der Array-Signalverarbeitung und der präzisen Positionierung der Lautsprecher-Treiber liefert Ambisound mehr Klang mit weniger Lautsprechern. DTS-HD High Resolution Audio und Dolby TrueHD vervollständigen das Home Entertainment. Das HD Sound-Bar-System 8161 ist ein komplettes und universelles Home Entertainment-System mit 5.1 Surround Sound. Mit den integrierten acht Lautsprechern, Verstärkern, dem DVD-Player sowie High Definition-Ausgabe passt das System zu allen modernen Full-HD-Displays.

Lösung der drahtlosen Ansteuerung der Rücklautsprecher zurückgreift, bleiben immer noch die vier anderen Lautsprecher übrig.

Soundbars – die clevere Alternative

Abhilfe schaffen hier die sogenannten Soundbars. Hier befinden sich in einem Gehäuse mehrere Lautsprecher, die so angesteuert werden, dass sie den Surround-Sound simulieren. Vorreiter dieser Technologie ist Yamaha, die als erste ein solches System auf den Markt brachten. In diesem sorgen 42 Lautsprecher für eine räumliche Simulation der Klangwiedergabe. Mittlerweile haben viele Hersteller dieses Konzept aufgegriffen und Soundbars in



Soundbars erzeugen durch die spezielle Anordnung der Lautsprecher einen virtuellen Surround-Sound, der unabhängig von der Sitzposition für ein effektvolles Filmambiente sorgt.

den unterschiedlichsten Preisklassen und Ausstattungen auf den Markt gebracht. Grundsätzlich gilt hier das Prinzip: Je mehr Lautsprecher integriert sind, desto voluminöser ist der Sound.

Neben den Lautsprechern ist in der Regel auch der Verstärker in einem meist länglichen Gehäuse untergebracht, das häufig bis zu 110 cm lang ist. Auch DVD-Player sowie Tuner sind je nach Hersteller in die Soundbar integriert, so dass man auf kleinem Raum eine vollständige Surroundanlage ohne störende Kabel aufbauen kann. Besonders angenehm ist die Tatsache, dass sich die Anlagen auch unterhalb des TV-Displays installieren lassen. Häufig sind diese, wie zum Beispiel bei Samsung oder Philips, im Design der Display-Serien gehalten, so dass sich dann eine harmonische Einheit aus Displays und Soundbar ergibt.

Der produzierte Surround-Sound der Soundbars ist gut und genügt in der Regel für den normalen Einsatz im Wohnzimmer. Sollen große Räume beschallt werden, stoßen diese Systeme an ihre Grenzen. Und trotz aller technischen Raffinessen bezüglich der Preisunterschied zwischen DVD-Filmen und Blu-ray-Filmen wird immer geringer. Während eine Disc in Deutschland im Jahr 2008 zum Beispiel noch rund 29 Euro kostete, sind heute bereits Top-Titel für 14,99 Euro erhältlich. Mittlerweile können die Kunden aus über 1.000 deutschsprachigen Titeln wählen, wodurch die Akzeptanz des neuen Formats immer schneller voranschreitet.

Hinzu kommen die drastisch gesunkenen Preise für Blu-ray-Player. Während diese Anfang des Jahres im Durchschnitt noch bei rund 300,- Euro lagen, sind bereits jetzt auch von A-Marken Player für 99,- Euro verfügbar. Damit sind qualitativ hochwertige Geräte für den Massenmarkt ebenso vorhanden wie High-End-Produkte für Film-Fans zur Darstellung selbst feinster Bild- und Tonnuancen. Blu-ray hat sich als neues Filmformat in den Köpfen der Verbraucher etabliert. Jetzt gilt es, vor allem die Hardware

endkundengerichtet zu vermark-

ten. Der preiswerte Player reicht

demjenigen, der einfach nur Blu-

ray-Filme sehen und sich am bes-

seren Bild erfreuen möchte. Wer

diskrete Surround-Anlagen sein

eigen nennt und hohe Ansprüche

an eine möglichst unverfälschte

Bild- und Tonwiedergabe stellt, ist mit einem hochwertigen und

entsprechend teuren Player richtig



Mit dem BDX2000KE bietet Toshiba erstmals ein Abspielgerät für Blu-ray an. Neben Blu-rays profitieren aber auch DVDs vom BDX2000KE, der DVD-Filme via HDMI 1.080p Upscaling auf die volle HD-Auflösung umrechnet. DivX HD ermöglicht etwa im Gegensatz zu DivX die Wiedergabe in perfekter HD-Qualität. Auf die Wiedergabe von Bild- und Audio-Dateien der Formate HD, JPEG, WMA und MP3 versteht sich der Player ebenso wie auf das Auslesen von SDHC-Speicherkarten über den integrierten SD-Kartenschacht. Selbst AVCHD-komprimiertes Material von Camcordern gibt der Player von Toshiba wieder. Für die entsprechende klangliche Umsetzung sorgt Dolby TrueHD. Dank BD-Live im Profil 2.0 und Netzwerkanschluss kann auf das Bonusmaterial von Blu-rays zugegriffen werden.

der Klangwiedergabe kann eine Soundbar nicht mit einer diskreten Anlage konkurrieren. Sucht der Kunde aber ein Surroundsystem, das einen guten Sound produziert und ihm sein Wohnzimmer nicht mit Technik zustellt, dann sind diese Systeme die richtige Wahl.

Der Weg ist frei für Blu-ray



wichtigsten Filmlieferanten ist die Blu-ray. Bis zum Jahresende sollen mehr als 2,5 Millionen Stand-alone-Player und mehr als 10 Millionen Abspielgeräte (einschließlich Sony PS3) in Westeuropa auf dem Markt sein. Auch neben der Hardware auch zumindest die aktuellen Top-Titel der Filmindustrie zu präsentieren. Auch das passende Zubehör in Form von hochwertigen HDMI-Verbindungskabeln sowie Audio-Verbindungen darf zur Abrundung des Sortimentes nicht fehlen.

Tips zum Verkauf von HDTV

Das Thema High Definition Fernsehen ist zwar in aller Munde, doch nur die wenigsten Kunden wissen, welche Voraussetzungen zum Empfang des neuen Fernsehformates notwendig sind oder von welchen Signalquellen HD-Material auf den Flachbildfernseher kommen kann. Anbei einige Ansatzpunkte, mit denen sich High Definition Fernsehen leichter verkaufen lässt:

- Der verwendete Flachbildfernseher muss mindestens HD-readyoder Full HD-fähig sein.
- Der Empfang hochauflösender Fernsehbilder ist nur in digitalen Netzen möglich.
- Je nach Empfang, ob über Satellit, Kabel oder per IPTV (Internet TV), wird eine HD-taugliche Set-Top-Box benötigt. Möchte der Kunde kein zusätzliches Gerät im Wohnzimmer stehen haben, ist die Bahn frei für den Verkauf eines Displays mit integriertem HDTV-Tuner.

Zusätzliche Inhalte zum Fernsehprogramm in HD-Qualität

- Bei Digitalkameras mit einem HD-tauglichen Ausgang (HDMI) ist ein Direktanschluss an das TV-Gerät möglich.
- Besitzt der Fernseher einen eingebauten Kartenleser, können Speicherkarten von Digitalkameras gelesen und auf dem Display angezeigt werden. Ist ein USB-Port vorhanden, kann über diesen ein Kartenleser, wie vom Computer her bekannt, angeschlossen werden.
- Videofilme auf Blu-ray über Blu-ray-Player
- Spielekonsolen wie Playstation 3 oder Xbox 360 liefern ebenfalls HD-Inhalte, wobei die Xbox360 nur HD-ready-Signale ausgibt.
- · HD-Camcorder
- Auf PCs oder Netzwerkspeichern befindliche hochauflösende Fotos oder Videos

Pos-Mail Inhalt

Bose: Neue Wege für mehr Sound

Aktuell ... 6

9700er LCD-TVs von Philips setzen neue Standards ... 8



Philips Net TV – Internet auf dem Fernseher ... 9

Samsung: Erfolgskampagne LED-TV reloaded ... 10



Shopdisplays von Samsung bringen mehr Abverkauf ... 10
UE-Neuheiten ... 11, 14
Satellitentechnik ... 12
Wisi: Umrüststau bei Digital-TV vermeiden ... 12

JFI: Erfolgsprogramm mit Margensicherheit ... 13



Toshiba zeigt die Zukunft der Unterhaltungselektronik ... Über 1.000 Fachhändler auf der TechniSat-Hausmesse ... 15

zum Standard – Teil 4 ... 15 Euronics XXL Eickhoff forciert

Blu-ray auf dem Weg

Geschäft mit Navigation ... 16
Die Car+Sound zieht

zum Bodensee ... 17

TK-/Navi-Nachrichten ... 18
Samsung: Starke Handys
für jede Zielgruppe ... 19



The Phone House: Kunden trauen der Beratung kaum ... 20



Games ... 21

2. Internationales Business Forum Köln: "Memories are more..."



Dyson macht viel Wind auch ohne Flügel

Impressum

Philips Senseo-Sonderedition zum Weihnachtsgeschäft ... 23

... 23

... 23

Neue Wege für me

Ungewöhnliche Wege zu gehen, ist für Bose nichts Neues. Mit den neuen CineMate GS und CineMate Digital Home Cinema Speaker Systems steht eine unkomplizierte Lösung für beeindruckende Home Cinema Erlebnisse zur Verfügung. Das SoundDock 10 Digital Music System dagegen macht aus jedem iPod eine HiFi-Anlage.

Die neuen CineMate GS und Cine-Mate Systems erzeugen eine ähnlich räumliche Klangwiedergabe wie ein Surround Sound System mit fünf Lautsprechern – und dies lediglich über zwei Speaker und ein Acoustimass Modul. Das Geheimnis ist Boses TrueSpace Digital Processing. Ein neuer optischer Eingang am Interface Modul ermöglicht einen 5.1 Audio-Stream und liefert so tiefere Bässe, noch packenderen Klang und einen größeren Dynamikbereich.

Großer Klang aus kleinen Lautsprechern

Die Systeme lassen sich ganz einfach an einen Fernseher anschließen. Andere Geräte, die bereits an das TV-Gerät angeschlossen sind wie Blu-ray-, DVD-Player oder Kabel/Satelliten-Receiver, müssen nicht entfernt werden. Integrierte Verstärkung und Signal Processing machen weitere Komponenten überflüssig.

Das CineMate GS System verfügt über zwei Premium Gemstone Speakers und eine Universal-Fernbedienung, über die das System, ein Fernseher und die meisten angeschlossenen Geräte in den Grundfunktionen bedient werden können. Das CineMate System wird mit zwei Articulated Array Speakers gelie-

fert und durch eine neue, vereinfachte Fernbedienung komplettiert, die mit nur vier Tasten das System steuert. Das neue Bose CineMate GS

Digital Home Cinema Speaker System ist für 998,-Euro und das Bose

CineMate Digital Home Cinema Speaker System für 798,- Euro erhältlich.

Während sich Bose mit diesen beiden Systemen in altbekannten Gefilden bewegt, schlägt man mit den SoundDock-Produkten die Brücke zwischen stationärer und mobiler Musik. Auch in diesem Segment ist das Unternehmen

machen. Herausgekommen ist das SoundDock 10 Digital Music System, das eine Klangwiedergabe liefert, wie sie bislang noch von keinem einteiligen Lautsprechersystem für den iPod erreicht wurde.

bestrebt, Gutes noch besser zu

Bose: Digital Music System für iPOD und Home-Cinema-Anlagen

HiFi-Basis für den iPod

Das SoundDock 10 System ist für diejenigen gedacht, die sich für ihren iPod oder ihr iPhone die Klangqualität einer vollwertigen Musikanlage wünschen. Am Anfang der Entwicklung stand ein klares Ziel: eine bisher unerreichte Klangwiedergabe zu produzieren, ohne dass hierfür kompliziertes Equipment notwendig ist. Davon ausgehend wurden neue Technologien entwickelt, um diese beeindruckende Klangwiedergabe ohne Abstriche möglich zu machen.

Das SoundDock 10 wurde als



Das CineMate GS System verfügt über zwei Premium Gemstone Speaker und eine Universal-Fernbedienung, über die das System, ein Fernseher und die meisten angeschlossenen Geräte in den gabe von iPod Grundfunktionen bedient werden können. Es ist für 998,- Euro erhältlich. und iPhone –

Wave-guide-Technologie, bei der ein langer Schallkanal in Windungen in ein Gehäuse integriert wird, kommt auch in dem SoundDock 10 zum Einsatz. Der 132 cm lange Schallkanal ist so in das kleine Gehäuse des Systems eingebettet, dass jeder Kubikzentimeter Schallraum genutzt wird. Der speziell für dieses System entwickelte stark wie ein konventioneller Woofer. Verbunden werden Waveguide und Tieftöner durch eine speziell

Tieftöner ist viermal so leistungs-

Verbunden werden Waveguide und Tieftöner durch eine speziell entwickelte Mehrzweck-Metallabdeckung, die gleich mehrere Vorteile bietet: Sie schützt sowohl den Waveguide als auch den Woofer, sorgt für die nötige magnetische Abschirmung, lenkt die Luft gezielt durch das Gehäuse und hält außerdem dem hohen Innendruck stand, den das System während der Wiedergabe erzeugt.

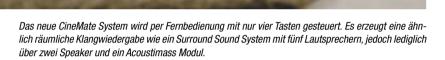
Effektives Kühlsystem

Angetrieben wird das System von leistungsfähigen Verstärkern und einem in das System eingebauten Schaltnetzteil, das einen externen Trafo überflüssig macht. Der Nutzer hat es daher nur mit einem einfachen Netzkabel zu tun.

Ein spezieller, schwingungsgedämpfter Aufbau isoliert Vibrationen und gewährleistet so eine gleichbleibende Klangqualität pei der Wiedergabe von iPod

unabhängig von der gewählten Lautstärke. Im Interesse des Wärmemanagements sind die einzelnen Komponenten exakt so ausgerichtet, dass sie einen "Kamineffekt" erzeugen, der für eine wirksame Kühlung des Systems sorgt.

Das SoundDock 10 System ist "Made for iPod"- und "Works with iPhone"-zertifiziert und mit allen





Das SoundDock 10 System macht aus jedem iPod oder iPhone eine vollwertige Musikanlage. Angetrieben wird das System von leistungsfähigen Verstärkern und einem in das System eingebauten Schaltnetzteil, das einen externen Trafo überflüssig macht. Das System kostet 798,- Euro.

iPods mit Click Wheel, iPod Touch sowie dem iPhone 3G/3GS und dem ersten iPhone kompatibel. Es ist mit einer neuen, exklusiv

entwickelten und auswechselbaren Docking-Architektur ausgestattet, mit der die Zukunftsfähigkeit des Systems sichergestellt wird. So hat sich die Investition auch dann noch gelohnt, wenn neue Media-Player-Technologien aufkommen. Ein Bluetooth Dock für kabelloses Musik-Streaming von einem Bluetooth-Musik-Handy ist bereits im Lieferumfang enthalten. Sobald sich neue Geräte als Standard etablieren, werden neue Docks erhältlich sein.

An den AUX-Eingang können weitere Geräte wie ein iPod shuffle, MP3-Player oder ein tragbarer CD-Player angeschlossen werden. Per Infrarot-Fernbedienung werden das System und die wichtigsten Funktionen des iPod gesteuert. www.bose.de





Zukunftssicher ist das SoundDock 10 durch seine auswechselbare Docking-Architektur. Ein Bluetooth Dock für kabelloses Musik-Streaming über Musik-Handy gehört bereits zum Lieferumfang.



Technische Perfektion virtuos in Szene gesetzt.

Das harmonische Zusammenspiel von erstklassiger Technik und edlem Design: Der Metz Primus steht für höchste Fernsehkultur. Eine virtuose Komposition aus Holz und Metall, die auch höchsten ästhetischen Ansprüchen gerecht wird. Auch technologisch ist die Primusserie von Metz ein echtes Meisterwerk. Hervorragende Bild- und Tonqualität bieten eine in jedem Detail konzertreife Vorstellung. Erleben Sie technische Perfektion "Made in Germany" – Ihr Metz Fachhändler lädt Sie gern zu einer Vorführung ein!





Technische Perfektion

Sicher in die Zukunft

Bedienfreundlichkeit

Ausgezeichnete Qualität

Bequemer Service

Metz – immer erstklassig.

www.metz.de

Aktuell

Graf übernimmt das Ruder bei Panasonic

Zum 1. November 2009 wird der bisherige Deputy Managing Director Werner Graf neuer Geschäftsführer von Panasonic Deutschland. Sein Vorgänger, Junichiro Kitagawa, geht nach Russland, um dort in der Funk-

tion des Direktors der Russland Division der Panasonic Corporation tätig zu werden. Zusätzlich wurde er zum Geschäftsführer von Panasonic (CIS) OY (PCIS) sowie von Panasonic Russ-



Werner Graf

land, Ltd. (PRA) ernannt. Werner Graf ist seit 1992 bei Panasonic Deutschland. 2005 wurde er Vertriebs- und Marketing-Direktor CE. Seit April 2007 ist er Stellvertreter von Geschäftsführer Junichiro Kitagawa.

www.panasonic.de

Holl ist neuer Vice President CE bei Toshiba

Gerd Holl. 40. ist neuer Vice President Consumer Products bei Toshiba. Er ist damit verantwortlich für die Unterhaltungselektronik in Deutschland sowie das westeuropäische Distributionsgeschäft. Holl hat mit Wirkung zum 1. Oktober die Position von

Hiroshi Nishimura übernommen, der in die japanische Konzernzentrale zurückgekehrt ist.

Mit Holl besetzt erstmals ein Europäer die Vice President-Position in der CE-Sparte. Zu sei-



nen Aufgaben zählen die Stärkung der Marke sowie die Etablierung unter den Top-Anbietern. Ziel ist es, eine noch größere Nähe zum Markt herzustellen, um besser auf Rückmeldungen der Partner reagieren zu können. www.toshiba.de

Nokia startet Kampagne für Ovi Karten

Nokia hat seine Navigationskampagne, die sowohl die Navigationslösung Ovi Karten 3.0 als auch das Nokia 6710 Navigator und das Nokia N97 mini in Szene setzt, gestartet. Im Fokus steht dabei neben der Autovor allem die Fußgängernavigation, die auf aktuell über 20 Nokia Modellen für eine einfache Tür-zu-Tür-Navigation mit fußgänger-optimierten Routen sorgt - Abkürzungen inklusive. Entsprechend sind auch Nokias Handelsaktivitäten ausgerichtet. Promotions und spezielle Flyer für Ovi Karten 3.0, eine ausführliche Broschüre und ein PoS-Paket dienen Fachhändlern zur Verkaufsunterstütwww.nokiaonline.de zung.

50-Zoll-Full-HD-3D-**Fernseher von Panasonic**

Panasonic hat ein 50-Zoll-Full-HD-3D-Plasmadisplay entwickelt, auf dem der Nutzer mit Hilfe von speziellen Brillen 3D-Filme ansehen kann. Das Unternehmen setzt bei der Entwicklung seiner 3D-Technologien und -Produkte auf ganzheitliche Lösungen und ergänzt den Full-HD-3D-Plasma-Fernseher durch den passenden Blu-ray-Player. Derzeit arbeitet der Elektronikhersteller an der Serienreife seiner 3D-Produkte, die bereits 2010 in den deutschen Handel kommen sollen. Eine ähnliche Technik wie das verwendete "Full HD × 2" wird heute bereits eingesetzt, um die Raumwirkung in Kinosälen zu er zeugen.

