

POS-MAIL

November 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Entdecken Sie ein neues Maß an Perfektion: Art SL.

Willkommen zur Premiere am 13.11. in Ihrer Loewe Galerie.

Mit Loewe wird Fernsehen wieder zum Erlebnis: Entdecken Sie den neuen Art SL beim exklusiven Event **The Art of High Definition**. Hier präsentieren wir Ihnen unser neuestes TV-Highlight, das vollen Fernsehkomfort ohne Kompromisse bietet. Zur Präsentation in einer über 70 Loewe Galerien laden wir Sie herzlich ein. Melden Sie sich an unter 0180 / 122 25 63 93 oder auf www.loewe.de

LOEWE.

Starkes Programm



Die Top-Seller im Jahresendgeschäft

Wie im vergangenen Jahr werden auch 2008 TV-Displays einen Großteil des Jahresendgeschäfts ausmachen. Flachbildfernseher stehen derzeit für 38 Prozent des Umsatzes der gesamten Consumer Electronics. Doch andere Bereiche holen auf. Mobile Geräte für portable Navigation, digitale Audio- und Videoplayer, digitale Kameras, Notebooks und Mobiltelefone werden immer stärker durch den Endverbraucher nachgefragt. Eine deutliche Steigerung beim Absatz verzeichnen auch Spielekonsolen, zugehörige Hardware und Spielesoftware.

Insgesamt soll der deutsche Markt für digitale Consumer Electronics in diesem Jahr um 5,4 Prozent auf ein Umsatzvolumen von 12,4 Milliarden Euro wachsen. Naturgemäß nehmen hier Flachbildfernseher nach wie vor eine starke Position ein. Für Flachbildfernseher werden die Verbraucher in Deutschland in diesem Jahr gut 4,9 Milliarden Euro ausgeben, wobei rund 90 Prozent des Um-

satzes bei Flachbildfernsehern mit HD-ready-Geräten gemacht wird.

Markttreiber High Definition

Vom Trend zu hochauflösenden Bildern profitieren nicht nur die Hersteller von Fernsehern, sondern auch von Zusatzgeräten. Sehr dynamisch wachsen digitale Set-Top-Boxen und Satellitensy-

steme. Hier steigt der Umsatz 2008 um knapp 18 Prozent auf 440 Millionen Euro. Nach dem Ende des Formatstreits um die DVD-Nachfolgetechnologie verdreifachen sich die Erlöse für Blu-ray-Player auf 50 Millionen Euro.

Verzahnte Produktwelten

Den Blick alleine auf die klassisch beliebten Segmente zu richten, wäre jedoch falsch. Die Digitalisierung mittlerweile aller Produktsegmente sorgt für eine immer engere Verzahnung der Gerätegruppen untereinander. So korrespondiert der Receiver mit externen Festplatten, die Videokamera ist mit dem PC verbunden und die Digitalkamera schickt ihre Bilder per HDMI-Anschluss direkt aufs Display. Gute Umsätze sind

auch bei mobilen Geräten zu erwarten. Mobiltelefone sind zum Weihnachtsgeschäft ebenso gefragt wie MP3- und Videoplayer. Vor allem die neuen Handygenerationen mit großem Touchscreen und schnellen Datenverbindungen innerhalb der Mobilfunknetze erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Ein Grund hierfür sind die sinkenden Verbindungskosten sowie eine bessere Transparenz seitens der Provider bezüglich der Tarifstrukturen. Auch bei diesen Produkten besteht über deren ursächlichen Nutzen mittlerweile eine direkte Verbindung beispielsweise zu Stereoanlagen oder auch TV-Displays. Dank der integrierten WLAN- oder USB-Schnittstellen lassen sich Handys oder MP3-Player ohne Probleme an das heimische CE-Equipment anbinden.



Fachhändler gefragt

Die Begeisterung über HDTV hat zur IFA ein weiteres, potentes Wachstumssegment des Fernsehmarktes in den Schatten gestellt: IPTV, also das Empfangen von Programmen, die via Internet verbreitet werden und über die DSL-Leitungen in die Haushalte kommen (könnten).



Die prozentualen Wachstumsraten sind enorm: Telekommunikationsanbieter und Kabelnetzbetreiber haben bislang, so schätzen Experten, in Deutschland 300.000 Kunden gewonnen; Ende des vergangenen Jahres waren es noch 180.000. Man kann also von einer Verdopplung des Marktes für das Gesamtjahr ausgehen.

Das ändert nichts daran, dass die Zahl der Kunden immer noch verschwindend klein ist – denn rund 20 Millionen Haushalte wären in der Lage, mit Hilfe einer Set-Top-Box internetbasiertes Fernsehen über Breitband-Anschlüsse zu empfangen. Von denen, so ergab eine Marktstudie der GfK Panel Services, könnten sich 40 Prozent vorstellen, über das Internet fernzusehen. Von Absichtserklärungen im Konjunktiv kann aber niemand leben, auch wenn sich ein Potential von nahezu zehn Millionen Interessenten zunächst gut anhört. Dem steht aber gegenüber: Mehr als die Hälfte der von der GfK befragten Konsumenten hatten vor der Umfrage niemals etwas von IPTV gehört, und 60 Prozent hatten eben gerade kein Interesse, und zwar aus nachvollziehbaren Gründen: Sie wussten weder, welche Programme angeboten werden, noch was sie kosten, noch welche Technik notwendig ist, um die Bilder aufs Fernsehgerät zu übertragen.

Dieses Problem erscheint lösbar: Hier könnte die kompetente Beratung seriöser Fachhändler helfen. Immerhin verkauft der High-Tech-Fachhandel immer mehr hochwertige Fernsehgeräte – und hat damit den perfekten Anknüpfungspunkt, um Gespräche über IPTV zu führen.

Ob die Anbieter das irgendwann begreifen? Oder setzen sie doch lieber auf noch mehr Mailings und das älteste Rezept der Welt: billige Angebote? Das wäre dann (leider) eine vertane Chance.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Musik und Fotos finden auf diese Weise wieder ihren Weg in Heim und Haus.

Eine Umfrage des BITKOM bestätigt diese Tendenz. 28 Prozent der befragten Personen ab 10 Jahre schauen sich bereits Digitalfotos auf dem Fernseher an. Weitere 34 Prozent interessieren sich dafür. 30 Prozent möchten gerne über den Fernseher in der eigenen digitalen Musiksammlung stöbern und Musik hören, 6 Prozent tun dies bereits. Sehr hoch ist auch das Interesse der Befragten, über das TV-Gerät Spielfilme herunterzuladen (29 Prozent), im Internet zu surfen (25 Prozent) und Videotelefonie zu nutzen (20 Prozent).

Digitalkameras und Fotohandys

Entsprechend der BITKOM-Umfrage stehen Digitalkameras bei den Verbrauchern hoch im Kurs. Diashows finden nicht mehr mit Hilfe eines Projektors statt, sondern werden teilweise direkt über die Kamera auf den Fernseher gebracht. Digitalkameras mit über 2 Megapixeln liefern dabei Bilder in ausreichender Qualität, die am besten auf HD-ready-Fernsehern zur Geltung kommen. Digitalkameras mit einer HDMI-Schnittstelle können direkt an das TV-Gerät angeschlossen werden. Einige hochauflösende Fernseher haben einen eingebauten Kartenleser, in den die Speicherkarten der Digitalkamera gesteckt werden können. Oder sie verfügen über einen USB-Anschluss, mit

Speicherkarten und Kabel, ergänzend zu den Geräten, sind ein lukratives Zusatzgeschäft.

dem ein externer Kartenleser mit dem Fernseher verbunden werden kann. Neben dem reinen Produktverkauf steht hier ein lukratives Zusatzgeschäft mit Speicherkarten oder Anschlusskabeln ins Haus.

Verbraucher achten beim Kauf nicht mehr nur auf die Pixelzahl, sondern verstärkt auf neue Funktionen wie computergesteuerte Gesichtserkennung mit intelligentem Autofokus, den sogenannten Smile Shot, Bildnachbearbeitungsfunktionen und Verwacklungsschutz. Auch Ausstattungsmerkmale wie WLAN, UMTS sowie intelligente Funktionen beim Wiedergeben und Archivieren wie das aus dem Handy-Bereich kommende Geotagging, bei dem Bilder automatisch mit geografischen Koordinaten versehen werden, gewinnen an Bedeutung. Digitalkameras mit Basisausstattung erhalten hier verstärkt Konkurrenz von Mobiltelefonen



Digitalkameras der Kompaktklasse und Fotohandys sind begehrte Artikel zum Jahresende. Fotohandys stehen sowohl in Bedienung, Auflösung und Funktionen den „echten“ Kameras nicht mehr nach. Dafür liefern Digitalkameras nach wie vor besonders bei ungünstigen Verhältnissen die besseren Bilder.

mit eingebauten hochauflösenden Kameras. Die Zielgruppen allerdings sind verschieden. Wer explizit eine Digitalkamera sucht, wird keinen Kompromiss bezüglich Bildqualität und Bedienungs-komfort eingehen wollen. Derjenige, der ein Fotohandy in Erwägung zieht, möchte in der Regel nur ein Gerät in der Tasche haben und dafür auch Qualitätseinbußen in der Abbildungsleistung in Kauf nehmen. Lukrativ ist das Geschäft mit Digitalkameras nach wie vor, machen diese doch fast 16 Prozent des gesamten Marktes für Consumer Electronics aus.

Zugpferd MP3-Player

Was mit dem Walkman begann, findet in MP3-Playern seine Fortsetzung. Nach wie vor stehen die portablen Musikartisten vor allem

bei Jugendlichen und lifestyle-orientierten Menschen hoch im Kurs. In diesem Jahr rechnet die Branche mit einem Absatz von rund 7 Millionen Geräten in Deutschland. Besonders gefragt sind höherwertige Geräte mit eigenem Display und großem Speicher. Apples Geräte der iPod-Serie haben hier den Markt deutlich belebt und die anderen Hersteller dazu bewegt, ihre Bedienungskonzepte zu überdenken. Mittlerweile sind auch von den A-Marken wie Sony, Samsung oder Philips attraktive Geräte mit Touchscreen auf dem Markt. Sie sind eine Alternative zum iPod, sofern der Kunde nicht explizit den kultigen Player aus dem Hause Apple verlangt. Die steigenden Downloadzahlen von MP3-Musik aus dem Internet lassen darauf

Spielmärkte wächst auf 2,6 Milliarden Euro Umsatz in 2008

Der Spielmarkt ist aus dem Schattendasein herausgetreten und entwickelt sich immer mehr zum Renditebringer. Insgesamt 1,05 Milliarden Euro setzte die Branche von Januar bis Juni mit Konsolen sowie Spielprogrammen für Konsolen und PCs um. Das ist ein Plus von 20 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2007. Damals lagen die Umsätze noch bei 873 Millionen Euro. Damit konnte der Spielmarkt das Rekordniveau des Vorjahres noch einmal übertreffen, obwohl keine neuen Konsolen vorgestellt wurden. Der Zuwachs ist vor allem durch neuartige Spielekonzepte wie Nintendos Wii oder Sonys Singstar sowie Buzz! entstanden. Durch diese Spiele, die vor allem Kinder, Familien und auch ältere Generationen ansprechen, haben sich vollkommen neue Käuferschichten entwickelt.

In den vergangenen Jahren sorgten stets neue Modelle für zusätzliches Käuferinteresse. Für das Gesamtjahr 2008 erwartet die Branche ein Plus von 13 Prozent auf 2,6 Milliarden Euro. 2007 lag der Wert noch bei 2,3 Milliarden Euro. So hat der Spiel-



Markt in Deutschland eine beachtliche Größe erreicht und ist für den Handel so bedeutend geworden wie zum Beispiel die Film- oder Musikindustrie. Damit stellt dieses Marktsegment für viele Handelsunternehmen eine interessante Ergänzung des bestehenden Produktsortiments dar. Immerhin haben UE-Hersteller wie Panasonic oder Samsung in ihren LCD-Displays spezielle Entertainment-Modi integriert, um auch diese Zielgruppen direkt ansprechen zu können.

schließen, dass der Trend hin zu MP3-Playern auch in Zukunft nicht abreißen wird. Der Umsatz mit Downloads auf Computer klettert voraussichtlich auf 78 Millionen Euro. Berücksichtigt sind Einzelsongs und komplette Alben. Im Vergleich zu 2007 wächst der Markt damit um rund 30 Prozent. Damals wurden 60 Millionen Euro umgesetzt.

Längst begeistern sich nicht nur junge PC-Nutzer für Songs aus dem Internet. Mehr als jeder zweite Kunde (55 Prozent) war im ersten Halbjahr 2008 älter als 29 Jahre. Männer nutzen den digitalen Musikmarkt nach wie vor stärker als Frauen – sie laden sechs von zehn Dateien herunter. Einzelsongs kosten im Download derzeit im Durchschnitt 1,11 Euro.

MP3-Musik im Wohnzimmer

Mit den steigenden Speicherkapazitäten der Geräte und der damit verbundenen höheren Qualität der MP3-Songs ist diese Art der Musik auch für den Heimbereich salonfähig geworden. Namhafte Anbieter wie Yamaha, Bose oder Denon haben HiFi-Bausteine im Programm, auf denen sich CDs als MP3-Dateien speichern und verwalten lassen. Besonders für diejenigen, die Musik hören und dabei noch andere Tätigkeiten verrichten oder einfach nur Musik zur Unterhaltung laufen lässt, sind MP3-Systeme eine gute Wahl. Der Vorteil der digitalen Musik liegt in der Möglichkeit, diese zentral zu verwalten und nach Belieben an verschiedene Stellen in Wohnung oder Haus wiederzugeben. Philips hat hier mit seinen Streamium-Systemen eine Vorreiterrolle übernommen. Mittlerweile ist aus dem Ein-Zimmer-Gerät ein Multiroom-System geworden, welches sich einerseits einfach erweitern lässt und gleichzeitig simpel in der Bedienung ist. Für den Handel bietet sich hier großes Verkaufspotential, zumal dieser Markt noch in der Entwicklung ist. Wichtig für erfolgreiche



Die tragbare WAS6050 Wireless Music Station von Philips ermöglicht perfekten Musikgenuss in einem Raum oder im ganzen Haus und bietet außerdem die große Welt des Internetradios. Über das kabellose Streaming lassen sich Musikstücke von der Center Station oder von einem PC-System hören.

Verkaufsgespräche sind vorführfähig angeschlossene Geräte. Denn die Vorzüge einer solchen Anlage lassen sich nur schwer erklären, sind jedoch einfach zu erfahren.

Top-Seller Mobile Navigation

Der Markt für Navigationssysteme erfreut sich einer konstant wachsenden Nachfrage. Kein Wunder, denn die Geräte bieten immer mehr Komfort und Sicherheit zu immer günstigeren Preisen. Das Verhältnis von fest eingebauten Geräten zu den mobilen Varianten hat sich beim nachträglichen Kauf eindeutig hin zur mobilen Lösung entwickelt. Im Jahr 2008 werden in Deutschland voraussichtlich 4,8 Millionen tragbare Navigationsgeräte verkauft.



Bei der Ausstattung der Navigationsgeräte geht der Trend zu größeren Bildschirmen und technischen Zusatzfunktionen, wie hier beim nüvi von Garmin. Fahrspur-Assistenten zeigen frühzeitig, wie man sich einzuordnen hat. Auch Sehenswürdigkeiten oder Restaurants erscheinen auf Wunsch auf dem Display.

Mobile Navigationsgeräte gibt es in vielen Bauformen. Besonders beliebt sind jene Varianten, die man mit einem Handgriff aus ihren Halterungen entfernen und in der Tasche mitnehmen kann. Die Vorzüge liegen auf der Hand: Geräte dieser Art leisten auch außerhalb des Fahrzeugs willkommene Dienste – etwa auf einer Fahrrad-Tour oder einer Wanderung. Nicht minder interessant sind mit Navigationssoftware gefütterte Taschencomputer, Smartphones oder Handys, die nebenbei auch noch Aufgaben wie die Termin- und die Adressverwaltung erledigen, E-Mails abrufen oder Texte anzeigen.

Für den nachträglichen Kauf steht den Kunden eine große Modellvielfalt zur Auswahl. Dabei bekommt der Käufer zu eher sinkenden Preisen (allein im letzten Jahr -24 %) immer mehr Leistung: Die Top-Geräte zeigen die Route inzwischen anschaulich auf großen, hellen 16:9-Bildschirmen. 3D-Darstellungen, die Landschaften und Gebäude realitätsnah abbilden, tragen ebenfalls zur sicheren Orientierung bei. Auch Sehenswürdigkeiten, öffentliche Gebäude oder Restaurants erscheinen auf Wunsch auf der Bildfläche.

Bei der Ausstattung der Navigationsgeräte geht der Trend zu größeren Bildschirmen und technischen Zusatzfunktionen. Waren im vergangenen Jahr noch Displays mit einer Bildschirmdiagonale von 3 bis 3,6 Zoll der Standard, gewinnen derzeit die

größeren 4,3-Zoll-Geräte Marktanteile. Mehr als die Hälfte aller verkauften Navigationsgeräte ist inzwischen mit dem digitalen Verkehrsfunk TMC (Traffic Message Channel) ausgestattet. TMC überträgt aktuelle Verkehrsinformationen, die vom Navigationsgerät gespeichert werden.

IPTV – Filme aus der Datenleitung

Fernsehen über das Internet – sogenanntes IPTV – ist einer der großen aktuellen Medientrends. Damit sind die Zeiten des rein passiven TV-Konsums vorbei. Der Zuschauer kann beim IPTV selbst entscheiden, wann er welche Sendung anschaut oder ob er die laufende Übertragung für eine kurze Pause unterbricht. Das zeitversetzte Fernsehen ist für die deutschen Internet-Nutzer der wichtigste Vorteil der multimedialen Welt des Internet-Fernsehens: Mehr als die Hälfte der Onliner (52,6 Prozent) haben hohes oder sehr hohes Interesse am selbstgewählten Sendetermin. Derzeit gibt es drei Anbieter, über die der Kunde IPTV beziehen kann: die Deutsche Telekom (T-Home Entertain), HanseNet/Alice (Alice homeTV) und Arcor



Fernsehen über das Internet (IPTV) ist einer der großen aktuellen Medientrends. Derzeit gibt es in Deutschland eine viertel Million IPTV-Kunden – Tendenz steigend. IPTV ist in Deutschland von der Deutschen Telekom (T-Home Entertain), HanseNet/Alice (Alice homeTV) und Arcor (Arcor Digital TV) zu beziehen.

(Arcor Digital TV). Um überhaupt IPTV empfangen zu können, ist ein Breitband-Anschluss zum Internet zwingend notwendig. Um die rund 70 frei empfangbaren TV-Kanäle und individuell wählbaren Pay-TV-Kanäle auf den Bildschirm zu bringen, ist außerdem ein spezieller Receiver nötig. Dieser ist je nach Anbieter als Leihgerät erhältlich oder kann gekauft werden. Nach dem Start von T-Home durch die Telekom konnte das Programm nur dort empfan-

gen werden, wo V-DSL (24 Mbit) geschaltet werden konnte. Mittlerweile lässt sich T-Home auch über 16 Mbit-Leitungen empfangen. Gleiches gilt auch für die anderen Anbieter. Für den Handel ergeben sich mit der Umstellung auf 16 Mbit-Leitungen neue Verkaufspotentiale. Denn während V-DSL-Geräte ausschließlich über die Telekom erhältlich waren, gehören Geräte mit 16 Mbit-Anschlüssen zum Repertoire zahlreicher Anbieter.

POS-MAIL INHALT

Aktuell	... 4, 21, 47
Blu-ray: Ein Format verändert die Welt	... 5
Displays	... 12
Loewe: The Art of High Definition	... 13
Bose präsentiert zur Herbstsaison neue Home Entertainment Systems Produkte	... 14
Navigation	... 16
EP: Erfolgreiche Herbstmesse in Düsseldorf	... 17
Ohne Vergleich: Kuro Plasma-TV KRP-500A und KRP-600A von Pioneer	... 18
Satellitentechnik	... 20
Pioneer: High-Tech auch im Einstiegssegment	... 21
MP3	... 22
Unterhaltungselektronik	... 24
Samsung eröffnet neue Vertriebsregion	... 25
Samsung hat GSBN CE Webmarketing gestartet	... 26

Crystal TV im Samsung AV-Select-Programm	... 27
Samsung 46" LCD-TV mit LED-Backlight	... 28
Samsung TK: Musik, Foto, Fashion und Neon-Glamour	... 29
Telekommunikation	... 34, 37, 42
Die Arques AG kauft Gigaset	... 36
European Press Tour von The Phone House – „Connected World“-Händler	... 38
T-Mobile meldet stark steigende Nutzerzahlen	... 39
AVW: ITK-Distributor intensiviert Partnerschaft mit dem Fachhandel	... 40
Wenn der Zoll plötzlich am Messestand steht	... 43



photokina-Nachlese	... 44
Informationstechnologie	... 18, 48, 50, 52, 54
Das Samsung NC10 Netbook überzeugt mit Design und Ausstattung	... 49
Asus verankert das Umweltbewusstsein	... 51
Zeiss Cinemizer „Gold“	... 52
Games	... 53
Kleinanzeigen	... 54
No(?)sense	... 54
Impressum	... 54

Pos Aktuell

Finn Roedel leitet Panasonic Batteries

Finn Roedel (45) verantwortet ab sofort das operative Geschäft von Panasonic Batteries in Deutschland. Dabei geht es im Schwerpunkt um die Steuerung der Bereiche Sales (Fach- und Großhandel), Marketing/Trade Marketing sowie Sales Administration. Der langjährige Panasonic-Mitarbeiter ist seit zehn Jahren im Bereich Handelsbatterien des Unternehmens tätig und war zusammen mit Oliver Zeh maßgeblich am Aufbau des deutschen Geschäftes beteiligt. Dazu zählte der strukturelle Aufbau des Key Account Managements und die Steigerung des Marktanteils und der Distribution. Oliver Zeh hatte den Ausbau des Markengeschäfts in Zentral- und Osteuropa verantwortet und war für die strategische Steuerung der Landesorganisationen und Distributoren verantwortlich. In den vergangenen Jahren implementierte er Trade Marketing und Category Management bei Panasonic Batteries. www.panasonic-batteries.com



Finn Roedel

Sasse ist neuer Marketingleiter bei Toshiba

Toshiba PDT (Projection and Display Technology) hat mit Markus Sasse (39) die Position des Head of Marketing & Business Development Manager neu besetzt. Der studierte Wirtschaftsingenieur war vor seinem Wechsel zu Toshiba bei NEC tätig. Seine Karriere in der Technologiebranche startete Sasse vor zwölf Jahren bei der Data Modul AG. Zuletzt war Sasse bei der NEC Display Solutions Europe GmbH im Bereich Product Management Projectors aktiv. Seit seinem Einstieg bei der NEC Deutschland GmbH im Jahr 2001 und im weiteren bei der NEC Display Solutions Europe GmbH bekleidete er verschiedene Positionen mit Verantwortung für die Bereiche Projektoren und Plasma Displays. www.toshiba.de



Markus Sasse

Tetsuhei Kawamura ist CEO bei Oki Europe

Seit dem 1. Oktober 2008 ist Tetsuhei Kawamura neuer CEO und Chairman der Oki Europe Ltd. Kawamura verfügt über tiefgreifende und langjährige Vertriebs-, Marketing- und Management Erfahrung weltweit. So war er 20 Jahre für die Muttergesellschaft Oki Electric Industry Co., Ltd. tätig und ist seit acht Jahren bei der Oki Data Corporation, zuletzt als Senior Managing Director, – eine Position, die er weiterhin innehalten wird. Kawamura nimmt seine



Tetsuhei Kawamura

neue Position vom Oki Standort London aus wahr. www.oki.de

Kürschner Strategy Director der GC

Die Leipziger Messe hat Silvana Kürschner (37) als Strategy Director des neu geschaffenen Bereiches „Games Convention Global“ berufen. Die international erfahrene Projektdirektorin berichtet direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Wolfgang Marzin. Die GC Global wird außerdem um neue Vertriebsmitarbeiter erweitert. Mit der Berufung Kürschners wurde die Funktion des Strategy Director zugleich auf Konzernebene angesiedelt. Kürschner koordiniert damit die strategische Entwicklung aller Games-Veranstaltungen im Konzern Leipziger Messe, inklusive der Tochtergesellschaft Leipziger Messe International. www.leipziger-messe.de

Oliver Kaltner verlässt Premiere

Oliver Kaltner, Marketing- und Vertriebsvorstand, hat sich entschieden, das Unternehmen Premiere zu verlassen. Der Aufsichtsrat hat dieser Bitte mit sofortiger Wirkung entsprochen. Oliver Kaltner: „Ich habe mich entschieden, Premiere heute zu verlassen. Es war für mich eine sehr schwierige Entscheidung, das Unternehmen nach nur drei Monaten zu verlassen. Ich wünsche dem Management der Premiere AG viel Erfolg für die kommenden Aufgaben.“ Oliver Kaltner war seit Juli 2008 Vorstand Marketing & Vertrieb bei Premiere. In dieser Funktion war er neben dem Marketing- und Vertriebsbereich auch für die Ressorts Customer Relationship Management (CRM), Strategie & Produkte sowie das Hotel- und Gastronomiegeschäft verantwortlich. Zuvor war Kaltner bei der Sony Deutschland GmbH als Divisional Director Marketing Consumer Electronics + IT Mitglied des Management Boards. www.premiere.de



Oliver Kaltner

Christina Gödde verstärkt Ubisofts Trade Marketing

Christina Gödde verstärkt ab sofort als Junior Trade Marketing Managerin das Trademarketing-Team in der deutschen Ubisoft-Niederlassung um Elke Roß und Jörg Zimmermann. Die 28jährige berichtet an Elke Roß, Head of Trade Marketing. Zuletzt war Christina Gödde im Marketing in der Willicher Niederlassung von LG Electronics beschäftigt. Gödde wird zukünftig die Ausgestaltung und Pflege der Informationstools im B2B-Bereich übernehmen. Darüber hinaus wird sie die Einsätze von PoS-Material optimieren, die Pflege der Informationstools im B2B-Bereich übernehmen und lokale Umsetzungen von PoS-Mitteln betreuen. www.ubisoft.de



Christina Gödde

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

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

Mehr Infos unter www.alpine.de

Kamp als Vizepräsident des ZVEI wiedergewählt

Die Mitgliederversammlung des ZVEI hat Hans-Joachim Kamp (60) als Vizepräsidenten des Branchenverbandes wiedergewählt.

Kamp ist Sprecher der Geschäftsführung der Philips Deutschland GmbH und als CEO zuständig für die Aktivitäten des Unternehmens in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Ich freue mich, auch in den kommenden Jahren die Themen Energieeffizienz und Innovation weiter in der öffentlichen Diskussion besetzen zu können,“ so Hans-Joachim Kamp. www.zvei.de



Hans-Joachim Kamp

20 Jahre Mega Companys

Euronics feiert 20 Jahre Mega Companys, von denen es aktuell 55 in Deutschland gibt. Auch in 2008 setzte die Verbundgruppe ihre Fachmarktexpansion fort. „Mit dem Ziel der regionalen Marktführerschaft bauen wir unsere Marktstellung aus. Mehr als 5 Millionen Konsumenten finden jährlich den Weg in eine Mega Company. Mit unserem Fachmarkt-konzept erreichen wir vor allem aktive und gut informierte Konsumenten“, erklärt Jan van Baßhuysen, Leiter Fachmärkte bei Euronics. Die durchschnittliche Verkaufsfläche



Jan van Baßhuysen

der Märkte liegt bei rund 1.400 Quadratmetern. Das Vollsortiment soll dem Verbraucher die Wahl lassen. Sowohl das Selbstbedienungskonzept, verbunden mit einer Preisgarantie, als auch kompetente Fachberatung und Serviceleistungen sind dabei die Eckpfeiler. www.euronics.de

Energiekostenrechner

Mit der neuen Version des BVT-Energiekostenrechners kann der Elektrofachhandel jetzt mit wenigen Eingaben auch die Energieersparnis eines neuen Kühl-/Gefriergerätes im Vergleich zu einem alten Gerät in Euro ermitteln. Der BVT-Energiekostenrechner 2.0 steht kostenlos zum Download (3,7 MB) bereit und kann vom Handel ohne Installation leicht auf alle Rechner im Verkaufsraum

Prof. Karl Tetzner ist verstorben

Am 18. August 2008 ist Prof. Karl Tetzner im Alter von 93 Jahren verstorben. Tetzner betrieb nach dem 2. Weltkrieg ein Radiogeschäft, wechselte jedoch schon bald in den Journalismus und schrieb unter anderem für die Hörzu, die FAZ oder das Handelsblatt. 1966 übernahm Karl Tetzner die Chefredaktion der Funkschau und erwarb sich während dieser Tätigkeit hohes Ansehen in der Branche. Ab 1971 lehrte er einige Jahre an der Freien Universität Berlin als Gastdozent, 1976 wurde er zum Honorarprofessor ernannt. Nach seinem Eintritt in den Ruhestand 1980 setzte Tetzner seine journalistische Arbeit im eigenen Redaktionsbüro fort. Er war Mitbegründer und später Präsident des internationalen Verbandes der Elektronik-Fachjournalisten UIPRE (Union International de la Presse Electronique), dessen Ehrenmitglied er bis zu seinem Tod war.