Die neuen Displays haben einen besonderen 3D-Treiber mit schneller Pixelbeleuchtung. Diese verhindert bei gleichbleibender Helligkeit das Ghosting, einen Effekt, der in Folge der abwechselnden Darstellung von ken Fachhandel. Deshalb machen wir unsere Mitglieder heute fit, damit sie ihre Endkunden kompetent in die technische Zukunft begleiten", erläutert Dr. Jörg Ehmer, verantwortlich für den Vertrieb im Bereich Fachhandel, die Wissensoffensive. Den Auftakt bildet eine kostenfreie Schulung "Das vernetzte Haus" in Kooperation mit Samsung, in der Produkte und Grundlagen ganzheitlicher Lösungen im Mittelpunkt stehen.

EP hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Kunden mit ihren kompetenten Fachhandelsmitgliedern zu beraten und bei der Einführung dieser Technologien in die Haushalte zu begleiten. "Dafür machen wir uns mit unserer Schulungsmaßnahme fit",

erklärt Herbert Strobel, Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Satellit & Kabel. www.zvei.org

Sharp entwickelt Fünf-Farben-Display

Das menschliche Auge besitzt die Fähigkeit, selbst geringste Farbnuancen wahrzunehmen und zwischen ihnen zu differenzieren. Sharp hat jetzt eine Technologie entwickelt, die dieses breite Farbspektrum über ein LC-Display beinahe vollkommen darstellen kann. Die Pixelstruktur des neuen Paneltyps basiert statt auf den bisherigen drei nun auf fünf Farben, wobei Cyan (C) und Gelb (Y) die drei Grundfarben Rot (R), Grün (G) und Blau (B) ergänzen. Die Kombination schließt somit weitere vom Menschen wahrnehmbare Farben ein und erweitert den Umfang des darstellbaren Farbraums. Der neue Displaytyp kann 99 Prozent der tatsächlichen Oberflächenfarben wiedergeben. Mit dem Standard-RGB-Schema sind nur etwa 35 bis 60 Prozent möglich. Auch der Umwelt kommt die neue Farbvielfalt zugute: Dank der Fünf-Farben-Technologie kann die Hintergrundbeleuchtung noch effektiver genutzt werden, was zusätzliche Energieeinsparungen

Florian Rosenberg

möglich macht. www.sharp.de

Neuer Geschäftsführer bei **Gigaset Communication**

Michael Hütten übernimmt mit sofortiger Wirkung den Vorsitz der Geschäftsführung der Gigaset Communication. Die bisherigen Geschäftsführer Dr. Uwe J. Dombrowski und Dr. Andreas Schleicher scheiden aus. Diese Entscheidung hat der Mehrheitsgesellschafter getroffen, um den Prozess der Restrukturierung weiter zu beschleunigen. www.arques.de



Bildern für das linke und rechte Auge bisher häufig auftrat. Die exzellente Bewegungsdarstellung der Plasma-Panels sorgt zusätzlich für eine optimale 3D-Bildwiedergabe in hoher Auflösung. Spezielle 3D-Brillen steuern den Links-Rechts-Wechsel prä-

Einen Vorgeschmack auf das Full-HD-3D-Heimkinoerlebnis der Zukunft gibt Panasonic auf seiner 3D-Roadshow durch zehn deutsche und österreichische Städte: Neben Full-HD-3D-Videos und -Trailern aktueller 3D-Filme präsentiert der japanische Elektronikkonzern vor Ort jeweils aktuelle TV-Geräte, Blu-ray-Player und Recorder.

Die Roadshow Termine:

- 2. bis 7. November 2009 Karlsruhe, Einkaufszentrum **Ettlinger Tor**
- 11. bis 14. November 2009 München, OEZ
- 18. bis 21. November 2009 Hamburg, Alstertal Einkaufszentrum
- 25. bis 29. November 2009 Berlin, Alexa Einkaufszentrum
- 11. bis 16. Januar 2011 Wien, Donauzentrum

www.panasonic.de

EP startet Schulungen zur Heimvernetzung

Die ElectronicPartner Wissensoffensive für Fachhandelsmitglieder forciert zukunftsweisende Technologien und konzentriert sich in diesem Herbst auf das Thema Heimvernet-

"Wir sehen im Bereich Vernetzung exzellente Zukunftschancen, insbesondere für unseren beratungsstar-

kommentiert Ehmer den Hintergrund der Wissensoffensive im Bereich Heimvernetzung. ElectronicPartner unterstützt die angeschlossenen Fachhandelsmitglieder auf vielfältige Weise dabei, das Thema "Heimvernetzung" für ihr Geschäft zu erobern und fit für die Beratung und den Service bei den Endkunden zu sein.

- 3.11.2009 Hockenheim
- 4.11.2009 Sindelfingen
- 5.11.2009 Aschheim
- 12.11.2009 Lengenfeld
- 17.11.2009 Hannover
- 18.11.2009 Berlin
- 24.11.2009 Bad Klosterlausnitz
- 25.11.2009 Hamburg

www.electronicpartner.com

ZVEI begrüßt Festlegung auf Analogabschaltung

Die ZVEI-Fachverbände Consumer Electronics und Satellit & Kabel begrüßen die Festlegung der öffentlich-rechtlichen Sender auf die Analogabschaltung der Satellitenübertragung zum 30. April 2012. Die Analogabschaltung über Satellit ist für den Fachhandel, der die Umstellung mit einem umfassenden Service-Angebot begleitet, eine große Chance. Mehr als 70 Prozent der Haushalte, die ihre Programme vom Satelliten empfangen, sind inzwischen digitalisiert. Immerhin noch rund fünf Millionen Haushalte sehen TV analog via Satellit. "Hier genügt häufig schon der Austausch der analogen Satelliten-Receiver gegen ein digitales Modell, denn der größte Teil der Empfangsanlagen für Satellitenfernsehen ist bereits digitaltauglich",

Minis für die Gewinner der Samsung Sixpack-Aktion

Rosenberg wird neuer Sales Director bei LG

Florian Rosenberg übernimmt ab November 2009 die Position des Sales

Director Home Entertainment bei der LG Electronics Deutschland GmbH.

An der Spitze des Vertriebsteams berichtet er an Ulrich Kemp, COO der

LG Electronics Deutschland GmbH. Eine ausbalancierte Vertriebsstrategie

steht für Rosenberg im Mittelpunkt: "Die kundenorientierte Vertriebsstruk-

tur von LG hat sich im letzten Jahr bewährt und wird unter meiner Füh-

rung weiter ausgebaut werden", so Florian Rosenberg. "Wir sind eindeutig

auf dem richtigen Weg." Seit einem Jahr betreut LG mit

einem dedizierten Vertriebsteam die Fachhandelspartner

aus dem Bereich Unterhaltungselektronik. Ulrich Kemp

setzt vollstes Vertrauen auf seinen neuen Sales Director:

"Florian Rosenberg hat in seinen vorherigen Positionen

Großes geleistet und kennt den CE-Markt. Mit unserem

wachsenden Produktportfolio brauchen wir einen Mann

wie ihn an vorderster Front, der sowohl den Fachhandel

als auch die Bedürfnisse der Konsumenten versteht."

Samsung überreichte auf der IFA 2009 zwei schicke Mini One an die Hauptgewinner der Samsung Sixpack-Aktion. Die beiden Samsung Flitzer wurden am 4. September von Jürgen F. Krüger, Director Digital Printing, übergeben.

Frank Müller vom Fachhandelshaus mbm-Computer e.K. in Brühl und Manfred Radtke sowie Michael Laub vom Büro-Systemhaus Radtke OHG aus Balingen konnten in Berlin die Schlüssel für die Minis entgegennehmen.

Zwischen dem 22. Juni und dem 15. August konn-



ten alle autorisierten Samsung Partner mit den Samsung Printing Sixpacks attraktive Drucker- und MFP-Bundles zu attraktiven Konditionen erwerben und damit ein noch besseres Preis-/Leistungsverhältnis erzielen. Alle Besteller, die mindestens eines der drei Samsung Printing Sixpack-Pakete bei der autorisierten Distribution gekauft haben, nahmen gleichzeitig an einer exklusiven Verlosung teil. Neben den beiden Mini One konnten die Fachhändler hierbei außerdem 100 IFA-Fachmessetickets

"Mit Aktionen wie dieser wollen wir den Abverkauf unserer leistungsfähigen Printing-Produkte gezielt fördern und unseren Marktanteil weiter ausbauen", erläutert Jürgen F. Krüger, Director Digital Printing bei Samsung. "Gleichzeitig ist es auch eine gute Gelegenheit, unseren Fachhändlern und Partnern durch attraktive Preise ein 'Dankeschön' für ihre hervorragenden Vertriebserfolge auszusprechen."



ERLEBEN SIE GRENZENLOSE FREIHEIT MIT MODERNSTER LED TECHNOLOGIE.

LIVE)BORDERLESS™

Der TV der unbegrenzten Möglichkeiten. Bahn-brechende LED Backlight Technologie sorgt im neuen SL9000/SL9500 von LG nicht nur für unglaubliche Klarheit, sondern auch für die bestmögliche Kontrolle von Farbe und Kontrast. Und für einen geringeren Energieverbrauch. Die Zukunft sieht einfach prächtig aus. Life's Good.



LED LCD TV SL9000/9500 www.lge.de/LED







Philips: LED-Backlight-Technologie mit Local Dimming

9700er LCD-TVs setzen neue Standards

Seit letztem Jahr setzt Philips die Direct LED-Technologie in seinen Top-TV-Displays ein und erzielt außergewöhnlich gute Bildergebnisse. In diesem Jahr bringen die Niederländer die 9700er-Serie und haben es noch einmal geschafft, die Bildqualität nach oben zu schrauben.

Einer der großen Vorteile von LC-Displays ist deren sehr scharfe Bilddarstellung, wobei jedoch die Wiedergabe eines tiefen Schwarztons bisher nicht möglich war. Ursache dafür war bisher der ausschließliche Einsatz der CCFL-Backlight-Technologie.

Hierbei werden Leuchtstoffröhren mit weißem Licht als Hintergrundbeleuchtung eingesetzt. Das erzeugte Licht wird gleichmäßig auf dem Display verteilt, und über Farb- und Polarisationsfilter werden die Pixel auf dem Display angesteuert. Da sich aber ein CCFL-Backlight nur im Ganzen und nicht komplett auf Null (gleich Schwarz) dimmen lässt, können keine erstklassigen Kontrastwerte erreicht werden.

LED-Hintergrundbeleuchtung

Abhilfe schafft eine aus LEDs bestehende Hintergrundbeleuchtung, wobei diese matrixförmig angeordnet sind und sich in Segmenten unabhängig voneinander schalten lassen. Durch die gezielte

Ansteuerung einzelner Segmente erreicht man, dass die gewünschten Bildinhalte komplett schwarz erscheinen, während andere Bereiche weiterhin eine hohe Leuchtkraft aufweisen. Dadurch, dass die LEDs in den schwarzen Bildbereichen auch tatsächlich ausgeschaltet sind, erscheint das Schwarz sichtbar tiefer und satter.

Segmentierbare Dimmung

Philips setzt bei der 9700er-Serie auf die Direct LED-Technologie, die Philips LED Pro nennt, und bei der weiße LEDs zum Einsatz kommen. Aufgrund der segmentierbaren Dimmung ergibt sich ein extrem guter Schwarzwert bei hohem Kontrastumfang.

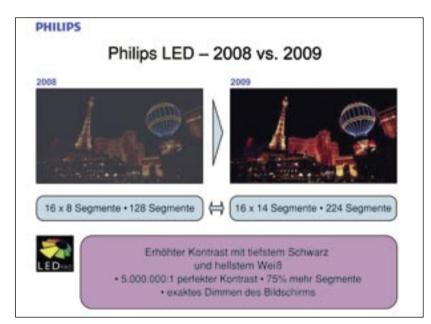
Die Full-HD-Displays der 9700er-Reihe mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln sind in 40, 46 und 52 Zoll erhältlich. Über 224 exakt gesteuerte LED-Segmente bilden das Backlight dieser Panels. Helle Bildbereiche erhalten intensives Licht, während in

dunklen Bereichen die LEDs gedimmt oder sogar ausgeschaltet werden. Das Ergebnis sind überragende Kontrastwerte und ein tiefes Schwarz. Kombiniert mit der Perfect Pixel HD Engine ergibt sich ein lebendiges und sehr natürliches Bild. Mit LED Pro ist Schwarz schwarz und Weiß weiß.

Scharf bis in die Ecken

Dank ihrer 200 Hz Clear LCD-Technologie und einer minimalen Reaktionszeit von nur einer Millisekunde gehören die Geräte der 9700er-Reihe zu den schnellsten LCD-TVs der Welt. Die 200 Hz Clear LCD-Technologie sorgt selbst bei actionreichen Filmsequenzen für extrem scharfe, klare und lebendige Bilder ohne Bewegungsunschärfen. Neben der LED Pro-Technologie ist die 9700er-Serie mit den neuesten Bildverar-

Die 9700er-Serie von Philips ist hochwertig verarbeitet, verfügt über integrierte DVB-T/DVB-C/MPEG-4 HDTV-Receiver und ist mit fünf HDMI 1.3a EasyLink Eingängen ausgestattet. Net TV, Wi-Fi, Ethernet- und PC-Netzwerk-Verbindungen machen die Displays zu echten Multimedia-Zentralen.



Philips hat die Qualität seiner LED Pro-Technologie noch einmal erhöht. So erzeugen die neuen Displays einen Kontrast von 5.000.000:1 und liefern gegenüber dem Vorgängermodell 75 Prozent mehr Segmente. Das Ergebnis sind extrem tiefe Schwarztöne und eine gleichmäßige Ausleuchtung.

beitungstechnologien von Philips ausgestattet. Die Perfect Pixel HD Engine des Jahres 2009 verarbeitet 500 Millionen Pixel in jeder Sekunde und bietet somit ein unerreicht detailliertes und scharfes Bild. Jedes Pixel des eingehenden Signals wird mit den benachbarten Bildpunkten verglichen und so optimiert, dass besonders natürliche und lebensnahe Bilder wiedergegeben werden.

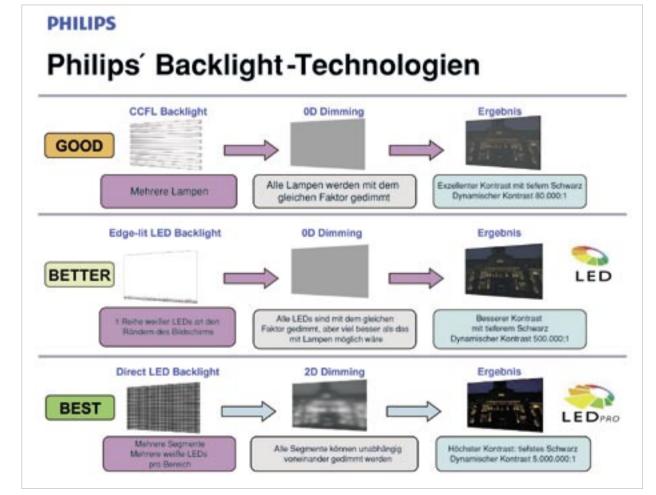
High Speed ohne Zwischenstop

Perfect Natural Motion sorgt für ein ruckelfreies und scharfes Bild, was vor allem bei 1.080/24p-Signalen eine Herausforderung ist. Perfect Natural Motion ermittelt die Bewegung im Bild und korrigiert ruckelnde Bewegungen in Filmen (Movie Judder) sowohl beim TV-Signal als auch bei DVD-und Blu-ray-Wiedergabe. Perfect Natural Motion liefert weichere und ruhigere, gleichzeitig extrem scharfe Bilder, die sogar die Qua-

lität im Kino übertreffen. Ohne die richtige Farbwiedergabe aber ist das beste Bild nichts wert. Perfect Colors ist die Signalverarbeitung, welche sowohl die Quellen mit erweitertem Farbraum (x.v. Color, Deep Color HDMI) unterstützt als auch die Vorteile des Wide Color Gamut Displays voll nutzen kann. Auch für die Standardfarbräume bietet Perfect Colors beste Performance. Dabei arbeitet die komplexe Bildsignalverarbeitung des Color Boosters mit einer Genauigkeit von 17 Bit. So erzeugen die neuen TV-Displays von Philips 2.250 Billionen unterschiedliche Farben und bieten dem Betrachter eine natürliche Haut- und Weißton-Darstellung.

Neben einer deutlich verbesserten Bildwiedergabe gegenüber den Vorgängermodellen aus 2008 weisen die neuen 9700er-Modelle auch einen erheblich verringerten Energiebedarf auf, was einer Ersparnis bei Energieverbrauch und Materialeinsatz von ungefähr 40 Prozent entspricht.

www.philips.de





Philips macht es mit Net TV möglich, über den Fernsehbildschirm auf eine große Auswahl von Unterhaltungs- und Informationswebseiten einfach und ohne besonderen Installationsaufwand zuzugreifen. Das Besondere an der Lösung der Niederländer ist der browser-basierte Ansatz. Daher erlaubt Philips Net TV unter anderem auch den direkten Einstieg auf eine beliebige Website.

machen.

Offene Standards

Die Verwendung offener Standards und die einfache Nutzung von Net TV hat eine Reihe von Europas führenden Fernsehanbietern sowie zahlreiche weitere Diensteanbieter dazu bewogen, ihre Angebote aus dem Internet auf die Darstellung auf dem Fernsehdisplay zu optimieren. Dazu gehört die Einbindung der Media-

theken ("Catch-up"-TV) und ein verbessertes, erweitertes Videotextangebot, das sich über das Net TV-Portal aufrufen lässt.

Philips Net TV umfasst bereits mehr als 100 für die Darstellung auf dem TV maßgeschneiderte Internetangebote von so unterschiedlichen Anbietern wie You-Tube, eBay, TomTom, Meteo-Group, Tunin.FM, Funspot, My Album und Netlog. Diese Dienste sind europaweit für Net TV verfügbar, während das regionale Angebot je nach Land variiert und weitere Angebote aus den Bereichen Nachrichten, Verkehr, Wetter, Sport, Foto-Sharing und Games umfasst.

Bequem surfen – einfach vom Sofa aus

Sobald der Fernseher via Ethernet-Kabel oder Wi-Fi zu Hause

dards CE-HTML. Im Gegensatz zu anderen Herstellern offeriert Philips eine browser-basierte Lösung (Opera): Neben den vordefinierten Inhalten kann deshalb auch eine beliebige Internetadresse angewählt werden. Die Texteingabe bei Net TV erfolgt, analog wie beim Mobiltelefon, mit Hilfe der Buchstabenkombinationen auf der Fernbedienung. Bei Net TV sind, dank speziellem HTML-Code, Internetinhalte perfekt für die Darstellung auf dem Fernseher angepasst. Die Navigation ist damit sehr komfortabel über die Fernbedienung möglich. Alles was für Net TV benötigt wird, ist ein Internet-Breitband-Anschluss, auf den man vom Fernseher wahlweise per Ethernetkabel oder WLAN zugreift. Eine

ans Netz angeschlossen ist, baut

Net TV automatisch eine lokale

Startseite auf. Webseiten werden

mit Net TV auf die Ansicht am

Fernsehschirm optimiert, basie-

rend auf dem offenen IP-TV Stan-

benutzerdefinierte

respektive

Lokale Informationen für den Verbraucher

weitere Set Top Box oder der

Abschluss eines Service-Vertra-

ges sind nicht notwendig.

Neben den europaweiten Diensten wird Philips mit einer Vielzahl lokaler Partner in den jeweiligen Ländern zusammenarbeiten, die speziell für die Darstellung auf dem Fernseher angepasste Inhalte zur Verfügung stellen. Eine von Philips durchgeführte Marktforschung hat ergeben, dass die Nutzer in erster Linie nach relevanten

Informationen in der eigenen Sprache und mit einem lokalen Bezug suchen. An zweiter Stelle stehen englischsprachige europaweite Angebote.

In Deutschland wie in den Niederlanden, Belgien oder Frankreich werden führende und reichweitenstarke Partner Nachrichten, Wetter, Sportmeldungen oder Unterhaltungsangebote in der jeweiligen Landessprache anbieten.

Internet wird immer wichtiger

Die Zeiten für die Einführung solcher Dienste sind nicht schlecht, denn das Internet an sich hat im täglichen Leben einen großen Stellenwert erreicht. Immerhin haben 86 Prozent der jungen Deutschen bis 29 Jahre in ihrem Haushalt einen Internet-Zugang, und bei den Senioren ab 65 Jahren sind es immerhin noch 35 Prozent. Neben der Informationsbeschaffung wird das Internet zunehmend zum Einkauf von Waren genutzt. In diesem Jahr haben bislang 44 Millionen Verbraucher Waren oder Dienstleistungen online gekauft. Das entspricht 88 Prozent aller Internetnutzer. Auch drei Viertel der Senioren ab 65 Jahren haben bereits im Internet eingekauft. Am stärksten wird das Online-Shopping in der Altersklasse der 30bis 49iährigen mit 92 Prozent aenutzt.

Mit den Angeboten aus den Mediatheken liegt Philips zusätzlich im Trend hin zu IPTV. Denn auch IPTV (Fernsehen per

Internet), obgleich erst vor drei Jahren massenmarkttauglich eingeführt, erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Es bietet neben dem klassischen TV-Programm zusätzliche Features wie zeitversetztes Fernsehen, Video-on-demand und umfassende Zusatzinformationen zum Programm. Dazu kommen weitere Funktionen und Anwendungen, die zum Teil bereits von Online-Angeboten bekannt sind, zum Beispiel das Lesen von E-Mails auf dem Fernseher. Ende kommenden Jahres sollen 1,8 Millionen zahlende Kunden IPTV nutzen. Dazu kommen kostenlose Angebote von Internet-Plattformen, die sich der Anmutung von TV-Programmen annähern. Schließlich finden sich immer mehr Spielfilme, Serien und Nachrichtensendungen in Mediatheken wieder. www.philips.de

KERNARGUMENTE

- Einfacher Internet-Anschluss per WLAN oder Netzwerkkabel

 Anschluss
 Ans
- Einfach auf Informationen oder Unterhaltungsangebote im Internet zugreifen, ohne einen PC zu starten.
- Ein Tastendruck auf der Fernbedienung genügt, um den Internet-Modus zu starten.
- Inhalte können schneller und angenehmer erlebt werden und sind besser lesbar als im traditionellen Videotext.
- Der Zuschauer kann gemeinsam mit Freunden oder der Familie beispielsweise Filme auf YouTube finden und anse-
- Online Foto-Alben anschauen.



Philips Net TV umfasst bereits mehr als 100 für die Darstellung auf dem TV maßgeschneiderte Internetangebote von so unterschiedlichen Anbietern wie YouTube, eBay, TomTom, MeteoGroup, Tunin.FM, Funspot, My Album und Netlog. Dazu verwendet das Unternehmen den offenen Standard CE-HTML.

Samsung: Erfolgskampagne LED-TV reloaded

Die Welt wird schöner

Seit Anfang des Jahres hat die TV-Welt eine neue Spezies: Samsung LED-TV hat Erfolgsgeschichte geschrieben. In der Vorweihnachtszeit unterstützt Samsung den Handel mit einer großangelegten, integrierten Kampagne und rückt neben den ultraschlanken Fernsehern auch sein umfangreiches Blu-ray Heimkino-Sortiment in den Fokus.

Sehr hohe Kontraste, eine Gerätetiefe von weniger als 2,9 Zentimetern und eine beeindruckend

hohe Energieeffizienz: Die LED-TV-Serien von Samsung haben in diesem Jahr technologisch, ästhetisch und ökologisch neue Maßstäbe gesetzt. Allein innerhalb der ersten 100 Tage nach Produkteinführung weit 500.000 Geräte.

Fernsehen

in bester Qualität

"Wir wollen den Verbrauchern

Fernsehen in einer außergewöhn-

lichen Qualität bieten und haben

deshalb bei der Entwicklung unserer LED-TVs innovative Richtun-

gen eingeschlagen. Der Erfolg

bestätigt, dass wir einen neuen

Trend in der TV-Welt geschaffen

haben", sagt Hans Wienands,

Business Director Samsung CE.

Begleitet wurde die Produktein-



kaufte Samsung welt- Hans Wienands: "Wir wollen den Winter-Kampagne auf-Verbrauchern Fernsehen in einer zugreifen. Unter dem außergewöhnlichen Qualität bie-

führung im Frühjahr von umfangreichen TV-, Print-, Online- und PoS-Maßnahmen, in deren Mittel-

> punkt ein farbenprächtiger Kolibri stand. Da Verbraucher den Vogel seitdem positiv mit Samsung LED-TV in Verbindung bringen, hat sich der Marktführer dazu entschlossen, dieses Motiv auch in seiner neuen Herbst-/ Motto "Die Welt wird

LED-TV. Die neue Spezies" flattert der Kolibri wieder über den TV-Bildschirm und führt dem Zuschauer die einzigartigen Vorzüge der LED-Technologie vor Augen. So ist er seit Anfang August in siebensekündigen Preund die Sat.1-Serie greifende Promotionaktion."

schöner.



Samsung

RTL-Serie CSI: Miami beim Abverkauf zu unterstützen, setzen wir auf eine produktüber-

Navy CIS zu sehen, die abwechselnd die atemberaubende Bildqualität, die hohe Energieeffizienz, das Ultra Slim Design und die vielseitigen Multimedia-Funktionen der Geräte hervorheben.

Starke Präsenz in allen Medien

Im Rahmen der breitangelegten Werbe- und Kommunikationskampagne geht Samsung ab dem 26. November in die Offensive. "Auf allen großen Privatsendern schalten wir in der Vorweihnachtszeit nicht weniger als 442 15-Sekünder-Spots, Presenter und Split Screens. Auf diese Weise sorgen wir für eine kontinuierlich hohe Aufmerksamkeit der Verbraucher für unsere Highlight-Produkte. Das werden auch unsere Handelspartner spüren",

sagt Gerd Weiner, Head of Sales & Marketing AV bei Samsung. Für eine maximale Reichweite lässt das Unternehmen seinen Kolibri auch online fliegen und schaltet aufmerksamkeitsstarke Sonderwerbesenter Spots für die Gerd Weiner: "Um den Handel formen und Formate wie Skyscraper Ban-

ner im Internet. Dar-



So laufen auf allen großen Privatsendern in der Vorweihnachtszeit 442 15-Sekünder-Spots, Presenter und Split Screens, womit besonders die Samsung Highlight-Produkte in den Fokus der Kunden rücken.

über hinaus wird die LED-Microsite unter www.samsung.de/led in den Wintermonaten weitergeführt. Im Print-Bereich begegnen Leser von Publikumsmagazinen und Special Interest Medien dem Samsung Kolibri in einer umfassenden Anzeigenkampagne. "Um den Handel insbesondere in der Vorweihnachtszeit beim Abverkauf zu unterstützen, setzen wir auf eine produktübergreifende Promotionaktion. In reichweitenstarken Titeln stellen wir den LED-TV B8090 gemeinsam mit der Blu-ray Soundbar HT-BD8200 und dem Blu-ray Player BD-P4610 als Geschenktipp vor", erläutert Weiner. So rückt Samsung im Bereich Blu-ray Heimkinoanlagen auch seine Zuspieler in den Fokus der Nutzer.

LED-TV und Blu-ray im Weihnachtsgeschäft

Neben LED-TV setzt Samsung im Jahresendgeschäft mit Nachdruck auf das Thema Blu-ray und treibt dieses aktiv voran. Von Beginn an unterstützt der Hersteller das hochauflösende Format und hat viel in die Entwicklung hochwertiger Zuspieler investiert, die dem Verbraucher ein Heimkinoerlebnis mit brillanten Bildern und atemberaubendem Sound bieten. Als Marktführer im Bereich Blu-ray Heimkinoanlagen (in Wert und Stück) wird Samsung seinen Technologievorsprung weiter ausbauen und das mit einem erweiterten Sortiment auch am PoS unter Beweis stellen.

www.samsung.de

Samsung: Stark am Point of Sale

Innovative Shopdisplays

Gute Produkte sind die Basis für anhaltenden Erfolg, die adäguate Präsentation im Handel der Schlüssel zum Durchverkaut. Samsung setzt mit innovativen Displays seine neuen Produkthighlights passend in Szene.

Was der Kunde im Ladenlokal nicht sieht oder ausprobieren kann, hat es schwer, die Aufmerksamkeit des Anwenders zu erlangen. Mit aufwendigen Displays setzt Samsung jetzt zum Weihnachtsgeschäft sein aktuelles Produktportfolio bei seinen Handelspartnern richtig in Szene. Bis zum Jahresende sollen rund 1.200 der neuen Präsentationsflächen bei den Samsung-Part-



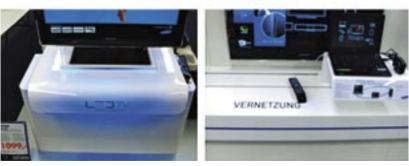
Mit diesen attraktiven Promotiondisplays überlässt Samsung nichts dem Zufall und schafft eine aufmerksamkeitsstarke Verkaufsinsel im Laden. Das Photodisplay informiert über laufende Kampagnen sowie die Geräte. Durch die motorbetriebene Drehscheibe kann der flache Fernseher aus allen Richtungen betrachtet werden, was die Aufmerksamkeit des Kunden auf die Produkte lenkt.

nern vor Ort stehen. Edle Materialien, hochwertig verarbeitet, zeigen die Geräte in unterschiedlichen Szenarien.

Dabei laden die beleuchteten Produktinseln zum aktiven Umgang mit den Geräten ein. Die TV-Displays sind auf motorbetriebenen Drehscheiben angebracht, so dass diese von allen Seiten wahrgenommen werden können. Photoframes liefern alle wichtigen Informationen zu den gezeigten Produkten. Darüber hinaus sind auf den abgeschrägten Flächen der Möbelstücke weitere Erläuterungen und Bedienungshilfen zu finden.

Die neuen Insellösungen sind zu verschiedenen Themengebieten für Samsung Premium Partner erhältlich. Je nach Ausführung





Gleich, in welchem Umfeld Samsungs neue Insellösungen integriert werden, treten sie aus dem übrigen Erscheinungsbild hervor und lenken die Aufmerksamkeit des Kunden auf die Highlight-Produkte. Die aufwendige Verarbeitung sowie die weit sichtbare Beleuchtung wecken das Käuferinteresse.

kommunizieren große, seitlich angebrachte Leuchtstelen die aktuellen Werbekampagnen sowie weitere Kundeninformationen zu den gezeigten Produkten oder

aktuellen Aktionen. Die Inhalte lassen sich leicht wechseln und ieweils aktuellen Aktivitäten anpassen.

www.samsung.de



UE

Design-Lautsprecher Serie 3 von Pioneer

Pioneer Deutschland stellt mit der Serie 3 eine neue Reihe von Design-HiFi-Lautsprechern vor. Dank des Einsatzes neuer Treiber und weiterentwickelter Technologien bieten die Lautsprecher der Serie 3 eine dynamische Klang-

wiedergabe ohne interne oder externe akustische Störungen. Die Reihe umfasst den Standlautsprecher S-31, den Regallautsprecher S-31B und den



Center-Lautsprecher S-31C. Alle Modelle der Serie 3 sind mit Pioneer Phase Control-Technologie zur Steuerung des Phasengangs und Zeitverhaltens ausgestattet, um den Effekt von Klangverzögerungen zu minimieren, die in der Regel auf Filterungsprozesse bei Mehrkanalaufnahmen zurückzuführen sind. Wenn diese Lautsprecher mit einem Pioneer AV Receiver kombiniert werden, der Phase Control unterstützt, wird Mehrkanalklang getreu der Originalquelle reproduziert. Alle Lautsprecher der Serie 3 sind ab November 2009 im Fachhandel verfügbar.

www.pioneer.de

Denon stellt Universal-Blu-ray-Player vor

Denon bringt mit dem DBP-4010UD einen neuen Universal-Blu-ray-Player mit Eigenschaften der High-End-Geräte auf den Markt. Der Player verarbeitet Bluray-Discs, DVDs, Super Audio CDs, DVD-Audio-Discs und CDs. Der eingebaute LAN-Anschluss ermöglicht Firmware-Updates, Web Control-Unterstützung sowie den Zugang zu erweiterten Inhalten per BD-Live. Neben AVCHD unterstützt der DBP-4010UD die Wiedergabe von Dateien in den Formaten DivX, JPEG, MP3, WMA, AAC und WAV, gespeichert auf DVDs oder SD (SDHC)-Karten.

Der Player ist Ende November in schwarzer oder premium silberner Ausführung zum Preis von 1.999,-Euro erhältlich. www.denon.de

Sonos S5 mit integrierten Lautsprechern

Der ZonePlayer S5 erweitert das Multiroom-System um einen Player mit integrierten Lautsprechern, der sich als Stand-Alone-Gerät überall per WLAN an ein Sonos-Netz anbinden lässt. Der S5 verfügt über zwei Hochtöner, zwei Mitteltöner sowie einen integrierten Einwege-Subwoofer. Alle Lautsprecher werden jeweils separat über den digitalen Verstärker angesteuert und

sorgen für einen raumfüllenden Klang. Der S5 kann über iPhone, iPod touch oder jeden anderen Sonos-Controller gesteuert werden. Das Gerät ist mit dem Internet verbunden



und bietet mehr Musikauswahl als normale Docking-Stations. Der Zone-Player S5 erlaubt den Zugriff auf mehr als 25.000 Radiostationen und Podcasts, kostenlos und sofort verfügbar. Durch die Integration der Musikdienste wie Last.fm, Napster und Deezer können Millionen von Songs und Sendern ohne einen Computer abgespielt werden. Ebenso kann die persönliche Musik-Bibliothek wiedergegeben werden, die auf einem Computer oder NAS-Laufwerk gespeichert ist. Der analoge Audio-Eingang erlaubt den Anschluss nahezu aller externen Audio-Quellen (wie iPod, CD-Player, TV, DVD, VCR oder Tuner), die dadurch über alle angeschlossenen ZonePlayer im System wiedergegeben werden könwww.sonos.de

Netgear: Digital Entertainer Live EVA2000

Die neue Set-Top-Box von Netgear ist mit dem Internet verbunden und ermöglicht über eine einfache Fernbedienung den Zugriff auf die Welt der digitalen Medien und Internet-Videos. IPTV, Videos und andere digitale Inhalte vom Computer, von USB- und Netzwerkspeichern und dem Internet stehen so der ganzen Familie im Wohnzimmer zur Verfügung.

www.netgear.de

VGA-Stereo/HDMI-Konverterkabel von Hama

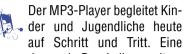
Nicht alle PCs und Laptops sind bereits mit HDMI-Schnittstellen ausgestattet. Das VGA-Stereo/HDMI-Konverter-Kabel bringt Bilder und Filme über den VGA- und Audio-Ausgang des Rechners zum hochauflösenden Wiedergabegerät wie einen LCD-, LED-, Plasma-TV oder Beamer. Über den eingebauten HDMI-Signalwandler für VGA- und Stereo-Audiosignale wird



das Datenmaterial von der Festplatte mit VGA-Stereo-Ausgang in 1.080p-Vollbildqualität umgewandelt. Unter Windows 7 und Vista wird automatisch die maximal unterstützte Auflösung der angeschlossenen Geräte erkannt und eingestellt.

www.hama.de

Lautstärkereduzierende Ohrhörer von Logitech



dauernde Beschallung mit zu lauter Musik birgt jedoch auch Gefahren – gerade für empfindliche Kinderohren. Die bunten LoudEnough Ohrhörer der Ultimate Ears

Reihe sind mit eingebauter Lautstärkenbegrenzung ausgestattet, die die maximale Lautstärke der

Musik im Vergleich zu Standard-Ohrhörern um mindestens 30 Prozent verringern.

Zum Lieferumfang gehören drei weiche Ohrpassstücke in Größen von extraklein bis mittel, die sich für jedes Kindesalter eignen. Eine Geräuschisolierung von bis zu 16 dB sorgt zudem dafür, dass die Kinder nicht von der Außenwelt abgeschnitten sind.