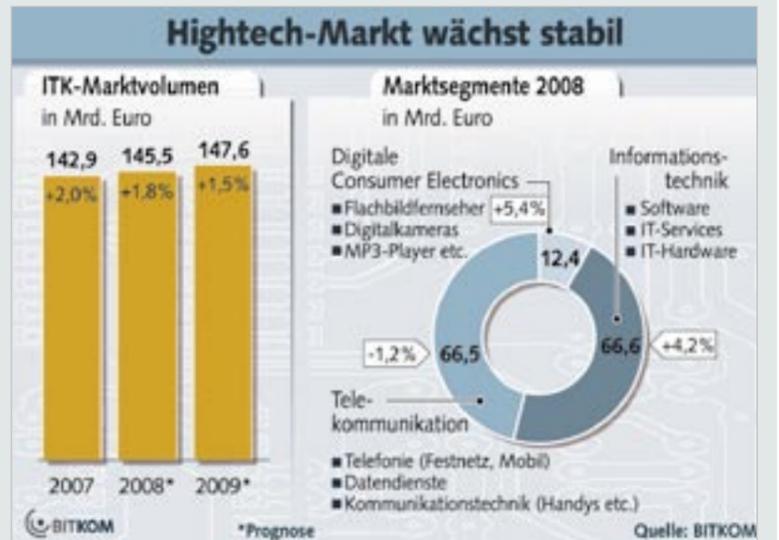
Prof. Karl Tetzner

übertragen werden. Für den Betrieb ist kein Internetanschluss erforderlich. Das Rechenergebnis kann auch ausgedruckt werden. Der Energiekostenrechner, eine Entwicklung des BVT, wird gemeinsam mit dem ZVEI als Verkaufsförderungsinstrument für den Handel ausgebaut. www.bvt-ev.de

1,8 Prozent mehr Umsatz im ITK-Markt in 2008

Der Markt für Informationstechnik, Telekommunikation und digitale Unterhaltungselektronik in Deutschland soll bis Ende dieses Jahres laut BITKOM ein Volumen von 145,5 Milliarden Euro erreichen. Gründe für die Anhebung der Umsatzprognose sind insbesondere das überraschend gute Geschäft mit Produkten der digitalen Consumer Electronics sowie unerwartet kräftig steigende Teilnehmerzahlen im Mobilfunk. Den stärksten Beitrag zum ITK-Markt leistet in diesem Jahr die Informationstechnik mit einem Umsatzplus von 4,2 Prozent auf 66,6 Milliarden Euro. Zulegen können vor allem die Anbieter von Software mit plus 5,3 Prozent auf 14,6 Milliarden Euro und IT-Diensten mit 6,3 Prozent auf 32,7 Milliarden Euro. Sie profitieren von den steigenden Investitionen von Unternehmen und öffentlicher Hand in moderne IT-Systeme.

In der Telekommunikation sinkt der Umsatz im laufenden Jahr voraussichtlich um 1,2 Prozent auf 66,5 Milliarden Euro. Rund 4,3 Millionen Haushalte in Deutschland haben ihren Festnetzanschluss inzwischen abgeschafft und telefonieren ausschließlich mit dem Handy. Dennoch steigt das Gesprächsaufkommen über alle Netze kräftig an: allein in den letzten drei Jahren um fast zwölf Prozent. Deutlich besser als erwartet entwickeln sich die Teilnehmerzahlen im Mobilfunk. Bis zum Jahresende wird es nach BITKOM-Schätzung 110 Millionen Mobilfunkkunden in Deutschland geben. Besser als erwartet läuft auch das Geschäft mit digitalen Consumer Electronics. Der Umsatz wird 2008 voraussichtlich um 5,4 Prozent auf 12,4 Milliarden Euro zulegen. Im Frühjahr war der BITKOM noch von plus 2,4 Prozent ausgegangen. „Die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele haben einen kräftigen Schub gebracht“, sagte Scheer. Bei Flachbildfernsehern wird es mit plus 30 Prozent auf 5,7 Millionen Stück einen neuen Absatzrekord geben. Ebenfalls auf Top-Niveau liegen die Verkäufe von Spielkonsolen und Navigationsgeräten. www.bitkom.de



Blu-ray: Ein Format verändert die Medienwelt

Markttreiber für Full-HD

Beim hochauflösenden DVD-Format besteht jetzt Klarheit im Markt. Die Blu-ray Disc und entsprechende Endgeräte werden deshalb die Nachfrage bei HDTV weiter forcieren. In den kommenden Monaten wird sich das Angebot an Blu-ray Hard- und Software vervielfachen. Mit dem steigenden Angebot wächst gleichzeitig die Akzeptanz beim Endkunden.

Der Markt für Blu-ray insgesamt beginnt sich zu entwickeln. Bis Anfang dieses Jahres war der Markt für hochauflösende Inhalte aufgrund der Konkurrenzsituation zwischen HD-DVD und Blu-ray quasi ausgebremst. Weder Hersteller, Händler noch Verbraucher trauten sich an das Thema heran. Noch 2007 war der weltweite Absatz beider Formate mit jeweils rund 800.000 Geräten annähernd gleich, wenn man die mit einem Blu-ray Player ausgestattete PS3 in diese Rechnung nicht mit einbezieht.

Für dieses Jahr rechnet man weltweit mit einem Absatz von 5 Millionen Blu-ray Playern. Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll laut

Bis Jahresende werden rund 5 Millionen Blu-ray Player abgesetzt.

Analysten der weltweite Absatz auf 40 Millionen Geräte ansteigen. In Deutschland befindet sich der Markt zwar deutlich im Aufwind, braucht jedoch noch Zeit, sich zu entwickeln. Tatsache ist, dass sich nach dem Entscheid im Februar für Blu-ray der Absatz an Videofilmen auf Blu-ray kräftig erhöht hat. Bis Juli dieses Jahres wurden rund 650.000 Discs über den

Fachhandel abgesetzt, und zum Weihnachtsgeschäft sollen immerhin schon 500 aktuelle Titel in deutscher Sprache verfügbar sein.

Content-Angebot wird größer

Damit erreicht zumindest diese Sparte des Angebotes eine akzeptable Größe. Leider ist das Fernsehangebot noch dünn gesät, denn derzeit kann man nur über Premiere, Anixe oder Arte Full-HD-Sendungen empfangen. Erst in zwei Jahren, ab Anfang 2010, wollen auch die öffentlich-rechtlichen Sender viele Sendungen in HD-Qualität übertragen. Spätestens dann aber ist die Zeit reif für den Massenmarkt.

Insgesamt ist der Boden für die Verbreitung von Blu-ray Produkten bereitet, denn HD-TV hat sich in den Köpfen der Endkunden etabliert. Immerhin wollen laut einer im Auftrag des BITKOM von Tech-Consult-Studie durchgeführten Studie im Juli dieses Jahres über 1,2 Millionen Verbraucher in den nächsten 12 Monaten einen HD-Receiver beziehungsweise eine HD-Set-Top-Box kaufen. Mehr als eine halbe Million Haushalte

besitzt bereits ein solches Gerät zum Empfang von Sendungen in hochauflösender Qualität. Rund 320.000 Haushalte planen in den nächsten Monaten den Erwerb eines HD-Camcorders, gut 610.000 Haushalte den Kauf eines HD-Festplattenrekorders, und rund 870.000 Haushalte wollen sich in diesem Zeitraum einen Blu-ray Player zulegen.

Warum Blu-ray?

Die Blu-ray Disc ist aufgrund ihrer hohen Speicherkapazität von bis zu 50 GByte in der Lage, wesentlich mehr Informationen aufzunehmen als herkömmliche DVDs. Einer der Hauptanwendungsbereiche im Endkundengeschäft liegt derzeit auf der Wiedergabe von Filmen. Im Gegensatz zu DVD mit 576 x 720 Pixeln erreicht die Blu-ray mit 1.080 x 1.920 Pixeln eine fünfmal höhere Auflösung, womit sich ein wesentlich größeres Bild bei deutlich besserer Qualität mit intensiveren Farben darstellen lässt. Dieser Modus wird auch mit Full-HD bezeichnet. Der Betrachter profitiert nicht nur von einer höheren Detailtreue, sondern gleichermaßen von höherem Kontrast und schärferen, realistischer wirkenden Bildern. Damit ist die Blu-ray gerade für HD-TV der entscheidende Markttreiber.

Nachdem die ersten Blu-ray Player mit über 1.000,- Euro Einstiegspreis nur für wenige Anwender interessant waren, sind jetzt bereits Player der A-Marken für unter 200,- Euro erhältlich. Damit



ist der Einstieg in den Massenmarkt auch seitens der Hardware geschafft und lässt für das Jahresendgeschäft gute Absätze erwarten. Dabei kann man als Fachhändler diese Geräte seinen

Mit Blu-ray Playern unter 200,- Euro ist der Einstieg in den Massenmarkt geschafft.

Kunden mit gutem Gewissen verkaufen. Die Bild- und Tonqualität entspricht den Anforderungen an eine gute Full-HD-Wiedergabe, sowohl in Bild und Ton.

Mit anderen Worten: Wer ein Gerät nur zum Abspielen von Filmen benötigt, ist mit den preiswerten Playern bestens bedient. Natürlich bieten hochwertige Abspielgeräte mehr Funktionen und sind mit höherwertigen Elektronikern ausgestattet, die wirklich das letzte aus jeder Blu-ray Scheibe herausholen. Dazu aber muss auch das verwendete Display in der Lage sein, die letzten Nuancen darstellen zu können. Und schließlich stellt sich die Frage, ob der Kunde diese Nuancen auch wirklich sieht oder bereit ist, für den scheinbaren Zugewinn ein Mehrfaches des Preises zu bezahlen.

Blu-ray Discs sind ähnlich wie DVDs mit einem Codierungssystem versehen, bei dem die Welt in drei Regionen (A,B,C) unterteilt ist. Jeder Anbieter entscheidet durch die Codierung, in welchen Ländern diese abspielbar ist.

Region A: Nordamerika, Zentralamerika, Südamerika, Korea, Japan, Süd-Ost-Asien

Region B: Europa, Mittlerer Osten, Afrika, Australien, Neuseeland

Region C: Russland, Indien, China, alle anderen

Uncodierte Blu-ray Discs können weltweit von allen Playern wiedergegeben werden.

Keine Stand-Alone-Recorder

Derzeit gibt es nach wie vor keine „Stand Alone“-Recorder, die mit den üblichen DVD-Recordern vergleichbar wären, sondern lediglich in Computer einbaubare Laufwerke zum Speichern von Daten. Solche Recorder können auch aufgrund der Kopierschutzstrategie der Hersteller, die bei der Bildübertragung von HDTV-Video zwingend HDMI vorsieht, lediglich als Kombinationsgeräte

Blu-ray Recorder sind für den Endanwender auf absehbare Zeit uninteressant.

zusammen mit entsprechenden Empfangsteilen wie DVB-S-Empfängern oder DVB-T-Empfängern realisiert werden.

In Frankreich wird im kommenden Jahr ein Blu-ray Recorder von Panasonic auf den Markt kommen, der den Empfang und die Aufzeichnung von hochauflösenden DVB-T-Signalen ermöglicht. Für den deutschen Markt ist dieser Recorder jedoch nicht vorgesehen.

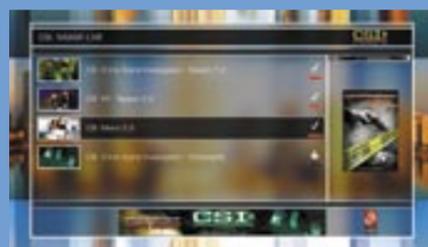
Hochauflösende Quellen wie digitale Kameras, Camcorder und Videospiele tragen zur Verbreitung von Blu-ray bei. Eine große Rolle spielen hier HD-Camcorder, mit denen der Anwender eigenen Content generieren kann.

BD-Live-Funktion für Blu-ray Software

BD-Live (auch Profil 2.0 genannt) ist ein neu entwickeltes Blu-ray Feature, das den Zugriff auf Inhalte über einen mit dem Internet verbundenen Blu-ray Player unterstützt. BD-Live ermöglicht das Herunterladen oder Freischalten aktueller Inhalte (Vorschauen, Klingeltöne, exklusive Spezialfeatures und Events) und bietet somit völlig neue Möglichkeiten, interaktive Inhalte zu erleben. Zusätzlich befinden sich die Disc und deren Inhalte immer auf dem aktuellen Stand. Noch bieten nicht alle erhältlichen Blu-ray Titel die BD-Live-Funktion an. Da BD-Live gerade erst eingeführt worden ist, wird sich die Anzahl der verfügbaren Titel, die dieses Feature unterstützen, im Laufe des Jahres vergrößern. Auf den Internetseiten der einzelnen Anbieter findet man aktuelle Informationen darüber, welche Titel BD-Live unterstützen.



Blu-ray Disc, die die BD-Live-Funktion unterstützt. Die Disc ist der Schlüssel zum Zugriff über BD-Live und die jeweiligen Online-Inhalte.



Mit einem BD-Live-fähigen Blu-ray Player erwirbt der Anwender ein zukunftssicheres Produkt. Durch den Internetanschluss kann die Software des Players jederzeit auf den neuesten Stand gebracht werden.

Die Voraussetzung für BD-Live ist eine Verbindung des Players zum Internet, wobei derzeit vier BD-Live-fähige Blu-ray Player in Deutschland erhältlich sind. Um auf einen BD-Live-kompatiblen Server zuzugreifen, benötigt man eine

NEC: Mega-Speicher für große Datenmengen

Blaue Power für den PC

Anders als bei Geräten für das Wohnzimmer haben Blu-ray Brenner den Computer erobert. Spätestens Ende dieses Jahres werden in vielen PCs die neuen Speicherriesen eingebaut sein. Sony NEC Optiarc bringt pünktlich zum Weihnachtsgeschäft sowohl interne als auch externe Blu-ray Brenner auf den Markt.

Blu-ray ist das Format der Zukunft und wird sich in kurzer Zeit zur neuen Basistechnologie im Laufwerkssektor entwickeln. Während sich im Wohnzimmer das Szenario auf reine Wiedergabegeräte beschränkt, spielen Blu-ray Recorder im PC-Bereich eine große Rolle.

Aufgrund ihrer hohen Speicherkapazität von bis zu 50 GByte bei einem doppelseitigen Medium sind sie zum Speichern und Sichern großer Datenmengen geradezu prädestiniert. Eine Blu-ray fasst dabei so viele Informationen wie 10 DVDs oder 70 CDs. Grundsätzlich unterscheidet man drei verschiedene Disc-Typen: **BD-ROMs** sind fertige, mit Content beschriebene Medien, wie man sie beispielsweise von Videofilmen her kennt.

BD-R (Blu-ray recordable) erlauben das einmalige Beschreiben der Disc zum Sichern eigener Daten.

BD-RE (re-use) lassen sich mehrfach lesen und beschreiben.

Da die Geräte jedoch hohe Anforderungen an die verwendeten PCs stellen, bieten sich hier für den Händler enorme neue Chancen zum Verkauf von Laufwerken, von

Zusatzequipment sowie von PCs und Notebooks. Wer seinen PC mit diesen Laufwerken nachrüsten möchte, ist daher auf professionelle Beratung und zuverlässigen Service angewiesen.

Sony NEC Optiarc hat von Anfang an auf das Blu-ray Format gesetzt und bietet entsprechende Laufwerke vom Einsteigergerät für jeden Geldbeutel bis zum High-End-Produkt für hohe Anforderungen im professionellen Videobereich an. Alle von Optiarc Europe vertriebenen Sony Retail Produkte enthalten ein umfangreiches Software-Paket, das alle gängigen Komprimierungs- und Abspielformate unterstützt und viele Schnittfunktionen bietet. Heimkinofans und Videoprofis können also bereits auf eine reichliche Auswahl an Blu-ray Laufwerken zurückgreifen.

BWU-300S – 8x BD-R-Brenner

Der neue Sony BWU-300S brennt einlagige und zweilagige BD-R Medien mit bis zu 8facher Geschwindigkeit, schreibt 25 GB in rund 15 Minuten und 50 GB in rund 30 Minuten. Die 8fache

Produktkategorien der Blu-ray PC-Laufwerke

- Blu-ray ROM-Laufwerke sind empfehlenswert für Einsteiger und Filmfans, die ausschließlich Wert auf die einwandfreie Wiedergabe von Blu-ray Discs legen, aber kein Gerät zum Speichern von Daten mehr benötigen. Der Vorteil liegt im günstigen Preis-/Leistungsverhältnis, Blu-ray ROM-Laufwerke sind in der Regel für unter 100 Euro erhältlich.
- Blu-ray Combo-Laufwerke sind weit vielseitiger, da sie die Vorteile eines Blu-ray Disc-Players mit dem praktischen Nutzen eines erheblich günstigeren DVD-Brenners verbinden. Sie sind besonders für PC-Besitzer empfehlenswert, die nur einen Einbaulot frei haben.
- Blu-ray Writer sind High-End-Brenner für Early Adopters und Videoprofis. Blu-ray Writer eignen sich besonders für Bildbearbeitungs-Profis wie Fotografen und Grafiker, die täglich große Datenmengen speichern und archivieren müssen.



Brenngeschwindigkeit wird mit marktüblichen 6fach BD-R Medien erreicht. Das Laufwerk brennt auch DVDs mit bis zu 16facher und CDs mit bis zu 48facher Geschwindigkeit. Außerdem unterstützt es DVD-RAM. Damit ist der BWU-300S eine ideale Lösung für die Aufrüstung eines PCs. Er erlaubt schnelle Datenspeicherung wie ein marktüblicher DVD-

Mit dem BWU-300S kann man Blu-ray Filme sehen und eigene HD-Filme auf Blu-ray brennen.

Brenner und darüber hinaus alle Vorteile der Blu-ray Technologie. Dem Laufwerk ist außerdem die Brenn- und Playersoftware-Suite von Cyberlink für Capturing, Authoring, Bearbeiten, Brennen und Wiedergabe von selbst erstellten HD-Videos beigelegt.

„Mit dem optischen Speicherlaufwerk BWU-300S können Endverbraucher Blu-ray Filme genießen und selbst erstellte HD-Filme auf BD speichern“, sagt Thomas Nedder, Managing Director der Optiarc Europe. „Das neue Laufwerk brennt angenehm schnell, und wir packen auch ein umfassendes Softwarepaket zur Bearbeitung von eigenen Filmen dazu.“

Das BWU-300S speichert bis zu 50 GB auf BD-R und BD-RE (Rewritable) Medien. Darauf finden bis zu 230 Minuten High-Definition Videos (HDV) in 1.080i-Auflösung Platz. Außerdem brennt das Laufwerk standardmäßig einlagige 4,7 GB DVD+R/+RW/-RAM, doppelagige 8,5 GB DVD+R Dual-Layer Medien und CDs. Das interne 5,25-Zoll-Laufwerk mit

Mit seinen Blu-ray Laufwerken zur Aufrüstung von PCs stellt Sony NEC Optiarc Europe für jeden Einsatzzweck das passende Gerät zur Verfügung. Der Handel kann hier mit seiner Beratungskompetenz Laufwerke, Zusatzequipment sowie PCs und Notebooks verkaufen oder bestehende Systeme umrüsten.

Serial ATA (SATA) Schnittstelle lässt sich leicht in ein aktuelles Desktop-PC-Modell mit Microsoft Windows XP oder Windows Vista integrieren.

Der BWU-300S arbeitet auch reibungslos mit einer Reihe von Softwarepaketen für die professionelle Videoproduktion zusammen. Dazu zählen Adobe Encore CS3 Software, die jetzt Teil von Adobe Premiere Pro CS3 ist, und auch die Software Vegas Pro 8 und DVD Architect Pro 5 von Sony. Damit lassen sich Blu-rays mit High-Definition-Video und den Kompressionsverfahren MPEG-2 oder H.264 erstellen.

Um die Vorteile von Blu-ray Disc-Laufwerken in vollem Umfang nutzen zu können, benötigt man die richtige Ausstattung. Nicht

jeder PC und jeder Fernseher verfügt über die notwendigen technischen Voraussetzungen für das außergewöhnliche audiovisuelle Erlebnis, das optische Speichermedien der nächsten Generation bieten können. Sony NEC Optiarc Europe bietet auf seiner Homepage unter

http://www.sonymec-optiarc.eu/home_de/ss-retail/bin-ich-reif-fr-blu-ray

eine Checkliste an, um das jeweilige System überprüfen zu können.

Die Firma Cyberlink bietet ein Softwaretool an, welches einen PC prüft und zeigt, wie man es gegebenenfalls für den Einsatz mit Blu-ray fit machen kann.

<http://de.cyberlink.com/www.sonymec-optiarc.eu>



Das interne 5,25-Zoll-Laufwerk BWU-300S mit Serial ATA (SATA) Schnittstelle lässt sich leicht in ein aktuelles Desktop-PC-Modell mit Microsoft Windows XP oder Windows Vista integrieren. Es speichert bis zu 50 GB auf BD-R und BD-RE (Rewritable) Medien. Damit speichert der Brenner auf einer Disc bis zu 230 Minuten High-Definition Videos (HDV) in 1.080i-Auflösung. Außerdem brennt das Laufwerk standardmäßig einlagige 4,7 GB DVD+R/+RW/-RAM, doppelagige 8,5 GB DVD+R Dual-Layer Medien und CDs.

Panasonic: Blu-ray aus einer Hand

Vernetzung im Wohnzimmer

Blu-ray bei Panasonic bedeutet mehr, als nur gute Player anzubieten. Vielmehr offeriert das Unternehmen seinen Kunden die gesamte Wiedergabekette vom Player über das TV-Display bis hin zum kompletten Surround-System. Damit stellen die Japaner als einer der wenigen Hersteller die Vernetzung im Wohnzimmer komplett dar.

Mit der Blu-ray Disc und ihrem hohen Speichervermögen hat sich vor allem der Videobereich dramatisch verändert. Galt lange Zeit die DVD als das ideale Trägermedium für Film- und Toninformationen, hat die Blu-ray mit ihrem zehnfach höheren Fassungsvermögen eine neue Dimension des Bildes auf die Displays gezaubert. Schnell haben aber die Hersteller erkannt, dass der Blu-ray Player alleine nichts bringt. Nur im Zusammenspiel mit entsprechenden Full-HD-Displays kann der Betrachter tatsächlich die visuellen Vorzüge genießen. Wenn dann auch noch zum guten Bild der gute Ton kommt, ist das Heimkinoerlebnis komplett. Vervollständigt wird die Vernetzungskette durch die Integration von Kartenlesern und Netzwerkschnittstellen in die einzelnen Produkte, wodurch ein einfacher Datentransport von einem zum anderen Gerät gewährleistet ist.

Europäische Produktion in der Slowakei

Derzeit sind Filme auf Blu-ray Discs die hauptsächliche Quelle für hochauflösende Inhalte. Entsprechend kommt dem Blu-ray Player als Signallieferant jedes Full-HD-Systems große Bedeutung zu. Panasonic hat in allen

sten, unterhält Panasonic seit dem Jahr 2000 in der Slowakei in Kropachy ein Werk zur Herstellung von DVD- und Blu-ray Playern und Festplattenrecordern. Die Spezialisierung auf diese Produkte ist der Garant für hochwertige Geräte.

Seit Beginn der Blu-ray-Entwicklung ist es Panasonics erklärtes Ziel, dem Endkunden die bestmögliche Bildqualität zu liefern. Um dies zu erreichen, haben die Japaner die Panasonic Hollywood Laboratories (PHL) ins Leben gerufen. Hier entwickelten die Spezialisten eine Codier- und Decodiersoftware für auf Blu-ray zu überspielende Kinofilme, mit der sich eine nahezu verlustfreie Reproduktion der 35mm-Filme auf die Datenscheibe erreichen lässt. Der Käufer einer mit der PHL-Software konvertierten Blu-ray-Videodisc kann sicher sein, den Film in der Bild- und Tonqualität zu genießen, wie es der Regisseur gewollt hat. Diese Expertise schlägt sich auch in den Panasonic-Produkten nieder.

Neue Blu-ray Player

Mit dem DMP-BD55 und DMP-BD35 bringen die Japaner pünktlich zum Jahresendspurt zwei neue Blu-ray Disc-Player auf den Markt. Die neuen Panasonic-



ten zum Film. Der weiterentwickelte PHL Reference Chroma Processor Plus stellt alle Farbnuancen so lebensecht wie im Original dar und sorgt für eine exakte Farbtrennung. Panasonic nutzt zur Berechnung eines Bildpunktes 60 statt der üblichen 16 Datenpixel. Eine 16stufige Bewegungserkennung gewährleistet die flüssige Darstellung auch bei schnellen Kameraschwenks. Um Filme wie im Original zu zeigen, ermöglichen die neuen Player die 1.080/24p Full-HD-Ausgabe. Für die passende Soundunterstützung mit bis zu 7.1-Kanälen sorgen integrierte Decoder für die hochauflösenden Tonformate Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD und DTS-HD. Über HDMI kann wahlweise das Audio-Signal als decodiertes LPCM oder alternativ per Bitstream zum angeschlossenen AV-Receiver geleitet werden.

BX500 – Partner für Blu-ray Player

Der HD-kompatible AV-Receiver SA-BX500 ist der ideale Partner in Sachen HD-Sound. Integrierte Decoder für Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD und DTS-HD sorgen für kinoreifen Surround-Sound. Mit 7 x 150 Watt RMS Ausgangsleistung stehen genügend Kraftreserven für tiefe Bässe, natürliche Mitten und kristallklare Höhen zur Verfügung. Die automatische Einmessung sorgt für eine schnelle Grundeinstellung der Lautsprecher. Ein Messmikrofon gehört zum Lieferumfang.

Mit Hilfe des optionalen Wireless-Kits FH-FX67 können die rückwärtigen Lautsprecher per Funk mit Signalen versorgt oder alternativ ein Multiroom-System aufgebaut werden.

Panasonic beschert seinen Kunden in diesem Jahr blaue Weihnachten im wahrsten Sinne des Wortes. Erstmals bietet der Blu-ray Pionier die komplette Full-HD-Umgebung, angefangen vom Player über Full-HD-Displays, HD-AV-Receiver sowie Surround-Systeme mit Vernetzung der Geräte untereinander, an.



Der BX500 ist der ideale Partner für Blu-ray Player und kompatibel zu Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD sowie DTS-HD Master Audio und DTS-HD High Resolution. Im Zusammenspiel mit modernen BD-Playern hat man zudem die Wahl, ob die Surround-Decoder im AV-Receiver oder im Blu-ray Spieler genutzt werden.



Die SC-BT100 ist Panasonics erste Heimkino-Anlage mit integriertem Blu-ray Player. Neben AV-Receiver mit Blu-ray/DVD/CD-Player befinden sich zwei Frontlautsprecher, Center sowie Subwoofer im Lieferumfang. Der Multiformat-Player spielt neben Blu-ray Discs alle gängigen DVD- und CD-Formate ab.



Im slowakischen Kropachy produziert Panasonic seit dem Jahr 2000 hochwertige DVD- und Blu-ray Player und Festplattenrecorder für den europäischen Markt. Mit modernsten Maschinen und Fertigungsanlagen entstehen hier unter strengsten Qualitätskontrollen High-End-Produkte nach EU-Vorschriften. Selbstverständlich produziert man auch hier nach den in 2007 deklarierten „eco ideas“.

Die neuen Blu-ray Disc-Player DMP-BD55 und DMP-BD35 sind mit VIERA Link (HDAVI 3) ausgestattet. Ist der Player über HDMI mit einem kompatiblen Fernsehgerät verbunden, kann das gesamte System mit nur einer einzigen Fernbedienung gesteuert werden. Mit Hilfe der TV-Fernbedienung hat man so den vollständigen Zugriff auf alle Funktionen des Blu-ray Disc-Spielers.



wichtigen Segmenten, die zur Produktion dieser Geräte notwendig sind, Kernkompetenzen und kann auf hauseigene Komponenten zurückgreifen. Um eine hohe Fertigungsqualität und kurze Wege in den Markt zu gewährlei-

Player unterstützen das Blu-ray Profil 2.0, das neue interaktive Anwendungen ermöglicht. BD-Live (siehe Seite 5) stellt über eine Ethernet-Buchse die Verbindung zum Internet her und erlaubt den Download von zusätzlichen Inhal-

Sony: Neue Blu-ray Disc Player-Generation

High Definition Vergnügen

Die Blu-ray Disc hat das Heimkino revolutioniert und steht für einen enormen Qualitätssprung bei der Darstellung von Filmen und für eine bis dato unerreichte Soundqualität. Bis 2010 wird jeder zweite deutsche Haushalt über einen HD-tauglichen Fernseher verfügen. Sony hat sein Portfolio ausgebaut und bringt im 4. Quartal neue Player, Notebooks und Receiver auf den Markt.

Mit dem neuen Line-Up reagiert Sony auf den anhaltenden Trend hin zu High Definition-TV und damit zu Full-HD und Blu-ray. „Seit Beginn des Jahres steigen die Umsätze kontinuierlich, die Entscheidung „Pro Blu-ray“ Mitte Februar 2008 hat dem Speichergiganten kräftige Impulse verliehen. Wir beobachten keine Kaufzurückhaltung mehr beim Konsumenten. Die führenden Unternehmen der Filmindustrie und im Bereich Consumer Electronics investieren in neue Entwicklungen.

Zudem ist die Zahl der verkauften Flachbildschirme deutlich gestiegen“, beschreibt Silke Bernhardt, Unternehmenssprecherin Sony Deutschland, die aktuelle Situation.

„Darüber hinaus wird die erste Generation der Flat-TVs nun sukzessive durch Geräte mit großen Bildschirmdiagonalen und Full-HD-Ausstattung abgelöst“, ergänzt Bernhardt.

BDP-S350 und BDP-S550

Die beiden neuen Player BDP-S350 und BDP-S550 entsprechen den Wünschen der Anwender und sind mit 24p True Cinema, BonusView, BD-Live ready, Precision Cinema HD Upscale, Precision Drive HD und einem Quick Start Modus ausgestattet.

Der BDP-S350 verfügt über eine Netzwerk-Schnittstelle für das Bild-im-Bild-Feature BonusView zur simultanen Anzeige zweier Videos nach Profile 1.1. Zusätzlich ist der Player für das Profile 2.0 vorbereitet. Einfach über die Netzwerkschnittstelle mit dem

Internet verbunden, lässt sich ein entsprechendes Firmware-Update herunterladen. Mit diesem können BD-Live-Inhalte auf einem optionalen USB Flash-Speicher geladen und parallel zum Inhalt der Blu-ray Disc am Fernsehgerät abgespielt werden.

BD-Live-fähig

Der BDP-S550 unterscheidet sich von seinem kleinen Bruder neben

der bereits installierten BD-Live-Funktionalität durch seine Audio-Fähigkeiten. Der Player verfügt neben dem Decoder für Dolby TrueHD über einen zusätzlichen internen Decoder für DTS-HD Master Audio sowie über einen hochwertigen analogen 7.1-Kanal-Ausgang für ältere AV-Receiver-

Modelle. Die BRAVIA Sync Technologie setzt Maßstäbe beim Bedienkomfort. Via HDMI können mit der Fernbedienung neben den Blu-ray Disc Playern auch weitere Komponenten des Sony Heimkinos wie AV-Receiver oder BRAVIA LCD-TVs bedient und gesteuert werden.

„Weder Industrie noch Handel müssen sich Sorgen machen, dass die Abspielgeräte unbenutzt bleiben“, so Silke Bernhardt. „Ende 2008 werden mehr als 500 verschiedene Blu-ray Titel in Deutschland erhältlich sein und damit den Verkauf der Hardware unterstützen.“

Die Blu-ray-Disc wird langfristig außerdem die DVD in IT-Anwendungen ersetzen und die



Silke Bernhardt: „Bis Ende 2008 werden mehr als 500 verschiedene Blu-ray Titel in Deutschland erhältlich sein.“

Die AW-Serie zeigt, was ein Notebook heutzutage alles bieten kann. Der zurzeit schnellste Dual Core Prozessor T9600 von Intel bietet in Kombination mit vier Gigabyte Arbeitsspeicher und der NVIDIA GeForce 9600M GT Grafikkarte Leistung satt. Zum Speichern größerer Datenmengen steht eine 500 Gigabyte Festplatte zur Verfügung.



Heimvernetzung weiter vorantreiben.“

Blu-ray-Notebooks

Mit den neuen High-End Notebooks der AW-Serie unterstreicht Sony die Wichtigkeit der Blu-ray-Laufwerke für das IT-Segment. Die Besonderheit der Modelle der AW-Serie ist das 18,4 Zoll große Display. Mit Ausnahme des Einstiegsmodells verfügen alle Geräte über ein Full HD-Display mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Beim Topmodell VGN-AW11XU kommt eine Weltneuheit im Notebook-Segment zum Einsatz: Bei der doppelten Hintergrundbeleuchtung setzt Sony erstmals auf RGB LEDs. Die bislang nur in High-End LCD-TVs wie der BRAVIA X4500-Serie verbauten dreifarbigem LEDs sorgen neben guten Helligkeitswerten vor allem für eine enorme Farbreinheit und Brillanz.

Für noch mehr Spaß bei der Wiedergabe von Filmen und beim Gaming sorgt neben dem exzellenten Display auch der kräftige Sound der AW-Modelle. Das integrierte 2.1 Surround System sorgt auch bei Filmen für beste Unterhaltung. Dank Dolby Room Technologie können Kopfhörer räumlichen Surround-Sound abspielen. Alle Modelle der AW-Serie sind in der Lage, Blu-ray Discs abzuspielen und HD-Inhalte auf dem Notebookdisplay oder über die HDMI-Schnittstelle auf einem HD-Fernseher anzuzeigen. Das Betriebssystem sowie häufig genutzte Anwendungen, wie Office oder Bildbearbeitungssoftware, finden auf zwei 64 Gigabyte großen Solid State Discs (SSDs) Platz, die sich auch in einem RAID-Verbund betreiben lassen.

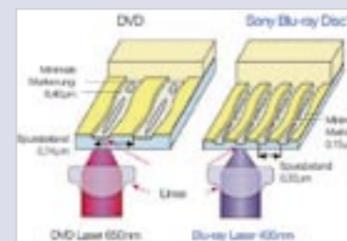
www.sony.de

Die beiden neuen Player BDP-S350 und BDP-S550 bestechen durch innovative Features sowie kompaktes Design und bieten ein Optimum an Bedienkomfort. Die Player bieten 24p True Cinema, BonusView, BD-Live ready, Precision Cinema HD Upscale, Precision Drive HD sowie einen Quick-Start-Modus.

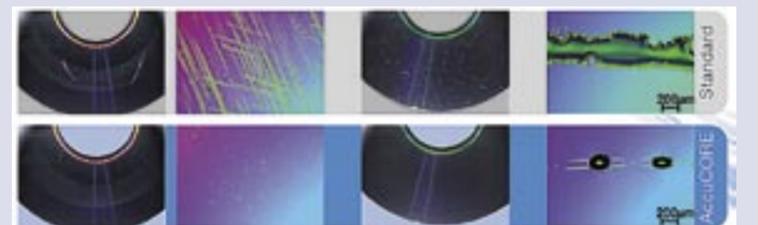


Mit dem High-End Blu-ray-Player BDP-S5000ES geht Sony an das Limit des technologisch Möglichen. Das extrem stabile Precision Drive HD Laufwerk sorgt in Verbindung mit der robusten Konstruktion des Gehäuses für einen nahezu vibrationslosen und fast lautlosen Betrieb des Players.

Sony Blu-ray Disc – Neue Welt der Scheibe



Die Sony Blu-ray Disc bietet eine ca. 5fach höhere Datendichte. Erreicht wird das unter anderem durch einen Laser im blau-violetten Wellenlängenbereich (405 nm), der einen wesentlich feineren Spot erzeugen kann, als ein herkömmlicher DVD-Laser (650 nm). Die beschreibbare Schicht ist mit 0,1 mm extrem dünn, wobei geringste Unebenheiten der Disc zu Schreib-/Lese Fehlern führen würden. So weist die AccuCORE Sony Blu-ray Disc eine Oberflächenabweichung von max. ±0,5 µm auf. Würde man diese Präzision auf einen Straßenbelag von 50 cm Dicke hochrechnen, hätte diese Straße Unregelmäßigkeiten von gerademal ±0,5 mm.



Scratch Guard: Die Fotos zeigen die Effektivität von Scratch Guard, ermittelt mit einem standardisierten Testverfahren: oben ohne, unten mit AccuCORE Technologie. Dank der AccuCORE HardCoat Oberfläche ist das Medium bis zu 100mal beständiger gegen Kratzer und mechanische Einwirkungen.

Antistatik: Die HardCoat beschichtete Oberfläche der Sony Blu-ray Disc erzeugt eine extrem geringe elektrostatische Aufladung. Die Abbildungen vergleichen Discs, die mit einem Papiertaschentuch abgewischt wurden.

Schmutzabweisend: In diesem Test wurde eine Linie mit einem Folien-schreiber auf die Datensseite der Disc aufgetragen. Auf der schmutzabweisenden HardCoat-Oberfläche der AccuCORE Disc hat sie kaum Spuren hinterlassen.



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

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



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

Beleuchtungstechnologie. Diese entwickelt überwältigende Schwarzstufen und verhindert Bewegungsunschärfen.

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

Simply inspired by you. www.philips.de

PHILIPS
sense and simplicity

Denon: High-End Video-Processing für höchste Bildqualität

Blu-ray Video à la carte

Seit der Gründung des Unternehmens 1910 hat sich Denon auf die Produktion hochwertiger Komponenten spezialisiert. Heute nehmen die Denon HiFi- und Home-Entertainment-Produkte eine Spitzenstellung ein. Dies gilt auch für die neuen Blu-ray Player, welche nicht nur in technologischer Hinsicht zur Spitzenklasse zählen, sondern auch in ihrer Verarbeitung eine Sonderstellung einnehmen.

Nach der Entscheidung für das Blu-ray Format hat sich seitens der Verbraucher der Blick für das schöne Bild geschärft. Gerade Käufer von höherwertigen Displays gehen zunehmend auf die Suche nach adäquaten Zuspieldgeräten. Diese müssen dann in der Lage sein, das Spektrum eines Blu-ray Videofilms in seiner ganzen Bandbreite wiederzugeben.

High-End-Player DVD-3800BD

Für diese Käuferschicht hat Denon seine High-End Blu-ray Player konzipiert. Pünktlich zum Jahresendgeschäft bringt das Unternehmen seine jüngste Kreation, den DVD-3800BD, auf den Markt. Dieser hochentwickelte Blu-ray/DVD/CD-Player liefert mit seinem Realta sxT2 HQV Prozessor sowie der HDMI 1.3a-Schnittstelle außergewöhnliche Videoqualität mit Deep-Color-Unterstützung.

Nebenbei sorgt der neue Denon D.D.S.C.-HD-Schaltkreis für eine Klangwiedergabe in höchster Qualität und bietet ein originalgetreues Erlebnis, das durch die Unterstützung der neuesten HD-Tonformate ermöglicht wird. Der DVD-3800BD unterstützt die Bitstream-Ausgabe für die Audioformate Dolby TrueHD und Dolby Digital Plus sowie gleichermaßen für DTS-HD Master Audio und DTS-HD High Resolution Audio. Selbstverständlich decodiert das Gerät auch sämtliche HD-Tonformate und kann diese entweder als PCM-Datenstrom via HDMI zu einem entsprechend ausgestatteten A/V-Receiver weiterleiten oder analog über den 8-Kanal-Ausgang weiterreichen.

Hohe Konturenschärfe

Um die Konturenschärfe bei der Filmwiedergabe zu erhöhen, wird eine 10-Bit-Verarbeitung eingesetzt. Der neue Verarbeitungsalgorithmus berücksichtigt die Wirkung peripherer Pixel, indem er die Videodaten von insgesamt 9 Pixeln abtastet und analysiert.

Pixel in horizontaler, vertikaler und diagonaler Richtung werden erkannt und im Detail verarbeitet. Die Helligkeits- und Farbsignale werden ebenfalls vom gleichen Algorithmus verarbeitet, der anschließend klirrendes Rauschen unterdrückt, das leicht während der Aufwertung auftritt, und weitere Prozesse ausführt, um effektiv ein lebendiges, natürliches Bild zu erzeugen.

Um die beste Wiedergabe auch von DVDs zu gewährleisten, arbeitet der DVD-3800BD mit einem I/P (Interlaced/Progressive)-Wandler sowie einem Realta sxT2-Scaler, der SD-Videoeiner DVD zu hochauflösten 1.080p-Bildern wandelt. Diese hohe Umwandlungsleistung wird mit Hilfe der 10-Bit-Verarbeitung ermöglicht, während gleichzeitig die Bewegungserkennung drastisch verbessert wird. Das Original-Material wird pixelgenau abgetastet, und blitzschnell werden auch unbekannte Muster, nicht nur die typischen 2:2- und 3:2-Muster, erkannt und der ent-



Der hochentwickelte Blu-ray/DVD/CD-Player DVD-3800BD liefert mit seinem Realta sxT2 HQV Prozessor sowie der HDMI 1.3a-Schnittstelle außergewöhnliche Videoqualität mit Deep-Color-Unterstützung. Der neue Denon D.D.S.C.-HD-Schaltkreis sorgt für eine originalgetreue Klangwiedergabe.

sprechenden I/P-Konvertierung zugeführt. Auch wenn eine Quelle sowohl Material im Video- als auch im Filmmodus enthält, wird jeder Modus präzise erkannt und mit Hochgeschwindigkeit verarbeitet, so dass eine hochqualitative, progressive Wiedergabe einer Vielzahl von DVDs ermöglicht wird.

Präziser Antrieb

Der DVD-3800BD enthält einen einzigartigen Antriebsmechanismus, den Denon für die Nutzung bei Blu-ray Discs neu entwickelt hat. Um den Disc-Bereich im Inneren gegen magnetische Störungen, Staub und externe Störgeräusche zu schützen, verbesserte Denon die Mechanismen aus Vorgängermodellen, indem dem DVD-Player eine Abschirmung am Boden und



Trotz seiner High-End-Ambitionen wirkt die Rückseite von Denons Flaggschiff aufgeräumt und übersichtlich. Ein HDMI-Ausgang sorgt für den digitalen Bild- und Tontransport. Zusätzlich stehen ein Komponenten-, S-Video- und Composite-Ausgang bereit. Digitale Tonsignale liefern der Optische- und Koaxiale Ausgang. Der 7.1-Ausgang schafft Anschluss für die Surround-Anlage.

auf der Oberseite der Einheit hinzugefügt wurde, um somit eine perfekte Abspieldumgebung im Inneren zu schaffen. Ferner integrierte Denon seine Suppress Vibration Hybrid (S.V.H.)-Ladevorrichtung, die aus einer Kombination verschiedener Materialien

konstruiert wurde, um eine stabile Disc-Rotation und größere Genauigkeit beim Lesen der Disc zu gewährleisten. Der Player liest BD-ROM (BD Video), DVD-Video, DVD+R/RW, DVD-R, DVD-RW, CD, CD-R/RW sowie PC-Formate wie MP3, WMA und JPEG.



Auch unter der Haube steckt Präzision. Die Schaltkreise sind innerhalb des Gehäuses in drei unabhängige Blöcke unterteilt. Die obere Abdeckung besteht aus einer Zwei-Schicht-Konstruktion, während der Gehäusoboden aus drei Schichten konstruiert wurde, um die Schaltkreise gegen Vibrationen zu schützen.

Die HDMI-Schnittstelle

HDMI (High Definition Multimedia Interface) ist der neue Standard für die digitale Übertragung von hochauflösenden Audio- und Videodaten, der von den Geräteherstellern Panasonic, Technics, Hitachi, Philips, Sony, Thomson und Toshiba gemeinsam definiert wurde.

HDMI baut auf der digitalen Schnittstelle DVI (Digital Visual Interface) auf, welche die digitale Übertragung von Bilddaten ermöglicht. Viele Grafikkarten in PCs und Videoprojektoren sind mit einem DVI-Ein- beziehungsweise -Ausgang ausgestattet. Das Kopierschutzsystem HDCP verhindert die Erstellung von verlustfreien digitalen Kopien. Die Verschlüsselung erfolgt hierbei im Abspieldgerät (zum Beispiel DVD-Player) und die Entschlüsselung im Wiedergabegerät (zum Beispiel LCD-TV). A/V-Receiver können dabei als Umschaltstelle zwischen verschiedenen HDMI-Quellen fungieren und als Decoder und Verstärker für die Audio-Signale von HDMI-Quellen.

Denon DVD-Player mit HDMI-Ausgang unterstützen die Ausgabe von progressiven digitalen Videosignalen mit 480 Zeilen bei 60 Bildern pro Sekunde (NTSC-DVDs) beziehungsweise 576 Zeilen bei 50 Bildern pro Sekunde (PAL-DVDs). Dank eines integrierten Scalers können sie auch höhere Auflösungen (720p, 1.080i, 1.080p) ausgeben und somit das Potential HDTV-kompatibler Projektoren oder Displays auch mit herkömmlichem DVD-Material vollständig ausnutzen. Von enormer Bedeutung ist daher auch bei der Ausgabe digitaler Bilder die Leistungsfähigkeit und Qualität der Progressive-Schaltung.

Denon DVD-Player mit HDMI-Ausgang sind zusätzlich noch in der Lage, digitalen 2- bzw. 6-Kanal-Ton auszugeben und somit fit für zukünftige Verstärker oder Receiver mit entsprechend tauglichem HDMI-Eingang.



SIEMENS

Entdecken Sie eine neue Perfektion.

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



reddot design award
honourable mention 2008



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



KOMMUNIKATION FÜR ZU HAUSE

Gigaset

DISPLAY



Mitsubishi liefert erste USB-Monitore mit DisplayLink aus

Das japanische Unternehmen Mitsubishi Electric Corp. liefert in Japan als erster Anbieter PC-Monitore mit USB-Anschluss und DisplayLink Technologie aus. Der DisplayLink-Anschluss über USB bietet vor allem Notebook-Anwendern die Möglichkeit, auch dann stationär mit Multi-Monitoring zu arbeiten, wenn das Notebook nur eine in den Chipset integrierte Grafikkarte und keine separate Grafikkarte mit Monitor-Ausgang besitzt. Das neue Mitsubishi 20,1 Zoll Wide LC-Display RDT201WDL mit der Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten ist mit DisplayLink-Technologie, Ethernet LAN-Schnittstelle und USB-Hub ausgestattet und damit auch perfekt für die Einbindung in ein Netzwerk geeignet. An den USB-Port können sowohl eine USB-Maus wie eine USB-Tastatur angeschlossen werden. Es genügt eine einzige Kabelverbindung mit dem DisplayLink-Monitor, um ein für die portable Arbeit konzipiertes Notebook zu einem ergonomischen Computer-Arbeitsplatz umzugestalten. „Notebooks sind in der Regel perfekt für das Arbeiten in einem Eisenbahnzug oder Flugzeug ausgestattet, aber keine produktive Lösung für die Arbeit an einem stationären Arbeitsplatz. Der neue Mitsubishi Wide LCD RDT201WDL mit DisplayLink USB-Technologie bietet Anwendern mobiler Rechner gleichzeitig auch die Option eines komfortablen Arbeitsplatzes“, erklärt Hamid Farzaneh, President und CEO von DisplayLink. „Die Zusammenarbeit mit Mitsubishi wird zu einer schnelleren Marktdurchdringung mit USB-Monitoren und einer breiten Verfügbarkeit von DisplayLink Produkten in Asien führen.“

Ceatec: Sharp zeigt solarenergie-betriebenen 52-Zoll LCD-TV

Während der diesjährigen Ceatec in Tokyo demonstrierte der LCD-Technologieführer Sharp einen Aquos LCD-TV mit einer Bildhöhe von 52 Zoll (132 cm), der während der gesamten Dauer der größten asiatischen Elektronik-Messe ausschließlich mit der von einem einzigen Solar-Panel gelieferten Energie betrieben wurde. Die Größe des als Stromquelle verwendeten Solar-Panels entsprach in etwa der Fläche des TV-Bildschirms. Der solarbetriebene LCD-TV ist mit LED-basierten Backlight-Units (BLUs) ausgestattet, wodurch der errechnete jährliche Normverbrauch auf 220 kWh reduziert werden konnte. Sharp zeigte auf der gleichen Veranstaltung schon den Prototyp eines „LCD-Fernsehers der Zukunft“ mit einem Tiefenmaß von nur 20 mm, einem Kontrastverhältnis von 100.000:1 und einem Jahresenergieverbrauch von 140 kWh für ein 52-Zoll-Gerät. Mit fast 50 Jahren Erfahrung in der Photovoltaik ist Sharp auch Innovations- und Technologieführer im Bereich der Solarprodukte, beschäftigt sich seit 1959 aktiv mit der Forschung und Entwicklung im Bereich der Photovoltaik und startete bereits 1963 die Massenproduktion von Solarzellen, die zuerst als Energiequelle in Leuchttürmen zum Einsatz kamen und seit 1976 auch zur Stromversorgung von Satelliten eingesetzt werden. Bisher hat Sharp Solarzellen mit einer

Gesamtleistung von insgesamt zwei Gigawatt hergestellt. Jede vierte aller bis zum heutigen Zeitpunkt weltweit produzierten Solarzellen wurde von dem Solar-Pionier Sharp hergestellt.

Verringerte Herstellungskosten für LCD-TVs durch weiße LEDs

Obwohl LEDs (Light Emitting Diodes) als Lichtquelle der Hintergrundbeleuchtung von LCD-TV-Geräten Energie sparen und durch Abdeckung eines vergrößerten Farb- raums die Farbtreue und Bildqualität der Geräte maßgeblich verbessern, werden LED-BLUs (LED Back-Light Units) noch relativ selten und nur von wenigen Herstellern wie z. B. Sony und Samsung eingesetzt. Die Gründe dafür liegen zum größten Teil bei den höheren Kosten von LED-Backlight, im Vergleich zu herkömmlichen Kaltkathoden-Lampen (CCFL). Deshalb beschränkt sich der Einsatz von LED-Lichtquellen zur Zeit fast ausschließlich auf High End TV-Geräte. Diese arbeiten mit LED-Lichtquellen in den drei Grundfarben Rot, Grün und Blau, mit denen sich durch selektive Steuerung der Lichtintensität der einzelnen Farben jede beliebige Farbtemperatur und deshalb hohe Farbgenauigkeit realisieren lässt. Trotzdem erwägen nun immer mehr Hersteller den Einbau von weißen LEDs in Hintergrund-Beleuchtungen in LCD-TVs, weil sie kostengünstiger produziert werden können. Mit weißen Backlights wird die gleiche Energieersparnis wie mit RGB-Backlights erzielt. Marktbeobachter gehen davon aus, dass AU Optronics (AUO), Sharp, LG Display und einige andere Unternehmen im Jahr 2009 mit weißen LED-Backlights ausgestattete LCD-TV-Geräte mit 40-Zoll-Bildhöhe und größer auf den Markt bringen werden. Durch höhere Produktionszahlen könnten die Herstellungskosten für LED-BLUs sinken und dadurch die Nachfrage nach LCD-TVs mit LED-basierten Hintergrundbeleuchtungen gesteigert werden.

Panasonic ist mit 300 Millionen produzierter TV-Geräte Rekordhalter

Der japanische Elektronik-Hersteller Panasonic erreichte als erster Hersteller weltweit die Rekordmarke von 300 Millionen produzierter TV-Geräte. Am 7. Oktober dieses Jahres ist bei Panasonic das 300millionste Fernsehgerät vom Band gelaufen. Panasonic begann in Japan 1952 mit der Produktion von TV-Geräten und verfügt inzwischen über das Know-how und die Erfahrung aus 56 Jahren Entwicklung und Produktion von Fernsehgeräten mit unterschiedlichsten Technologien. Von den bisher produzierten 300 Millionen TV-Geräten wurden 105 Millionen unter der firmeneigenen Marke

„National“ und 195 Millionen unter dem Namen „Panasonic“ verkauft. In den USA hatte Panasonic 1961 mit dem Verkauf von Panasonic TV-Geräten begonnen. In Europa wurden die ersten Fernsehgeräte mit dem Markennamen Panasonic im Jahr 1979 verkauft.

Abstand zwischen Panel-Herstellern AUO und CMO wird geringer

Im September hat sich der Abstand zwischen den jeweiligen Produktionszahlen des führenden taiwanischen LCD-Panel-Herstellers AU Optronics (AUO) und dem zweitplatzierten Chi Mei Optoelectronics (CMO) wiederum merklich verringert: CMO konnte mehr LCD-Panels als erwartet verkaufen, und bei AUO blieb der Absatz hinter den projektierten Zahlen zurück. Im August dieses Jahres erzielte AUO einen Gesamtumsatz in Höhe von

liarden US-Dollar, während die Umsätze von CMO um 6 Prozent auf 927 Millionen US-Dollar zulegten und der Abstand nur noch 133 Millionen US-Dollar beträgt. Das ist der bisher kleinste Unterschied zwischen den Umsätzen der beiden taiwanischen Hauptkonkurrenten. AUO verkaufte im September nur sieben Millionen großformatige LCD-Panels, im Vergleich zu 7,3 Millionen im August. CMO erhöhte den Verkauf großformatiger LCD-Panels von 5,9 Millionen im August auf 6,7 Millionen Stück im September.

LG Display startet Notebook LCD-Panel Produktion mit RGB LED-Backlights

Der koreanische Hersteller LG Display Co. Ltd. hat mit der Produktion von 17,1-Zoll LCD-Panels mit RGB-LED-Backlights für den Einsatz in Notebooks begonnen. LED-basierte RGB-Backlights sind mit separaten LED-Lichtquellen für rotes, grünes und blaues Licht ausgestattet. Die Farb-Reproduktionsrate beträgt bei dieser Hintergrundbeleuchtung 105 Prozent. Der dargestellte Farb- raum ist 40 Prozent größer und das Kontrastverhältnis um 30 Prozent höher, als das mit konventionellen Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen möglich ist. Neben dem Gewinn an Bildqualität bieten LED-Backlights den Vorteil quecksilberfreier Produktionsprozesse. Trotz zahlreicher Vorteile wurden RGB-Backlights bisher nur bei hochwertigen LCD-TV-Modellen und Monitoren eingesetzt, weil die Herstellung aufwendig und teuer ist. Von der Massenproduktion derartiger RGB-LED-Backlights erhoffen sich Hersteller und Experten geringere Kosten und eine zunehmende Verwen-

dung in Notebooks und Desktop-Computern für professionelle Grafik- und anspruchsvolle Spiele-Anwendungen.

Notebook LCD-Panel-Hersteller akzeptieren dickere LED-Backlights

Um bei der Notebook-Produktion einen schnelleren Umstieg auf Hintergrund-Beleuchtungen mit LED-Lichtquellen zu erreichen, wollen die LCD-Panel-Hersteller ihre Spezifikationen für LED-BLUs (LED-Back Light Units) lockern und wieder 2 mm dicke Lichtführungen in LED-BLUs akzeptieren. In dem Bestreben, Notebooks leichter und flacher produzieren zu können, hatten die Panel-Hersteller vor einigen Monaten die geforderte Dicke der für Notebook-Panels eingesetzten LED-Backlight-Units stark herabgesetzt. Weil aber im gleichen Verhältnis auch die zur gleichmäßigen Ausleuchtung des Panels erforderlichen Lichtführungen (Light Guides) statt in 2 mm Dicke nun mit 0,7 mm Dicke wesentlich flacher gestaltet werden mussten, ist die Entwicklung von für die Massenproduktion tauglichen Backlight-Units zu einer sehr schwierigen und langwierigen Aufgabe geworden. Die hohen Barrieren erschweren es neuen taiwanischen Herstellern, in den Markt einzusteigen und damit die hohe Nachfrage mit höheren Produktionszahlen zu bedienen. Diese Entwicklung verzögert außerdem das weitere Absinken der Bezugspreise für LED-basierte Notebook-LCD-Panels. Um die Einstiegsbarrieren für neue Hersteller zu beseitigen und die Kosten weiter zu reduzieren, wollen die Panel-Hersteller nun wieder LED-BLUs mit größerer Dicke akzeptieren. Die Entscheidung ermöglicht es den taiwanischen BLU- und LED-Herstellern, bei der Produktion von Backlight-Units LEDs mit höherer Helligkeit einzusetzen (1.600–1.800 mcd). Die Lockerung der Spezifikation lässt zwar den Dicke-Unterschied gegenüber bisherigen CCFL-Notebook-Backlights wieder zusammenschmelzen, wird aber nach Meinung von Experten zu günstigeren Preisen führen und damit die schnellere Verbreitung von LED-Hintergrund-Beleuchtungen begünstigen.

Sony Deutschland und Max-Planck-Institute entwickeln flexible transluzente Displays

Die deutsche Niederlassung von Sony und die Forschungsabteilung des Max-Planck-Instituts haben gemeinsam flexible, transluzente Displays mit den Farben Orange, Grün und Blau entwickelt. Bei der neuen Technologie wird Material des photosensitiven Palladium-Komplexes auf einem transparenten Film aus Polycarbonat aufgebracht. Als lichtemittierende Komponenten für Orange, Grün und Blau werden die drei organischen Substanzen Rubrene, BPEA und Perylene aufgebracht. Die neuartigen Displays basieren auf der „upconversion“-Methode (UC), mittels der die Phosphore des Display-Films bei Bestrahlung mit einem Laserbeam, ähnlich wie bei CRT-TVs, durch Photoexcitation zum Leuchten gebracht werden können. Dem Entwicklungsteam ist es nach eigener Aussage gelungen, zahlreiche bei der Umsetzung der UC-Methode aufgetretene Probleme zu lösen.