SAT

Sky-HDTV auch bei **Kabel Deutschland**

Sky hat sich mit dem Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland auf die Einspeisung aller sieben bei Sky empfangbaren HD-Sender geeinigt. Kabel Deutschland wird ab sofort neben Sky Sport HD und Discovery HD die Sender Sky Cinema HD, Eurosport HD, Disney Cinemagic HD, National Geographic HD und History HD neu einspeisen. Mark Williams, Vorstandsvorsitzender der Sky Deutschland AG: "Diese Vereinbarung stellt für unsere Kunden, die uns über Kabel Deutschland empfangen, einen echten Mehrwert dar, da sie nunmehr unser komplettes HD-Angebot genießen können. Mit etlichen weiteren Kabelnetzbetreibern sind wir aktuell in Gesprächen, um unseren Kunden auch dort alle unsere HD-Sender anbieten zu können." Mit Sky HD startete im Juli das erste umfassende HDTV-Angebot Deutschlands und Österreichs mit sieben Senwww.sky.de

Smart Festplattenreceiver mit moreTV

Smart bringt mit dem MX 44 einen multifunktionalen Satellitenreceiver heraus. Dank einer integrierten Mitdenk-Funktion lernt der Receiver, welche Sendungen und Genre der Konsument bevorzugt und zeichnet diese auf der integrierten 250 GByte großen Festplatte auf. Wer nicht zu



Hause ist, kann Aufnahmen ganz einfach über das Internet oder Handy (iPhone ready) programmieren. Ausgestattet mit einem digitalen Videoausgang sowie einem Bildverbesserungsverfahren für 720p/1.080p, sorgt der Smart MX 44 für eine volldigitale Übertragung der Bild- und Tonsignale zum Fernseher. Der Festplattenreceiver Smart MX 44 ist ab sofort zum Preis von 299,- Euro erhältlich. www.smart-electronic.de

Eutelsat vermarktet DVB-T Angebot Viseo+

Eutelsat vermarktet das neue DVB-T Programmangebot des Partners Mediengruppe RTL Deutschland in den Regionen Stuttgart und Halle/ Leipzig unter dem Markennamen Viseo+. Die Signalverbreitung von Viseo+ erfolgt in einer Deutschlandpremiere erstmals im MPEG-4 Standard. Mit diesem Standard lässt sich das Frequenzspektrum effizienter nutzen als bisher. Der Zuschauer profitiert von einem deutlich größeren

Programmangebot und kann mit Viseo+ die Free-TV Sender RTL, Vox, RTL II und Super RTL sowie mit dem Paket Viseo+ Extra die beiden beliebten Pay-TV Sender RTL Crime und Passion empfangen. Diese beiden Pay-TV Sender werden im Rahmen der Einführung von Viseo+ den Zuschauern für ein Jahr lang gratis angeboten. www.viseo.tv

Die Privatsender starten mit HD+

Die HD Plus GmbH startet ihren Service für hochauflösendes Fernsehen, HD+, am 1. November 2009. Der Marktstart erfolgt mit den HD-Programmen der Sender RTL und Vox, im Januar kommen Sat.1, ProSieben und kabel eins in HD hinzu. Die ersten für den Empfang von HD+ geeigneten Receiver sind zum Start im Handel erhältlich. Zuschauer können HD+ über den Kauf eines HD+ Satellitenreceivers ein Jahr lang kostenlos nutzen. Eine vertragliche Bindung oder ein Abonnement sind für das neue HD+ Angebot nicht notwendig, das Anschließen des Receivers genügt. Bis Ende des Jahres werden sechs Modelle von HD+ Receivern der Hersteller Humax, TechniSat, Technotrend Görler sowie Videoweb auf den Markt kommen. Zusätzlich wird die HD Plus GmbH Module für Empfangsgeräte unterstützen, die den CI Plus-Standard verwenden. Auch Fernsehgeräte mit integriertem Receiver von Herstellern wie Loewe, Metz, Samsung oder Sony, die eine CI Plus-Schnittstelle besitzen, sind HD+ www.ses-astra.com

SRT 55 Scart Receiver von Strong

Der neue terrestrische Scart Receiver SRT 55 lässt sich an die Scart-Buchse des Fernsehers anstecken und macht sich so fast unsichtbar. Als kleine Multimedia Station eignet sich das Gerät zum Betrachten von Fotos direkt von einer SD-Karte oder zur



Wiedergabe als Foto-Show mit MP3 Musikuntermalung. Vom elektronischen Programmführer (EPG), über Teletext, Untertitel, 1.000 Programmspeicherplätze, 8 Timer mit 4 Modi und Sleep Timer, Favoritenlisten und vielem mehr bietet er alle Funktionen eines voll ausgestatteten Receivers. Die Bedienung erfolgt mittels Fernbedienung über das zur Ausstattung gehörende Infrarotauge. Der neue

Strong SRT 55 ist ab sofort zum Preis von 49,95 Euro erhältlich.

www.strong.tv

TechniSat Ungarn startet Antennenproduktion

Nach einer dreimonatigen Erprobungsphase konnte jetzt die Produktion im neuen modernen Werk in Abasár/Budapest (Ungarn) planmä-Big gestartet werden. In den nächsten Monaten soll Schritt für Schritt die Produktion aller TechniSat Sat-Antennen und -Halterungen in das neue Werk verlagert werden.

www.technisat.de

Kathrein bringt DVB-**S-HDTV-Receiver**

Der HDTV-Receiver UFS 904 ist für den Empfang von digitalen Satelliten-TV- und Radio-Programmen geeignet. Das Common Interface bietet Platz für die Aufnahme eines CA-Modules für Pay-TV-Programme. Über den optischen Audio-Ausgang wird der Dolby Digital-Datenstrom AC 3 an eine Dolby Digital-Anlage ausgegeben. Über die USB 2.0-Host-Schnittstelle an der Rückseite des Gerätes ist es möglich, externe Speichermedien wie etwa einen USB-Stick oder eine Festplatte zur Aufnahme von TV- und Radiosendungen anzuschließen. www.kathrein.de

Wisi: Digital-TV hält Einzug in das Satellitenfernsehen

Umpüststau vermeiden

Die analoge Satellitenverbreitung steht vor dem Ende. ARD, ZDF und die Privaten wollen allerspätestens 2012 abschalten. Mit einer umfangreichen Kampagne unterstützt Wisi Handel und Handwerk bei der Kundengewinnung für Sat-Digital-**Empfang. Pano Joakimidis, Leiter Marketing/Vertrieb Handel** Inland Wisi, stellte sich den Fragen der PoS-MAIL-Redaktion.

Nach jahrelanger Ankündigung steht die Abschaltung der Analog-Übertragung der Fernsehprogramme vor der Tür. Bereits in fünf Jahren könnte es so weit sein.

"Der Vollumstieg aller Verbreitungswege inklusive des Kabelfernsehens auf den digitalen TV-

Empfang könnte nach jüngsten Einschätzungen der Kommission für die Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) schon 2014 komplett abgeschlossen sein", so Pano Joakimidis, Leiter Marketing/Vertrieb Handel Inland bei Pano Joakimidis: "Zentrale Be-Wisi. "Zudem steht standteile unseren nampagne s..... HDTV kurz vor dem ne zum digitalen Fitness-Check."

12—11/2009

Start. Entsprechende Programmangebote will die RTL-Gruppe schon im November anbieten. ARD, ZDF und Pro7/Sat1 folgen mehrere Monate später mit eigenen Programmen. Mit diesem Tempo halten die Verbraucher nicht mit", ist sich Joakimidis sicher.

Trotz stetiger Zuwächse in den letzten Jahren haben sich bis heute erst 55 Prozent oder 20,6 der rund 38 Millionen TV-Haushalte für Digital-TV entschieden. Davon stellen die immer noch

analogen Satellitenhaushalte für Handel und Handwerk eine besonders attraktive Zielgruppe dar.

"Die Zeit drängt", mahnt Pano Joakimidis. "Was wir dringend benötigen, sind zusätzliche Impulse für den Verbraucher, den Umstieg rechtzeitig zu vollziehen. Angesichts von immer noch 17 Millionen analogen TV-Haushalten sind Handelspartner und Geräteindustrie aus unserer Sicht sehr gut beraten, sich möglichst rasch auf die vielen offenen Fragen und Wünsche der Verbraucher zur Digitalisierung einzustellen. Es darf kein Umrüststau entstehen, der im schlimmsten Falle zu schwarzen Bildschirmen bei nicht digitalisierten Endkunden führt. Dies wäre ein Gau für alle Player der gesamten digitalen Wertschöpfungskette. Gezielte Beratung und Aufklärung ist daher aktuell die drängendste Aufgabe. damit Verbraucher die Vorteile der Digitalisierung erfassen und vollständig nutzen können." Handel und Handwerk haben jetzt die

Chance, von attraktiven Umsatzpotentialen zu profitieren, die es jetzt und in den nächsten Jahren auszuschöpfen gilt.

Nur mit einer gezielten, verständlichen Aufklärung der Verbraucher lässt sich ein solches Szenario verhindern. "Wir halten eine breite Aufklärung und die gezielte Verbraucheransprache durch Handel und Handwerk für dringend notwendig", erklärt Pano Joakimidis. "Es ist teilweise dramatisch, wie viele Millionen Verbraucher das Digitalfernsehen und dessen Vorteile nicht kennen."

Gefährliches Halbwissen

Laut Umfragen denkt ein sehr hoher Anteil der Endkunden, sie seien bereits mit dem Kauf eines Flachbildschirmes digitalisiert und ein HDTV-Haushalt. Bis Ende des Jahres wird es nach Prognosen der Geräteindustrie in deutschen Haushalten bereits rund 17,5 Millionen Flachbildschirme geben. Damit Verbraucher die Vorteile dieser hochwertigen Investitionen tatsächlich nutzen können, sollten alle Glieder der digitalen Empfangskette durchgängig höchste Qualität bieten. "Dies gilt von der Antenne über Multischalter bis hin zu Kabel, Dose, Stecker



Mit Gutscheinen für einen digitalen Fitness-Check prüfen teilnehmende Wisi-Händler die Kunden-Installation von der Satellitenantenne über die Antennendose bis zum Receiver.

und Receiver. Ein immer wieder erlebbares Beispiel sind die enormen Bildverbesserungsmöglichkeiten durch den Einsatz eines HDMI-Kabels, das immer noch zu wenige Haushalte nutzen. Wer als Verkäufer die Vorteile der Digitalisierung und die Empfangskette kennt sowie überzeugend vermitteln kann, gewinnt die noch Unentschlossenen und erschließt sich interessante Umsatzpotentiale", erläutert Joakimidis.

www.wisi.de

Erst 55 Prozent digital

vier bis fünf Millionen

fäglich frische News: www.pos-mail.de

JFI: Erfolgsprogramm mit Margensicherheit

Starkes TV-Line-Up für jeden Kundenkreis

Mit einem eigenen und exklusiven TV-Produktportfolio für den teilnehmenden Fachhandel hebt sich die JFI deutlich von anderen Wettbewerbern am Markt ab. Fünf Displays in vier verschiedenen Größen mit einem eigenständigen, unverwechselbaren Design sind in zwei Serien für unterschiedliche Kundenanforderungen erhältlich.

Was im April 2005 mit dem Zusammenschluss von fünf Facheinzelhändlern zur JFI (JVC Fachhandelsinitiative) begann, hat sich heute zu einem renditestarken TV-Exklusivprogramm für rund 1.600 in der JFI zusammengeschlossene Betriebe aus Deutschland, der Schweiz und seit kurzem auch aus Österreich entwickelt.

Fünf Displays in zwei Serien

Das aktuelle Portfolio besteht aus fünf hochwertigen LCD-TV-Geräten. Diese unterteilen sich in die 11er-Serie mit den Basisgeräten LT-26ED11 und LT-32ED11 HD Ready sowie in die Serie 22 mit ihren Premiumgeräten LT-32ED22, LT-37ED22 und LT-42ED22 Full HD. Besonders die Full-HD High-End-Displays lassen keine Wünsche offen und sind in den vorgenannten drei Bildgrößen erhältlich. Sie sind mit einem HD DVB-S- und HD DVB-T-Tuner ausgestattet und liefern eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln. 100 Hz Clear Motion Drive II sorgt für eine scharfe Bilddarstellung ohne Nachzieheffekte auch bei schnellen Szenen. Mit Hilfe der Bildbearbeitungstechnologie Dynapix HD werden zusätzlich die Kantenschärfe, Kontrastwerte sowie die Farbdarstellung optimiert.

High-End-Technik zum Einstiegspreis

Doch auch die Geräte der ED11-Serie können sich sehenlassen und bieten dem Kunden High-End-Technologie zum Einstiegspreis. Neben dem 32"-Gerät findet sich hier auch eine 26"-Version, die sich besonders als Zweit- und Drittgerät in Kinderzimmern, Küche oder Hobbyraum verkaufen lässt. Die Displays sind HD-ready, liefern eine Auflösung von 1.366 x 786 Pixeln und sind mit einem DVB-T- und DVB-S-Tuner ausgestattet. Alle Geräte beider Serien haben zur Abrundung des Bedienungskomforts zusätzlich zur multifunktionalen Fernbedienung

eine nur noch mit wenigen Tasten versehene kleine. leichte Easv-Fernbedienung.

3 Jahre JFI-Garantie

Alle Displays der JVC EDITIONLine besitzen drei HDMI-Schnittstellen, Komponenten- und PC-Eingang sowie USB-Schnittstellen. Die eingesetzten Eco-Panel sorgen darüber hinaus für einen reduzierten Stromverbrauch. Eine Besonderheit ist die JFI Dreijahresgarantie. "Für den Endverbraucher ist die JFI Dreijahresgarantie bei typisch deutschem Sicherheitsdenken ein großer Vorteil", so Peter Theisen, Geschäftsführer der JFI GmbH. "Für den Fachhändler ist die Dreijahresgarantie nicht nur ein Verkaufsargument. sondern er kann damit auch gegebenenfalls seine Werkstatt mit einbinden und seine Servicekompetenz gegenüber dem Endkunden unterstreichen."

Das auf der IFA 2009 präsentierte neue Produktprogramm wurde von den Fachhändlern sehr gut aufgenommen. Sie begrüßten die auf den Punkt gebrachte Produktrange in bezug auf das Design, die technische Ausstattung sowie die Positionierung im Markt. Entsprechenden Zuspruch erhielt die Fachhandelsinitiative. So konnten zahlreiche neue Fachhändler auf der IFA geworben werden, die mit

EDITION LINE Deutschland Österreich Schweiz



Die Exklusiv-Geräte der JVC EDITIONLine zeichnen sich durch ein unverwechselbares Design, hohe Margen und anspruchsvolle Technik aus. Fünf TV-Geräte in zwei Serien erfüllen als HD-ready- oder Full-HD-Display jeden Kundenwunsch. Top-Verarbeitung, energiesparende Displays sowie Anschlussvielfalt machen die Displays zukunftssicher. Der Einstieg erfolgt bei 699,- Euro, das Top-Gerät ist für 1.299,- Euro erhältlich.

ihren Kollegen das Erfolgsmodell JFI weiter ausbauen werden. Gleichermaßen positiv wurde auch die neue Bruttopreisempfehlung für

das neue Line-Up aufgenommen. die mit 699,- Euro beginnt und beim Top-Modell mit 1.299,- Euro endet. www.ivc-editionline.de

KERNFAKTEN

ED11-Serie

- DVB-T- und DVB-S-Tuner
- HD-ready
- 50 Hz
- DynaPix Plus
- 3D Cinema Surround
- 3 x HDMI, Komponenten-, PC-Anschluss
- · Zwei Fernbedienungen im Lieferumfang enthalten

LT-26ED11, Preis: 699,- Euro

 Kontrastverhältnis 2.500:1, dynam. 25.000:1

LT-32ED11, Preis: 799,- Euro

 Kontrastverhältnis 2.000:1, dynam. 30.000:1

KERNFAKTEN

ED22-Serie

Full-HD

- HD DVB-S- + HD DVB-T-Tuner
- 100 Hz Clear Motion Drive II
- DynaPix HD 3D Cinema Surround
- 3x HDMI, Komponenten- und PC-Anschluss

LT-32ED22, Preis: 999,- Euro

- Kontrastverhältnis 4.000:1, dynamisch 22.000:1
- LT-37ED22, Preis: 1.199,- Euro
- Kontrastverhältnis 2.500:1, dynamisch 25.000:1

LT-42ED22, Preis: 1.299,- Euro

 Kontrastverhältnis 4.000:1, dynam. 25.000:1

Toshiba: Die Zukunft der Unterhaltungselektronik

Fernseh-Revolution mit Cell-TV

Erst Anfang des Jahres hatte Regza 55X1 ist der weltweit erste zelne Szenen schnell gefunden Toshiba seine Produktpalette an LCD-TVs neu ausgerichtet und sich zum Ziel gesetzt, in jeder Klasse das beste Bild zu bieten. Mit der Markteinführung von Cell-TV in **Europa will Toshiba dieses** Ziel mittelfristig in der Luxusklasse erreichen.

Als Toshiba am 5. Oktober in Japan mit dem Modell Regza 55X1 sein neues 55 Zoll großes Full HD-Flaggschiff vorgestellt hat, setzte das Unternehmen nicht nur seinen eingeschlagenen Weg der bestmöglichen Bildqualität in jeder Preisklasse fort. Der Cell

LCD-Fernseher, der durch den Cell-Prozessor angetrieben wird. Dieser liefert 143fache Leistungssteigerung im Vergleich zu herkömmlichen TV-Displays.

Toshibas Cell-TV verarbeitet Aufnahmen von acht TV-Kanälen in HD-Auflösung gleichzeitig, was durch die eine integrierte 3 TByte große Festplatte möglich wird. Über die "Roaming Navigation" lassen sich die Inhalte durchsuchen. Auch zukünftige Ausstrahlungen oder gerade laufende Programme lassen sich mittels Suchfenster-Eingabe durch Titel, Name, Genre oder ähnliche Schlagworte filtern. Über bis zu 40 Vorschaubilder können ein-

Exklusiv im Fachhandel

"Mit der Vorstellung des Cell Regza 55X1 ist uns in Japan ein großer Coup gelungen: Durch seine Leistungsfähigkeit und Bildqualität stellt er alles bisher Dagewesene im TV-Bereich in den Schatten", so Gerd Holl, Vice President Consumer Products bei Toshiba. "Nach dem fulminanten Start in Japan arbeiten wir nun am Marktstart für Europa und freuen uns schon jetzt auf unseren Markteintritt in das Luxussegment. Denn damit bieten wir auch

unseren Partnern ein echtes Highlight. Mit dem Cell-TV haben die Händler nicht nur die Möglichkeit, sich Luxussegment mit einer außergewöhnlichen, neuartigen TV-Kategorie zu positionieren solvente Kunden zu binden - auch die zu erwartenden Margen sein."

LED-Backlight mit 512 einzeln ansteuerbaren Bereichen sorgt in Verbindung mit einem Kontrastverhältnis von 5.000.000:1 für eine besonders kontrast- und detailreiche Bilddarstellung. Für die hochwertige Akustik verbaut Toshiba unterhalb des Panels eine Soundbar mit sieben Lautsprechern, die für Raumklang sorgen. Dem Trend zum Webzu-



Toshibas 55 Zoll 200 Hz Cell-TV kann bis zu acht TV-Kanäle in HD-Aufwerden interessant lösung gleichzeitig aufnehmen, ist mit einer 3 TByte Festplatte ausgestattet, liefert einen Kontrastwert von 5.000.000:1 bei 1.250 cd/m². Per Webbrowser ist der freie Internetzugang kein Problem

gang via TV begegnet Toshiba mit einem mit Opera entwickelten Webbrowser sowie einer Schnittstelle zur Online-Plattform You-Tube.

Cell-TV ist im Luxussegment angesiedelt. Wann das Gerät in Europa erhältlich sein wird, ist noch nicht bestätigt.

www.toshiba.de

EIKI EIP-SXG20 - High-**End DLP-Projektor**

Mit dem neuen SXG20 bringt EIKI einen 7.500 Lumen starken 1-Chip-DLP-Projektor auf den Markt, dessen Einsatzmöglichkeiten sich vom Eventsektor über digitales Kino und Werbung bis hin zu Präsentationen im Design- und CAD-Bereich erstrecken. Der Projektor hat eine Native SXGA+-Auflösung sowie ein hohes Kontrastverhältnis von 7.500:1. Der EIP-SXG20 wird mit zwei Sets Farbrädern geliefert. Zusätzlich zum standardmäßig im



Projektor enthaltenen Set an lichtoptimierten Farbrädern erhält der Kunde ein Set farboptimierter Farbräder. Ausreichend Spielraum bei der Positionierung des EIP-SXG20 geben die vertikale und horizontale Lensshiftfunktion sowie digitale Keystone-Korrektur. Zusätzlich können Projektionen in beliebiger vertikaler Neigung des Geräts vorgenommen werden.

Jabra Cruiser: Freisprechen mit 2 Mikrofonen

Die neue Jabra Cruiser-Freisprechlösung sorgt für mehr Ruhe bei Autotelefonaten: Erstmals hat GN Netcom zwei Mikrofone eingebaut, von denen eines typische Fahrgeräusche und Echos auszublenden hilft. Sprachansagen erleichtern es dem Fahrer zu telefonieren. Bei eingehenden Anrufen sagt das Jabra Cruiser die Nummer des Anrufers, und abhängig vom Mobil-



telefon nennt es auch den Namen. Unterstützt werden sieben Sprachen, darunter Deutsch. Telefonate und Musik überträgt das Jabra Cruiser via FM-Transmitter vom Mobiltelefon auf das Autoradio. Die Freisprechlösung ist multiuse-fähig und lässt sich mit zwei Endgeräten gleichzeitig verbinden – natürlich auch mit iPhones sowie iPods und anderen bluetoothfähigen MP3-Playern. Eine Klemme hält die Freisprechlösung an der Sonnenblende. www.jabra.com

Fernbedienung Logitech Harmony 700 Remote

Die neueste Universal-Fernbedienung aus dem Hause Logitech ersetzt bis zu sechs Fernbedienungen. Mit der Harmony 700 Remote lässt sich ohne Umwege das gesamte Home Entertainment mit nur einem einzigen Tastendruck steuern. Alle Entertainment-Optionen

auf einen Blick zeigt der Farb-LCD der Har-700 mony Remote. Die Harmony 700 Remote wird



mit wiederaufladbaren AA-Batterien geliefert, die mehrere Wochen halten. Lassen die Akkus nach, wird die Fernbedienung einfach am Netzteil angeschlossen und zum Laden in die Steckdose eingesteckt. Die Programmierung der Logitech Harmony 700 Remote ist dank internet-basiertem Setup-Konzept sehr benutzerfreundlich, die Eingabe von Codes ist dabei völlig überflüssig. Die Online-Datenbank mit mehr als 250.000 Home-Entertainment-Komponenten wächst täglich. www.logitech.de

Pandigital: Bilderrahmen mit Touchscreen

Pandigital lanciert seine Pan-Touch Clear-Reihe in Europa. Die digitalen Bilderrahmen gehören mit 1 cm Dicke zu den derzeit dünnsten auf dem Markt. Die Displays haben eine Auflösung von 800 x 600 Pixel, wobei das Display auf dem umliegenden Glas zu schweben scheint. Der Stützfuß ist transparent. Die Anwender können ihre Fotos auswählen und ansehen und die Funktio-

nen des Rahmens über berührungsempfindliche Icons steuern, die sich auf der gesamten Glasoberfläche



des Rahmens befinden. Die Bedienfelder sind auf Glas aufgedruckt, das gegen Fingerabdrücke unempfindlich und für das Auge unsichtbar ist. Die neuen Rahmen sind mit gebräuchlichen Speicherkarten kompatibel. Das PanTouch Clear 8 Zoll Modell verfügt über einen 6-in-1-Kartenleser (Compact Flash, SD, XD, MS/MSPro, MMC), während der 10.4-Zoll-Rahmen einen 5-in-1-Kartenleser (SD, XD, MS/MSPro, MMC) aufweist.

www.pandigital.net

Scosche showTime-Kabel für iPod und iPhone

Mit dem showTime Audio/ 🚧 Video-Kabel von Scosche lassen sich Apple Telefon und MP3-Player mit wenigen Handgriffen zum Videogerät umfunktionieren und an die Video/Audio-Eingänge (RCA) eines Fernsehers anschließen. Eine Installation zusätzlicher Software ist nicht notwendig. Über das showTime AV-Kabel werden die Bildsignale störungsfrei an den TV weitergeleitet.



Während des Abspielens laden iPod und iPhone über den integrierten mini USB-Port und sind so auch nach langen Fernsehabenden noch voller Power. Für hochauflösendes Videomaterial ist das Kabel auch als HD-Variante verfügbar. Das Scosche showTime Audio/Video-Kabel und das showTime HD Audio/Video-Kabel werden zum Preis von 34,99 Euro angeboten.

www.soular-distribution.com

Wentronic bringt Kabel-Management-Lösungen

Wo viele Geräte der Multimedia-Welt an einem Ort aufgestellt sind, kommen leider auch viele Kabel zusammen. Abhilfe schaffen Kabelmanagement-Lösungen. Wentronic bringt jetzt neue Produkte der Marke goobay auf den Markt, die dem Kabelsalat im Wohn-



zimmer und unter dem Schreibtisch ein Ende bereiten. Der flexible Kabelbündelschlauch goobay CM Kabel Bündel ist in den Farben Schwarz und Grau/Silber erhältlich und verfügt

über eine Einziehhilfe. Mit ihr können Kabel auch nachträglich unkompliziert in den Schlauch integriert werden. Darüber hinaus lassen sich einzelne Kabel seitlich abzweigen.

www.wentronic.com

LG Watchphone: Armbanduhr als Handy

Telefonieren im Stil eines James Bonds ermöglicht das Watchphone von LG Electronics. Es beinhaltet sämtliche Funktionen anspruchsvoller Mobiltelefone: Kompatibilität mit 3G HSDPA-Netzen, Video-Calling, MP3-Player, Freisprecheinrich-

tung, Wasserfestigkeit und Bluetooth. Dank optionalem Bluetooth-Headset muss das Handy zum Telefonieren nicht an den

Mund geführt werden. Für das Watchphone hat LG ein hochauflösendes 1,4-Zoll-Display entwickelt, das exakt auf die Benutzereingaben reagiert und sehr gut lesbar ist. LG hat ausschließlich qualitativ hochwertige Materialien verwendet und mit mehreren Top-Industriedesignern ein Kommunikations-Chronometer geschaffen, das ein modebewusster Trendsetter zu jeder Gelegenheit tragen kann. Das Watchphone ist ab sofort für 999,- Euro verfügbar.

www.lge.de

JVC Lifestyle 4.1 Soundbar-System

Mit der 4.1 Soundbar TH BA1 bringt JVC ein elegantes, kompaktes Audio-System heraus. Die Platzierung der Lautsprecher in einem einzigen schmalen (Front-Surround-)Panel, der Verzicht



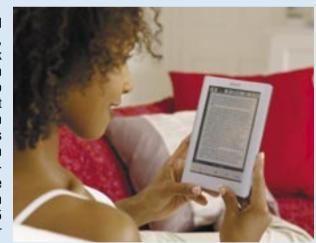
auf rückwärtige Lautsprecher und die kabellose Verbindung zum digitalen Subwoofer erleichtern das Setup der Anlage. Das Panel beherbergt neben dem Verstärker zwei Front-Lautsprecher und die beiden Surround-Lautsprecher mit jeweils 30 Watt Musikleistung. Die Lautsprecher sind jeweils in eigenen Gehäusen untergebracht, um gegenseitige Störungen zu verhindern. Der Decoder verarbeitet Dolby Digital, Dolby Pro Logic und Dolby Pro Logic II DTS Signale. Der als Bassreflex-System mit 16 cm Tieftöner ausgelegte 100-Watt-Subwoofer wird per 2,4 GHz High Speed-Funkverbindung an die Soundbar angebunden. www.jvc.de

Reader Touch Edition – Sonys Bibliothek für unterwegs

Der Reader ist der perfekte Begleiter für alle Vielleser und Reisenden, die unterwegs komfortabel auf eine große Auswahl ihrer Bibliothek zugreifen möchten. Derzeit sind bereits über 3.000 Titel als E-Book erhältlich, und beinahe täglich kommen weitere Bücher hinzu. Mit der Reader Touch Edition kommt jetzt ein

neues Gerät auf den Markt, welches mit seinem erweiterten Leistungsspektrum das Portfolio an elektronischen Lesegeräten von Sony abrundet.

Der neue Reader eröffnet mit seinem Touchscreen und erweiterten Funktionen völlig neue Optionen für Leser, die schnell und komfortabel auf ihre mobile Bibliothek zugreifen möchten. "Mit dem neuen Reader Touch EditionT erweitert Sony Deutschland das Portfolio an elektronischen Lesegeräten auf zwei Modelle mit unterschiedlicher Ausstattung und in verschiedenen Preissegmenten. Unser Ziel ist es, ein umfassendes Produktangebot für die Konsumenten bereitzustellen und auch die Wünsche von Zielgruppen mit professionelleren Anforderungen zu befriedigen. Ab Mitte Oktober können Kunden zwischen dem Reader Touch Edition und dem bereits verfügbaren Reader PRS-505 wählen", so Martin Winkler, Marketing Director der Sony Deutschland GmbH.



Das 286 Gramm leichte Lesegerät passt in fast jede Handtasche und ist mit einem Sechs-Zoll-Touchscreen sowie einem Aluminiumgehäuse ausgestattet. Vielleser, die das elektronische Lesegerät auch beruflich nutzen wollen,



zum Beispiel Juristen, Lehrer, Lektoren und Arzte, werden insbesondere die neuen Anwendungen wie die Such- und Notizbuch-Funktion, das integrierte englische Wörterbuch und natürlich die Markierungs-, Annotations- und Lesezeichen-Funktion zu schätzen wissen. Das Display sorgt für ein nahezu ermüdungsfreies Lesen und erzeugt ein papierähnliches Lesegefühl. Es stellt selbst bei starkem Sonnenlicht ein kontrastreiches Bild dar. Mit dem Finger kann der Leser schnell und intuitiv durch das Menü navigieren und die Seiten umblättern.

Mit seiner Speicherkapazität wird der Reader zur mobilen Bibliothek: Allein der interne 512-Megabyte-Speicher ist für bis zu 330 Titel im EPUB-Format ausgelegt. Die Kapazität lässt sich mit einem MemoryStick Pro DUO1 oder SD Karten auf maximal 16 Gigabyte erweitern. Damit lassen sich insgesamt sogar bis zu 13.000 Bücher archivieren. Eine Akku-Ladung reicht dabei für fast 7.500 Seitenumschläge.

Auch der Reader Touch Edition gibt wie sein kleiner Bruder, der PRS-505, Text-, Audio- und Foto-Dateien wieder. Mit der kostenlos mitgelieferten Software eBook Library Version 3.0, die nun von Apple Macintosh Computern und PCs unterstützt wird, können die verschiedenen Inhalte in den Textformaten EPUB und Adobe PDF (reflowable) sowie Microsoft Word, TXT und RTF über das mitgelieferte USB-Kabel auf den Reader geladen werden. Zusätzlich lassen sich mit der Software auch Musikdateien (MP3- und DRM-freie AAC-Dateien) sowie die Bildformate JPG, GIF, PNG und BMP verwalten und auf den Reader übertragen.

www.sony.de

TechniSat: Über 1.000 Fachhändler auf der Hausmesse

Besucherrekord in Daun

Die diesjährige Hausmesse von TechniSat lockte mehr als 1.000 Fachhändler aus ganz Deutschland nach Daun in die Vulkaneifel, um sich über die aktuellen Produkte sowie Trends zum Jahresendgeschäft zu informieren. Für zwei Tage wurde das Kunden- und Logistikzentrum zum Messezentrum.

TechniSat präsentierte in diesem Jahr zur Hausmesse Daun sein komplettes Produktsortiment in

den Ausstellungsräumen des TechniSat Kunden- und Logistikzentrums. Die TechniSat Produktpalette umfasst Digitalreceiver für den Empfang des digitalen Satelliten-, Antennen-(DVB-T)und Kabel-Fernsehens. hochwertige Digitalfernseher, Kabelkopfstationen, Jahresende noch verstärken."



PC-Pro- Udo Knauf: "Der Absatz an hochwertigen HDTV-Produkten steigt dukte, Multischalter, permanent und wird sich zum sich über unsere Pro-

Installationszubehör und vieles mehr.

"Wir sind mit dem Ergebnis sehr

zufrieden und freuen uns über einen Besucherrekord", so Udo Knauf, Vertriebsleiter der TechniSat Digital GmbH. "Unsere Hausmesse in Daun wurde wie jedes Jahr stark besucht, und die Stimmung war äußerst positiv. Viele nutzten die Gelegenheit, um dukte zu informieren

und sich für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft auszurüsten. Produkte der Unterhaltungselektronik gehören nach wie vor zu den populärsten Weihnachtsgeschenken. Vor allem bemerken wir einen stetig steigenden Absatz an hochwertigen HDTV-Produkten."

Kostenlose Schulungen

Während der Hausmessetage konnten die Fachbesucher an einem umfangreichen Seminarund Schulungsprogramm zu den Themenschwerpunkten Digitalfernseher, DVB-Netzwerktechnik, TechniRouter Einkabellösung, Kabelkopfstation sowie zum neuen HD+ Service kostenfrei teilnehmen. Die Seminare von TechniSat bieten den Fachhänd-



Die diesjährige TechniSat-Hausmesse in Daun stand ganz im Zeichen der Digitalisierung sowie des High Definition Fernsehens. Die angereisten Fachhändler nutzten die Gelegenheit, um sich über die neuesten Trends zu informieren und in den kostenlosen Fachseminaren ihr Wissen zu vertiefen.

Blu-ray Disc

lern immer wieder eine gute Gelegenheit, ihr Produktwissen zu vertiefen sowie sich über Neuheiten zu informieren.

Zusätzlich standen jederzeit kompetente Fachverkäufer und -berater von TechniSat für Fragen und Diskussionen zur Verfügung.

Eigenes Kunden- und Logistikcenter

Der Veranstaltungsort, das Tech-

niSat Kunden- und Logistikzentrum (TKL) mit einer Gesamtfläche von über 8.000 qm, befindet sich nur wenige hundert Meter von dem Hauptsitz der TechniSat-Firmengruppe in Daun entfernt. Es ist mit einem angegliederten Hochregallager mit über 4.000 Palettenstellplätzen, einem 1.000 gm großen Kommissionierbereich, 400 qm Bürofläche sowie einem Messelager ausgestattet.

www.technisat.de

Markt: Blu-ray vor dem Durchbruch – Teil 4

Auf dem Weg zum Standard

Die Blu-ray als Inhaltsträger gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. Die Eroberung des Wohnzimmers durch die Full-HD-Displays ebnet den Weg für die blaue Scheibe.

4. Teil unseres Blu-ray White Papers von Ralf Wolf, Director **Marketing & Technical Services bei Sony Optiarc.**

Viele Kritikpunkte, die heute gegen Blu-ray vorgebracht werden, sind exakt dieselben, die vor einigen Jahren gegen die DVD ins Feld geführt wurden. Neben Kritik an den Preisen für Medien und

Abspielgeräte wurde vor allem bemängelt, dass gar kein Bedarf an einem neuen Format bestehe.

Die Argumente von damals sind auch heute wieder oft zu hören: Der Unterschied in der Bildqualität sei nur gering- Ralf Wolf: "Mit jeder neuen Gerätean zusätzlichen Fea-

tures, die Anschaffung von Recordern sei unattraktiv, und die Filmauswahl bei Blu-ray sei viel zu klein. All diese Kritikpunkte haben sich damals als wenig stichhaltig erwiesen und lassen sich auch heute leicht widerlegen.

Argerlich, aber wahr: Beim Start jedes neuen Formats gibt es bisweilen Probleme, bis alle Beteiligten die neue Technologie im Griff haben. Das führt dazu, dass Qualitätsunterschiede zunächst tatsächlich nicht in vollem Maße zur Geltung kommen. "Das galt beim

Start der DVD, und das gilt leider auch für den einen oder anderen Blu-ray-Film, der kurz nach der Vorstellung des neuen Formats auf den Markt kam", so Ralf Wolf. sobald sich Produktionsprozesse und -abläufe

fügig, die Verbraucher generation werden die Preise für haben, steigt die Quahätten kein Interesse Blu-ray-Brenner und -Medien wei- lität der Neuerschei-

nungen stetig, und der Qualitätsvorsprung kommt richtig zum Tragen – exakt diese Entwicklung ist jetzt auch bei Bluray-Filmen zu beobachten." Die Anzahl der Besitzer von gro-

"Doch

eingeschliffen

ßen Full-HD-Panels und HD-Beamern wächst stetig, und wer jemals den Unterschied zwischen einer DVD und einer Blu-ray-Disc auf einem großen Bildschirm gesehen hat, wird die Blu-ray-Disc nicht mehr missen wollen.

Kaufanreiz durch Special Features

Hand aufs Herz: Wer legt sich schon einen neuen Player zu, nur um ein paar zusätzliche Extras und Spielereien im Internet nutzen zu können? "Special Features alleine sind für die meisten Verbraucher sicher kein Grund, auf ein neues Format umzusteigen. Andererseits: Ein zusätzlicher Kaufanreiz, der sehr gern in Anspruch genommen wird, sind sie aber durchaus", ist sich Wolf sicher. Blu-ray Special Features sind sicher ein zweitrangiges Verkaufsargument im Vergleich zur besseren Bild- und Tonqualität, aber dennoch ein attraktives Zusatzangebot. Zumal mit einem Blu-ray-Player ja auch die alte DVD-Sammlung weiter genutzt werden kann.

Recorder und Brenner steigern Nachfrage

Die ersten Blu-ray-Recorder und -Brenner sind bereits auf dem Markt. Bislang allerdings ist die Nachfrage noch recht überschaubar. Bedeutet das, dass es keinen wegs, denn Blu-ray-Recorder und -Brenner werden in wenigen Jahren Standard sein", prognostiziert Ralf Wolf. "Noch bewegen sich die Preise in Regionen, die für die große Masse der Verbraucher nicht attraktiv genug sind. Und noch kommen viele mit ihren kürzlich angeschafften DVD-Recordern und -Brennern gut klar. Doch mit steigenden Produktionszahlen und jeder neuen Gerätegeneration werden die Preise für Blu-ray-Brenner und -Medien weiter fallen."

Gleichzeitig führt die zunehmende

Bedarf für Recorder mit höherer Archivierung von Bewegtbildern Speicherkapazität gibt? "Keines- (von Videoaufnahmen bis zum eigenen Filmarchiv) automatisch zu einer wachsenden Nachfrage nach Speicherkapazität – auch bei Endverbrauchern. Es ist daher nur eine Frage der Zeit, bis jeder neue PC und jedes neue Notebook mit einem Blu-ray-Brenner ausgestattet sein werden. Wer einen Bluray-Player kauft, muss auf seine DVD-Sammlung nicht verzichten. Wenn der Preisunterschied zu einem Blu-ray-Gerät nicht mehr erheblich ins Gewicht fällt, werden die Verbraucher die zusätz-

> liche Ausgabe nicht scheuen. www.sony-optiarc.eu

Bei Euronics XXL Eickhoff in Warstein:

GmbH zu finden

nur durch die Technik überzeugt,

sondern auch durch Qualität, Ser-

vice, Design, Handhabung und

Innovationskraft", so Demur-

chyan. "Vier der sechs Mitarbeiter

in der Navi-Abteilung benutzen

selbst ein Navigon Navigations-

"Als wir vor einigen Jahren mit dem Segment mobile Navigation begonnen haben, stand zunächst eine andere Marke im Mittelpunkt. Inzwischen konzentrieren wir uns aber in der Beratung ganz klar auf Produkte von Navigon, von denen nicht nur wir, sondern auch unsere Kunden überzeugt sind. Die Zufriedenheit zeigt sich in stetig wachsenden Verkaufszahlen", so Artur Demurchyan, PC/Multi-**Abteilungsleiter** media bei der Euronics XXL Eickhoff GmbH in Warstein, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Die gute Beratung war - neben dem breiten Sortiment - schon immer einer der Pluspunkte des Unternehmens. Nicht zuletzt deshalb wuchs das Geschäft seit seiner Gründung 1951 kontinuierlich. Heute ist Eickhoff mit einem auf rund 2.500 m² Gesamtfläche präsentierten Vollsortiment an brauner und weißer Ware nicht nur der größte Elektro-Fachmarkt weit und breit, sondern mit 50 Mitarbeitern, darunter 14 Auszubildende, auch ein Unternehmen, das seine Stärke durch die große Zahl seiner Mitarbeiter ausspielt.