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

REGZA **HD 1080p**

> TOSHIBA XV-SERIE: FULL HD UND VOLL AUSGESTATTET

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

1,14 Milliarden US-Dollar. Die August-Umsätze von CMO erreichten eine Höhe von 876 Millionen US-Dollar. Der Abstand von 264 Millionen US-Dollar zwischen den beiden taiwanischen Branchenführern im August hat sich im September nahezu halbiert: AUOs Umsätze verringerten sich sequentiell um 6,8 Prozent auf 1,06 Mil-

Hitachi zeigt 15 mm dünnen LCD-TV auf der Ceatec

Der japanische Elektronik-Hersteller Hitachi hat auf der diesjährigen Elektronik-Messe Ceatec ein 37-Zoll LCD-TV-Gerät vorgestellt, dessen Display-Gehäuse an der dünnsten Stelle nur 15 mm Tiefe hat. Das LCD-Panel des vorgestellten Modells löst Bildinhalte mit der Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten auf. Wie aus Kreisen des Herstellers zu hören war, soll das superflache Full-HD-Gerät im Jahr 2009 oder etwas später in die Serienproduktion gehen. Im vergangenen Jahr hatte Hitachi auf der gleichen Veranstaltung einen 32-Zoll LCD-TV präsentiert, dessen dünnste Stelle 19 mm dick war. Durch Reduzierung der Abmessungen aller Display-Komponenten, einschließlich der Backlight-Units und des integrierten Netzteils, ist es den Entwicklungsingenieuren von Hitachi gelungen, die Gerätetiefe nochmals um weitere 4 mm zu reduzieren. Das in diesem Jahr gezeigte Vorserien-Modell stellt 150 Prozent des in den HDTV-Spezifikationen vorgeschriebenen Farbraums dar und übertrifft damit den geforderten Wert bei weitem. Hitachi erreicht diese hohe Farbqualität durch den Einsatz von getrennten roten, grünen und blauen LCD-Lichtquellen als Hintergrundbeleuchtung. Fragen über die Anzahl der eingesetzten LEDs und die Methode ihrer Anordnung wurden von den Firmensprechern nicht beantwortet. Neben dem extrem flachen LCD-TV zeigte Hitachi auch zum ersten Mal in Asien ein Plasma-TV-Gerät mit einer Bildhöhe von 50 Zoll, dessen Gehäuse an der dünnsten Stelle rund 35 mm dick war. Hitachi hatte diesen superflachen PDP-TV erstmalig auf der CES 2008 in Las Vegas vorgestellt.



Loewe: The Art of High Definition

Kunst trifft Technik

Ästhetischer Anspruch trifft auf technischen Komfort: Der jüngste Star der Loewe Familie gründet die Generation SlimLine und besticht neben klassischer Eleganz auf gerade mal 90 mm Tiefe mit brillantester Technik.

HDTV-Empfang in Verbindung mit 100 Hz-Technologie, 24p-Kinofilmendarstellung und Full-HD-LCD-Technologie schaffen Bilder so echt, als wären sie real. Integrierte Komponenten wie der HDTV-Receiver und der optionale Festplattenrecorder DR+ lassen den Loewe Art SL allein glänzen und ermöglichen so jede erdenkliche Platzierung im Raum. In zwei Größen (47" und 42"), in hochglänzendem Schwarz oder Chromsilber integriert sich der Art SL in das jeweilige Ambiente – als Bild an der Wand oder Skulptur im Raum. Konsequenter Minimalismus im Design schafft zeitlose Schönheit.

Loewe Art SL ist ein echtes Kunstwerk. Da liegt die Konsequenz nahe, dem Anspruch auf neue Art gerecht zu werden: In einzigartiger Kooperation schuf der Künstler Winfried Wolk Gemälde, Display Paintings, die die Ästhetik des Bildschirms unterstreichen und das Gerät auf bislang nicht gekannte Weise beleben – selbst wenn kein Programm läuft. Wolk, Schüler der ersten



Generation der legendären „Leipziger Schule“, beschäftigt sich schon seit 1992 kreativ mit digitalen Medien. Das Ergebnis: die Entwicklung der Display Paintings, einer völlig neuen Kunstform, die einerseits auf Technik basiert, der Technik andererseits eine weitere innovative Einsatzmöglichkeit bietet. Anders als bei der traditionellen Malerei macht der Künstler sich bei den Display Paintings neben dem üblichen Nebeneinander der Bildelemente das Element der Zeit zunutze, in dramaturgisch exakt inszenierten Abläufen verändert sich das Gemälde, wird auf dem Bildschirm zum Leben erweckt – und bereichert den Bildschirm parallel um eine weitere „art“-gerechte Dimension. „Erst die technische Perfektion der Loewe Produkte mit deren Full-HD-LCD-Technologie, Farbbrillanz und

Leuchtkraft erfüllt die Anforderungen von künstlerischen Werken zur Gänze“, so der Künstler Winfried Wolk zu seiner Kooperation mit Loewe.

Die Kunst einer ebenso glücklichen wie innovativen Liaison – live zu erleben bei den exklusiven Events bundesweit in ausgewählten Loewe Galerien (Informationen auf der Loewe-Homepage oder in den Loewe Galerien vor Ort). Die Kunst zu Sehen beginnt mit Art. www.loewe.de



Made for Adventure



Crocodile
BECKER TRAFFIC ASSIST Z100

- 4,3" TOUCH-SCREEN → SPRITZWASSERGE SCHÜTZT → 3D STÄDTE-MODELLE → EUROPA NAVIGATION → 3D GELÄNDEANSICHT → ROUTEN-ÜBERSICHT → VIER ALTERNATIVROUTEN → CONTENT MANAGER

Auto- und Motorradfahrer können sich ihre Abenteuer jetzt gezielt aussuchen: Mit dem Becker Traffic Assist Z100, genannt „Crocodile“, erweitern Sie Ihren Navigationsradius auf 42 europäische Länder – unterstützt durch 4,3" Farb-Display, 3D Städtemodelle, 3D Geländeansicht und mehr. Mit dem markanten Design im Krokodil-Look setzen Sie exklusive Zeichen – und auf dem Weg ins Abenteuer hält Sie so schnell nichts auf: Das Traffic Assist Z100 ist spritzwassergeschützt.



A Series of Innovations.

→ Info-Line 07248/711777 → info@mybecker.com → www.mybecker.com



Bose präsentiert zur Herbstsaison neue Home Entertainment Systems Produkte

Produkt-Neuheiten vom Sound-Spezialisten

Rechtzeitig zur Herbstsaison stellt der US-amerikanische Sound-Spezialist Bose Corporation zahlreiche Produktneuheiten und Weiterentwicklungen für den Bereich Home Entertainment Systems vor. Unter den interessanten Neuerscheinungen befindet sich ein SoundDock Digital Music System für iPod, iPhone und andere portable Audioplayer, bei dem die hochwertige Klangwiedergabe und die geringen

Abmessungen des originalen SoundDock Systems durch ein überarbeitetes Design mit erweiterten Funktionen bereichert wurden. Neu sind auch zwei Anlagen des 3•2•1 DVD Home Entertainment Systems, die neuerdings mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet sind und normalauflösende Videoprogramm-Inhalte qualitativ hochwertig auf 1.080p-Full-HD hochkonvertieren können.

Bose SoundDock Digital Music System für iPod und iPhone

Das neue Bose SoundDock Digital Music System ist ein Lautsprecher-System für den iPod und das iPhone und kombiniert die hochwertige Klangwiedergabe und die geringen Abmessun-



Das neue Bose SoundDock Digital Music System ist für iPod und iPhone geeignet.

gen des Original SoundDock Systems mit einem überarbeiteten Design und erweiterten Funktionen. Es hat als erstes SoundDock System von Bose die offizielle „Works with iPhone“-Zertifizierung erhalten.

Zusätzlicher Eingang für portable Mediaplayer und Musik-Handys

Das SoundDock System wurde um einen zusätzlichen Eingang für Audiogeräte wie MP3-Player, tragbare



Mit der bedienungsfreundlichen Universal-Fernbedienung lassen sich meist auch angeschlossene Zuspielgeräte (wie z. B. TV-Gerät und Videorecorder) steuern.

CD-Player oder musikfähige Telefone erweitert. Es bietet komfortablen Plug-and-Play-Komfort und lädt parallel bei laufendem Betrieb den iPod oder das iPhone wieder auf. Irgendwelche Installationen oder Konfigurationen sind nicht erforderlich. Über die mitgelieferte Infrarot-Fernbedienung werden das SoundDock System und die wichtigsten Funktionen des iPod und iPhone inklusive der Playlist-Navigation komfortabel gesteuert. Das SoundDock Digital Music System ist mit dem iPhone 3G und originalen iPhone Modellen voll kompatibel und kann mit den meisten iPod-Modellen inklusive iPod touch und allen iPods mit Click Wheel, einschließlich der Modelle nano, mini, photo, video und classic, kombiniert werden.

Präzise Klangwiedergabe und Bose-typisches räumliches Hörerlebnis

Das SoundDock selbst verfügt über einen eigenen Lautstärkereger. Überarbeitet wurde auch das Design des neuen SoundDock Systems: Übernommen wurde die klare und markante Linienführung des SoundDock Portable Digital Music Systems von Bose. Im Rahmen des integrierten Systemkonzepts wurden alle Elemente des neuen SoundDock Systems optimal aufeinander abgestimmt, um mit dem kleinen und eleganten Gehäuse die erzielte hochwertige Klangqualität zu ermöglichen. Für die exakte Klangwiedergabe und das beeindruckend räumliche Hörerlebnis zeichnen US-patentiertes Bose Akustik-Design und Bose Signalverarbeitung verantwort-

lich. Mit 16,8 cm Höhe, der Breite von 30,5 cm und einer Tiefe von nur 16,5 cm beansprucht das SoundDock Digital Music System jetzt weniger Standfläche. Das Gewicht beträgt 2,1 kg. Zum Lieferumfang gehören Fernbedienung (mit Batterien), Netzkabel und Netzadapter. Das neue Bose System ist im Design Glänzend-Schwarz zum UVP von 298,00 Euro erhältlich.

Neue Bose 3•2•1 Series III DVD Home Entertainment Systems

Mit der Einführung der neuen 3•2•1 Series III Systems führt Bose die Tradition der bisherigen erfolgreichen 3•2•1 DVD Home Entertainment Systems fort. Die neuen 3•2•1 Series III Systems bieten die gleiche hochwertige Klangwiedergabe wie ihre Vorgängersysteme. Sie lassen sich dank einer zusätzlichen HDMI-Schnittstelle problemlos mit hochauflösenden Fernsehgeräten kombinieren und unterstützen Upscaling bis 1.080p (Full-HD) für eine brillante, hochauflösende Bildwiedergabe.

Realistischer Raumklang mit nur zwei sichtbaren Lautsprechern

Mit nur zwei sichtbaren Lautsprechern und einem Acoustimass Modul liefern die neuen 3•2•1 Series III Systems eindrucksvollen Raumklang für noch realistischere Heimkino-Erlebnisse, der den Vergleich mit herkömmlichen Fünf-Lautsprecher-Systemen nicht zu



Die neuen 3•2•1 Series III Systems lassen sich per HDMI-Schnittstelle mit hochauflösenden Fernsehgeräten kombinieren und unterstützen Upscaling bis 1.080p (Full HD).

scheuen braucht. Das Bose 3•2•1 GSX Home Entertainment System bietet ohne komplexes Equipment die Möglichkeit, Musik und Filme einfach zu genießen. Zusammen mit Dolby Digital, DTS und Bose Videostage 5 Decoding Circuitry sorgt BoseTrueSpace Digital Circuitry dafür, dass die 3•2•1 Systems für unterschiedlichste Audio- und Videoquellen, z. B. DVD-Video, CD, CD-R, CD-RW, MP3 und UKW/MW, eindrucksvollen Raumklang liefern, ähnlich einem Heimkino-System mit fünf Lautsprechern.



Bose PR-Manager Jürgen Imandt, 2. v. r.

Gemstone Speaker & Acoustimass Modul

Zwei Gemstone Speaker Arrays und ein praktisch unsichtbar platzierbares Acoustimass Modul liefern ein überwältigendes Home Cinema-Klang-Erlebnis. Der wesentliche Unterschied: Es gibt kein Kabelgewirr quer durch das Wohnzimmer. Alle drei neuen Systems 3•2•1 GS, 3•2•1 GSX und 3•2•1 GSXL sind mit zwei patentierten Gemstone Speaker Arrays ausgestattet, in denen leistungsstarke Neodymium-Eisen-Boron-Magnete zum Einsatz kommen, die für eine beeindruckende Klangwiedergabe von Musik und Filmen sorgen. Jedes der drei Systeme beinhaltet ein Acoustimass Modul, ein Media Center mit

eingebautem DVD/CD-Player und UKW/MW-Tuner mit RDS sowie drei Audioeingänge für zusätzliche Klangquellen.

Bose Technologie speichert bis zu 340 Stunden Musik

Die 3•2•1 GSX und 3•2•1 GSXL Series III Systems sind mit dem uMusic Intelligent Playback System ausgerüstet. Die patentierte Bose Technologie verwaltet digital den Inhalt von Hunderten von CDs und speichert bis zu 200 Stunden Musik beim 3•2•1 GSX System und bis zu 340 Stunden Musik beim 3•2•1 GSXL System. uMusic merkt sich und erlernt die Vorlieben des Zuhörers und kann auf Wunsch automatisch individuell passende Musikauswahlen zusammenstellen, die den Geschmack oder die jeweilige Stimmung des Zuhörers berücksichtigen. Die Möglichkeit, mehrere hundert Stunden seiner spezifischen Lieblingsmusik digital zu speichern, erspart dem Anwender das Archivieren und Durchsuchen seiner CD-Sammlung. Mit der im Lieferumfang enthaltenen, bedienungsfreundlichen Universal-Fernbedienung lassen sich auch die meisten an das System angeschlossenen externen Zuspielgeräte (wie z. B. TV-Gerät und Videorecorder) steuern. Mit nur einem Tastendruck kann gezielt auf alle gespeicherten Titel zugegriffen werden. Damit die komfortablen Möglichkeiten überall im Haus genutzt werden können, sind die neuen 3•2•1 Systems mit Bose link ausgestattet und lassen sich problemlos an ein kompatibles Lifestyle System anschließen, um mit der abgespielten Musik weitere Räume zu versorgen.

Design-Varianten/Preise

Die drei neuen 3•2•1 Series III GS, GSX und GSXL Systems sind mit Speaker Arrays in Graphit oder Silber erhältlich. Das 3•2•1 System ist mit Lautsprechern in Graphitgrau erhältlich. Die UVPs betragen: 3•2•1 System: 1.400 Euro, 3•2•1 GS System: 1.600 Euro, 3•2•1 GSX System: 1.950 Euro und 3•2•1 GSXL 2.300 Euro.

www.bose.de

Exklusiv - Großes Kino nur für Sie

cinemizer

369,- €

unverbindliche
Preispfehlung
inkl. MwSt.



Ihr Einstieg in den Wachstumsmarkt „Mobiles Video“

Die neue Videobrille von Carl Zeiss bietet mobiles Kino für unterwegs. Die spezielle ZEISS-Technologie garantiert eine bei Videobrillen nie zuvor gesehene Bildqualität auf einer imaginären Leinwand mit einer Diagonalen von 115 cm in zwei Metern Entfernung.

- Dioptrieneinstellung pro Auge
- Anschluss von iPod mit Video, DVD-Player oder Spielekonsole
- Berührungslose Teleskop-Lautsprecher (on ear)
- Verstellbare Ohrbügel für perfekten Sitz
- Silikon Nasenpolster in verschiedenen Stärken
- Erhältlich in den Farben: Schwarz, Silber, Gold, Weiß



Mehr Informationen unter: www.zeiss.de/cinemizer

Die Konditionen für Wiederverkäufer erfahren Sie beim Distributor Ihrer Wahl:

Dr. Bott
www.dr bott.de

dexxIT
www.dexxit.de

MAC
LAND
www.macland.de



We make it visible.



Erstmals Kartenmaterial der Türkei für alle Geräte von TomTom

Bei TomTom gibt es ab sofort neues Kartenmaterial für die Türkei. Dieses kann über den TomTom Map Shop unter www.tomtom.com heruntergeladen werden. Die neue Karte von Tele Atlas umfasst mehr als 165.000 Straßenkilometer mit Straßennetzinformationen rund um Ankara, Istanbul, Izmir, Bursa, Antalya und Konya, genauso wie Verbindungsstraßen zu mehr als 152 weiteren Städten im Land. Darüber hinaus können Fahrer auch Tausende von Points of Interest wie zum Beispiel Restaurants, Tankstellen und Hotels in der gesamten Türkei als Fahrziel wählen. Die neue Karte der Türkei ist mit allen Geräten der TomTom GO-, TomTom XL-, TomTom ONE- und TomTom RIDER-Produktpalette kompatibel. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 49,95 Euro. www.tomtom.com

für Frauen recherchierte „Jolie Hotspots“. Die Kategorien rund um Shopping, Wellness, Clubbing und Restaurants werden mit Informationstexten, Öffnungszeiten, Kontaktdaten und einige sogar mit Bild vor-



gestellt. Die Nutzerinnen können sich auf Outletcenter in München oder einen eleganten Teeshop in Düsseldorf freuen. Die User können darüber hinaus eigene POIs anlegen und bewerten. Das FalkStyle Jolie Selection ist mit Kartenmaterial von West und Osteuropa ab sofort zum UVP von 249,95 Euro zu haben. Eine modische Fashion-Bag und eine Handschlaufe fürs Handgelenk runden die Ausstattung des Geräts ab. Design ist ein wichtiges Thema bei Falk. Die mehrfach preisgekrönten (unter anderem Red

FalkStyle Jolie Selection ergänzt Naviserien von Falk Marco Polo Interactive

Zu den silbernen Geräten der M- und F-Serie gesellt sich bei Falk Marco Polo Interactive nun neben dem schwarzen High-End-Gerät F10 das neue weiße und limitierte FalkStyle Jolie Selection in der edlen Trendfarbe Weiß, mit einem 3,5"-Bildschirm und 15 Millimeter Höhe. Dank der innovativen, „lernenden“ Software Falk Navigator 8 werden Fahrstrecken optimiert. Für die Sonderauflage des Gerätes hat die Redaktion der Frauenzeitschrift Jolie die bestehenden POIs im Navigationsgerät FalkStyle Jolie Selection weiter ergänzt und verrät zusätzlich speziell



Dot Design Award, IF Product Design Award) Geräte der F-Serie und M-Serie sind die derzeit flachsten Navis auf dem Markt. „Es geht den Kunden nicht nur darum, dass ein Gerät perfekt funktioniert. Ein Navi ist Ausdruck des eigenen Lifestyles, das

sich elegant dem Interieur des Autos anpasst“, so Alexander Schlag von der Agentur Yellow Design, der für das Design verantwortlich ist. „Die Falk-Geräte sind auch außerhalb des Wagens schicke Begleiter. Sie sind einfach ein cooles Gadget, das man gerne zeigt. Weiß ist derzeit beliebt als Farbe für Autos und technische Konsumgüter, da lag ein weißes Navi nahe.“ www.falk.de

nun den Weg dafür geebnet, gemeinsam integrierte Navigationslösungen auf einem neuen Markt anzubieten. Detaillierte Informationen zu den Produkten werden 2009 veröffentlicht. Das Kartenmaterial wird von Tele Atlas stammen. www.tomtom.com

Mit Navigons Mobile Navigator 7 wird der PDA zum Navigationssystem

Mit der neuen MobileNavigator 7 Software von Navigon lassen sich PDAs zu Navigationssystemen ausbauen. Die Software ist ab sofort im Navigon Online Shop erhältlich. Sie kostet 99 Euro für ganz Europa. Die neue Software berechnet die geplante Strecke schneller, und Funktionen wie Text-to-Speech, Fahrspurassistent Pro, Reality View Pro, reale Beschilderungsanzeige oder Geschwindigkeitsassistent erhöhen die Sicherheit während der Fahrt. Radar Info hilft dabei, mögliche Gefahren durch abruptes Bremsen des Vordermannes frühzeitig zu erkennen. Ist die Route berechnet, präsentiert der MobileNavigator 7 die Navigationskarte sofort auf dem Display. Dank Text-to-Speech-Funktion sagt das Smartphone nicht nur an jeder Kreuzung an, in welche Richtung die Reise weitergeht, sondern spricht auch den richtigen Straßennamen laut und deutlich aus. TMC berücksichtigt aktuelle Staumeldungen und bietet eine alternative Route an. Über zwei Millionen Sonderziele in 40 Ländern Europas sind direkt in der Software hinterlegt. Erstmals sind darüber hinaus zusätzliche Online-Services verfügbar: So kann jeder unterwegs bequem sein Hotel buchen oder das Wetter für fast jeden beliebigen Ort in Europa abfragen. www.navigon.com

TomTom und Renault gehen strategische Partnerschaft ein

TomTom und Renault gehen eine Partnerschaft ein, um den Kunden von Renault für zahlreiche Modelle kostengünstige integrierte Navigationslösungen anzubieten. Die neue Partnerschaft soll zum Wachstum beider Unternehmen beitragen. Die Markteinführung der ersten Lösung ist für die erste Jahreshälfte 2009 geplant. Der Markt für Autonavigation ist in den vergangenen vier Jahren explosionsartig gewachsen, und Navigationsgeräte sind nach wie vor das „must have“ für Konsumenten (siehe auch Kasten unten). TomTom und der französische Fahrzeughersteller haben

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic ideas for life

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

www.panasonic.de

gfu erwartet Absatzplus von 25 Prozent bei Navigationsgeräten gegenüber dem Vorjahr

Navigationsysteme zählen zu den attraktivsten Gerätearten der Consumer Electronics: Ihre Absatzzahlen steigen seit Jahren zweistellig. Für 2008 erwartet die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt, einen Anstieg auf 4,7 Millionen verkaufte Geräte, also ein Plus gegenüber dem Vorjahr von mehr als 25 Prozent.

Immer wieder neue Funktionen treiben diese Marktentwicklung voran: Neben der Routenplanung von Tür zu Tür, der klassischen Disziplin der mobilen Wegweiser, bieten die Geräte längst eine Fülle von zusätzlichem Komfort. So beherrschen die meisten neuen Modelle zum Beispiel die automatische Umfahrung von Staus. Manche Geräte können sogar mit Video-Hilfe Verkehrsschilder erkennen oder haben gefährliche Kurven gespeichert und übermitteln entsprechende akustische Warnungen an den Fahrer. Spracherkennungssysteme erleichtern neuerdings die sichere Eingabe der Zieladresse – sogar während der Fahrt. Die vielseitigen Reise-

begleiter haben darüber hinaus aber auch ein erhebliches Potential zur Schonung der Umwelt, das sich erst in den kommenden Jahren vollständig entfalten wird. „Schon jetzt helfen Navigationsgeräte, überflüssige Kilometer und Schleichfahrten im Stau zu vermeiden. Mit zunehmender ‚Intelligenz‘ der Navigationssoftware wird es künftig auch möglich sein, Routenempfehlungen systematisch gemäß den Kriterien der Treibstoff-Minimierung zu berechnen“, prognostizierte Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der

gfu. „Daraus resultieren Effekte, die spürbar zur Ressourcenschonung und zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes beitragen werden.“ Eine Modellrechnung macht den Umfang dieses Potentials deutlich: Nach einer in Schweden veröffentlichten Studie erzielten Fahrzeuge

durch eine am Spritverbrauch orientierte Navigation Einsparungen von bis zu acht Prozent. Hierbei wurde nicht die schnellste oder die kürzeste Streckenführung berechnet, sondern es flossen auch Straßeneigenschaften wie Fahrbahnbreite, typisches Verkehrsaufkommen und Geschwindigkeitsbegrenzungen mit ein. Eine Routenplanung unter all diesen Aspekten würde, umgerechnet auf alle Fahrten, eine Kraftstoff-Ersparnis von vier Prozent ergeben. Das Volumen der so möglichen Einsparungen zeigt folgende Kalkulation: Für 2010 sagen Marktforscher einen weltweiten Absatz von 88 Millionen Navigationsystemen voraus. Angenommen, all diese Geräte beherrschen bereits Routenempfehlungen nach dem Kriterium des geringsten Verbrauchs. Weiter angenommen, die

durchschnittliche Kilometerleistung liegt bei 12.000 km pro Jahr und der Verbrauch bei 8,8 Litern je 100 Kilometer (dies sind die gegenwärtigen Durchschnittswerte für Deutschland). Dann ergibt sich durch verbrauchsoptimierte Navigation pro Fahrzeug ein Einsparungspotential von 42,2 Litern pro Jahr. Multipliziert mit 88 Millionen entsprechend ausgerüsteten Fahrzeugen, beläuft sich die gesamte mögliche Einsparung demnach auf 3,7 Milliarden Liter Treibstoff pro Jahr. Natürlich hilft die Navigation nach Verbrauchskriterien auch Geld zu sparen. Dieser willkommene Nebeneffekt lässt sich sogar noch steigern: Clevere Software verrät den Navigationsgeräten, welche Tankstellen der näheren Umgebung den Treibstoff gerade zum günstigsten Preis anbieten – ein Service, der jetzt schon bei vielen Fabrikaten zur Verfügung steht. www.gfu.de



EP: Erfolgreiche Herbstmesse in Düsseldorf

Klar zum Endspurt

Mit einem soliden Halbjahresergebnis sowie attraktiven Angeboten hat ElectronicPartner seine Herbstmesse in Düsseldorf abgeschlossen. Handelspartner und Hersteller zeigten sich mit der allgemeinen Entwicklung zufrieden und blicken zuversichtlich auf das Jahresendgeschäft.

„Die Mischung macht's“: Erstmals fand die ElectronicPartner Herbstmesse aufgrund des umfangreichen Angebots für die Mitglieder der Verbundgruppe in zwei Messehallen statt. Über 300 Aussteller präsentierten ihr „Best of IFA“, und die ElectronicPartner-

Mitglieder stellten die neue Kollektion für die Herbst-/Wintersaison für ihre Endkunden zusammen. Weit über 10.000 Besucher zählte das Messteam und verbuchte damit erneut einen Besucherrekord. Auch im Ordervolumen verbucht ElectronicPartner ein Umsatzplus über den Erwartungen.

„Das zeigt, dass es unseren Einkaufsteams auch in diesem Jahr wieder gelungen ist, Best of IFA nach Düsseldorf zu bringen und das zu zeigen, was unsere Mitglieder für ihr Endkundengeschäft brauchen“, kommentiert Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, das Messe-Ergebnis zufrieden. „Die letzten Schlagzeilen in den Medien prognostizieren ein raueres Konsumklima für das

Endjahresgeschäft. Wir von ElectronicPartner mögen die Herausforderung.“

Trotz der wankelmütigen Wirtschaftslage und zurückhaltender Investitionsbereitschaft ist EP in der Lage, auch in einem schwierigen Umfeld seinen Mitgliedern einen guten Erfolg zu bieten. „Als finanziell solide aufgestelltes Unternehmen“, so Haubrich weiter, „bewegen wir uns relativ unabhängig von den Konjunkturschwankungen im Markt. Unsere Solidität und unsere Unabhängigkeit ermöglichen es uns, auch in einem herausfordernden Marktumfeld unsere Mitglieder in einem

stabilen Erfolg zu begleiten und die richtigen Endverbraucher-Themen konsumgerecht aufzubereiten.“

Für das Jahresendgeschäft blickt Oliver Haubrich zuversichtlich nach vorne. „Wir haben unsere Mitglieder auf unserer ElectronicPartner Herbstmesse für das letzte Quartal 2008 hervorragend ausgestattet. Wir sind in allen Handelsssegmenten gut vorbereitet und freuen uns auf einen sport-

Auf der EP-Herbstmesse in Düsseldorf zeigten die Hersteller dem Fachhandel nach der IFA das Portfolio für das Weihnachtsgeschäft. ElectronicPartner präsentierte seinen Mitgliedern darüber hinaus eine große Auswahl an Exklusivprodukten. Neben einzelnen Geräten legten die Düsseldorfer dieses Jahr verstärkt Wert auf Systemlösungen.

lichen Endspurt.“ Die ElectronicPartner Herbstmesse in Düsseldorf ist traditionell die Auftaktveranstaltung für die Herbstmesse-Serie von ElectronicPartner. www.electronicpartner.de



Auch die Sony Deutschland freut sich auf ein erfolgreiches 4. Quartal. Von links: Florian Rosenberg (Direct Sales Mitglied der Geschäftsführung Deutschland), Bernd Koschminski (Bereichsleitung Einkauf UE+WW), Jeffrey van Ede (Geschäftsführer Sony Deutschland) und Martin Winkler (Divisional Director Marketing).



interstate

DENON

Weniger ist mehr.



DVD-2500BT Blu-ray Transporter | AVR-4308 High Definition A/V-Receiver // Das neue Dream Team von DENON. Der DVD-2500BT ist der einzige rein digitale Blu-ray DVD/CD Transporter. An seiner Seite spielt der vielfach ausgezeichnete AVR-4308 High-Definition A/V-Receiver. Ein 7-Kanal Hochleistungsverstärker mit 170 Watt Leistung pro Kanal. Sein völlig neues Schaltungs-Layout sorgt dank ultrakurzer Signalwege für eine beispiellose Entertainment-Qualität. Gemeinsam mit Ihrem HDMI-fähigen Bildschirm oder Projektor setzt dieses unschlagbare Duo Maßstäbe im Audio- und Video-Segment. Erleben Sie, wie aus weniger mehr wird: Jetzt bei Ihrem DENON Händler oder unter www.denon.de



Mehrschichtiger Gehäuseaufbau: 9,2 kg machen den DVD-2500BT zu einem echten Schwergewicht.

Ohne Vergleich:

Kuro Plasma-TV KRP-500A und KRP-600A

Auf der CES 2008 hat Pioneer den Prototyp eines Flach-TV-Geräts mit einem Tiefenmaß von nur 9 mm vorgestellt. Das ist ein Rekord und zugleich ein entscheidender Durchbruch in der Entwicklung der Plasma-TV-Technologie. Mit den neuen Kuro Modellen KRP-500A und KRP-600A präsentiert Pioneer die erste Generation von Plasma-TV-Geräten, die dem auf der CES gezeigten Konzept folgt und deren Tiefenmaß im Vergleich zu den Vorgängermodellen um 56 mm auf fast die Hälfte reduziert wurde. Der 50 Zoll große KRP-500A mit 1,27 Metern Bilddiagonale und der 60 Zoll große KRP-600A mit 1,52 Metern Bilddiagonale sind mit einem externen Media-Receiver ausgestattet.

Die neuen, weiter optimierten HD-ready 1.080p Plasma TV-Modelle der Kuro Serie überzeugen jeden Betrachter durch den nochmals verbesserten Schwarzwert und eine kontrastreiche, naturgetreu wirkende Bilddarstellung, die erneut eine Referenzmarke für Home Entertainment setzt. Durch die geringe Bautiefe wirken beide Displays sowohl als Standgerät wie bei der Montage an einer Wandfläche sehr viel schlanker und eleganter und integrieren sich als wertvoll anmutender Blickfang perfekt in jedes wohnliche Ambiente.

Genießend Schwarz sehen

Das meisterhaft gestaltete hochglänzend schwarze Kuro Design weist neben seinen ästhetischen Aspekten mit starker Symbolik auf die inneren Werte hin: Die Seele der Kuro TV-Modelle ist rabenschwarz! Und das ist gut. Je tiefer das Schwarz im Bild dargestellt werden kann, um so feiner werden Details abgebildet, um so

Die neuen HD-ready 1.080p Plasma TV-Modelle der Kuro Serie überzeugen durch ihren hohen Schwarzwert und die kontrastreiche, naturgetreue Bilddarstellung.



höher sind die Kontrastwerte und um so natürlicher wirken dargestellte Farbtöne. Die neuen Plasma-Fernseher KRP-500A und KRP-600A mit separatem Media-Receiver zeichnen sich durch die gleichen technischen Vorzüge aus wie die vor kurzem vorgestellten One-Body Full-HD Plasma-Fernseher von Pioneer: Sie bieten kompromisslose Bildqualität und eine perfekte Symbiose von High Definition Video und Audio. Kinofilm-Puristen wird erstmals die Möglichkeit geboten, mit der „Pure AV“ Funktion alle Bildverbesserungstechnologien abzuschalten und das Filmmaterial

original und ohne Verfälschungen so zu genießen, wie es ursprünglich aufgenommen wurde.

Der Ton passt zum Bild und das Bild zur Umgebung

Durch intelligente Verknüpfung von Bild und Ton perfektionieren

die neuen Kuro Plasma-Fernseher jedes Fernseherlebnis: Der neu geschaffene „AV Optimum Mode“ analysiert in Echtzeit die aktuellen Programminhalte und die Lichtverhältnisse im Zimmer. Auf der Grundlage dieser Werte werden die Audio-Einstellungen harmonisch dem Bildgeschehen angepasst. Ein Farbsensor ermittelt die Farbcharakteristik des Umgebungslichts und passt alle Bildeinstellungen so an, dass der Betrachter auch bei wechselnden Umgebungsbedingungen immer ein perfektes TV-Bild genießen kann.



Durch ihre geringe Bautiefe wirken beide Geräte sehr viel eleganter und integrieren sich perfekt in jedes wohnliche Ambiente.

Externer Media-Receiver mit 3 Tunern und 2 CI-Interface Slots

Die Pioneer Kuro Modelle KRP-500A und KRP-600A sind mit einem externen flüsterleisen Media-Receiver mit kombiniertem Analog-Tuner, DVB-T-Tuner und digitalem Satelliten-Tuner (DVB-S/DVB-S2) für PAL- und HDTV-Empfang ausgestattet. Beide Modelle erfüllen die „HDTV 1.080p“-Anforderungen der EICTA und unterstützen MPEG-4 High-Definition Decoding. Zum Empfang verschlüsselter Pay-TV Programme besitzen die über ein einziges Kabel an die Fernseher angeschlossenen Media-Receiver zwei Common Interface-Steckplätze (CI-Slots). Ein LAN An-

schluss ermöglicht die Einbindung in Heimnetzwerke und das Streaming von Multimedia-Dateien über DLNA-Netzwerke. Vier HDMI Eingänge stehen für den Anschluss an High-Definition Quellen bereit. Weitere Pioneer Geräte lassen sich per Kuro Link bequem mit der durch ein Aluminium-Gehäuse geschützten TV-Fernbedienung steuern. Die beiden neuen Pioneer Kuro Plasma-Fernseher sind zu den folgenden UVPs lieferbar: 60 Zoll (152 cm) KRP-600A: 6.999,- Euro, 50 Zoll (127 cm) KRP-500A: 4.299,- Euro.

Das Tiefenmaß der neuen Kuro Modelle wurde um 56 mm auf fast die Hälfte reduziert.



devolo präsentiert dLAN 200 AVpro host auf der Systems

Auf der Systems in München stellt der Aachener Powerline Spezialist devolo AG auch in diesem Jahr seine Powerline Produkte aus. Der Schwerpunkt der von devolo auf der B2B-Messe gezeigten Modelle liegt auf dLAN Business-Lösungen. Aber auch neue Consumer-Produkte für Heimvernetzung werden gezeigt. Als Business-Flaggschiff präsentiert devolo den Powerline Adapter dLAN 200 AVpro host: Das in einem Metallgehäuse untergebrachte Gerät kann Daten über Antennen-, Strom- und Telefonleitungen übertragen und unterstützt



Fernkonfiguration von dLAN-Netzwerken. Einsatzgebiet des dLAN 200 AVpro host sind Netzwerke in Mehrfamilienhäusern, Hotels oder Kliniken. Dazu passend ist die neue Netz-

werkmanagement-Software dLAN 200 AVpro manager, die Konfiguration und Monitoring von professionellen, komplexen dLAN-Netzwerken per Drag & Drop ermöglicht. Mit dem dLAN 200 AVpro manager können professionelle dLAN-Netzwerke zentral eingerichtet, verwaltet und überwacht werden. Im Endverbraucher-Segment wird der bereits auf dem Markt eingeführte dLAN 200 AVplus gezeigt. Der neue Heimnetzwerk-Adapter verfügt über eine in das Gehäuse integrierte Steckdose und ein Netzfilter, das von den angeschlossenen Geräten erzeugte Netzspannungs-Störungen herausfiltert und dadurch die Datenübertragung optimiert. Der Käufer eines dLAN 200 AVplus erhält nicht nur einen bis zu 200 Mbit/s schnellen dLAN-Adapter, sondern auch eine störungsüberwachte Wandsteckdose dazu. www.devolo.de

Netbooks erobern 10 Prozent des europäischen PC-Marktes

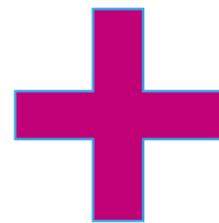
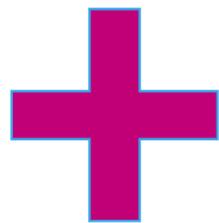
Der weltweite PC-Markt hat im dritten Quartal 2008 um 15 Prozent zugelegt. In Europa hat Acer den langjährigen Marktführer HP vom ersten Platz verdrängt. Für die hohen Umsätze sorgten Netbooks und sogenannte Mini-Notebooks. Ob das neue Marktsegment auf Dauer zusätzliche Umsätze generiert oder nur andere preisgünstigere Notebooks verdrängt, wird sich noch zeigen. Laut dem IT-Marktforscher Gartner wurden im dritten Quartal 2008 weltweit 80,6 Millionen PCs verkauft, was einem Zuwachs von 15 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum entspricht. „Der weltweite Absatz von Mini-Notebooks hat stark

zugenommen und wird von einem robusten Wachstum in der Region Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) flankiert“, erklärt Mika Kitagawa, Analyst Client Computing Market bei Gartner. „In Nordamerika haben die wirtschaftlichen Probleme zu einem verstärkten Interesse für Produkte unter 500,- US-Dollar Verkaufspreis geführt, und es ist zu früh, um festzustellen, ob sich für diese Geräte neue Marktchancen eröffnen oder ob ihr Anteil nur zu Lasten anderer preiswerter Notebooks wächst.“ Erfasst wurden für die Statistik nur Desktop-PCs, mobile Rechner und X86-Server. Bei den weltweiten PC-Verkäufen steht Hewlett-Packard an erster Stelle. Gartner's Europa-Experte Ranjit Atwal schätzt den Anteil der Netbooks und Mini-Notebooks am europäischen Computer-Gesamtmarkt auf 10 Prozent.



AKTIONSPREIS

Keine coolen Sprüche - nur coole Marge



Für **29,95€**/Monat*
 100 Inklusivminuten in alle
 dt. Netze telefonieren –
 mit Relax 100 mit Handy!

.....T-Mobile.....

= 1,€
 Endkundenpreis

AKTIONSPREIS!

Asus Eee PC 701
 + Relax 100
 + SonyEricsson W880i Silver

Ihre Marge



Ihre AVW-Vorteile

- ▶ Sofortige Provisionsauszahlung
- ▶ Hohe Hardwareverfügbarkeit
- ▶ Versandkostenfreie Lieferung

Unsere Visitenkarte

- ▶ Tel. 02777 / 811 73 53
- ▶ Fax. 02777 / 811 757
- ▶ Mail. fachhandel@avw-shop.de

AVW Wernicke & Sahn GmbH | Siegweg 1 | 35767 Breitscheid | www.avw-shop.de
 Geschäftsführer: Heike Weyl, Birgit Sahn, Wolfgang Berkenheger, Wolfgang Sahn, Benedikt Wernicke
 HRB 4831 Amtsgericht Wetzlar

Angebot gilt solange der Vorrat reicht, längstens jedoch bis zum 15.11.2008. Es gelten ausschließlich unsere AGB's in ihrer aktuellsten Fassung. Gerätepreise sowie Provisionen und Bonuszahlungen verstehen sich netto zzgl. 19 % MwSt. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Endkundenpreise verstehen sich inkl. 19% MwSt.

SAT



DVB-S Scart-Receiver von Strong

Der neue Strong SRT 60 DVB-S-Receiver für alle über Satellit ausgestrahlten Free-to-Air Programme verschwindet vollständig hinter dem Fernseher. Sichtbar ist nur das winzige kleine Infrarotauge, über das der SRT 60 via Fernbedienung und TV-Bildschirm bedient wird. Das 130 Gramm leichte und mit 138 x 57 x 20 mm (B x T x H) vollwertige DVB-S System in Miniatur-Ausgabe wird einfach an den Scart-Anschluss auf der Rückseite des TV-Gerätes angeschlossen. Durch das um 180 Grad biegbare Gelenk benötigt er zwischen Fernseh-Rückseite und Wand lediglich sechs Zentimeter Platz. Mit 3.000 Speicherplätzen, elektronischem Programm-

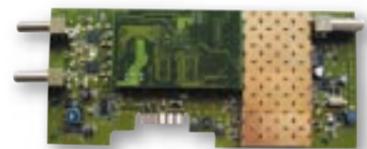


führer EPG, Favoritenliste, Timer, 4 Tage Programmorschau, Teletext, automatischem Software-Update über Satellit und hervorragender digitaler Bild- und Tonwiedergabe erfüllt er alle Anforderungen an ein modernes digitales Empfangsgerät. Der Strong SRT 60 eignet sich nicht nur zum Einsatz in Wohnräumen, sondern vor allem auch in Wohn- und Campingwagen und anderen Umgebungen.

www.strong.tv

Doppelmodul für Mini Headend von Wisi

Wisi hat seine modulare Kanalaufbereitungslösung Mini Headend zur Umsetzung freier und verschlüsselter DVB-S und DVB-T Signale in analoge CATV-Kanäle in kleinen Gemeinschaftsanlagen weiter optimiert. Das System bietet ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und eignet sich besonders zum Einsatz in Pensionen, Hotels, Wohnheimen und kleineren Wohnanlagen. Neu ist das Doppelmodul OM 75. Es ist nachbarkanaltauglich und transmoduliert zwei



DVB-S Transponder (QPSK) in zwei QAM Kanäle fürs digitale Kabel. Wie alle Module des Mini Headends lässt sich auch das OM 75 mit dem Programmiergerät OK 41A steuern. Basiseinheit ist das OM 01. In dieser finden bis zu sechs digitale Steckboards Platz. In der analogen Basiseinheit OM 03 finden drei Twin-Module mit jeweils zwei Tunern und Modulatoren für die Aufbereitung von insgesamt sechs analogen Kanälen ihren Platz.

Wisi verfolgt das Prinzip möglichst einfacher Bedienbarkeit. So lassen sich die Basiseinheiten OM 01 und OM 03 mit dem Programmiergerät OK 41A steuern. Dabei handelt es sich um ein 4-Tasten-gesteuertes Handset mit LC-Display für die komfortable Programmierung.

www.wisi.de

Neuer satspeed Einstiegstarif bei Schott

Schott senkt die hohen Einstiegshürden für Internet via Satellit. Ab sofort bietet das Unternehmen einen hochwertigen Breitbandzugang ab 28,90 Euro mit Maximalgeschwindigkeiten von bis zu 2.048 kbit/s im Download und von 156 kbit/s im Upload monatlich an. Der neue Einstiegstarif sat2000 mit FUP 2000 hat eine monatliche FUP (fair use policy) von 2.000 MB. Bei dreimonatiger Zahlung werden 28,90 Euro im Monat fällig. Ein Wechsel in eine höhere Volumenklasse ist jederzeit möglich. Kunden können zudem mit einem VoIP-fähigen Endgerät über den www.satcall.de Gateway für eine monatliche Flatrate von 9,95 Euro ohne Mindestvertragslaufzeiten ins Festnetz der EU Staaten telefonieren. Satspeed baut auf die neueste Technik der 2-Wege-Satelli-

tenkommunikation. Das System besteht aus einer sendefähigen Ku-Band Satellitenantenne (Größe je nach Standort unterschiedlich), einem Satellitenmodem und nutzt den Eutelsat Tooway Dienst.

www.satspeed.de

SetOne bringt neue DVB-S Receiver

Die beiden neuen DVB-S Receiver TX-8100 und TX-8200 sind mit oder ohne Festplatte erhältlich. Dabei sind sie auch ohne Festplatte PVR-Ready und können ganz einfach nachgerüstet werden. Die Geräte verfügen über einen Time-Shift-Modus zum zeitversetzten Fernsehen sowie eine freie CI-Schnittstelle, um verschlüsselte Programme zu empfangen. Der TX-8200 hat darüber hinaus noch das

Conax-CA-System integriert. Mit eingebauter Festplatte eröffnen sich dem Benutzer alle erwünschten Funktionen eines PVRs. So können mit der Timer-Funktion Fernsehprogramme gezielt und bequem aufgezeichnet werden.



Die Geräte stellen 5.000 Radio- und TV-Speicherplätze zur Verfügung. Der integrierte EPG und ein Bildschirmmenü (OSD) in 15 Sprachen sorgen für Übersicht. Zusätzlich haben die Receiver eine Update-Funktion, die entweder über eine andere Set-Top-Box, einen PC oder direkt über Satellit durchgeführt werden kann. www.setone.eu

VFD-Display, 2 x SCART, SD-Kartenslot und vieles mehr... www.strong.tv

STRONG SRT 6020

Ertrags- und leistungsstarker Bestseller für Ihr Weihnachtsgeschäft

Sofort lieferbar!

Auch als DVB-T System STRONG SRT 5025 erhältlich! (Siehe Spezifikation)

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

STRONG
DIGITAL TV

TechnoTrend erweitert Receiverportfolio

Mit fünf neuen Digitalreceivern bietet TechnoTrend dem Fachhandel erstmals unter eigenem Brand ein Komplettportfolio im Hinblick auf Empfangswege, Funktionalität und Anschlussmöglichkeiten. Die HDMI-Receiver TT-micro S330 und TT-micro T330 sind auf den Wachstumsmarkt FlatTV zugeschnitten. Die als DVB-S- und

DVB-T-Version verfügbaren Geräte sind mit HDMI-Anschluss und „perfect upscale“-Technologie ausgestattet, die auch ohne HDTV für eine verbesserte Bildqualität auf dem FlatTV sorgt. Der TT-select S550 PVR ist das erste TechnoTrend-Modell mit integrierter Festplatte und TwinTuner. Dem Trend HDTV widmet sich TechnoTrend mit dem TT-select S850 HDTV. Der HDTV-TwinTuner ermöglicht die gleichzeitige Aufnahme und Wiedergabe von zwei TV-Programmen. Die integrierte USB-Schnittstelle macht den Receiver zum PVR mit flexibel erweiterbarer Speicher-



kapazität. Ideal für den Zweitfernseher eignet sich der TT-ScartTV T120. Der DVB-T-Empfänger ist kaum größer als ein Scartstecker, bietet aber zugleich die volle Empfangs- und Menüfunktionalität einer Set-Top-Box und wird einfach auf den Scart-Anschluss gesteckt.

www.technotrend.com

smart MX 05 L mit Netzschalter

Mit dem MX 05 L bringt smart einen Satellitenreceiver für Umweltbewusste in den Handel. Der Stromverbrauch liegt im Standby bei unter 1 Watt. Darüber hinaus ist der smart MX 05 L mit einem Netzschalter ausgestattet, durch den sich das Gerät vollständig vom Stromnetz trennen lässt.

www.smart-electronic.de

Zahl der digitalen Sat-HDTV-Receiver steigt sprunghaft an

Die Nachfrage nach digitalem Fernsehen via Satellit hält an. Laut GfK sind 61 Prozent der von Januar bis Juli 2008 im Handel verkauften digitalen Set-Top-Boxen für den TV-Empfang via Satellit ausgelegt. Damit bleibt Satellit im Vergleich zu Kabel (DVB-C) und Antenne (DVB-T) der bedeutendste Treiber der Digitalisierung im Handel, deren Anteil bei acht beziehungsweise 32 Prozent liegt. Insgesamt wurden von Januar bis Juli 2008 1,2 Millionen digitale Satelliten-Set-Top-Boxen (DVB-S) verkauft, von den digitalen Kabel-Receiver (DVB-C) wurden 153.000 abgesetzt, bei den Boxen für das digitale Antennenfernsehen DVB-T waren es rund 620.000.

Nach wie vor stark gefragt sind Common Interface-Modelle, die mit einer offenen Schnittstelle ausgestattet sind. Sie bieten die Option, über ein zusätzliches Steckmodul auch verschlüsselte Programme empfangen zu können. Mit einer verkauften Stückzahl von knapp 355.000 Geräten in den ersten sieben Monaten des Jahres weisen die CI-Receiver einen ähnlich starken Absatz wie im Vorjahreszeitraum (rund 342.000 Geräte) auf. Am Gesamtabsatzvolumen digitaler Satellitenreceiver machen die zukunftssicheren CI-Geräte 30 Prozent (2007: 29 Prozent) aus.

Auch das Thema HDTV gewinnt im Handel an Bedeutung, wie die Zahl von heute mehr als 8,6 Millionen verkauften „HD-ready“ Screens laut Astra Marktforschung belegt. Dementsprechend stieg die Nachfrage nach digitalen Satelliten-HDTV-Receiver sprunghaft an. Von Januar bis Juli 2008 wurden nach GfK-Messung insgesamt 101.917 Stück umgesetzt, was einer Steigerung von 131 Prozent gegenüber

dem Vorjahreszeitraum entspricht. Ihr Anteil am abgesetzten Gesamtvolumen digitaler Satelliten-Receiver macht mittlerweile 8,5 Prozent aus, was einem Zuwachs von 4,8 Prozentpunkten zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die Zahl der von Januar bis Juli 2008 verkauften digitalen Kabel-HD-Receiver lag bei 29.063.

Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer von Astra Deutschland, kommentiert: „Die aktuellen Zahlen belegen, dass wir unsere Vorreiterrolle als der Übertragungsweg für digitales Fernsehen unterstreichen konnten. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielten unsere Handelspartner laut GfK zwischen Januar und Juli 2008 einen Umsatzzuwachs von 14 Prozent bei digitalen Satelliten-Set-Top-Boxen. Ein signifikantes Umsatzplus von 194 Prozent wurde im selben Zeitraum im Bereich digitale Satelliten HDTV-Receiver verbucht. Screen Digest geht davon aus, dass 2012 71 Prozent der Fernsehzuschauer in Deutschland ‚HD-ready‘ sein werden, 5,2 Millionen von ihnen werden in den Genuss von HDTV kommen. Unser Konzept, durch Programmvielfalt und hohe Bildqualität zu überzeugen, wird in diesem Wachstumsmarkt perfekt zum Tragen kommen. Gemeinsam mit unseren Partnern, den Sendern, bietet Astra eine unschlagbare Programmvielfalt und die beste Bildqualität und überzeugt damit immer mehr Haushalte, sich für den digitalen Astra Satelliten zu entscheiden.“

www.astra.de



Wolfgang Elsäßer: „Der digitale Satellitenempfang nimmt zu, und auch HDTV erlangt eine immer größere Bedeutung.“

Pioneer: High-Tech auch im Einstiegssegment

Blu-ray für jeden

Mit vier neuen Blu-ray Playern erweitert Pioneer sein Portfolio an Blu-ray Playern und bringt damit die 2. Generation seiner Player auf den Markt. Mit dem neuen Einstiegsmodell BDP-51FD, dem designorientierten BDP-LX08 und dem neuen High-End Blu-ray Flaggschiff BDP-LX91 steht für jeden Anspruch das passende Gerät zur Verfügung.

Die 2. Generation der Pioneer Blu-ray Player verfügt über die neuesten Audio- und Video-Technologien sowie einen neuen Chipsatz für hörbar und sichtbar verbesserte Performance. Alle neuen Modelle sind hochwertig verarbeitet und besitzen besonders stabile mechanische Komponenten mit einem doppelt gelagerten Chassis. Die Audio- und Video-Einheiten wurden für eine störungsfreie Wiedergabe sorgfältig abgeschirmt.

Full-HD

Mit der vollen HD-Auflösung von 1.080p und einer Bildwiederholfrequenz von 24 Bildern pro Sekunde geben die neuen Player Kino-Filme so wieder, wie sie auf-

genommen wurden. Zur individuellen Anpassung lassen sich die Farbintensität sowie die meisten anderen Videoparameter beliebig einstellen. Die neuen Blu-ray Modelle BDP-LX71, BDP-LX08 und BDP-51FD entsprechen dem BD 1.1-Profil (BonusView) und können somit zwei getrennte Videoströme abspielen (Bild-in-Bild-Wiedergabe). Der neue Referenzspieler BDP-LX91 wird BD-Live unterstützen, womit Online-Inhalte interaktiv aus dem Internet heruntergeladen werden können.

Alle neuen Pioneer Blu-ray Player unterstützen die digitalen Audio-Formate Dolby TrueHD und DTS HD Master Audio. Mit bis zu sieben voll digitalen Audiokanälen

unterstützen die Player 7.1-Surround-Sound, während ein Wolfson Digital Audio Konverter (DAC) für analoge Audio-Erlebnisse sorgt.

Einstiegsklasse

Der BDP-51FD eignet sich dank seiner Funktionsvielfalt optimal für ein privates Heimkino. Der BDP-LX08 spricht mit seiner Aluminium Oberseite und der schwarz glänzenden Acryl-Front vor allem designorientierte Kunden an: Der Player integriert sich perfekt in Pioneer LX-Systeme, eignet sich aber auch als hochwertiges Stand-Alone Gerät. Als Blu-ray Spieler fürs High-End Heimkino empfiehlt sich der BDP-LX91, zum Beispiel in Verbindung mit dem A/V-Receiver SC-LX90.

Durch eine neue, intuitiv bedienbare grafische Benutzeroberfläche (GUI) hat Pioneer die Bedienung der Blu-ray Player optimal an die aktuellen KURO Fernseher und A/V-Receiver angepasst. Die



Der BDP-51FD eignet sich dank seiner Funktionsvielfalt optimal für ein privates Heimkino. Der Player entspricht dem BD 1.1-Profil (BonusView) und kann somit zwei getrennte Videoströme abspielen (Bild-in-Bild-Wiedergabe). Er ist das Pioneer-Einstiegsgerät und kommt zum Preis von 499,- Euro auf den Markt.



Der BDP-LX08 spricht mit seiner Aluminium-Oberseite und der schwarz glänzenden Acryl-Front vor allem designorientierte Kunden an. Der Player integriert sich perfekt in Pioneer LX-Systeme, eignet sich aber auch als hochwertiges Stand-Alone Gerät. Das Design-Stück wird 999,- Euro kosten.

Funktion KURO LINK erlaubt die Steuerung der wichtigsten Blu-ray Funktionen über die Fernbedienung eines Pioneer KURO Fernsehers. Das Design der neuen Blu-ray Player wurde in Symmetrie und Breite perfekt an die neuen Pioneer A/V-Receiver DVR-LX61(D), SC-LX81 und SC-LX71

angepflichtet. Der BDP-LX71 von Pioneer ist ab September 2008 zu einem UVP von 799 Euro erhältlich. Der BDP-51FD und der BDP-LX08 sind ab Oktober zu 499 Euro und 999 Euro verfügbar, der BDP-LX91 folgt bis zum Ende des 4. Quartals 2008 zum Preis von 2.199 Euro. www.pioneer.de

Pos Aktuell

Bei Garmin gibt es ab sofort das neueste Kartenmaterial für 2009

Ab sofort bietet Garmin das neueste Kartenmaterial für 2009 an. Für 79,99 Euro haben Garmin-Kunden die Möglichkeit, ihr bestehendes Kartenmaterial zu aktualisieren. Das neue Kartenmaterial umfasst die neuesten Karten von insgesamt 40 Ländern West- und Osteuropas. Unabhängig davon bleibt das nüMaps-Programm, die 60-Tage-Garantie auf aktuelles Kartenmaterial beim Navi-Neukauf, bestehen. Garmin-Nutzer können die neue Kartenversion City Navigator NT 2009 mit den Navteq-Daten unter <http://my.garmin.com> herunterladen oder für 79,99 Euro als DVD-Version bei einem Garmin Händler erwerben.

Incentive von my-eXtra und T-Mobile spricht Rennsport-Fans an

Der Händler, der von Oktober bis Dezember über my-eXtra die meisten T-Mobile Geschäftskunden Laufzeit-Neuverträge schaltet, darf mit einer Person seiner Wahl zum Formel Grundkurs auf den Hockenheimring. Dort kann er zirka 100-120 km in einem Formel König absolvieren und eine Theorieschulung besuchen. Auch ein Erinnerungspokal, Verpflegung und auf Wunsch Übernachtung gehören zum Paket. Der zweitplatzierte Händler mit der größten Steige-

rung der T-Mobile Geschäftskunden-Absätze fährt zusammen mit einer Person seiner Wahl ins oberbayerische Lenggries. Dieser Preis beinhaltet die Fahrt in sieben verschiedenen Porsches auf vorgegebener Route, Betreuung und Begleitung durch einen ortskundigen Instruktor sowie ausführliche Einweisung und Kraftstoff. Zusätzlich erhalten die Händler auf den Plätzen drei bis zehn je einen Tankgutschein im Wert von 150 Euro. Händler, die sich für die Aktion anmelden möchten, füllen das my-eXtra Incentive-Fax aus, das im my-eXtra Online-Shop unter www.my-extra.com heruntergeladen werden kann und senden es an die Fax-Nr. 09133-7770-4168. Einsendeschluss ist der 14.11.2008.

KPN übernimmt debitel Tochter in Holland

KPN und die debitel AG haben sich auf die Übernahme der niederländischen debitel Tochtergesellschaft durch KPN verständigt. Über die Details der Vereinbarung haben die Parteien Stillschweigen vereinbart. debitel Nederland ist der größte „Virtuelle Mobilfunknetzbetreiber“ (MVNO) in den Niederlanden. Im Rahmen der Transaktion übernimmt KPN etwa 300.000 Kunden mit Laufzeitvertrag sowie rund 230.000 Prepaid-Kunden, die bereits das KPN-Netz nutzen. Als erster MVNO in den Niederlanden bietet debitel Nederland seinen Kunden seit 1995 über die Netze von KPN und Vodafone Mobilfunk Dienstleistungen an. Für das Geschäftsjahr 2007 weist debitel Nederland einen Nettoumsatz (Net Sales) in Höhe von 247 Millio-

nen Euro aus. Das Unternehmen zählt annähernd 130 Mitarbeiter (FTE). Für die debitel AG markiert dieses Geschäft den letzten Schritt in der strategischen Fokussierung auf den deutschen Heimatmarkt, nachdem die übrigen Auslandstöchter bereits in den Vorjahren erfolgreich veräußert wurden. Der Vollzug der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Freigabe durch die Kartellbehörden.