Individuelle Beratung

"Unsere Kunden wissen, dass sie bei uns die Beratung bekommen, die sie wünschen. Das bedeutet zum einen, dass wir ihnen Angebote machen, die auf ihren persönlichen Bedarf zugeschnitten sind, zum anderen, dass wir auch Anregungen, die wir im Dialog mit unseren Kunden bekommen, auf-



Zu den gut 2.500 m² Gesamtfläche gehört auch der großzügig gestaltete Verkaufsraum, in dem sich eine große Auswahl an Navigationsgeräten befindet, in deren Mittelpunkt Produkte von Navigon stehen.

greifen, wenn uns das sinnvoll erscheint." Diese Vorgehensweise hat sich seit langem bewährt, und so umfasst das Einzugsgebiet des Euronics XXL Marktes nicht nur die Stadt Warstein, sondern auch weitere westfälische Klein- und Mittelstädte wie Soest, Brilon oder Meschede mit insgesamt weit über 100.000 Einwohnern.

Neben regelmäßiger Prospektwerbung gehört die Mund-zu-Mund-Propaganda zu den wichtigsten Marketinginstrumenten

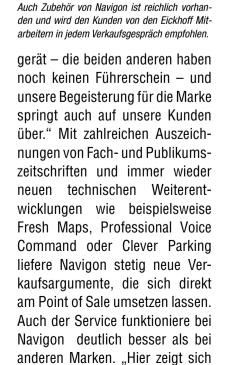


Artur Demurchyan, Abteilungsleiter PC/Multimedia, Euronics XXL Eickhoff GmbH

des Unternehmens. "Die Kunden erzählen ihren Freunden, Verwandten, Arbeitskollegen oder Bekannten nicht nur weiter, dass sie bei uns gut beraten werden, sondern auch, wenn wir ihre Anregungen und Kritikpunkte aufgreifen und daraufhin unser Sortiment anpassen", meint Demurchyan.

Begeisterung

Dadurch sei im Bereich Navigation auch die Konzentration auf die Marke Navigon zu erklären. Demurchyan: "Mit der anfangs von uns favorisierten Marke gab



Im mit rund 6.500 Einwohnern zweitgrößten Warsteiner Stadtteil Belecke ist die Euronics XXL Eickhoff Navigon sehr schnell und kulant. es immer häufiger Qualitäts- und Serviceprobleme, die von den und Probleme lassen sich oft ,auf dem kleinen Dienstweg' erledigen, Kunden an uns herangetragen wurden. Daraufhin haben wir uns. wo bei anderen Herstellern erst zum Glück, auf Navigon Produkte langwieriger Schriftwechsel und konzentriert." Seitdem sei die das Hin- und Herschicken von Zufriedenheit der Kunden spürbar Geräten erforderlich wäre", führt Demurchvan aus. gestiegen. "Navigon hat uns nicht



Sehr zufrieden zeigte sich der Gesprächspartner von PoS-MAIL auch mit der Verkaufsunterstützung und der Zusammenarbeit mit dem direkten Ansprechpartner bei Navigon. "Die Ausstattung des Ladens mit Werbe- und Verkaufsunterstützungsmaterialien ist für Navigon ebenso selbstverständlich wie das Bereitstellen von Promotoren für besondere Anlässe, etwa verkaufsoffene Sonntage oder unsere Wiedereröffnung im Frühjahr nach dem Umbau zum Euronics XXL Geschäft", sagt Demurchyan. "Und da wir einen direkten Draht zu unserem Ansprechpartner haben, können wir sicher sein, dass unsere Anfragen so schnell wie möglich beantwortet werden, und wir bleiben nicht in Warteschleifen hängen. Das ist inzwischen nicht bei allen Lieferanten so selbstverständlich."

www.eickhoff.de



Eickhoff der Verkauf von Navigon Produkten unterstützt. So finden sich im Geschäft zum Beispiel Werbe- und Verkaufsförderungsmittel wie Plakate (Bild oben), Informationsbroschüren und Leerverpackungen, und in den regelmäßig in vieltausendfacher Auflage erscheinenden Werbeprospekten (Bild links) werden immer wieder Navigationsgeräte von Navigon

Individuelle Unterstützung

Navigon hat sich als Partner des Handels fest etabliert und bietet diesem innovative Produkte sowie individuelle und kompetente Vertriebsunterstützung. Dazu gehört zum Beispiel ein mehrstufiges Trainingsprogramm, bei dem bundesweit Händlerschulungen am Point of Sale durchgeführt werden, um über die neuesten Produktentwicklungen zu informieren und Know-how für die individuellen Beratungsgespräche zu vermitteln. Andererseits hat Navigon mit dem Navigon Partner Portal für Handelspartner unter www.navigon-partner-portal.de eine Online-Plattform geschaffen, die eine Vielzahl an Möglichkeiten der Vor-Ort-Unterstützung bereithält. Dort finden Händler unter anderem Wissenswertes rund um die Produkte und eine große Auswahl an Materialien für Werbung und Verkaufsförderung. Zudem steht dort eine umfassende Datenbank für Vorlagen und Bilder bereit, um Anzeigen effizient gestalten zu können.



Auch durch Werbung wird bei Euronics XXL

äglich frische News: www.pos-mail.de

Die Gar-Sound zieht zum Bodensee

Viel hatte man sich erhofft, als man 2009 zum ersten Mal nach 15 Jahren das Messegelände Sinsheim verließ und die Car+Sound nach Köln verlegte. Besonders hervorgehoben wurden seinerzeit das internationale Ansehen der Rheinmetropole Köln als Messe- und Medienstadt und deren zentrale Lage in Europa. Doch offensichtlich haben sich die hochgesteckten Erwartungen nicht erfüllt. Die kommende Veranstaltung im Mai 2010 findet schon wieder an einem neuen Standort statt: auf dem Messegelände in Friedrichshafen am Bodensee.

Dort wird die Car+Sound, die internationale Leitmesse für InCar-Elektronik und mobiles Info- und Entertainment, zeitgleich mit Europas größter Tuningmesse, der Tuning World Bodensee, stattfinden. "Durch dieses unschlagbare Messedoppel entsteht ein autoaffiner Massenmagnet für Industrie. Handel und Besucher", hieß es in einer gemeinsamen Erklärung der Veranstalter Messe Sinsheim und Messe Friedrichshafen.

Die Weichen in Richtung Zukunft wurden Ende September gestellt. Mit dem erneuten Umzug kehrt die Car+Sound nach Baden-Württemberg zurück. "Mit der Zusammenlegung beider Messen kreieren wir für Fach- und Endbesucher den Branchen- und Szenetreff Europas", hofft Andreas

Wittur, Prokurist der Messe Sinsheim. Durch den Umzug von Sinsheim nach Köln wollte man sich mit neuen Akzenten in Form eines Relaunchs neu aufstellen. "Diese fachliche Ausrichtung werden wir für unsere Aussteller und Fachbesucher beibehalten, aber von nun an gepaart mit dem zusätzlichen Argument von über 100.000 Besuchern an den vier Publikumstagen im Anschluss an den ersten Fachbesuchertag", so Wittur.

Dem neuen Konzept zufolge werden sich rund 150 internationale Aussteller in den Messehallen der Car+Sound mit ihren Produktneuheiten und innovativen Ideen in Friedrichshafen präsentieren.

Im kommenden Jahr empfängt die

internationale Leitmesse Car+Sound

gemeinsam mit der Tuning World

Bodensee Aussteller und Besucher

am neuen Standort Friedrichshafen.

Fachbesuchertag

Die Car+Sound öffnet einen Tag vor Beginn der Tuning World Bodensee ihre Tore exklusiv für Besucher aus den Bereichen Handel, Vertrieb, Marketing und chen weiterhin positiv entwikkeln", meint Projektleiterin Katrin Kühner.

Mit der neuen Kooperation zwischen den beiden Automessen wächst nach Meinung der Veranstalter zusammen, was zusammengehört. "Die vielseitige Welt von Car-HiFi, mobilem Info- und Entertainment, mobiler Navigation und Kommunikation im vertrauten Umfeld individueller Fahrzeuge sowie dem dazugehörenden Autozubehör und einem

> sensationellen Rahmenprogramm. Davon profitieren ab sofort die Branchen, die ausstellenden Unternehmen und besonders Messebesucher, die sich nur noch einen Messetermin merken müssen", hieß es.

www.carandsound.com 17. Car+Sound 2010

12.5.: Fachbesuchertag 13.-16.5.: Publikumstage der Car+Sound und der **Tuning World Bodensee**

Messe Friedrichshafen

Medien. 5.000 Fachbesucher werden hierzu in Friedrichshafen erwartet. "Unser mit 37 Prozent hoher Besucheranteil aus dem Ausland kann sich am Bodensee durch die Nähe zu Österreich und der Schweiz sowie der internationalen Anbindung an die Flughäfen Friedrichshafen, Zürich und Mün-

Becker OneShot Spra Löschen **coute** zelo BECKER



Sag's einfach

→ BECKER TRAFFIC ASSIST Z 205

→ BECKER ONESHOT SPRACHSTEUERUNG

→ NAVTEQ TRAFFIC PATTERNS → TMC PRO

Dass ein Navigationsgerät sprechen kann, ist bekannt. Dass es Sie versteht, ist neu. Lassen Sie uns ins Detail gehen: Die OneShot Sprachsteuerung ermöglicht die komplette Zieleingabe mit einem einzigen Sprachkommando. Mit Navteq Traffic Patterns haben Sie die beste Routenführung durch Berücksichtigung von historischen Verkehrsdaten und dank TMC Pro werden Sie rechtzeitig vor jedem Stau gewarnt.





EISA AWARD

Best Product

NAVIGATION DEVICE

TK





Navis können mit dem Merian Navimanager individualisiert werden

Handys lassen sich schon lange mit zusätzlicher Software an die individuellen Bedürfnisse des Nutzers anpassen. Mit dem Merian scout Navimanager funktioniert das jetzt auch bei Navigationsgeräten. Merian scout bietet bereits über 75 Anwendungen im Bereich Reise, Sport und Shopping für die mobilen Wegweiser der Anbieter TomTom und Garmin sowie ab Herbst 2009 für Becker und Navigon. Mit den Merian scout Guides werden Navis so zum Beispiel zum Reisebegleiter, Shoppingführer, Feinschmekker oder Golfexperten. Die Software Merian scout Navimanager ist kostenlos über die Website www.navimanager.merianscout.de zu beziehen und

einfach zu bedienen: Nach dem Download und der Installation des Programms auf dem heimischen Computer registriert sich der Nutzer einmalig und kann sofort nach individuellem Bedarf Applikationen auswählen und per USB-Kabel auf sein mobiles Navigationsgerät übertragen. Darüber hinaus können beispielsweise auch mittels der POI-Sharing Funktion Reise-Tips per E-Mail weiterempfohlen werden: Hierfür wird eine beliebige Anzahl an Sehenswürdigkeiten, Restaurants oder anderen Tips ausgewählt und per Mausklick in das jeweilige E-Mail-Programm importiert. Danach müssen Empfängeradresse und Betreff eingetragen werden. Anschließend wird die Nachricht abgeschickt. Der Merian scout Navimanager zeigt auf Wunsch alle POIs mit der integrierten Google-Maps Karte an. www.merianscout.de

Outdoorhandy MiaVojo Sport Edition ruft bei Unfällen automatisch Hilfe

Das neue Outdoorhandv und GPS-Trainingscomputer MiaVojo Sport Edition wendet sich vor allem an Sportler, die in der dunklen Jahreszeit besonders sicher draußen trainieren wollen: Dank eines Bewegungssensors ruft das Gerät bei Unfall oder Verletzung automatisch Hilfe. Auch ein Alarm auf Knopfdruck ist möglich. Die integrierte GPS-Live Tracking-Funktion erlaubt nicht nur Helfern, den Standort des Sportlers zu ermitteln, vielmehr können Strecken- und Trainingsdaten aufgezeichnet und nach dem Training detailliert über ein Online-Portal ausgewertet werden. Der Bewegungssensor erkennt automatisch, wenn sich der Sportler oder Trainingsgeräte wie ein Fahrrad aufgrund eines Unfalls oder Sturzes länger als zwei Minuten nicht mehr bewegen. Anschließend folgt ein



20sekündiger, akustischer Countdown, um dem Sportler im Falle eines Fehlalarms die Möglichkeit zum Abbruch zu geben. Ist der Sportler tatsächlich in Not, sendet das Gerät eine SMS mit den exakten Standortdaten an eine zuvor festgelegte Rufnummer. Alternativ kann ein Anruf ausgelöst werden. Auf Wunsch lässt sich auch ein Geofence um ein beliebiges Gelände legen: Kommt der Sportler etwa von der Strecke ab, wird ebenfalls eine Kontaktperson informiert.

Braucht der Sportler direkt Hilfe, genügt ein Knopfdruck: Wird die Taste in der Mitte des Gerätes länger als fünf Sekunden gedrückt, ruft das Gerät ebenfalls per SMS mit Standortinfo Hilfe oder löst einen Anruf aus. Der integrierte GPS-Empfänger sendet den Standort des Sportlers kontinuierlich an den MiaVojo-Server. Jedes Gerät ist mit einem passwortgeschützten Online-Account auf www.miavojo.com gekoppelt. Dort lässt sich jederzeit der Standort des Gerätes auf einer Karte ablesen. Besorgte Angehörige und Freunde mit Zugang zum Account können so im Notfall mit einem Blick den Aufenthaltsort ermitteln.

In Orange/Schwarz ist die MiaVojo Sport Edition für 359 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich. Der Kaufpreis schließt die Nutzung des Online-Tracking-Portals über 24 Monate ein. Das Gerät wird als freies Mobiltelefon ohne Netzund Vertragsbindung vertrieben.

www.falcom.de

HTC integriert das neue Windows Mobile 6.5 in seine Smartphones



HTC Touch2 und dem HTC Snap. Windows Phone ermöglicht leistungsfähige Messaging-, Browsingund Produktivitätsfunktionalitäten auf Basis von Windows Mobile 6.5. Pluspunkte sind dabei die in diesem Marktsegment laut HTC beste E-Mail-Integration sowie die optimale Synchronisation mit Microsoft Exchange. die das Verwalten von diversen Postfächern unterstützt. Der neue kostenlose My Phone Service von Microsoft ermöglicht das automatisierte Backup und die Synchronisation von Fotos, Musik, Kontakten und SMS direkt von den drei Geräten ins Web. Die neuen Geräte lassen sich zudem durch das Herunterladen verschiedenster Anwendungen aus dem Windows Marketplace for Mobile an die individuellen Wünsche des Nutzers anpassen. www.htc.com

Neuer Möbelmeter für das mobile Internet von my-eXtra

Franchisepartner der Handykette my-eXtra können ab sofort einen neuen Möbelmeter für das stark an Bedeutung gewinnende Thema mobiles Internet bestellen. Diesen gibt es in zwei Varianten: Als Umbauvariante eines bestehenden Möbelmeters oder als Neubestellung. Der Möbelmeter Mobiles Internet kann mit bis zu vier Einhängeböden für



Note- oder Netbooks ausgestattet werden. Die Geräte sind über Kensingtonschlösser gesichert. In der Umbauvariante wird der bestehende DSL/WLAN-Möbelmeter an die neuen Bedürfnisse angepasst. Die Umrüstung kostet einmalig 149 Euro inklusive aller notwendigen Bauteile. Franchisepartner von my-eXtra können den neuen Möbelmeter jetzt über das Bestellformular ordern. Dieses kann unter www.my-extrashops.de/Mobiles_Internet.pdf heruntergeladen werden. Der ausgefüllte Bestellschein muss an 09133-7770-340 gefaxt werden.

Für die Franchisepartner hält my-eXtra darüber hinaus verschiedene Note- und Netbookangebote bereit, die es auf Kommission gibt. Derzeit können die my-eXtra Reseller aus acht vorgegebenen Modellen auswählen. Nach drei Monaten informiert my-eXtra den Händler über die neue Auswahl an Vorführgeräten, und der Händler bestimmt die Modelle, die er seinen Kunden im nächsten Quartal präsentieren möchte. Einen Sonderbonus in Höhe von 100 Euro pro Vorführ-Net-/ Notebook erhalten die Händler, die ihre Vorführgeräte ordnungsgemäß präsentieren.

www.my-extra.com

HTC HD2 ist das neue Flaggschiff der HTC-Windows-Familie

Mit dem HTC HD2 hat HTC das neue Flaggschiff seiner Windows Phone-Familie vorgestellt. Der HTC HD2 ist das weltweit erste Windows Phone mit HTC Sense, einem mobilen Erlebnis, das den Anwender und seine natürlichen Handlungsstränge in den Mittelpunkt stellt. Große Leistungs-

reserven verspricht der mit 1 GHz getaktete Prozessor. Das 4,3" WVGA Display (Auflösung 800 x 480 Pixel) ist das weltweit erste kapazitive Display für Windows Phones; zudem unterstützt es das Hineinund Herauszoomen mit zwei Fingern bei Webseiten, Bildern, Office- und PDF-Dokumenten. Untergebracht ist die Technik des HTC HD2 in einem flachen Gehäuse mit den Abmessungen 121 x 67 x 11 mm. HTC Sense basiert auf drei fundamentalen Prinzipien, die durch Zuhören und Beobachten, wie Menschen leben und kommunizieren, ermittelt wurden: Make it Mine. Stay Close und Discover the Unexpected. Make it Mine: Der HD2 lässt sich maßge-

schneidert an individuelle Anforderungen anpassen. Animierte Hintergründe oder Wetterapplikationen (bei Regen fallen Regentropfen, bei bewölktem Himmel ziehen Wolkenschwaden über den Bildschirm etc.) vermitteln ein neuartiges Erlebnis, ohne dabei andere Anwendungen oder Inhalte zu stören. Eine Vielzahl an Unterhaltungs- und Zusatzapplikationen aus dem Windows Marketplace for Mobile lädt zudem ein, den HD2 komplett an die eigenen Vorlieben anzupassen.