E-Plus setzt den Wachstumskurs fort

E-Plus hat den profitablen Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortgesetzt: Bei den entscheidenden Erfolgskennziffern verzeichnete das Unternehmen im dritten Quartal des Jahres ein deutliches Plus und gewann weiter gegenüber seinen Wettbewerbern an Boden. Umsatz und EBITDA der E-Plus Gruppe legten überproportional gegen den allgemeinen Markttrend zu. Die Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen wuchsen im Vorjahresvergleich im dritten Quartal um 6,4 Prozent (von 735 auf einen neuen Höchstwert von 782 Millionen Euro). Dieses Wachstum lag erneut über dem Marktdurchschnitt im deutschen Mobilfunk – und das seit nunmehr elf Quartalen. Der Marktanteil am Serviceumsatz stieg von 14 Prozent im Vorjahr auf über 15 Prozent. Verantwortlich für das Wachstum seien Teilnehmer- und Nutzungszuwächse, die geringere Roaming-Entgelte und niedrigere Terminierungsentgelte mehr als kompensierten, hieß es in einer Pressemitteilung. Als Ergebnis legte das EBITDA im abgelaufenen dritten Quartal um 16,3

Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 336 Millionen Euro zu. Die EBITDA-Marge erreicht mit 40,0 Prozent im dritten Quartal einen Höchstwert. Ein entscheidender Erfolgsfaktor der Strategie des Unternehmens seien die trotz des Mengenwachstums kontinuierlich sinkenden Kosten.

Der Erfolg der E-Plus Gruppe zeigte sich auch im Kundenzuwachs. Zum 30. September zählte das Unternehmen über 17 Millionen Kunden. Das ist ein Zuwachs von 864.000 gegenüber dem Vorquartal, das stärkste Wachstum seit Ende 2000 und ein Plus von 2,9 Millionen in zwölf Monaten. Die Eigen- und Kooperationsmarken machen dabei aktuell 61 Prozent der Kundenbasis aus.

The Phone House lädt Existenzgründer ein

The Phone House lädt interessierte Existenzgründer ein: In sechs Städten bietet der Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment kostenlose Infotage zum Thema „Franchise mit The Phone House“ an. Potentielle Franchisenehmer können Einzelgespräche mit Mitarbeitern von The Phone House führen und lernen das neue Franchisekonzept durch einen praxisbezogenen Workshop näher kennen. Nach dem ersten Infotag Ende Oktober finden die Veranstaltungen noch am 19. November in Hamburg, am 22. November in Nürnberg, am 27. November in Augsburg, am 8. Dezember in Wiesbaden und am 9. Dezember in Bremen statt. Infos dazu sowie die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es auf der Internetseite www.phonehouse-franchise.de.

Bei Fragen können sich potentielle Existenzgründer per E-Mail an franchise@phonehouse.de wenden. Parallel zu den Infotagen bietet das Unternehmen mit den „The Phone House-Gründerwochen“ ein umfangreiches Aktionspaket an. Wer sich bis zum 31. Dezember für das Franchisekonzept von The Phone House entscheidet, erhält ein Leistungspaket im Gesamtwert von über 50.000 Euro. Darin enthalten sind beispielsweise die Einstiegsgebühr, die ersten sechs Monatsmieten bis zu insgesamt 10.000 Euro sowie die Bereitstellung der Shopausstattung im Gegenwert von 25.000 Euro. Die Anzahl der Aktionspakete ist limitiert.

TomTom expandiert nach Russland

TomTom hat seine Expansion nach Russland bekanntgegeben. Das Unternehmen bedient den russischen Markt mit seiner kompletten Produktpalette. Die Produkte werden über verschiedene Groß- und Einzelhändler in Russland verkauft und dort ab Ende November verfügbar sein. „Russland ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte für Consumer Electronics. Die Automobilindustrie ist sich dessen bewusst, dass Russland in naher Zukunft zum größten Automobilmarkt Europas anwachsen wird“, sagte Corinne Vigreux, Managing Director von TomTom. „Unser komplett lokalisiertes Produktportfolio in Russland anzubieten, ist somit ein logischer Schritt und gleichzeitig von wesentlicher Bedeutung für TomTom im Hinblick auf Business-Strategie und künftiges Wachstum.“

MP3



Multimedia Player Cowon S9

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



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

www.cowon-germany.com

Zweite Generation von Apples iPod touch

Der neue iPod touch ist dünner und leichter als die erste Generation. Das schlanke Design und das mit Metall umrahmte Gehäuse mit integrierten Lautstärke-Reglern und 3,5-Zoll Breitbild-Display aus Glas lässt den Player



gut in der Hand liegen. Der iPod touch arbeitet mit iTunes zusammen, so dass sich die Inhalte importieren, verwalten und abgleichen lassen. Das 32-GB-Modell kann bis zu 7.000 Lieder, 25.000 Fotos oder 40 Stunden Video speichern; das 16-GB-Modell bis zu 3.500 Songs, 20.000 Fotos oder 20 Stunden Video, und das 8-GB-Modell speichert bis zu 1.750 Lieder, 10.000 Fotos oder 10 Stunden Video. Der Player setzt einen Mac mit USB 2.0-Anschluss, Mac OS X v10.4.11 oder neuer und iTunes 8 oder einen Windows PC mit USB 2.0 Anschluss und Windows Vista oder Windows XP Home oder Professional oder neuer und iTunes 8 voraus.

www.apple.de

Cresyn Kopf- und Ohrhörer in Deutschland

JP Global Markets GmbH startet ab sofort den Vertrieb von Kopf- und Ohrhörern des südkoreanischen Herstellers Cresyn in Deutschland und Österreich. Das Cresyn-Sortiment umfasst eine große Auswahl an attraktiven Produkten, darunter klassische Ohrhörer, innovative In-ear-

und flexible Sport-Modelle sowie edle und klangstarke Kopfhörer. Alle mobilen Hörer bieten ein fein ausbalanciertes und hochauflösendes Klangbild. Bei den Kopfhörern liegt der Fokus auf den tieferen Frequenzen, hier sind die Bassbereiche für ein besonders tiefreichendes und druckvolles Klangerlebnis auf harmonische Art und Weise betont worden.

www.cowon-germany.com

Walkman S630 von Sony mit SensMe-Funktion

Die neue Walkman Serie NWZ-S630 bietet neben bestem Sound auch eine brillante Video- sowie Bildqualität und begeistert mit einer einfachen, intuitiven Menüführung für das Downloaden und Verwalten von Inhalten. Die NWZ-S630-Serie



erkennt als erster MP3-Player den Musikcharakter der gespeicherten Songs und erstellt automatisch Wiedergabelisten. Die neue Sony Technologie SensMe analysiert Geschwin-



digkeit, Stil und Rhythmus jedes Stückes, fügt dem Titel entsprechende Informationen hinzu und ordnet ihn dann in eine von elf definierten Musik-Kategorien ein. Diese reichen von Pop über akustischen Gesang und Klassik bis hin zur gefühlvollen Ballade. Wann immer der Nutzer zu seiner Stimmungslage passende Musik hören möchte, muss er nur die entsprechende Wiedergabeliste auswählen.

www.sony.de

Neue Ohrkanalhörer von Panasonic

MP3-Player geben heute in vielen Lebenslagen den Takt an und haben dafür gesorgt, dass vor allem Ohrkanalhörer immer beliebter werden. Sie sitzen rutschfest im Gehörgang und lassen weniger Außengeräusche ans Ohr. Der HJE170 ist mit seinem transparenten Design in kristallweißer, saphirblauer, granatroter oder



onyx-schwarzer Glanzoptik ein elegant-aufregender Hingucker. Der Ohrhörer ist mit einem vergoldeten 3,5 mm Stereo-Mini-Stecker, einer 11,5 mm Wandlereinheit mit Neodym-Magnet und einem Frequenzgang von 6 Hz bis 23 kHz ausgestattet. 1,2 Meter Kabellänge bieten genug Bewegungsfreiheit, um den Player unterwegs sicher in der Jakennentasche zu verstauen. Zum Lieferumfang gehören Passstücke in drei Größen, um den größtmög-

lichen Tragekomfort zu gewährleisten.

www.panasonic.de

ZEN Mozaic von Creative

Mit dem ZEN Mosaic steht ein Lifestyle-MP3-Player in den Farbvarianten Silber, Pink und Schwarz zur Verfügung. Das im Mosaik-Design verpackte Gerät bietet zahlreiche Features, um Musik, Fotos und Videos unterwegs mit Freunden zu teilen. Dank des eingebauten Lautsprechers und eines 1,8-Zoll LCD-Farbdisplays steht einem Multimedia-Vergnügen in großer Runde nichts im Weg. Darüber hinaus sorgt eine Akkulaufzeit von bis zu 32 Stunden im Musikbetrieb für ein ausdauerndes und ungestörtes Hörerlebnis – egal ob alleine, über Kopfhörer oder in der Gruppe mittels des eingebauten Lautsprechers.



www.europe.creative.com

Skullcandy bringt In-Ear-Kopfhörer aus Holz

Skullcandy bringt jetzt den neuen In-Ear-Kopfhörer „Hölua“ auf den Markt. Das umweltfreundliche Modell ist aus weichem mahagonifarbenem oder hellbraunem Holz gefertigt und mit Aluminium-Applikationen versetzt. Die jeweiligen Kopfhörerkabel glänzen entweder in Silber oder in Gold.

www.skullcandy.eu

Panasonic Batteries: Langlebigste AA-Alkalibatterie

„EVOiA“ im Dauertest

Die Zahl der batteriebetriebenen Geräte im Durchschnittshaushalt erhöht sich jedes Jahr. Entsprechend steigen auch die Ansprüche an die verwendeten Batterien. Mit der EVOiA hat Panasonic Batteries jetzt auch laut Guinness World Records die weltweit am längsten haltbare alkalische Batterie der Größe AA auf den Markt gebracht.

Panasonic Batteries berücksichtigt mit EVOiA aktuelle Marktentwicklungen. So ist der Gesamtumsatz mit Batterien in Europa und auch in Deutschland leicht rückläufig. Dies betrifft in Deutschland insbesondere den Preiseinstiegsbereich. Der Anteil des Premium- und High Premium-Segments hat sich positiv entwickelt. Einzelhändler wünschen sich in dieser Marktsituation echte Innovationen auf dem Batteriemarkt. Die 20 am häufigsten verwendeten Geräte benötigen heutzutage mehr Batterien als noch im Jahr 2003. Eine durchschnittlich geringe Einkaufsfähigkeit von etwa vier Einkäufen im

Jahr in Verbindung mit einem geringen Produktinteresse steigern die Unsicherheit beim Verbraucher im Hinblick auf die richtige Batteriewahl. Der Kauf langlebiger Batterien gewinnt für Verbraucher somit zunehmend an Bedeutung. Wurde dieses Kaufkriterium 2003 noch von 34 Prozent der Befragten als am wichtigsten eingestuft, waren es 2007 bereits 56 Prozent.

Verbraucher im Fokus

EVOiA ist eine Neuerung, die den Bedürfnissen der Verbraucher gerecht wird und gleichzeitig den Markt-

wert für den Handel erhöht. Schließlich liefert die neue Batterie beste Leistungen bei Geräten mit niedrigem, mittlerem und hohem Energieverbrauch und ist damit universell einsetzbar. Mit EVOiA lassen sich bis zu 60 Fotos mehr erzielen, rund 19 Stunden länger Musik hören und bis zu 10 Prozent länger Licht mit einer Taschenlampe erzeugen, als mit der bisherigen Spitzenbatterie, basierend auf der Oxyride-Technologie. Der Fokus der Vermarktung von EVOiA liegt vor allem auf der Eintragung im Guinness World Records Buch 2009. Verbraucher können die Ansprüche der neuen Batterie auf diese Weise am besten nachvollziehen, denn Guinness World Records wird mit Errungenschaften, Inspiration und Erfolg verbunden. Eintragung und Urkunde sowie die Verwendung eines entsprechenden Logos im Rahmen der Kommunikation tragen dazu bei, den Wert zu erhöhen und den Umsatz am PoS zu steigern.

Roboter erklimmt den Grand Canyon

Ihre Leistungskraft hat die neue Batterie bereits anschaulich demonstriert: Ein 17 cm großer Roboter, der mit zwei EVOiA-Batterien der Größe AA betrieben wurde, hat allein durch seine Batterieleistung den Grand Canyon erklettert. An einem 530 Meter langen Seil konnte er in weniger als sieben Stunden den Felsen bezwingen. Die neue Batterie EVOiA von Panasonic Batteries ist in den Größen Micro (AAA), Mignon (AA), Baby (C) und Mono (D) ab sofort über alle gängigen Handelskanäle erhältlich. Ihre praktische Verpackung lässt sich leicht öffnen und bietet auch sonst höchste Nutzerfreundlichkeit. Die neue Batterie ist sieben Jahre lagerfähig und als Mignonbatterie im Viererblister zu einem empfohlenen



Durch eine neue, eigens patentierte Technologie verfügt EVOiA über besondere Leistungskraft und lässt sich in Geräten mit niedrigem, mittlerem und hohem Energieverbrauch verwenden. EVOiA ist in den Größen Micro (AAA), Mignon (AA), Baby (C) und Mono (D) ab sofort über alle gängigen Handelskanäle erhältlich.

Endverkaufspreis von 7,49 Euro erhältlich.

www.panasonic-batteries.de

Samsung empfiehlt Windows Vista® Home Premium.



Do More. Carry Less.

The Power of X.

Lighter than Air. Samsung setzt bei tragbaren Rechnern neue Maßstäbe: mit den ultraschlanken und voll ausgestatteten Notebooks X360 und X460. Das X360 mit der Intel® Centrino®2 Prozessortechnologie mit Intel® Core™ 2 Duo ULV Prozessor wiegt nur 1,29 kg und bietet mit seinem enorm breiten Funktionsspektrum sowie einer Akku-Laufzeit von bis zu zehn Stunden selbst den anspruchsvollsten Nutzern grenzenlose Möglichkeiten. Ab heute also keine Kompromisse mehr, sondern volle Mobilität bei voller Leistung. Erfahren Sie mehr unter samsung.de/x-series

Powered by Intel® Centrino® 2 Prozessortechnologie.

Intel, Intel Logo, Centrino, Centrino Inside, Centrino Logo, Core Inside, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Pentium, Pentium Inside sind eingetragene Marken der Intel Corporation in den Vereinigten Staaten und in anderen Ländern.

SAMSUNG

UE



Toshiba Mobile LED-Projector

Wenn es bei der aktuellen Planung bleibt, kommt Toshiba „Mobile LED Projector“ im 2. Quartal 2009 auf den Markt. Das winzige Modell in der Größe eines Handys ist der nach Stand der Technik leichteste Projektor. Die Abmessungen betragen 45 mm x 17 mm x 100 mm. Das Gewicht liegt bei 100 Gramm. Der Prototyp erreicht eine Lichtstärke von 7 Ansi Lumen. Das reicht, um in abgedunkelten Bereichen Bilder mit 50-Zoll Bildhöhe zu produzieren. Der Mini ist mit einem DLP Pico Chipset mit „Digital Mirror Devices“ bestückt. Die Bildauflösung beträgt 480 x 320 Pixel (HVGA). Als Lichtquellen werden rote, grüne und blaue LEDs eingesetzt. Die Betriebszeit mit einer



Batterieladung ist etwas geringer als eine Stunde. Die Entwickler hoffen, die Lichtstärke bis zur Markteinführung auf 10 Ansi Lumen erhöhen zu können. Das würde die projizierbare Bildhöhe auf 60-Zoll vergrößern. „Wir haben vor zwei Jahren als erster Hersteller einen LED-Projektor auf den Markt gebracht und sind der Meinung, dass in dieser Technologie ein sehr großes Potential steckt“, erklärt Gerd Holl, General Manager bei Toshiba. www.toshiba.de

Garage für Speicherkarten von Hama

Eine Speicherkarte fürs Handy, zwei mit Bildern von den letzten Urlauben, drei mit unterschiedlicher Musik für den MP3-Player und dazu noch ein USB-Stick mit der Präsentation fürs Büro. Wohin damit? Eine praktische Lösung stellt Hama mit dem Digital Memory Organizer vor. Die Kunststoffbox mit transparentem Staubschutzdeckel und rutschfesten Gum-



mifüßen ist ideal zur übersichtlichen Aufbewahrung geeignet. Zehn Fächer für alle Arten von Speicherkarten und ein Universalfach für USB-Sticks schaffen Ordnung im Speicherchaos. Wahlweise in Schwarz oder Weiß ist die Box für rund 13 Euro im Handel erhältlich. www.hama.de

Bluetooth-Uhr von Sony Ericsson

Die Bluetooth-Uhr MBW-200 von Sony Ericsson meldet sich bei einem eingehenden Anruf oder einer SMS mit einem leichten Vibrieren am Handgelenk. Mit einem kurzen Blick auf das integrierte Display der MBW-200 weiß man unmittelbar, wer gerade anruft. Darüber hinaus dient die Uhr auch als Fernbedienung für den Musikplayer des Handys und verhin-



dert darüber hinaus den Verlust des Handys: Sobald das Handy mehr als etwa 10 m von der Uhr entfernt ist, gibt die Uhr ein warnendes Signal. Die MBW-200 gibt es in drei Editionen. Ein weißes Lederarmband und ein mit Kristallen verziertes Zifferblatt machen das Modell Sparkling Allure zum auffälligen, glamourösen Begleiter. Wem der dezente Auftritt eher liegt, der kann auf die Evening Classic-Edition zurückgreifen. Ein glänzendes schwarzes Lederarmband und ein ebenso dunkles Zifferblatt mit kristallinen Details schmücken die Abendgarderobe als Accessoire. Wer seine Uhr vor allem im Alltag einsetzen will, für den eignet sich die Contemporary Elegance-Variante im Edelstahl-Look. www.sony-ericsson.de

TerraTecs Grabster AV 350 MX

Der externe Videowandler Grabster AV 350 MX verbindet Camcorder, DVD-Player, Sat-Receiver, Videorekorder oder andere Quellen mit analogen Videoausgängen mit jedem PC oder Notebook. Der Grabster AV 350 MX verfügt über einen Scart-Eingang oder über Composite-, S-Video- und Stereo-Audio-Eingänge. Egal welche Ausgänge die Quelle hat, die Verbindung ist auf jeden Fall gewährleistet. Sound und Video werden via USB 2.0



an den PC übertragen. Videos können im für DVDs üblichen MPEG-Format auf der Festplatte aufgenommen werden. Aufnehmen, schneiden und brennen – so der einfache Bearbeitungsablauf für die schnelle Video-Disc. www.terratec.de

Wentronic bringt neuen HDMI Switch/Splitter

Wentronic bringt einen HDMI-Switch/Splitter für die Verbindung von 4 HDMI-Quellen mit bis zu acht Wiedergabegeräten auf den Markt. Die vier HDMI-Eingänge des neuen HC 448 bieten Platz für DVD-Player, Spielekonsolen oder SAT-Receiver. An den acht HDMI-Ausgängen können LCD- oder Plasma-Fernseher angeschlossen werden. Sie empfangen Bild und Ton alle gleichzeitig und in gleich hoher Qualität. Der Splitter bietet eine 1.080p Full-HDTV-Unter-

stützung und ist HDMI 1.2a und HDMI 1.3 sowie HDCP kompatibel. Selbst bei langen Kabelwegen garantiert das Gerät durch den eingebauten Verstärker beste Bild- und Tonqualität. www.wentronic.com

TechniSat stellt neuen TechniVision 22 ST vor

TechniSat präsentiert mit dem TechniVision 22 ST seinen ersten LCD-Fernseher mit 22 Zoll Bildschirm und integriertem Tuner für DigitalSat und DVB-T. Damit baut das Unternehmen sein LCD-TV-Sortiment um eine weitere Bildschirmgröße mit 55 cm Bildschirmdiagonale aus. Das Gerät eignet sich hervorragend als Zweit- oder Drittgerät für Schlafzimmer, Küche oder Kinderzimmer oder auch für mobile Einsatzzwecke wie ein Cam-



pingausflug oder im Garten. Der 22-Zöller empfängt die TV- und Radioprogramme via DigitalSat und DVB-T ohne zusätzliche Set-Top-Box. Des Weiteren ist der Empfang von TV-Programmen über Analog-Kabel und Analog-Terrestrik möglich. Der neue TechniSat 22 Zoll LCD-Fernseher

www.technisat.de

Vivanco mit neuen High-End Fernbedienungen

Die 5-in-1 Universal Touch Screen Fernbedienung ist in einem aparten Schwarz (UR 5000 B) oder ganz modern weiß glänzend (UR 5000 W) erhältlich. Zahlreiche Geräte wie Fernseher, Beamer, Satellitentuner bzw. DVB-T Set Top Box, DVD-Player oder

Videorekorder sind bereits vorprogrammiert. Sollte eine Taste einmal nicht vorprogrammiert sein, verfügt die 5-in-1 Universal Touch Screen Fernbedienung über eine Lernfunk-



tion zur Übernahme von Tastenfunktionen der Originalfernbedienung. www.vivanco.de

Bandee: transportiert sicher Handy & Co.

Das Bandee: ist eine Mischung aus Gürteltasche und Schleppschärpe, die diagonal von Schulter zur Hüfte angelegt wird. Mittels Klettverschluss kann es auf die Körpergröße angepasst werden. Zwei Klettverschluss-



Fächer, die zusätzlich mit einem Verschluss an der Rückseite gesichert sind, sowie zwei Reißverschluss-Taschen bieten Platz für Handy, Schlüssel oder Scheckkarten. Das Bandee: gibt es in 24 Farben und Designs und macht beim Einkaufen, Tanzen oder Outdoor-Aktivitäten eine gute Figur. www.bandee.de

HDTV OHNE UMWEGE!
FULL-HD-DIGITALFERNSEHER VON TECHNISAT!
MADE IN GERMANY!

TechniSat HDTV 40
ab € 2.599,99 UVP
(=unverbindliche Preisempfehlung)

Top-Features:

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

TechniSat
DIGITAL

Besser ist einfach besser: TechniSat

Weitere Informationen und Modelle unter: www.technisat.de

VS-Lautsprecher Serie von Boston Acoustics

Mit der neuen VS Reihe stellt Boston ihre leistungsstärkste Lautsprecher Linie vor. VS bietet Zuhause Cinema und Audio-Erlebnisse auf höchstem Niveau. Neuentwickelte innovative Treiber in Kombination mit einem speziellen Gehäuse Design realisieren außergewöhnliche Klangeigenschaften.

Alle VS Serienmodelle sind so miteinander kombinierbar, womit bei jeder Kombination Höchstleistung erreicht wird. Die perfekte Verschmelzung von Kunst und Wissenschaft sind die Elemente, welche die VS Serie ausmachen. Die Lautsprechergehäuse sind aus hochverdichtetem, wellenartig geformtem MDF, welches Schwingungen im Inneren des Gehäuses und Resonanzen an den Panels reduziert. Die Innen-Verstärkung des Gehäuses erhöht zusätzlich die Leistung der Lautsprecher enorm und liefert einen weiteren Baustein für hervorragende Klangeigenschaften.



VS210 – 10 Zoll Hochleistungs-Subwoofer in Class-D-Verstärkertechnologie



VS 325C – 3-Wege Center-Lautsprecher mit 2 x 5 1/4" Tieftönern

Neuentwickelte Boston Hochtöner mit extrem großer Bandbreite (SWB) und mit gekoppelter zweifach konzentrischer Membran (CDCD) minimieren die Phasenverschiebung sowie Verzerrung und verbessern gleichzeitig die kolbenartige Bewegung. Das Material (OCCM-Organic Composite Cone Material) für die Membranen besteht aus einer Mischung ausgewählter Naturfasern, um die Resonanz zu reduzieren und die Präzision des Ansprechverhaltens zu verbessern. www.bostonacoustics.de

SAMSUNG

CE-EXTRA

Oktober 2008

aufgestellten Mannschaft, die seit Anfang Oktober 2008 ihre Aktivitäten aufgenommen hat. Die Vertriebsmannschaft Ost, wie die neue fünfte Region offiziell heißt, wird von einem Regionalvertriebsleiter, der über eine Mannschaft von sieben Außendienstlern zuzüglich zweier Vertriebsrepräsentanten verfügt, geleitet.“

Torsten Boldt leitet die neue Region Ost

Mit Torsten Boldt hat Samsung hier einen sehr erfahrenen Regionalvertriebsleiter gewinnen können, der bereits vorher lange Jahre in dieser Region für Pioneer tätig gewesen ist. „Es gibt zudem zehn Vertriebsrepräsentanten, die den Außendienst bei der Betreuung der klassischen Facheinzelhändler unterstützen, die wir bis jetzt aus Kapazitätsgründen nicht konsequent besuchen konnten“, erläutert



Thomas Maurer: „Durch die Einführung der fünften Region Ost können wir nun auch den Großraum Berlin mitsamt seinem Umland adäquat betreuen.“

Thomas Maurer.

Schwerpunkt der Vertriebstätigkeiten ist zwar der ganze Großraum Berlin, doch möchte Samsung vor allem auch den mittelständischen Fachhandel im Umland intensiver erreichen. Bedingt durch die Vertriebsrepräsentanten hat man auch hier die Besuchsintensität deutlich gesteigert.

„Die Vertriebsrepräsentanten berichten direkt an den Regionalvertriebsleiter. Darüber hinaus haben wir zur Unterstützung des Vertriebsteams vier weitere Spezialisten für die Bereiche Audio (Home Theater, MP3) und Video (Blu-ray Player, HDD-Recorder) eingestellt, die in den Regionen unterwegs sind“, ergänzt Maurer.

Mit der Region Ost hat Samsung seine Umstrukturierungsmaßnahmen rechtzeitig zum Jahresendgeschäft abgeschlossen. Damit stellt das Unternehmen sicher, dass seine Handelspartner individuell betreut werden können. Mit dem AV-Select-Programm steht zudem ein hochwertiges Sortiment mit stabilen Spannen zur Verfügung, das den Samsung-Handelspartnern margeträchtige Exklusivgeräte an die Hand gibt.

INHALT

Samsung eröffnet neue Vertriebsregion

GSBN CE Web Market gestartet

Crystal TV im AV-Select-Programm

46" LCD-TV mit LED-Backlight

Ausbau der Handelsorganisation

5. Region ist gestartet

Die kompetente und intensive Betreuung der Handelspartner auszubauen und flächendeckend zu erreichen, hat bei Samsung oberste Priorität. Mit der Eröffnung des neuen Vertriebsgebietes Ost hat Samsung jetzt eine fünfte Region aufgebaut und kann nun besonders den Großraum Berlin intensiv bedienen.

Bislang war das deutsche Vertriebsgebiet in vier Regionen unterteilt, die von 33 Vertriebsrepräsentanten betreut wurden. Ziel ist es, die Zahl der Mitarbeiter im nächsten Quartal auf 40 aufzustocken. „In dieser Konstellation konnten wir unsere Fachhandelspartner nicht mehr adäquat betreuen“, stellt Thomas Maurer, Vertriebsleiter Consumer Electronics, fest. Einer der Gründe hierfür war die ehemalige Region Süd-Ost. Diese erstreckte sich von Oberbayern bis kurz vor Berlin, was von den dort agierenden Vertriebsmitarbeitern in der von Samsung selbst geforderten Intensität nicht mehr zu bewältigen gewesen war.

„Wir haben jetzt eine 5. Region generiert, die in ihren Abgrenzungen in etwa den neuen Bundesländern entspricht“, führt Maurer aus. „Dort arbeiten wir mit einer eigens für dieses Vertriebsgebiet



Jörg Putbrese
Vertriebsregion Nord



Michael Kleinfeld
Vertriebsregion West



Torsten Boldt
Vertriebsregion Ost



Ulrich Schreckhase
Vertriebsregion Süd-West



Rudolf Zimmermann
Vertriebsregion Süd Ost

Samsung: Neues Netzwerk für die Händler

Samsung startet GSBN CE Web Market

Mit einer neuen Online-Plattform will Samsung seinen Handelspartnern das Bestellwesen erleichtern und gleichzeitig für mehr Transparenz und Sicherheit im Tagesgeschäft sorgen. Mit GSBN Web Market kann man jederzeit flexibel und kurzfristig die benötigte Ware bestellen und sich gleichzeitig über den aktuellen Status seiner Bestellungen informieren.

Die schnelle Warenverfügbarkeit gewinnt immer mehr an Bedeutung. Der Endkunde ist nicht mehr gewillt, auf ein Produkt lange zu warten. Hat er sich einmal für ein Gerät entschieden und kann er es nicht direkt mitnehmen oder geliefert bekommen, verlässt er häufig ohne Kauf das Geschäft. Umso wichtiger ist es für den Händler, auf einfache Weise benötigte Ware ordern zu können und vor allem über den Status seiner Bestellung ständig auf dem laufenden zu sein.

Noch mehr Service

Vor diesem Hintergrund hat Samsung jetzt das neue CE Business Network ins Leben gerufen. „Wir überlegen fortwährend, wie wir unseren Händlern einen noch besseren Service bieten können“, erklärt Burkhard von Pozniak, Senior Manager Sales Controlling bei Samsung Electronics. „Das Business Network ist eines der Ergebnisse dieser Überlegungen und erfüllt ihnen einen langgehegten Wunsch: Händler können nun rund um die Uhr online bei Samsung Ware bestellen, ihre Bestellungen verfolgen und zusätzliche Informationen abrufen. All das kann unser neues ‚Global Samsung Business Network‘ ab sofort.“



Burkhard von Pozniak: „Im CE Web Market können unsere Kunden rund um die Uhr einkaufen und sind unabhängig von Service-Zeiten.“

Rund um die Uhr verfügbar

Dabei bietet das neue System dem Fachhändler als Online-Plattform zahlreiche Vorteile. „Der CE Web Market steht im Internet und somit den Händlern rund um die Uhr zur Verfügung, an sieben Tagen in der Woche, das ganze Jahr. So können sie bei uns einkaufen, wann immer sie wollen. Wir geben ihnen damit mehr Raum für Flexibilität, und sie sind unabhängig von Service-Zeiten und -Kapazitäten“, führt von Pozniak aus. „Außerdem ist die Menüführung so übersichtlich programmiert, dass das Bestellen via GSBN sehr schnell und einfach ist. Komfortabel ist das Verfahren auch für uns, denn die Bestellungen laufen als Verkaufsauftrag direkt ins SAP-System von Samsung.