Stay Close: Egal über welche Art von Kommunikationskanal (Sprache, SMS, E-Mail, Facebook etc.) die Verbindung mit Freunden, Verwandten oder Geschäfts-

partnern aufrechterhalten werden soll, der personenbezogene Kommunikationsansatz von HTC stellt zu jeder Kontaktperson die gesamte Konversationshistorie auf einen Fingerstreich zur Verfügung. Diese Informationen können von der Kontaktkarte oder auch während eines Gesprächs abgerufen werden: Es spielt keine

Rolle, ob nach einer E-Mail oder einer SMS gefragt wird, alle Interaktionen sind nach Personen geordnet in einem Kommunikationsbaum abgelegt.

Auf dem HD2 kommt mit HTC Peep eine Applikation zum Einsatz, mit der sich die mit der 5MP-Kamera geschossenen Fotos sofort in Twitter oder Facebook hochladen lassen. Für Fotos bei schlechten Lichtverhältnissen steht ein Dual-LED-Blitz bereit. Außerdem kann per USB eine Tastatur angeschlossen werden.

Discover the Unexpected: Auf Basis des mobilen Erlebnisses HTC Sense hält der HTC HD2 eine Vielzahl an Erweiterungen

bereit, die den Umgang mit dem Smartphone vereinfachen. Der HD2 ist mit diversen Sensoren ausgestattet, unter anderem einem Näherungssensor, der Fehleingaben während eines Telefonats verhindert. Der Lichtsensor passt die Display-Helligkeit automatisch an die Umgebungsbedingungen an. Der integrierte WiFi Access Point im HTC HD2 macht es möglich, dass zum Beispiel auch Notebooks oder andere mobile Endgeräte über den HD2 Daten per 3G-Breitbandgeschwindigkeit übertragen können.

Der HTC HD2 ist ab sofort für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 619 Euro erhältlich.

www.htc.com

Samsung: Dienste und Services ergänzen Produkt-Portfolio

Starke Handys for Jede Zielgruppe

Zum Jahresende bringt Samsung zahlreiche neue Mobiltelefone in die Läden. Touchscreen und hochauflösende Displays bestimmen das Bild, doch auch farbenfrohe Handys sowie Lifestyle-Smartphones gehören zum Portfolio. Darüber hinaus ergänzen neue Dienste wie RSS-Feeds das Serviceangebot für den Kunden.

Sich immer auf dem laufenden zu halten, ist bei der Fülle immer neu erscheinender Produkte gerade im Mobilfunksektor zunehmend schwieriger. Um Handel und Endkunden zeitraubende Recherchen nach neuen Produkten oder Informationen zu ersparen, hat Samsung jetzt einen RSS-Service eingerichtet.

Kostenloser Nachrichtendienst

Mit dem RSS-Feed ist es für Samsung möglich, Nachrichten gezielt an die Nutzer zu verbreiten, die daran interessiert sind. Der RSS-Feed ist eine Datei, welche den Inhalt der Nachrichten strukturiert speichert. Diese Datei berücksichtigt unter anderem den Titel des jeweiligen Inhalts, die URL-Adresse, unter der dieser zu finden ist, und eine kurze Inhaltsangabe. Alles, was der Anwender benötigt, um den RSS-Feed zu



Das Watchphone Samsung S9110 ist eine Kombination aus Armbanduhr und Mobiltelefon. Die Bedienung erfolgt über einen 1,76 Zoll großen Touchscreen. Gehärtetes Glas macht ihn kratzresistent und schützt das S9110 vor Beschädigungen. Via Bluetooth 2.1 hält das Watchphone Verbindung zu dem mitgelieferten Bluetooth-Headset.

nutzen, ist ein News-Reader. Diese Anwendung, auch RSS-Reader genannt, "besucht" vorher angegebene Internetseiten und prüft den Inhalt des RSS-Feeds. Hat sich der RSS-Feed seit dem letzten "Besuch" geändert, wird die aktuelle Version auf den Computer geladen. Dank RSS-Service werden Abonnenten immer automatisch informiert, wenn es bei Samsung etwas Neues gibt. In den Service eingeschlossen sind unter anderem Informationen zu neuen Produkten, deren Verfügbarkeit und Preise oder auch Events.

Annika Karstadt, Marketing- und PR-Verantwortliche bei Samsung, dazu: "Der RSS-Feed ist die ideale Lösung, um relevante Produktinformationen ohne Verzögerung zur Verfügung zu stellen."

Anmeldungen zu diesem Service können unter der Adresse http://rss.samsungmobile.de/erfolgen.

Corby S3650 im Stil der Jugend

"Social Networking" und "User Generated Content" - das Samsung Corby S3650 spricht die Sprache der Jugend. Die passenden Applikationen für Facebook und MySpace sind genauso vorinstalliert wie die für Flickr und YouTube. Die Schale auf der Rückseite kann je nach Geschmack ausgetauscht werden. Für eine simple Bedienung sorgt beim Corby die fingerfreundliche Benutzeroberfläche TouchWiz 2.0. Der One-Finger-Zoom erlaubt das Vergrößern von Bildern oder Webseiten mit nur einer Hand. Schnelles Internet via Edge, 2-Megapixel-Kamera für Fotos und Videos, MP3-Player, UKW-Radio, USB 2.0 und Bluetooth 2.1 runden das Handy ab.

S5230 Star – Multimedia edel verpackt

Touchscreen-Bedienung, Musikerkennung und Multimediafunktionen bietet das S5230 Star in einer edlen Verpackung. Der 3 Zoll große WQVGA-Touchscreen mit 262.144 Farben erleichtert die Bedienung des Touchphones. Für eine optimale Verbindung zum Internet bietet das Gerät Edge. Die virtuelle Qwertz- und 3 x 4-Tastatur garantieren eine komfortable

Handhabung. Wer den Titel eines Songs sucht, braucht nur einen Teil des gesuchten Liedes aufzunehmen und an den Shazam Server zu senden. Die integrierte Musikerkennungs-Software Shazam's Find Music ermittelt dann alle fehlenden Informationen wie Titel, Album und Interpret. Der Song kann bei Bedarf über teilnehmende Musikstores der Netzbetreiber auch sofort erworben werden.

SIMISUNG

Galaxy – Samsungs erstes Android-Handy

Mit dem Samsung Galaxy schwinden die Grenzen zwischen mobilem Internet und der Nutzung des World Wide Webs am Computer. Die Kombination aus dem Google-Betriebssystem und HSDPA mit bis zu 7,2 Mbit/s sowie WLAN sorgt für hohe Übertragungsraten. Der 3,2 Zoll große kapazitive Amoled-Fulltouchscreen reagiert auf leichte Berührungen. Für exzellente Momentaufnahmen sorgt eine 5-Megapixel-Kamera mit Fotolicht und Autofokus.

Integriertes GPS ermöglicht eine präzise Standortbestimmung, detaillierte Routenplanung und einfache Navigation via Google Maps. Neben USB 2.0 und Bluetooth 2.0 bietet das Modell außerdem einen 3,5 mm Klinkenanschluss. Der interne Speicher ist 8 GByte groß und kann via MicroSD um bis zu 32 GByte erweitert werden.

Mit dem aktuellen Portfolio ist Samsung sehr gut aufgestellt und bietet für jeden Kundenwunsch das passende Handy. Mit dem Jet S8000 hat Samsung das bis heute schnellste Mobiltelefon in seinem Produktportfolio. Neben dem 3,1 Zoll großen Amoled-Display ist das Smartphone mit einer 5-Megapixel-Kamera, Exchange Active-Sync, Bluetooth v2.1, USB 2.0, WiFi und Multimedia-Player mit 3,5 mm Klinkenanschluss ausgestattet.



Das Corby S3650 ist ein günstiges Touchscreen-Handy, das sich am Lebensstil der Jugend orientiert. Durch vorinstallierte Web 2.0 Anwendungen stehen die Nutzer immer und überall mit ihren Freunden in Kontakt. Das auffällige Design lässt sich durch Wechselschalen an den persönlichen Geschmack anpassen.



Das Galaxy ist Samsungs erstes Android-Handy. Das Google-Betriebssystem sorgt für schnelle Internet-Zugänge. Eine 5-Megapixel-Kamera mit Fotolicht, GPS-Funktion, WLAN und OLED-Touchscreen vervollständigen die Ausstattung.

Der 3,0 Zoll große WQVGA-Touchscreen mit 262.144 Farben des S5230 Star sorgt für Übersicht. Die virtuelle Qwertz- und 3 x 4-Tastatur, Bluetooth v2.1 und USB 2.0 garantieren eine komfortable Handhabung.

Studie von The Phone House Wenig Vertrauen in gute Beratung

Der deutsche Fachhandel für mobile Kommunikation ist bei Verbrauchern immer noch der Einkaufskanal Nummer eins. Beim Mobilfunk-Vertragsabschluss oder beim Kauf von Handys, Smartphones und Notebooks finden zwei von drei Deutschen nach wie vor den Weg in den stationären Einzelhandel. Dies ist eines der Ergebnisse einer repräsentativen Befragung zur Service- und Beratungsqualität im deutschen Telekommunikationsmarkt im Auftrag von The Phone House.

Für die Studie befragte das Mün-Telekommunikations-Unternehmen 1.034 Personen zu deren Erwartungen an Service und Beratung im Fachhandel für mobile Kommunikation. Doch trotz der offensichtlichen Treue der Kunden zum Fachhandel stimmen die übrigen Ergebnisse nicht vor Ort erklärt bekommen, 65,1

sönliche Beratung die Komplexität des Tarifdschungels überwunden werden kann, bezüglich der Komplexität von Endgeräten (Notebooks, Smartphones und Handys) glauben das 73 Prozent. Auch besondere Services sind gefragt: 71,7 Prozent möchten das Gerät

51,8% waren unzufrieden mit der letzten Beratung im Shop.

unbedingt optimistisch. Denn den weiteren Ergebnissen hinsichtlich Vertrauenswürdigkeit in die Fachkenntnisse der Verkaufsberater sowie deren Beratungsqualität zufolge sieht die aktuelle Lage wesentlich anders aus. So ist jeder Zweite (51,8 Prozent) mit seiner letzten Beratung im Tk-Fachhandel unzufrieden, und lediglich 25,2 Prozent der Verbraucher vertrauen in die Fachkenntnisse und Kompetenz der Berater.

Die Hälfte deutscher Verbraucher (49,2 Prozent) macht sich zunächst über die Angebote im Internet schlau, geht dann allerdings in den Fachhandel, um sich dort persönlich beraten zu lassen und einen Vertrag abzuschließen. Die persönliche Beratung spielt diesbezüglich eine besondere Rolle, da im Gespräch offene Fragen zu Tarifen und zur Bedienung des Endgeräts geklärt werden können. So gaben 79,7 Prozent der Befragten an, dass durch perProzent wünschten sich sogar eine Einrichtung des Geräts im Shop, so dass sie es einsatzbereit mit nach Hause nehmen können. Befragt nach Wegen aus der Vertrauenskrise gegenüber Beratern, erwarten 55,3 Prozent deutscher Verbraucher eine Verbesserung der Fachkenntnisse von Beratern über Tarife und Endgeräte, da nur so beispielsweise Vertragsbedingungen wirklich transparent er-

klärt werden können, was für 90,1

im Fachhandel.

Etwa 2/3 der Befragten erwarten

eine Verbesserung von Service & Beratung

komplette Einrichtung von Netund Notebooks beinhaltet. Weitere auf die Kundenbedürfnisse abgestimmte Services sollen folgen. Zudem werde das Unternehmen die Schulungen in seiner Akademie ausweiten und optimieren und den Kunden über Aufklärungskampagnen die Vorteile und kostengünstigen Möglichkeiten, "überall online" gehen zu können, näherbringen.

Prozent der Verbraucher wichtig

Für 49,9 Prozent der Befragten

sind dabei regelmäßige und bes-

sere Schulungen notwendig, um

die Kompetenz von Beratern zu

steigern. 36 Prozent der Verbrau-

cher gehen sogar so weit, einen

Net Promoter Score zu fordern,

die Berater also nach der Qualität

ihrer Beratungsleistungen zu ent-

lohnen. Auf diese Weise würden

sie eher auf die individuellen Inter-

essen ihrer Kunden eingehen und

nicht möglichst hochprovisio-

nierte und für den Kunden unpas-

"Die Studie hat uns nicht nur

wertvolle Erkenntnisse über die

Erwartungen der Kunden an die

Berater gebracht, sondern vor

allem auch Wege aufgezeigt, wie

wir näher an den Kunden rücken

können", erklärte Dr. Ralf-Peter

Simon, Geschäftsführer von The

Phone House. "Wir werden die

Ergebnisse nutzen und die Ser-

vice- und Beratungsqualität in

unseren Shops sowie denen unse-

Als erste Maßnahme habe man

Anfang Oktober das Notebook-

Service-Paket eingeführt, das die

rer Franchisenehmer erhöhen."

sende Verträge verkaufen.

oder sehr wichtig ist.

www.phonehouse.de

****Aktuell**

The Phone House mit erweitertem Geschäftskonzept

The Phone House (TPH) setzt ab sofort in seinen Shops ein neues, erweitertes Produkt- und Shop-Konzept um. Mit den zwei farblich voneinander abgesetzten Themengebieten, klassisches Mobilfunk-Geschäft sowie Notebook-Welt, gibt The Phone House seinen über 215 Shops ein neues Gesicht und rückt die Themen "mobiles Internet für alle" und "Notebooks ab einem Euro" ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Den Kunden stehen neben den Mobilfunk- und Festnetz-Produkten aller großen Netzbetreiber ein umfassendes Sortiment an Notebooks, Netbooks und Smartphones namhafter Hersteller, passendes Zubehör sowie zahlreiche Serviceleistungen zur Verfügung. Zur Erleichterung der Kaufentscheidung können Kunden die Notebooks dank WLAN-Hotspot live im Shop ausprobieren. "Wir haben bereits im letzten Jahr die Zeichen der Zeit erkannt und als einer der ersten Anbieter im Markt Pakete aus Notebooks und mobilen Internet-Flatrates erfolgreich vermarktet. Die Reaktion unserer Kunden sowie von Industriepartnern war auf ganzer Linie positiv. Wir bieten den Kunden mit dem neuen, im Markt einzigartigen Shop-Konzept eine ideale Kombination aus Produkt-Auswahl, unabhängiger Tarifberatung und nachhaltigem Service. Nun gehen wir konsequent den nächsten Schritt und setzen unsere gesammelten Erfahrungen in allen TPH Shops um", so Dr. Ralf-Peter Simon, Geschäftsführer von TPH in Deutschland, zur Ausweitung des Produkt-Portfolios. Parallel zum Start des neuen Produkt- und Shop-Konzepts hat das Unternehmen Anfang Oktober im Oberhausener Einkaufszentrum CentrO seinen bisher größten Shop in Deutschland eröffnet. Auf über 150 m² präsentiert The Phone House dort sein neues Shop-Konzept und das erweiterte Produkt-Portfolio im XXL-Format.

www.phonehouse.de

Brodos und T-Mobile starten Incentive für **Business-Kunden**

Beim neuen Business-Incentive von Brodos und T-Mobile wartet eine außergewöhnliche Veranstaltung auf die Gewinner: Wer im Aktionszeitraum 1. Oktober bis 30. November die meisten T-Mobile 24 Monats-Business Laufzeitverträge über Brodos schaltet, darf beim Snow Drifting in den österreichischen Alpen ausprobieren, was im normalen Straßenverkehr streng verboten ist. Wie schnell schafft man eine vereiste Kurve? Was passiert, wenn man auf Eis die Handbremse zieht? Und wie schafft man den perfekten Drift durch eine enge Kehre? Diese und

andere Fragen werden von erfahrenen Instruktoren beantwortet, die darüber hinaus Tips geben und helfen, die Fahrzeuge besser zu beherrschen. Zur Verfügung stehen die Fahrzeugtypen BMW 3er oder 5er, X3, X5 oder Seat Cordobas der neuesten Modellreihen sowie ein Schneebuggy. Auf Wunsch können die Gewinner das Erlernte mit dem eigenen Auto umsetzen. Übernachtung, Funkausrüstung, Helm und Treibstoff sind inklusive. Auch den Händler mit der größten Steigerung seiner T-Mobile 24 Monats-Business Laufzeitverträge gegenüber dem Jahresdurchschnitt 2009 erwartet dieses Erlebnis. Die Anmeldung zum Incentive erfolgt telefonisch über den persönlichen Brodos Ansprechpartner oder unter der Kunden-Hotline 09133-7770-140.

www.brodos.de

Sagem Communications wird ab Anfang 2010 in Sagemcom umbenannt

Sagem Communications wird ab Anfang 2010 den Namen Sagemcom tragen. Die Umwidmung soll laut Patrick Sévian, CEO Sagemcom, den Anfang einer neuen Phase in der Unternehmensgeschichte symbolisieren und die Identität und die Stärken nach außen kommunizieren. Die Etablierung des Unternehmens und der Marke Sagemcom wird stufenweise bis zum Ende 2009 stattfinden: Sowohl die Website als auch die Produkte der einzelnen Bereiche werden dem neuen Corporate Design angeglichen. Sagemcom strebt auch anderthalb Jahre nach dem Ausstieg aus der Safran Gruppe die Weltmarktführerschaft im Bereich hochwertiger Kommunikations-Terminals an. Sagemcom ist im Breitband-, Energie & Telekommunikationssowie im Print-Markt aktiv.

www.sagemcom.com

Epsilon Telecom schickt Incentive-Gewinner in den Sonnenstaat Florida

Florida, der südlichste Bundesstaat der USA, ist das Ziel des diesjährigen Incentives von Epsilon Telecom. Noch bis zum 31. Dezember veranstaltet Epsilon zusammen mit T-Mobile distributed by The Phone House den Reisewettbewerb, der den Gewinnern die Möglichkeit gibt, Florida zu erkunden. Den Traum, im März 2010 in Florida dabei zu sein, dürfen alle Epsilon-Händler mit einer eigenen VO-Nummer von T-Mobile träumen. Im Aktionszeitraum erhalten sie wertvolle Reisepunkte für alle abgeschlossenen T-Mobile 24-Monats-Neuverträge. Belohnt werden die drei erfolgreichsten Bestandshändler, die im Aktionszeitraum die meisten Neuverträge - mindestens 150 im Aktionszeitraum - abgeschlossen haben, und der aktivste Neueinsteiger mit einer T-Mobile VO Nummer. Weitere Informationen zu dem aktuellen Incentive unter

www.epsilon-events.de

Spielekonsolen • Software •

Sony SCED: EyePet - virtueller Spielspaß für Kinder und Erwachsene

Kuscheliger Spielgefährte

1996 zog das virtuelle Tamagochi von Bandai Millionen Jugendliche in seinen Bann, 2005 machte Nintendogs Furore und ließ die Jugend der Welt zu Hundeliebhabern werden. Jetzt bringt Sony Computer Entertainment mit EyePet für PS3 ein neues, virtuelles Haustier auf die Fernseher, mit dem die Spieler interaktiv agieren können.

Basis des Spiels ist Sonys Kamera Playstation Eye. Mit ihrer Hilfe werden alle Aktionen, die vor dem Fernseher stattfinden, über die PlayStation 3 in das Spielgeschehen auf dem Bildschirm übertragen, denn das liebenswerte Eye-Pet lebt auf dem Fernsehbildschirm im Wohnzimmer.