Außerdem ermittelt GSBN über die individuelle User ID des Bestellenden auch gleich den richtigen Preis für die entsprechende Ware.“

Über das Bestellmanagement hinaus bietet die neue Plattform jedoch noch weitere Vorteile. „Neben der eigentlichen Order und dem Nachverfolgen, dem sogenannten Tracking der Bestellungen, können unsere Händler via GSBN auch Informationen zum Thema Marketing, also beispielsweise zur PoS-Unterstützung, von Samsung abrufen. In der Planung sind bereits weitere nützliche Funktionen, mit denen wir den Bedürfnissen unserer Händler noch weiter entgegenkommen können“, so Burkhard von Pozniak.

Offen für jeden

„Der Samsung CE Web Market ist für alle Händler gedacht, die direkt bei Samsung einkaufen“, so von Pozniak weiter. „Je nach individueller Präferenz nutzen die Händler das GSBN hauptsächlich zum Bestellen oder zum Tracking.“

Um möglichst schnell viele Händler von der Nutzung des Internet-Portals zu überzeugen, hat Samsung das Anmeldeprozedere einfach gestaltet. „Wir haben den Autorisierungsprozess für den CE Web Market und die Nutzung von GSBN so einfach wie möglich gestaltet“, bekräftigt von Pozniak. „Interessierte Händler können sich direkt an ihren Gebietsverkaufsleiter wenden oder sich per E-Mail unter folgender Adresse registrieren lassen: GSBNwebmarket@samsung.de Sie erhalten dann umgehend eine Antwort-Mail mit Login-ID sowie eine zweite Mail mit dem Passwort für die Anmeldung. Damit und mit seiner Kundennummer kann der Händler dann sofort online einkaufen gehen.“

Die Einführung eines neuen Systems geht stets einher mit viel Überzeugungsarbeit. Doch bereits mit der Vorstellung des GSBN auf der IFA 2008 zeigten sich die Händler begeistert. „Die Reaktionen sind durchweg positiv. Schon auf der diesjährigen IFA in Berlin haben sich zahlreiche Händler für GSBN ange-



meldet. Überrascht hat uns das große Interesse offengestanden nicht, da wir mit den neuen Möglichkeiten des CE Web Markets vielen Kunden entgegenkommen. Es lohnt sich einfach, den CE Web Market zu nutzen – in den kommenden Wochen übrigens ganz besonders“, verriet Burkhard von Pozniak.

Promotion und Gewinnspiel

„Wir starten am 1. November eine große Promotion für GSBN – inklusive Gewinnspiel für unsere Händler“, freut sich von Pozniak. „Bis zum 30. November gilt: Für jede im GSBN aufgegebene Bestellung gibt es ein Los für eine Lotterie mit äußerst wertvollen Preisen. Die Gewinner werden im Dezember ermittelt und dürfen sich somit über ein zusätzliches Weihnachtsgeschenk von Samsung freuen. Der Hauptpreis ist ein BMW 125i Cabriolet. Aber auch auf die Gewinner des zweiten und drit-

Das neue Bestellportal informiert den Händler über notwendige Mindest- oder Maximal-Bestellmengen sowie über deren Verfügbarkeit. Gleichzeitig lässt sich der aktuelle Status jeder Bestellung per Trackingnummer abfragen. Darüber hinaus können hier alle Informationen zu einem Produkt abgerufen werden.

ten Preises wartet etwas ganz Besonderes: Sie gewinnen jeweils einen Samsung LCD-Fernseher der Serie 9 – einmal in der 55- und einmal in der 46-Zoll-Ausführung. Die Fernseher repräsentieren Samsungs Anspruch an State-of-the-Art-Technologie und -Design und haben bereits einige Auszeichnungen von Test-Redaktionen bekommen. Es gibt aber auch außerhalb der Verlosung Gewinner bei der Promotion: Samsung spendet im Zeitraum der Promotion für die Bestellungen per GSBN bis zu 25.000 Euro an das bundesweite Kinder- und Jugendhilfswerk ‚Die Arche‘ e.V. Da lohnt sich das Bestellen im Internet gleich doppelt!“



Starkes Gewinnspiel: Für jede erstellte GSBN Auftragsnummer (Order) erhält der jeweilige Händler ein Los, mit dem er an dem Gewinnspiel im November teilnimmt. Als Hauptpreis winkt ein BMW Cabrio 125i mit 160 kW (218 PS) in Alpinweiß mit Lederausstattung in Boston Korallrot und M-Sportpaket. Je aktiver man auf dem GSBN ist, desto höher ist die Gewinnchance.

Samsung: Erweitertes Produktportfolio

Crystal TV im AV-Select- Programm

Nach dem erfolgreichen Start des AV-Select-Programms Anfang dieses Jahres bringt Samsung jetzt neue Geräte in das Partnerprogramm und erweitert damit die Vielfalt des Portfolios auf drei unterschiedliche Serien. Damit haben die Samsung-Fachhändler die Möglichkeit, ihren Kunden in allen Display-Größen hochwertige Geräte anzubieten.

Nur AV-Select-Partnern stehen jeweils die besten Geräte zur Verfügung, die Samsung zu bieten hat. Die neuen Displays der 6er-, 7er-, 8er- und 9er-Serien werden exklusiv über die AV-Select-Händler vertrieben. Dabei erfolgt die Auswahl der Distributionskanäle nach Leistungskriterien, um eine hohe Beratungsqualität sicherzustellen und durch die erhöhte Servicequalität für zufriedene Kunden zu sorgen. Dies sichert den Partnern gute Handelsmargen und vor allem Preisstabilität.

„Dieses Sortiment bieten wir nur Partnern an, die dem Konsumenten diese technisch innovativen und im Design besonders hochwertigen Produkte durch Präsentation und Beratung auch vermitteln können“, erklärt Gerd Weiner, Head of Marketing. „Aufgrund dieser selektiven und damit exklusiven Vermarktung werden auch die Produkte aus dem AV-Select-Programm nicht im Internet zu finden sein, was dem Händler zusätzliche Sicherheit gibt.“

Wichtigste Voraussetzung für die Teilnahme an AV-Select ist die Beratungsqualität der Partner. „Das können auch

kleinere Händler sein, die am PoS einen exklusiven Platz für unsere AV-Select-Produkte finden“, betont Hans Wienands, Business Director CE. Zum Programm gehören umfangreiches Material zur Präsentation der Produkte, Verkaufsschulungen und eine intensive Betreuung der Händler – also alles, was den gemeinsamen Erfolg sichert.

„Mit AV-Select ist es uns gelungen, das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von Samsung auch mit einer nachhaltig guten Margenentwicklung zu belegen“, so Gerd Weiner. „In Kombination mit den Exklusivmodellen und einem wettbewerbsfähigen Einstiegsprogramm bei LCD- und Plasma-Geräten bieten wir unseren Handelspartnern ein einzigartiges Produktportfolio in allen Größenklassen.“

Das Samsung Audio/Video-Sortiment rundet das Angebot ab. Wir sind der starke und kompetente Partner für den Handel im Vollsortiment Full-HD.“



699er-Serie

Die beiden LC-Displays in 37" und 40" sind Full-HD-fähig. Beide Displays sind im Crystal TV-Design gehalten und verfügen über einen integrierten DVB-C-Tuner. So können die Geräte direkt an eine entsprechende Signalquelle ohne zusätzlichen Receiver angeschlossen werden. Mit vier HDMI-Schnittstellen lässt sich auch umfangreiches Equipment anschließen. Die 699er-Serie ist für den die richtige Wahl, der ein Display mit großer Bild diagonalen sucht.



769er-Serie

Das LE-32A769R1W ist ebenfalls ein Full-HD-Display im AV-Select-Programm mit einer Bild diagonalen von 81 cm. Auch das Gerät der 769er-Serie ist im Crystal TV-Design ausgeführt, mit vier HDMI-Eingängen sowie DVB-C-Tuner ausgestattet. Das Display ist mit dem speziellen Entertainment-Mode versehen und eignet sich daher neben seiner Funktion als Fernseher besonders für die Wiedergabe von Spielen und den Anschluss einer Videokonsole.



Das Samsung Top 40 Margensortiment
20 und 20 = 100 % Erfolg

Das exklusive Vertriebskonzept ist der Kernbereich zur Vermarktung der Premium-Produkte im Samsung Crystal TV Design. Seit seinem Start, Anfang des Jahres, wurde dieses Konzept kontinuierlich weiterentwickelt, verbessert und ausgebaut. Ergebnis dieses Engagements ist nicht nur der große Erfolg von AV-Select, sondern auch seine konsequente Erweiterung von 5 auf 11 Produkte.

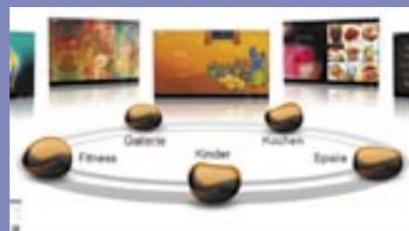


Bei allen seinen Produkten legt Samsung besonderen Wert auf eine ökologische Fertigung der Geräte. Die umweltfreundliche Herstellung durch Double Injection Technologie verwendet keine Lacke und verursacht keine schädlichen Stoffe, weshalb die Displays mit der Umweltblume ausgezeichnet wurden.

Samsung Technologie-Highlights

InfoLive

Mit RSS Feeds bringt Samsung erstmalig aktuelle News aus dem Internet auf den Fernseher. Wetterberichte, Aktienkurse und Nachrichten kann der Zuschauer dank einer Kooperation mit dem Internetportal Yahoo! stets aktuell verfolgen. Um diesen Service nutzen zu können, ist kein Computer notwendig. Lediglich der Fernseher muß über die Netzwerkschnittstelle mit einem Router verbunden sein, um so einen direkten Internetanschluss herzustellen.



Content Library

Die Content Library ist eine vorinstallierte Bibliothek, die viel Abwechslung und zusätzliche Inhalte für den Anwender bereithält. Spiele und Lieder für Kinder, Kochrezepte, Bilder, Tipps und Übungen für die persönliche Fitness liefert Samsung seinen Kunden jetzt frei Haus. Über die Fernbedienung lassen sich diese Unterhaltungselemente aufrufen und schaffen eine neue Fernseherlebniswelt, unabhängig vom gesendeten Programm.



Großer Wurf

LE46A956D – Samsung Crystal TV mit LED-Backlight und Local Dimming

„Mit dem 46-Zoll LCD-TV Samsung Crystal TV LE46A956D mit LED-basierter Hintergrundbeleuchtung und Local Dimming bringt Samsung ein Modell der neuesten TV-Generation auf den Markt.“ Dieser Satz ist angesichts der bei diesem neuen Modell der A9-Reihe eingesetzten Technologien eine glatte Untertreibung. Zutreffender ist: Der Samsung LE46A956D markiert in der Entwicklungsgeschichte der Flach-TV-Geräte ein völlig neues Kapitel und wird mit seiner technischen und qualitativen Gesamtkonzeption den Gradmesser für Eigenschaften und Leistungsstandards zukünftiger TV-Geräte im oberen Marktbereich vorgeben, auch für Mitbewerber.

Unter dem Leitbegriff „Samsung Crystal TV-Konzept“ hat der koreanische Elektronik-Konzern die Öffentlichkeit auf der diesjährigen IFA mit seiner Synthese aus produktübergreifendem Design, herausragender Technik und neuen Konnektivitäts-Lösungen für anspruchsvolle Konsumenten bekanntgemacht. Das Gesamtkonzept „Samsung Crystal TV“ beschreibt eine Kombination aus State-of-the-Art-Technologie, eleganter Optik und edlem Finish auf der Basis eines von Samsung entwickelten Designs mit einzigartiger Oberflächen-ästhetik. Mit der LCD-TV Serie 9 macht Samsung auch den umweltbewussten Konsumenten ein besonderes Angebot: Mit zahlreichen Lösungen zur Vernetzung von Consumer Electronics-Komponenten wie Heimkinoanlagen, MP3-Player, Kameras und Fernseher mittels vorbereiteter Anschlüsse und Standards wie HDMI, USB 2.0, Bluetooth, Anynet+ oder DLNA, treibt Samsung das Thema Konnektivität voran. Crystal TV und die gleichermaßen qualitätssteigernde wie energiesparende LED Local Dimming Technologie stehen für Samsungs Engagement beim Thema nachhaltige Umweltverträglichkeit.

Die Eckdaten des LE46A956D

Der 46-Zoll-Bildschirm des Samsung Crystal TV LE46A956D im 16:9 Wide-Format hat eine Bilddiagonale von 117 cm und Full HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Das dynamische Kontrastverhältnis erreicht 2.000.000 : 1 (2 Millionen : 1). An dem enormen Kontrast und der hohen

Schwarzsättigung ist maßgeblich die neu entwickelte aufwendige Hintergrundbeleuchtung des Ultra Clear Panels beteiligt, die als Lichtquelle eine große Anzahl von weißen LEDs einsetzt. Im Gegensatz zu herkömmlichen, ständig eingeschalteten CCFL-Backlights ist die LED-Hintergrundbeleuchtung des LE46A956D in zahlreiche Sektionen unterteilt, deren Helligkeit unabhängig voneinander in Realtime umgeschaltet werden kann. Durch „Local Dimming“ wird die Helligkeit der LED-Lichtquellen bei abgeschalteten Bildpartien oder dunklen Stellen des Bildinhalts reduziert oder vollkommen ausgeschaltet. Local Dimming sorgt für kräftige, leuchtende Farben, tiefes gesättigtes Schwarz und feinste Detail-Darstellung in abgedunkelten Bildbereichen.

Der LE46A956D ist mit einem EU-Multi TV-Tuner (PAL, SECAM-B/G, D/K, I, I/I, L/L) ausgestattet und bietet digitalen DVB-T-Empfang. Unterstützt werden die Video-Modi: 1.080/24p Real Movie, 100 Hz Motion Plus, Movie Plus (inkl. 100 Hz). Eingehende Bildsignale werden analysiert und durch die Bildverbesserungstechnologien Wide Color Enhancer 2 und DNLe Pro optimiert. Neben individuellen, wieder abrufbaren Einstellungs-Profilen stehen die drei



Mit der ergonomischen Fernbedienung werden neben den zahlreichen Einstellungen des TV-Gerätes auch Sonderfunktionen, „DLNA“-Devices und kompatible Samsung Peripherie-Geräte bedient.

Der 46-Zoll Samsung Crystal TV LE46A956D mit Full-HD-Auflösung erreicht ein dynamisches Kontrastverhältnis von 2 Millionen : 1 und arbeitet mit LED-RGB-Backlight und Local Dimming.

Entertainment Modi „Sport, Film, Spiele“ zur Verfügung, bei denen die optimalen Bild- und Audio-Einstellungen voreingestellt sind und das Reaktionsverhalten der Hintergrundbeleuchtung perfekt angepasst wird (adaptive Backlight). Für den adäquaten Sound sorgen 2x10 Watt Musikleistung (RMS), Downfiring Speaker und Subwoofer. Design: Samsung Crystal TV in Karbon Schwarz.

ohne Tischfuß: 69,9 x 116 x 10,8 cm. Das Gewicht beträgt mit Tischfuß 30,7 kg, ohne Tischfuß 26,3 kg. Samsung leistet 3 Jahre Garantie auf die AV-Select-Modelle mit Vor-Ort-Abhol-Service. Der UVP für den 46-Zoll Samsung Crystal TV LE46A956D beträgt 3.599,00 Euro.



Das vordere Anschluss-Terminal bietet neben HDMI und Composite Video Eingang einen Wiselink Pro USB 2.0 Port für portable Multimedia-Player mit Video, MP3, und JPEG Inhalten.

Universelle Multi-Konnektivität

Die Ausstattung mit digitalen und analogen Schnittstellen ist beispielhaft: Mit 3x HDMI der Version 1.3 auf der Rückseite und einem vierten HDMI-Anschluss links hinter dem Display-Rahmen gehört ein zusätzlich zu erwerbender HDMI-Umschalter zum Anschluss mehrerer High Definition Zuspelgeräte der Vergangenheit an. Auf dem rückseitigen Anschluss-Terminal befinden sich: 3x HDMI-Schnittstellen (eine als DVI-Eingang nutzbar), 2x Scart-Buchsen, 1x Composite Video-Eingang, 1x S-Video Eingang, 1x Audio Ausgang L/R, 1x digitaler optischer Audio-Ausgang, 1x PC-Anschluss (D-Sub) +PC-Audio, 1x TV-Antenne, LAN-Ethernet und eine RS232C Schnittstelle (für Kundendienst). Das vordere seitliche Anschluss-Terminal stellt folgende Anschlüsse bereit: 1x HDMI Version 1.3, 1x Wiselink Pro (USB 2.0 für Video, MP3, JPEG), 1x Composite mit Audio L/R.

Technische Daten

Der Energieverbrauch des Geräts liegt im Betrieb bei 240 W, im Stand-by-Betrieb bei weniger als 1 Watt. Die Abmessungen mit Tischfuß betragen 75,9 x 116 x 29,9 cm,



Das rückwärtige Anschluss-Terminal stellt neben Standard-Eingängen und -Ausgängen drei HDMI-Schnittstellen, digitale DVI-Schnittstelle, PC-Grafik-Anschluss (D-Sub) und LAN/Ethernet Buchse bereit.

GLOSSAR

- **LED-BLU**
Hintergrundbeleuchtung (Back Light Unit) eines Liquid Crystal Displays (LCD), bei dem Licht emittierende Dioden (LED) als Lichtquellen verwendet werden.
- **Adaptive LED-Hintergrundbeleuchtung**
Mit LEDs als Lichtquellen bestückte Hintergrundbeleuchtung, bei der sich Farbwert, Kontrastverhältnis und Schwarzsättigung an spezielle Anforderungen, Umgebungslicht-Situationen oder Videoprogramm-Inhalte anpassen (adaptieren) lassen.
- **Local Dimming**
Eine Technik, bei der die Helligkeit bestimmter Bildbereiche unabhängig von der Helligkeit anderer Bildbereiche je nach Bildinhalten elektronisch geregelt wird.
- **Farbraum**
Alle Farben, die durch ein farbgebendes System dargestellt werden können. Bei Farb-Displays bezieht man sich meist auf den NTSC-Farbraum, der idealerweise zu 100 Prozent abgedeckt wird. Werte von über 80 Prozent gelten als sehr gut.
- **XWCG**
„Extended Wide Color Gamut“ umschreibt eine breitere Farbraum-Reproduktion (als z. B. „100% NTSC“), bei deren Verfügbarkeit eine professionelle Farbkorrektur eingesetzt werden kann.

Samsung: Musik, Foto, Fashion und Neon-Glamour

Der „Night Effect“

Mit drei neuen Mobiltelefonen startet Samsung zum Jahresende noch einmal durch und besetzt drei Wachstumfelder im Mobilfunksegment. Das M8800 Pixon mit 8-Megapixel-Kamera setzt den Schwerpunkt auf die Fotografie, das M3510 Beat ist der Beginn einer neuen Musikhandy-Edition und „NIGHT EFFECT“ ist das Armani Samsung Lifestyle-Handy.

Samsung ist ein Unternehmen, das danach strebt, das Leben der Endanwender zu bereichern und Dinge zu vereinfachen. Um dieses Ziel zu erreichen, bedarf es Produkte, die sich leicht bedienen lassen und den persönlichen Lebensstil ihrer Besitzer widerspiegeln. Eindrucksvoll ist dies den Koreanern in der Kooperation mit Giorgio Armani und dem neuen Lifestyle-Handy Night Effect gelungen.

Night Effect – das Lifestyle-Handy

Das Handy ist aktiven, design- und musikbegeisterten Menschen mit Sinn für das Außergewöhnliche gewidmet. Das Designer-Mobiltelefon ist mit der zur Zeit innovativsten Display-Technologie AMOLED ausgestattet. LED-Lichteffekte an der äußeren Seite seiner Silhouette leuchten in mystisch roter, grüner oder blauer Färbung immer dann auf, wenn den Nutzer ein Anruf erreicht oder wenn ein Telefonat getätigt wird. Das Lifestyle-Handy fühlt sich leicht, sanft und beinahe weich an. Die haarlinienstrukturierte Tastatur und das verstärkte Glas-Display sind stabil und unterstreichen die elegante Silhouette des Gerätes. Der äußere Eindruck von Night Effect wird durch das Emporio Armani Logo in Metallausführung auf der Rückseite des Handys bestimmt. Hier verbirgt sich darüber hinaus auch ein Lautsprecher.

„Die Anhänger von Emporio Armani sind Menschen, die häufig auch ein aktives Nachtleben führen“, so Giorgio Armani. „Sie lieben es, in der Nacht auszugehen,

Night Effect wird zum Accessoire für junge, coole und kommunikative Menschen.

wenn die Straßen der modernen Großstädte durch glänzendes, grelles Licht erhellt werden und zu glamourösen Nachtclubs werden. Night Effect ist das Handy, das zum perfekten Accessoire für diese jungen, coolen und kommunikativen Menschen wird. Es

ermöglicht, zu jeder Zeit mit Freunden in Kontakt zu bleiben. Es ist modern, schick und leuchtet auf, sobald es benutzt wird. Seine Handhabung, und dabei speziell seine Nutzung als Musikhandy, ist besonders einfach. Night Effect ist das Handy für den bunt-schillernden Talk und das Musikvergnügen unterwegs.“

Entsprechend ist das neue Mobiltelefon in einer kompletten, exklusiven Giorgio Armani Ausstattung verfügbar. Dazu zählen Tragegurt und Kopfhörer für eine unkomplizierte und zugleich modisch gestylte Mobilität sowie die Verpackung im außergewöhnlichen Design.

„Mit Night Effect stellt Samsung sein besonderes Engagement für den Verbraucher und seine ganz speziellen Bedürfnisse nach Eleganz und besonderer Ausstattung



Das M3510 Beat ist das erste Gerät der neuen Musikhandy-Edition. Samsung hat das Handy den dynamischen und aktiven Handy-Nutzern gewidmet, die in puncto Musikleidenschaft auch unterwegs keine Kompromisse eingehen möchten. Dank Motion-Play und Bewegungssensor lässt sich das M3510 auch durch Bewegung steuern.

unter Beweis“, so Geesung Choi, Präsident Telecommunication Business von Samsung Electronics. „Nach der erfolgreichen Einführung des Giorgio Armani Samsung Handys im vergangenen Jahr stellt Night Effect, das Emporio Armani Samsung Handy, das Ergebnis einer mehr als einjährigen Partnerschaft mit Giorgio



„Night Effect“ ist das Handy für die Nacht. Es spielt mit den nächtlichen Lichteffekten der großen Weltstädte und vermittelt das exklusive Nightlife-Erlebnis für junge, urbane Menschen mit hohem Stilbewusstsein. Das HSDPA-Handy ist mit einer 3-Megapixel-Kamera, 3,5-mm-Klinkenanschluss und MicroSD-Steckplatz ausgestattet. Das Gerät ist ab November in Schwarz oder Weiß verfügbar.

Armani dar. Wir sind überzeugt, dass Night Effect insbesondere die Gruppe der modebewussten, mobilen Young Professionals begeistern wird. Das exklusive Handy steht für eine kreative Vision, die die Grenzen zwischen Mode und Technologie überschreitet und in eine neue Ära von High-Tech-Chic führen wird.“

Night Effect steht für eine Vision, die die Grenzen zwischen Mode und Technologie überschreitet.

Neben der integrierten 3-Megapixel-Kamera für Fotos und Videos bietet Night Effect seinen Nutzern einen 3,5-mm-Klinkenanschluss und einen MicroSD-Steckplatz. Als HSDPA-Handy stellt Night Effect sämtliche Vorzüge schneller Multimedia Dienste zur Verfügung. Der Download umfangreicher Dateien ist in einer Geschwindigkeit von 3,6 MBit/s möglich. Bluetooth 2.0 und USB 2.0 erlauben die Verbindung mit zahlreichen Peripheriegeräten, wie mit dem schnurlosen Headset und mobilen Druckern. Zusätzlich bietet das Handy zahlreiche musikorientierte Features und eine bedienerfreundliche Musiksteuerung, die den bequemen mobilen Empfang sämtlicher populärer Musikformate und zusätzlich den Radio-Empfang erlaubt.

Musik-Serie „Beat Edition“

Musik ist auch die Domäne des M3510 Beat. Das Bartype-Handy der neuen Musik-Serie „Beat-Edition“ verfügt über die von Samsung entwickelte Digital Natural Sound Engine-Technologie (DNSE). DNSE sorgt für natürliche Soundeffekte, die selbst ange-

sichts der physikalischen Einschränkungen bei Handy-Headsets und kleinen Lautsprechern ein hochwertiges Musikerlebnis gewähren. „Auto EQ“ passt automatisch die Equalizer-Einstellung



Mit dem M8800 Pixon bringt Samsung das mit 13,8 Millimetern weltweit flachste 8-Megapixel-Kamerahandy mit Touchscreen auf den Markt. Der Touchscreen stellt Aufnahmen auf dem 3,2 Zoll großen Display mit 262.144 Farben dar. Pixon schießt Bilder mit 16fachem Digitalzoom, Autofokus, Gesichtserkennung und Geo-Tagging.

je nach Genre und Typ des angehörteten Musiktitels an. Mit dem integrierten Bewegungssensor lässt sich die Musikwiedergabe steuern. „Motion Play“ erlaubt es etwa, durch ein leichtes Klopfen auf das Display die Play- oder Pause-Funktion zu bedienen. Dreht man das Handy mit dem Display nach unten, wird es automatisch in den Etiket-Modus, den lautlosen Zustand, versetzt. Durch das Drücken der Play-Taste und entsprechenden „Schüttelbewegungen“ steuert man die Musikfunktionen. Natürlich lässt sich das Handy auch nur über die Tastatur bedienen. Samsung hat das neue M3510 Beat den dyna-

mischen und aktiven Handy-Nutzern gewidmet, die in puncto Musikleidenschaft auch unterwegs keine Kompromisse eingehen möchten. Das 9,9 mm schmale Handy ist in speziellen, lebhaften Farben verfügbar, die hervorragend zum dynamischen Lebensstil ihrer Nutzer passen.

Fotokünstler M8800 Pixon

Der Fotokünstler des neuen Trios ist das M8800 Pixon. Das mit 13,8 Millimetern derzeit weltweit flachste 8-Megapixel-Kamerahandy mit Touchscreen schießt Bilder mit 16fachem Digitalzoom, Autofokus, Gesichtserkennung und Geo-Tagging. Darüber hinaus bietet das M8800 Pixon neben der Smile-Shot und Panorama-Funktion einen Foto-Browser, bei dem sich die gespeicherten Bilder durch Kippen vorwärts oder rückwärts laufend betrachten lassen. Außerdem ist es mit der Foto-Memo-Funktion möglich, Bilder

Im M8800 Pixon ist eine Kamera integriert, die der Bildqualität einer Digitalkamera entspricht.

zusätzlich mit Textbotschaften oder Zeichnungen zu versehen. Der Touchscreen stellt Aufnahmen auf dem 3,2 Zoll großen Display mit 262.144 Farben brillant dar. Alternativ kann der Anwender die Aufnahmen auch über den TV-Ausgang mit Hilfe eines Adapterkabels direkt am Fernseher betrachten. Der interne Speicher beträgt 200 MByte. Über den MicroSD-Slot lässt sich dieser über Speicherkarten mit maximal 8 GByte Kapazität erweitern.

www.samsung.de

TV SPIELFILM
präsentiert den



PLUS X AWARD®

AUSGEZEI



DIFOX
Digital High Pro



Mitsubishi Electric
Easyphoto



Samsung
NV9



CeWe Color
Fotobuch Pro



Flir
b50



JVC
GZ-HD40EX



auto
entertainment.de

av
magazin.de

ce & more
digitalMarkt

DIGITAL
TESTED

domotechnica

Elektro
Markt

imm

koelnmesse

marktunddesign



Küche

mobile
zeit

pholokino

p

CHNETE PRODUKTE FÜR DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT



Nikon
D90



Panasonic
G1



Nikon
P6000



Cullmann
3Flex



Panasonic
PT-AE3000



Nikon
S60



Samsung
NV100 HD



Wacom
Bamboo Fun

EP:
ElectronicPartner

E&W
digitale world mobile



hanse
control

HD:TV

heimkino
märkte.de

Imaging Foto
contact

ugged
KONZERN

POS-MAIL



Sell
OUT

smart
homes
Das intelligente Haus

spoga gafa
 köln köln

THEONERUNGS

TV
SPIELFILM



DAN

Wir danken allen Partnern für
gemeinsame und erfolgreiche
2000 qm² großen Hall of
Köln. Unser besonderer
insbesondere Herrn Markus
die großartige und freundschaftliche



auto entertainment.de

av magazin.de

ce & trade digitalMarkt

DIGITAL TESTED

damotechnic

Elektro Markt

imm

koelnmesse

marktunddesign

MEDIA

meine Küche

mobile zeit

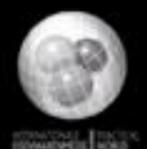
photokina

p



NKE

m des Plus X Award für die
 eiche Umsetzung der über
 Fame auf der photokina in
 Dank gilt der Koelnmesse,
 Oster und seinem Team, für
 chaftliche Zusammenarbeit.