Als Spielfeld dient der Fußboden oder ein Tisch, den man vor dem TV-Display platziert. Doch Achtung, denn zum Spielen mit dem EyePet benötigt man Platz. Die Kamera wird einfach auf die "Spielfläche" gerichtet

Karte erscheinen auf dem Fernseher je nach Spiel oder Aktion jede Menge Utensilien, die man zum Spielen, Pflegen und Lehren des EyePet benötigt.

Schließlich beginnt der Spaß mit dem Schlüpfen des neuen Haustiers aus einem Ei. Anschließend erhält das pelzige Kuscheltier



und mit Hilfe einer Das EyePet ist ein drolliger Hausgenosse, den jeder, ob groß oder klein, "Zauberkarte" schnell in sein Herz schließt. Es lässt sich richtig streicheln und kraulen, rollt sich über den Boden und schnurrt genüsslich vor sich hin. Mit ein iustiert. Mit dieser wenig Geduld kann man das EyePet auch zum Schlafen bewegen.

einen Namen, wird angezogen und muß die ersten Dinge lernen. EyePet verhält sich wie ein verspielter Hund, ist wissbegierig, lernfähig und hat den Kopf voller Unsinn. Durch das Lösen kleiner Aufgaben und Absolvieren von Mini-Spielen erhält man Dinge wie Kleidungsstücke oder Spielzeuge, um sein EyePet individuell zu kleiden und mit ihm spielen zu können.

Wie um jedes echte Tier auch, muß sich der Spieler schon etwas um sein EyePet kümmern. Dazu gehören Fütterungen. Waschtage und regelmäßiger Schlaf. Wird ein Objekt direkt vor die Kamera gehalten, das EyePet nicht kennt, erforscht es dieses genau und lernt, damit umzugehen. EyePet lacht, wenn es gekitzelt wird, macht einen Hüpfer, wenn es gepiekst wird, und sucht den gesamten Bildschirm ab, wenn ein Ball vor der Kamera herrollt. EyePet revolutioniert die Art und Weise, Video zu spielen und ist etwas für die ganze Familie. Das kleine Pelztier hat jeder schnell in sein Herz geschlossen, und durch

die Interaktivität mit dem virtuel-



Mit Hilfe der Playstation Eye-Kamera lassen sich reale Gegenstände in die virtuelle Welt der PS3 übertragen, um dann mit diesen mit dem EyePet zu spielen. Wie ein echtes Haustier greift der pelzige Freund den Gegenstand an, jagt hinter ihm her oder springt über ihn hinweg.



len Haustier wird das Spielen nie langweilig, da sich immer wieder neue Situationen ergeben und das EyePet stets anders reagiert.

www.playstation.de

Bis zu vier EyePets können adoptiert werden, so dass vier verschiedene Personen ihr persönliches Exemplar besitzen. Dieses lässt sich nach dem Geschmack seines Besitzers stylen und anziehen. Dazu steht eine breite Palette an Optionen zur Verfügung, die im Laufe der Zeit durch freigespielte Dinge stetig erweitert werden.

FIFA 10 von EA mit 360°-Dribbling-System

Die neue Version des Kultspiels wartet mit dem ersten richtigen 360-Grad-Dribbling-System und der neuen "Geschicktes Dribbling"-Technologie auf, wodurch der Spieler eine deutlich bessere Ballkontrolle hat. Neu hinzugekommen sind die Trainingsarena und die Möglichkeit,

eigene Standardsituationen zu erstellen. Zusätzlich wurde der Dienst My Live Season zu einem vollwertigen Spielmodus FIFA 10 auf Play-Station 3 und Xbox



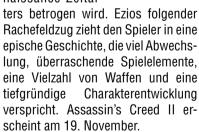
360 erweitert, so dass Abonnenten Woche für Woche in Form von dynamischen Aktualisierungen mit realen Informationen versorgt werden. FIFA 10 erscheint für PlayStation 3, Xbox 360, Wii, PC, PlayStation 2, PSP, iPhone und Mobiltelefone.

www.electronicarts.de

Ubisoft: Assassin's Creed II weltweit gleich

Assassin's Creed II erscheint in Deutschland in einer weltweit einheitlichen Version. In der offenen Welt von Assassin's Creed II verkörpert

der Spieler den 📮 Adligen jungen Ezio, der von den rivalisierenden Herrscherfamilien im Italien des Renaissance-Zeital-



www.ubisoft.de

DTP Crazy Machines 2 für Nintendo DS

Crazy Machines 2 fordert die Spieler erneut auf, verrückte Maschinen zu bauen, um waghalsige Kettenreaktionen ganz nach den Gesetzen der Physik auszulösen. Augenscheinliche Lösungen entpuppen sich als physikalische Einbahnstraßen, und oftmals erweist sich das Unmögliche als möglich. Neulinge werden von dem sympathischen Professor ausführlich angelernt und Schritt für Schritt in die Materie eingeführt, bis sie in der Lage sind, auch komplizierte Aufgaben nach dem Prinzip "Anschauen, Ausprobieren und Verstehen" aufzulösen. www.dtp-entertainment.com

Saturn-Markt am Kölner Hansaring handelt mit besonderen Sportartikeln

Der Saturn-Markt am Kölner Hansaring vertreibt seit Ende der gamescom, der neuen Branchenleitmesse für Computerspiele in Köln, Sportartikel für Computerspieler unter der Marke "ESL approved". Bei den Sportartikeln handelt es sich um Computerzubehör, das von Gamern für Gamer ausgesucht und von der Electronic Sports League (ESL), Europas größter Liga für elektronischen Sport, geprüft worden ist.

Das Gamingzubehör, zu dem Mäuse, Tastaturen, Mauspads und Headsets gehören, wird in einem speziell ausgezeichneten Regal im Saturn-Markt vertrieben. Die Produkte, die im "ESL-Regal" ausliegen, sind die Produkte, die die ESL

auch im hauseigenen Shop vertreibt, das heißt, dass es sich hierbei um Produkte der ESL-Sponsoren wie zum Beispiel Sennheiser, Microsoft Sidewinder oder Alugraphics handelt. Die ESL setzt auf ebendiese Sponsoren und ihre Produkte, da sie sich bis jetzt auf jedem Event der ESL bewährt haben und bevorzugt von den professionellen Spielern genutzt werden. Denn gerade die Profi-Spieler sind es, die ein besonderes Augenmerk auf hohe Qualität bei Gamingprodukten legen, da diese den Spielfluss erleichtert. Aus diesem Grund soll die ESL zukünftig auch stärker in die Entwicklung der Produkte, die speziell für Gamer hergestellt werden, integriert werden.

Der elektronische Sport wird offensichtlich zu einer aner- Der Saturn-Markt am Kölner Hansaring präsentiert ab sofort in einem eigens kannten Sportart, denn auch im Breiten- und Massensport eingerichteten Regal ESL-geprüfte Gamingartikel wie Tastaturen, Mäuse, wie Fußball, Handball, Schwimmen oder Golf helfen Spieler Mauspads oder Headsets, die von Gamern für Gamer geprüft wurden. und Trainer bei der Weiterentwicklung von Sportartikeln,



um das Spielverhalten zu optimieren. Schließlich landen diese Artikel später frei erhältlich auf dem Markt, wo jeder sie käuflich erwerben kann. Genau dies ist es auch, was die ESL mit ihrer Kooperation mit dem Saturn-Markt am Kölner Hansaring erreichen möchte. Natürlich sind die Gamingartikel in den letzten Jahren frei erhältlich gewesen, allerdings gingen sie häufig in der breiten Masse ähnlicher Produkte unter. Durch das spezielle ESL-Regal unter dem Label "ESL approved" grenzen sich die speziellen, extra auf Wettkämpfe ausgelegten Produkte von der Standardtechnik ab und machen sie auch für Laien erkennbar.

"Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit mit Saturn, es ist zugleich die erste Vertriebskooperation dieser Art für die ESL. Durch die Kooperation werden hochwertige Gaming-Produkte auch für Hobbyspieler besser zugänglich gemacht, die bislang selten in spezialisierten Shops eingekauft haben. Zusammen mit Saturn erreichen wir mit dem Label "ESL approved" als Gütesiegel eine enorme Kundenbasis in einem der größten Elektronikfachmärkte Deutschlands", so Tobias Heim, Director Sales bei Turtle Entertainment, dem Betreiber der ESL. www.turtle-entertainment.de



Internationales Business Forum "Memories are more..."

Netzwerke und mehr

Das Internationale Business Forum "Memories are more...", das am 21. und 22. Oktober 2009 im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse stattfand, war ein durchschlagender Erfolg. Mit mehr als 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Bilddienstleistung, Industrie, Fotohandel und Fachpresse war die Veranstaltung der größte Event dieser Art, der bisher in Europa für die

Foto- und Imagingbranche stattgefunden hat. Organisiert wurde das Ereignis von der englischsprachigen Schwesterzeitschrift von PoS-MAIL, INTER-NATIONAL CONTACT, und dem amerikanischen Informationsdienst Photo Imaging News mit Unterstützung der photokina und des Marktforschungs-unternehmens GfK.

Trotz der Wirtschaftskrise konnten die Organisatoren Teilnehmer aus Nordamerika, Asien und 15 europäischen Ländern einschließlich Russlands begrüßen. Auf der Kompaktmesse, die das Vortragsprogramm ergänzte, zeigten vier Gold-, zehn Silber-Sponsoren sowie drei zusätzliche Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen. Als weiterer Höhepunkt erwies sich die Abendveranstaltung, zu der die photokina alle Teilnehmer und Sponsoren des Internationalen Business Forums eingeladen hatte. Hier hatten die Besucher besonders ausgiebige Gelegenheiten, sich miteinander über die Themen der Vorträge und aktuelle Branchenprobleme auszutauschen.

Das Netzwerk lebt

Auch die Veranstaltung selbst bot reichlich Gelegenheit zum "Netzwerken", und die Besucher machten davon auch regen Gebrauch. Den Startschuss zum Meinungsaustausch gab Alexandra Gebhardt, Chief Social Strategist von Inside Media Networks, New York, mit einem fulminanten Eröffnungsvortrag, der reichlich Stoff für Diskussionen bot. Die amerikanische Expertin demonstrierte ihre Kompetenz mit zahlreichen neuen Fakten zur Nutzung sozialer Netzwerke wie Facebook, Twitter usw. und zeigte interessante Möglichkeiten auf, wie Unternehmen diese Online-Plattformen für ihre Geschäfte nutzen können. In den folgenden Vorträgen, bei denen führende Vertreter aus Industrie, Dienstleistung und Handel zu Wort kamen, ging es dann um konkrete Geschäftsmodelle für die Foto- und Imagingbranche. Am

Nachmittag des ersten Tages steuerte dazu die GfK in einer parallelen Vortragsveranstaltung wichtige Zahlen und Fakten von den europäischen und weltweiten Märkten bei.

Der Fotohandel stand besonders am zweiten Veranstaltungstag im Mittelpunkt. Den Auftakt machten drei junge Talente aus der Ringfoto Gruppe, die mit originellen Ideen den Unternehmergeist der nächsten Fotohändler-Generation darstellten. Ihnen folgten in Vorträgen und einer Podiumsdiskussion Beispiele aus etablierten Handelsunternehmen, die bereits jetzt die neuen Technologien für signifikantes Wachstum nutzen.

PoS-MAIL wird in der nächsten Ausgabe ausführlich über das Internationale Business Forum "Memories are more..." berichten. Mit den Fotos auf dieser Seite geben wir einen ersten Eindruck von der Veranstaltung.

"Memories are more..."







Die Gold-Sponsoren CeWe Color, HP, Kodak und Lucidiom zeigten ihre Produkte und Dienstleistungen auf attraktiven Messeständen. Auch die Exponate der Silber-Sponsoren stießen auf reges Interesse.





Gastrednerin Alexandra Gebhardt, Inside Media Networks, New York, beeindruckte das Auditorium mit ihren profunden Kenntnissen über die globale Nutzung sozialer Netzwerke.



Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Ziel- und ergebnisorientierte Führungskraft mit langjähriger Erfahrung in unternehmensleitenden Positionen sucht neue Herausforderung als

Geschäfts- oder Bereichsleiter Consumer Electronics

Kompetenzportfolio:

- Fundierte Erfahrungen und nachweisbare Erfolge in der Konzeption und im Aufbau von Vertriebs- und Marketingstrukturen und Einkauf sowie Führung und Steuerung dieser Organisationseinheiten zur Vermarktung technischer Produkte.
- Erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken.
- Profunde betriebswirtschaftliche Kompetenz sowie umfassende Markenkenntnisse.
- Stark in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung.
- Teamplayer mit hoher sozialer Verantwortung.
- Langjährig gewachsene Kontakte zu Industrie und Handel.
- Vertrags- und abschlusssicher, national und international, gepaart mit multikulturellen und kommunikativen Kompetenzen.
- Kenntnisse in EDV und Internetaffinität.
- Sehr gutes Englisch sowie gutes Französisch in Wort und Schrift, solide Kenntnisse in Spanisch und Grundkenntnisse in Italienisch runden mein Profil ab.

Mit branchenspezifischem Knowhow, kreativen Ideen und maßgeschneiderten Konzepten möchte ich mit meiner Freude am leistungsorientierten Arbeiten in Ihrem Unternehmen neue Impulse setzen.

Kontakt bitte unter Chiffre 43167911

Die Rotorflügel handelsüblicher elektrischer Ventilatoren zerschneiden buchstäblich die Luft, was zu einem unregelmäßigen, stoßartigen Luftstrom führt und ein störendes Flattern der Luft verursacht. Dyson zeigt, dass es auch anders geht. Der Dyson Air Multiplier Ventila-

Dyson: 100 Jahre Entwicklung

Der Dyson Air Multiplier Ventilator hat keine Rotorflügel. Stattdessen nutzt er eine patentierte Technologie, mit der der Luftstrom um das 15fache verstärkt wird und pro Sekunde 450 Liter kühle, gleichmäßige Luft ausgestoßen werden.

Die Luft wird durch einen Luftschlitz beschleunigt, der sich innerhalb des Luftrings befindet. So entsteht ein Luftstrom, der über eine Schräge geführt wird, die wie eine Tragfläche geformt ist. Auf diese Weise wird die Richtung des Luftstroms bestimmt und die Umgebungsluft mit in den Luftstrom gesogen. Dyson



Traditionelle Ventilatoren mit Flügeln erzeugen je nach Drehzahl der Rotorblätter Geräusche und müssen durch ein Schutzgitter verdeckt werden.

Strömungsmechaniker haben den Luftstrom in Simulationen gemessen und abgebildet, um das Verfahren des Dyson Air Multiplier Ventilators zu optimieren.

Der Dyson Air Multiplier Ventilator wird von einem energieeffizienten bürstenlosen Motor angetrieben, und die Luftgeschwindigkeit kann mit einem stufenlos regulierbaren Schalter eingestellt werden. Handelsübliche Ventilatoren sind nur für einen Betrieb mit zwei oder drei Einstellungen vorgesehen. Ohne Rotorflügel wird auch kein Gitter benötigt, weshalb der Ventilator sicher und einfach zu reinigen ist. Da sich der Motor im Standfuß befindet, kann der Dyson Air Multiplier mit einer

Dyson nutzt bei seinem Air Multiplier Strömungseffekte aus und kommt so ganz ohne Rotorblätter aus, was die Betriebssicherheit deutlich erhöht.

einfachen Berührung ausgerichtet werden und unterscheidet sich darin von einem handelsüblichen kopflastigen Ventilator, der mit beiden Händen positioniert werden muss.

James Dyson: "Ventilatoren haben mich immer enttäuscht. Ihre Rotorflügel schneiden den Luftstrom und führen damit zu einem unregelmäßigen Luftstrom. Sie sind schwierig zu reinigen, und Kinder wollen mit den Fingern immer durch das Gitter fassen. Deshalb haben wir eine neue Art von Ventilator entwickelt, der keine Flügel benötigt."

Senseo Limited Edition von Philips

Mit der neuen Senseo Limited Edition by Marcel Wanders bringt Philips kreatives Flair in den Kaffeemarkt. Sie spricht den stilbewussten Kaffeeliebhaber an, der seine Küche mit einem begehrenswerten, modernen Design bereichern und gleichzeitig nicht auf das Senseo Aroma verzichten möchte.

Die Senseo Limited Edition by Marcel Wanders ist nur für einen begrenzten Zeitraum in der Vorweihnachtszeit von Oktober bis Dezember erhältlich. Die Senseo Limited Edition kombiniert das erfolgreiche Konzept

für die Kaffeezubereitung mit einer modernen ästhetischen Qualität. Die Oberfläche der Maschine hat optisch eine dritte Dimension, wobei in der Tiefe das geheimpisvoll

das geheimnisvoll
altertümlich anmutende Muster
des Designers fasziniert, während die äußere Transparenz auf
die moderne Technik im Inneren
verweist. Die Senseo Limited
Edition gibt es in der Herbst-/
Wintersaison in zwei Farben: in
Rot als nicht zu übersehenden

Blickfang, oder in Schwarz für

einen dezenteren Effekt.
Jede Tasse Kaffee wird frisch
aufgebrüht und liefert ein volles
Aroma und eine köstliche Crema.
Das patentierte Brühsystem
arbeitet automatisch mit dem
optimalen Wasser-Kaffee-Verhältnis und sorgt Tasse für Tasse
für vollen Genuss der Bohnen.
Bei der Senseo Kaffeevielfalt
hat der Kaffeeliebhaber die Wahl
zwischen fünfzehn Varianten.

www.philips.de

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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,

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,

Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43 IBAN: DE35 360100430164565438,

BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Anzeigen: Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 10 v. 1. Januar 2009

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräßel

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635

und Urhebervermerk.







Willkommen im Zukunftsmarkt Home Cinema!

Mehr Konsumenten als je zuvor wollen sich jetzt das mitreißende Kinoerlebnis ins Wohnzimmer holen: Flatscreen TVs sind die Kunden- und Umsatzbringer 2009. Basierend auf den aktuellen Verkaufszahlen prognostizieren qualifizierte Marktbeobachter mehr als 8 Millionen Flatscreen-Verkäufe in diesem Jahr. Um aber wirklich das Kino nach Hause zu bringen, brauchen große Bilder unbedingt den großen Sound: Spitzenklang für Home Cinema und Musik mit nur zwei kleinen, sichtbaren Lautsprechern, mit einfachster Bedienung, einfachster Installation und nicht zuletzt zu Preisen, die sich jeder TV-Kunde leisten kann.

Mit den 3·2·1® DVD Home Entertainment Systems hat Bose eine neue Produktkategorie geschaffen und eine einzigartige Erfolgsgeschichte geschrieben. Jetzt präsentiert Bose in zwei besonders populären Preisklassen die neuen CineMate® Digital Home Cinema Speaker Systems für den raumfüllenden Klang mit allen Bild-/Tonquellen zu jedem Flatscreen TV.

Willkommen in der Audio-Zukunft!

Die Bose Neuheiten 2009 – jetzt exklusiv für unsere Partner 2000 Fachhändler.