TK



Klassische Telefonkarte der Deutschen Telekom dient jetzt auch als CallingCard



Die Deutsche Telekom hat die klassische Telefonkarte um die Komfortfunktionen der CallingCard erweitert.

Mit der neuen Telefonkarte Comfort bietet das Unternehmen ab sofort eine einfache Möglichkeit, bargeldlos zu telefonieren. Dies funktioniert zum Beispiel innerhalb Deutschlands an den nahezu 50.000 öffentlichen Kartentelefonen und TeleStationen der Deutschen Telekom. Die Telefonkarte Comfort lässt sich außerdem bargeldlos auch weltweit in über 65 Ländern nutzen. Am Kartentelefon in Deutschland wird die Telefonkarte Comfort wie gewohnt genutzt. Für Anrufe von anderen Telefonen in Deutschland und im Ausland erfolgt die Einwahl über eine kostenfreie Zugangsrufnummer und Eingabe der 16-stelligen PIN. Die Zugangsnummern sind landesspezifisch, in Deutschland ist es die 08003300222. Die Telefonkarte Comfort ist wahlweise mit einem Guthaben von fünf oder zehn Euro erhältlich.

www.telekom.de/telefonkarte

Kostenlose mobile GPS-Dienste von Wayfinder für Freiluftfans



Wayfinder hat die Wayfinder Active Anwendung für Deutschland angekündigt. Diese richtet sich an Nutzer, die abseits befestigter Strassen zu Fuß, mit dem Fahrrad oder auf Skiern unterwegs sind.

Die Applikation umfasst Karten, Routenplanung und Tracking mit GPS. Hat der Nutzer die Software auf dem Handy installiert, hat er unmittelbar Zugriff auf eine Weltkarte. Mit einem einzigen Tastendruck kann er nicht nur eigene Routen auf dem Handybildschirm anzeigen, sondern auch Ausflüge Gleichgesinnter verfolgen, die ebenfalls diesen Dienst freigeschaltet haben. Dazu muss er Routen und Strecken von der Active Community www.activeoutdoor.com direkt aufs Handy importieren. Hinter der Wayfinder Active Anwendung steht eine Online-Community, www.activeoutdoor.com, bei der die eigenen Freiluftaktivitäten ins Internet gestellt und mit anderen geteilt werden können. Jede Aktivität wird in einem Standard-GPX-Format gespeichert, und automatisch wird die Route ins Internet geladen. Falls nötig, können vorab spezifische Strecken in den Cache-Speicher des Handys geladen werden. Sobald dann eine Strecke oder ein Trainingslauf beendet ist, wird die Aktivität automatisch auf www.activeoutdoor.com hochgeladen. In Deutschland verwendet Wayfinder Active Freiluftkarten von Navionics. So gut wie alle Wege in Deutschland sind abgedeckt. Die Detailinformationen auf der 1:10.000 Navigationskarte beinhalten zum Beispiel Wanderwege, unterteilt in Schwierigkeitsgrad, Art der Vegetation, Seen und Wasserstrassen, Ortsnamen, Sonderziele und vieles mehr.

www.wayfinder.com

Zwei neue Headsets mit Bluetooth-Technologie von Motorola



Motorola hat seine Produktpalette um zwei Bluetooth-Headsets erweitert. Das neue Motopure H15 kommt im Klappdesign auf den Markt. Auch das Bluetooth-Headset H780 hat ein schickes Gehäuse und zeichnet sich ebenfalls durch sehr gute Klangqualität aus. Beide Neuheiten bieten Motorolas CrystalTalk-Technologie, die laute Hintergrundgeräusche automatisch so reduziert, dass man seinen Gesprächspartner klar und deutlich versteht. Sowohl

das Motopure H15 als auch das H780 bieten von Motorola entwickelte, patentierte Technologien und weitere Ausstattungsmerkmale. Dazu gehört die Multipoint-Technologie, mit der Nutzer die Headsets einmal mit ihrem Privat-Handy und mit dem Geschäftsgespräch zugleich koppeln können. Die Kompatibilität mit mehr als 200

Sony Ericsson Freisprecheinrichtung HCB-108



Mit der neuen Auto-Freisprecheinrichtung HCB-108 richtet sich Sony Ericsson vor allem an Vieltelefonierer. Mit 25 Stunden Sprechzeit ist es momentan der Dauerläufer unter den Freisprecheinrichtungen des Herstellers. Hinzu kommen eine gute Sprachqualität und das elegante, unauffällige Design, die die HCB-108 zum perfekten Begleiter im Fahrzeug machen. Die HCB-108 ist für den Einsatz im Auto optimiert. Wie auch schon die Vorgänger lässt sich die Freisprecheinrichtung an der Sonnenblende befestigen und kann so in verschiedenen Fahrzeugen genutzt werden. Dank Rausch- und Echowiderdrückung filtert sie die Fahrgeräusche optimal. Eine lange Laufzeit und bis zu 700 Stunden im Standby-Modus erlauben sowohl den Einsatz im Auto als auch am Arbeitsplatz. Die HCB-108 ist ab sofort verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 69 Euro.

www.sony-ericsson.de

das Motopure H15 als auch das H780 bieten von Motorola entwickelte, patentierte Technologien und weitere Ausstattungsmerkmale. Dazu gehört die Multipoint-Technologie, mit der Nutzer die Headsets einmal mit ihrem Privat-Handy und mit dem Geschäftsgespräch zugleich koppeln können. Die Kompatibilität mit mehr als 200



Handymodellen von über 15 verschiedenen Marken ist gewährleistet. Motorolas „TrueComfort-Design“ für hohen Tragekomfort und eine Vielzahl von Tragevarianten sowie die EasyPair-Technologie zum Vereinfachen der Kopplung mit allen kompatiblen Handys runden die Ausstattung ab.

www.motorola.de

Nokia 5800 XpressMusic kommt mit innovativen Musikfunktionen



Neu bei Nokia ist das Nokia 5800 XpressMusic. Mit diesem speziell für die Nutzung von Musik optimierten Gerät bringt Nokia innovative Funktionen auf den Massenmarkt.

Das Nokia 5800 XpressMusic bietet einen Touchscreen mit einer innovativen Medienleiste. Dabei handelt es sich um ein neues Drop-Down-Menü, das einen direkten Zugriff auf Musikfunktionen und Unterhaltungsmedien wie Lieblingsmusiktitel, Videos und Fotos ermöglicht. Gleichzeitig bietet die Medienleiste direkten Zugang zum Internet und zu Sharing-Diensten. Da das Nokia 5800 XpressMusic auch Flash-Inhalte unterstützt, können Nutzer nicht nur auf Seiten für mobile Geräte, sondern im gesamten Internet surfen. Die für optimale Musikerlebnisse wesentlichen Funk-

tionen wie ein Grafik-Equalizer, 8 GByte Speicherplatz für bis zu 6.000 Musiktitel, die Unterstützung für alle gängigen digitalen Musikformate und eine Standard-3,5-mm-Klinkenbuchse runden das Musikangebot des Nokia 5800 XpressMusic ab. Die innovative Adressbuchleiste zeigt die vier Favoriten des Nutzers aus seinen Kontakten in der Ausgangsanzeige an. So kann er sich mit nur einer Berührung alle mit diesen Personen ausgetauschten SMS-Mitteilungen, E-Mails, Fotos oder Blog-Updates anzeigen lassen. Mit der derzeit höchsten für Mobiltelefone verfügbaren Displayauflösung lassen sich auf dem breiten Touchscreen mit 8,1 cm Diagonale Fotos, Videoclips und Internetinhalte brillant und detailgetreu darstellen.

Dank des 16:9-Breitbildformats und der Unterstützung für Videowiedergabe mit bis zu 30 Frames/s und Videoaufnahme mit bis zu 25



Frames/s ist das Nokia 5800 XpressMusic ideal zur Aufnahme und Wiedergabe von VGA-Videos geeignet. Eine 3,2-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss rundet das Angebot des Nokia XpressMusic ab.

www.nokia.de

Touchscreen-Handy LG KP500 ist auch für Einsteiger interessant



LG hat das neue Full-Touchscreen-Handy KP500 ins Programm genommen.

Es überzeugt nach Angaben des Herstellers durch innovative Technologien und Features, wie sie bislang nur High-End-Telefonen mit kompletter Touchscreen-Bedienung vorbehalten waren. Gleichzeitig ist die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 229 Euro so angesetzt, dass das Gerät auch für Einsteiger attraktiv ist. Dank seiner intuitiven Benutzeroberfläche kann das LG KP500 mit den klaren Symbolen auf dem 3-Zoll-Display sofort von jedermann verwendet werden. Die Onscreen-Quertastatur wird einblendend, sobald der Benutzer das LG KP500 quer hält, und das Auto-Rotating-Display zeigt Bilder oder Dokumente immer in der passenden Ausrichtung an.

Darüber hinaus bietet das LG KP500 Bewegungssensor-Spiele, die für ein aktiveres Spielerlebnis sorgen, indem der Benutzer das Handy in die gewünschte Richtung dreht oder neigt.

www.lge.de

T-Mobile stellt das G1 vor, das weltweit erste Mobiltelefon auf Basis des neuen Betriebssystems Android



T-Mobile hat in Partnerschaft mit Google das weltweit erste Mobiltelefon auf Basis des neuen Betriebssystems Android ins Programm genommen. Das T-Mobile G1 kombiniert eine komplette Touchscreen-Funktionalität und eine Qwerty-Tastatur mit einem mobilen Interneterlebnis, das Google-Dienste wie Google Maps Street View, Google Mail und YouTube umfasst. Das Gerät wird in Kürze ausschließlich für T-Mobile-Kunden auf zwei Kontinenten erhältlich sein. Mit einer intuitiven Benutzeroberfläche und einem One-Touch-Zugang zu Google Search ist das T-Mobile G1 das erste Gerät mit Zugang zum Android Market, in dem Kunden einmalige Anwendungen für die Personalisierung ihrer Mobiltelefone und die Anpassung an ihren jeweiligen Lifestyle herunterladen können. Das Gerät wird zunächst in den USA und Großbritannien eingeführt und soll im ersten Quartal 2009 auch den T-Mobile Kunden in Deutschland zur Verfügung stehen.

Das T-Mobile G1 soll für ein benutzerfreundliches mobiles Internet- und Kommunikationserlebnis in einem Gerät sorgen. In enger Zusammenarbeit haben T-Mobile, Google und HTC das neue Betriebssystem Android und T-Mobile-Services in Form und Funktion in einem Mobiltelefon integriert. Der dynamische High-Quality-Screen des T-Mobile G1 öffnet sich gleitend und gibt den Blick frei auf eine vollständige Qwerty-Tastatur. Zudem bietet das T-Mobile G1 einen bequemen Trackball für eine genauere Navigation mit einer Hand. Mit der One-Click Kontextsuche können die Nutzer des G1 mit einer Fingerbewegung schnell nach Informationen suchen. Ein kompletter HTML-Web-

Browser ermöglicht die Ansicht jeder Webseite im ursprünglichen Design, außerdem kann man problemlos die Zoomfunktion zur Vergrößerung eines beliebigen Ausschnitts durch Berührung des Bildschirms nutzen. Mit dem integrierten Support für das 3G und EDGE-Netz von T-Mobile sowie Wi-Fi stellt das T-Mobile G1 eine High-Speed-Datenverbindung mit der besten Verfügbarkeit für das Surfen im Netz und das schnelle und mühelose Herunterladen von Informationen her.

Google Maps ermöglicht es den Nutzern, Karten und Satellitenbilder unmittelbar anzusehen, Geschäfte in der Umgebung zu finden und sich die Route anzeigen zu lassen. Zum T-Mobile G1 gehört auch Google Maps Street View: Damit ist es möglich, unterwegs Städte mit den Details der einzelnen Straßen zu entdecken. Google Maps bietet als Branchenneuheit eine Synchronisierungsfunktion mit eingebautem Kompass. Damit können Standorte im 360-Grad-Winkel betrachtet werden, einfach indem das Gerät mit der Hand bewegt wird.

In das T-Mobile G1 integriert ist ein komfortabler HTML-E-Mail-Client, der die E-Mail, Kalender- und Kontaktfunktionen von Google Mail sowie der meisten anderen POP3 oder IMAP-Mailservices nahtlos synchronisiert. Instant Messaging Support steht für Google Talk sowie AOL und Yahoo! zur Verfügung, daneben Messenger und Windows Live Messenger in den USA. Eine Drei-Megapixel-Kamera, der integrierte Support für YouTube und der einfache Zugang zu Amazon MP3, dem digitalen Musikdownloadshop von Amazon.com sind weitere Ausstattungsmerkmale des neuen Gerätes.

www.t-mobile.de

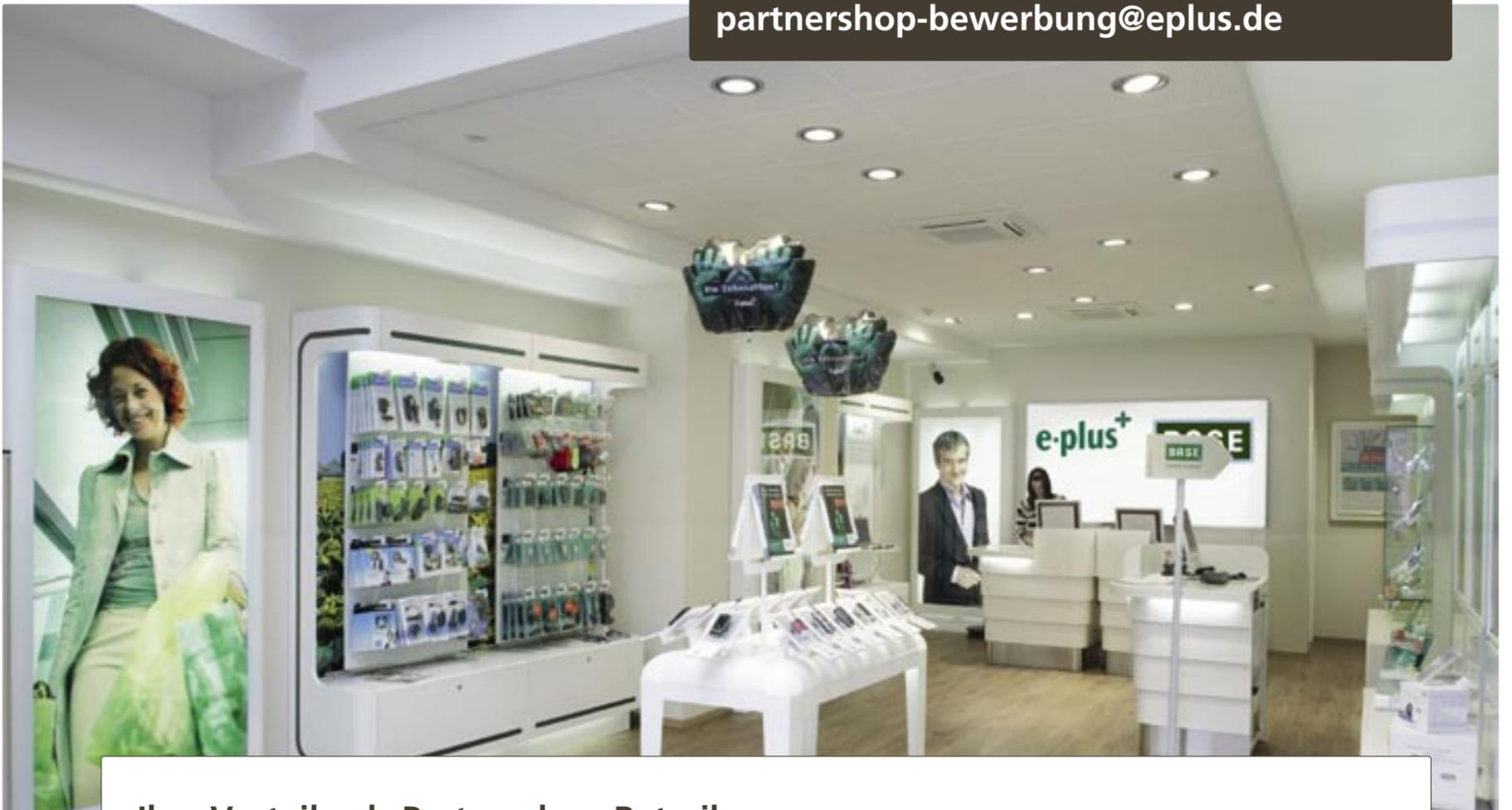


Bereit für neue Herausforderungen?

DIE E-PLUS GRUPPE SUCHT MOTIVIERTE UNTERNEHMER ALS PARTNERSHOP-BETREIBER.

Sie möchten Teil eines erfolgreichen Geschäftsmodells werden, bei dem beide Seiten voneinander profitieren? Dann sind Sie bei uns genau richtig! Werden Sie selbständiger E-Plus Partnership-Betreiber und profitieren Sie von attraktiven Vorteilen. Wir setzen auch in Zukunft auf gute Partnerschaft und gemeinschaftliches Agieren am Markt.

Schicken Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an:
partnershop-bewerbung@eplus.de



Ihre Vorteile als Partnership-Betreiber:

- Fixe und lukrative Margen je nach Tarifklassen sowie zusätzliche Provisionen
- Individuelles Standortbewertungs-Modell zur Überprüfung optimaler Immobilien
- Hochwertige Ladenausstattung und Shop-Mobiliar
- Kostenlose, individuelle Marketing-Maßnahmen zur Shop-Eröffnung
- Die Einbindung in bundesweite Werbekampagnen
- Kompetente Betreuung durch Ihren persönlichen E-Plus Vertriebsbeauftragten
- Regelmäßige Produkt- und Vertriebsstrainings mit unseren Professionals

Die Arques AG kauft Gigaset

Die Starnberger Arques Industries AG hat mit Wirkung 1. Oktober 80,2 Prozent der bisherigen Siemens Home and Office Communication Devices GmbH & Co. KG (SHC) von der Siemens AG übernommen. Siemens wird weiterhin 19,8 Prozent an der neuen Gesellschaft halten, die im Zuge der Übernahme in Gigaset Communications GmbH umfirmierte.

„Der Erwerb von SHC ist eine typische Arques Transaktion mit den typischen Kennzeichen fairer Kaufpreis und hohes Wertsteigerungspotential“, erläuterte der Arques Vorstandsvorsitzende Dr. Michael Schumann. „Einmal mehr kam uns hierbei unsere Reputation als verlässlicher Partner von Großkonzernen bei Spin-offs von Tochtergesellschaften zugute. Der Verkäufer Siemens hat starken Wert darauf gelegt, dass wir für

die jetzt in Gigaset Communications umbenannte Gesellschaft ein ‚Good Home for the Company‘ bieten können.“

Im neuen Firmennamen spiegelt sich der erfolgreich im Markt etablierte Markenname Gigaset als das Synonym für Schnurlostelefone wider. Allein in Deutschland steht in jedem zweiten Haushalt ein Gigaset-Telefon, in Europa in jedem fünften Haushalt. Gigaset Communications mit Hauptsitz in München ist Europas Nummer 1 bei Schnurlostelefonen und zählt auch weltweit zu den größten Anbietern auf diesem Gebiet. Die übernommenen Aktivitäten beinhalten darüber hinaus noch Breitband- sowie Home-Entertainment-Geräte.

SHC erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2007 einen Jahresumsatz von rund 790 Millionen Euro. Zwei Drittel der SHC-Umsätze stammen aus dem Geschäft mit Gigaset-Schnurlostelefonen. Das Unternehmen ist mit 2.100 Mit-

arbeitern in 17 Ländern weltweit präsent und vertreibt seine Produkte in rund 70 Ländern. Größter Standort ist mit rund 1.400 Mitarbeitern die hochmoderne Fertigungsstätte in Bocholt.

Ebenfalls mit Wirkung zum 1. Oktober wurde auch die verstärkte Geschäftsleitung der Gigaset Communications aktiv. Gemeinsam mit den Geschäftsführern José Costa e Silva und Thomas Kresser wird als neues Mitglied der Geschäftsleitung Oliver Apelt für den Bereich Operations zuständig sein. Der 37-jährige Apelt ist Vice President Operations bei der Muttergesellschaft Arques. Er war zuletzt als Beteiligungsmanager für die zum Arques Konzern gehörenden BEA-Gesellschaften zuständig.

Unter Führung von Arques soll Gigaset Communications ihre Position als Marktführer im Premium-Preissegment ausbauen. In diesem Zusammenhang wird das Produktportfolio auf margenstar-

Arques Industries als Partner bei Abspaltungen

Die Arques Industries AG, Starnberg, ist Partner von Großkonzernen bei Konzernabspaltungen und ein Turnaround-Spezialist, der sich auf den Erwerb und die aktive Restrukturierung von Unternehmen in Umbruchsituationen konzentriert, um sie mit einem eigenen Team und aus eigener Kraft zu wettbewerbsfähigen und ertragsstarken Unternehmen zu entwickeln. Arques revitalisiert das Wertschöpfungspotential seiner Beteiligungsunternehmen zum Nutzen aller ihrer Aktionäre unter Wahrnehmung der damit verbundenen sozialen Verantwortung. Die Aktien der Arques Industries AG werden im Geregelteten Markt (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse unter dem Symbol „AQU“ (ISIN: DE0005156004) gehandelt und notieren im SDAX.

kes Geschäft fokussiert. Gezieltes Wachstum soll durch eine Vielzahl an Produktinnovationen zum Beispiel im Bereich Voice over IP sowie durch den Ausbau des internationalen Geschäfts erfolgen. Um die innovativen Gigaset-Produkte auch künftig erfolgreich am Markt zu platzieren, kann Arques über die kommenden zwei Jahre die Siemens-Marke weiter nutzen.

Die Arques Konzernbilanz wird

durch diese Transaktion nicht belastet. Aufgrund des günstigen Kaufpreises und der guten Kapitalausstattung der Gigaset Communications werden die Eigenkapitalquote und das Gearing (Verschuldungsgrad) von Arques sogar leicht verbessert. Ziel ist es, Gigaset Communications mit einer nachhaltig profitablen Marge zu versehen und einen signifikanten positiven Free Cashflow zu erzielen.

Neue Gigaset-Modelle zeigen sich umweltbewusst

Wenige Tage vor der endgültigen Übernahme durch Arques (siehe oben) hatte Siemens Home and Office Communication Devices eine Reihe neuer Gigaset-Produkte vorgestellt.

In preisgekröntem Design (Red Dot-Honorable Mention, IF communication design award 2008), mit neuen Materialien und verfeinerter Technik zeigen sich die neuen Top-Modelle **Gigaset SL780** und **SL785** (mit Anrufbeantworter). Erstmals bestehen sowohl Rahmen des Mobilteils als auch Ladeschale aus massivem Metall. Ein neues Menükonzept, die



ergonomische Tastatur sowie das große Farbdisplay verbessern die Nutzerfreundlichkeit der beiden Gigaset-Spitzenprodukte. Der erstmals eingeführte ECO-Modus Plus sorgt dafür, dass die Basis nur sendet, wenn tatsächlich telefoniert wird. Der Anwender steuert mit Hilfe einer zentralen Fünf-Wege-Navigations-

taste (vier Richtungstasten plus Mitteltaste) am Mobilteil durch das neu gestaltete Menü mit leicht verständlichen Icons. Ein vollkommen neues „Tastengefühl“ vermittelt die „Metalldom“-Tasten-Technologie mit ihrem deutlichen Druckpunkt. Optimale Lesbarkeit gewährleistet das große TFT QVGA Farbdisplay (240 x 320 Pixeln) mit 256.000 Farben. Dazu bieten beide Telefone eine exzellente Klangqualität, auch im Full-Duplex-Freisprechmodus. Auf Wunsch lassen sich die Telefone stumm schalten und VIP-Anrufer definieren, die dann dennoch akustisch signalisiert werden. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Gigaset SL780 lautet 149,99 Euro, für das Gigaset SL785 169,99 Euro.

Alle Geräte sind ab Anfang November verfügbar. Das Einsteiger-Portfolio der **Gigaset-A-Klasse** wurde um die Modelle **A380** und **A385** erweitert. Die Telefone liegen dank ihrer ergonomischen Formen hervorragend in der Hand. Beide Geräte bieten lange Standby- und Gesprächszeiten, ECO-DECT, eine brillante Sprachqualität sowie eine komfortable Freisprechfunktion. Das Gigaset A380/A385 gibt es in den Farben Cremeweiß und Espresso. Das Design der Mobilteile wurde an die natürliche Form der

Hand angepasst. Die neuen Telefone überzeugen durch exzellente Technik. Für viel Komfort beim Telefonieren sorgen die brillante Sprachqualität und die Freisprechfunktion. Beide Modelle sind mit einer beleuchteten Tastatur ausgestattet. Das A385 bietet zudem einen Anrufbeantworter. Die Siemens Gigasets A380 und A385 tragen mit modernster ECO-Technologie inklusive ECO Plus Modus zum Stromsparen bei. Das Gigaset A380 ist ab Oktober zum UVP von 39,99 Euro, das Gigaset A385 zum UVP von 49,99 Euro zu haben. Ebenfalls im Einsteigersegment positioniert sind das **Gigaset AS280** und das **AS285** mit integriertem Anrufbeantworter. Beide richten sich an Anwender, die besonderen Wert auf einfache Bedienung legen. Sie bieten besonders lange Gesprächs- und Standbyzeiten, eine Freisprechfunktion sowie exzellenten Sound. Durch erweiterte ECO-DECT-Technik funktionieren die neuen Telefone nur, wenn auch telefoniert wird. Optisch fallen die neuen Telefone durch ihr elegant schwarzes Design auf. Für hohen Bedienkomfort sorgt unter anderem das hochwertige



Hand angepasst. Die neuen Telefone überzeugen durch exzellente Technik. Für viel Komfort beim Telefonieren sorgen die brillante Sprachqualität und die Freisprechfunktion.

Beide Modelle sind mit einer beleuchteten Tastatur ausgestattet. Das A385 bietet zudem einen Anrufbeantworter. Die Siemens Gigasets A380 und A385 tragen mit modernster ECO-Technologie inklusive ECO Plus Modus zum Stromsparen bei. Das Gigaset A380 ist ab Oktober zum UVP von 39,99 Euro, das Gigaset A385 zum UVP von 49,99 Euro zu haben.

Ebenfalls im Einsteigersegment positioniert sind das **Gigaset AS280** und das **AS285** mit integriertem Anrufbeantworter. Beide richten sich an Anwender, die besonderen Wert auf einfache Bedienung legen. Sie bieten besonders lange Gesprächs- und Standbyzeiten, eine Freisprechfunktion sowie exzellenten Sound. Durch erweiterte ECO-DECT-Technik funktionieren die neuen Telefone nur, wenn auch telefoniert wird. Optisch fallen die neuen Telefone durch ihr elegant schwarzes Design auf. Für hohen Bedienkomfort sorgt unter anderem das hochwertige



Tastenfeld, das Bedieneingaben durch optimierten Druckpunkt spürbar macht. Im integrierten Telefonbuch ist Platz für bis zu 80 Einträge.

Das beleuchtete Display zeigt bei aktivierter CLIP-Funktion eine Liste mit Namen, Nummern und Datumstempeln der letzten 25 Anrufer an, so dass problemlos ein Rückruf erfolgen kann. Vieltelefonierer profitieren von einer Gesprächszeit von bis zu 25 Stunden sowie einer Standby-Zeit von bis zu 210 Stunden. Der UVP für das Gigaset AS280 lautet 29,99 Euro, für das Gigaset AS285 39,99 Euro.

Mit dem **Gigaset DE380 IP R** gibt es im Gigaset-Sortiment erstmals ein schnurgebundenes IP-Telefon für den Einsatz an einem Router oder an einer IP-Anlage. Ausgestattet mit komfortabler Freisprecheinrichtung, Kurzwahltasten und Leistungsmerkmalen wie Konferenz, Halten, Makeln und Anrufweiterleitung ist das IP-Tischtelefon ein professioneller Helfer für den



anspruchsvollen Büroalltag. Die einfache Handhabung und Installation sowie das attraktive Preis-/Leistungsverhältnis machen das Gigaset DE380 I PR auch zur idealen Lösung für kleine Büros oder Home Offices. Dank High Definition Sound Performance (HDSP) klingen VoIP-Gespräche mit anderen HDSP-fähigen Telefonen klar und brillant.

Die Konfiguration ist einfach und in wenigen Minuten durchzuführen: Nach Auswahl des VoIP-Anbieters lädt sich das IP-Telefon die entsprechenden Anmelde-Details aus circa 200 vorkonfigurierten Provider-Daten herunter. Zudem lässt sich das Telefon mit Hilfe des integrierten WEB-Konfigurators am PC verwalten. Das integrierte Telefonbuch nimmt bis zu 200 Einträge auf, das Display zeigt entgangene Anrufe inklusive Datum und Uhrzeit an. Ab November ist das Gigaset DE380 IP R zum UVP von 99,99 Euro in der Farbe Anthrazit erhältlich.

www.gigaset-com



TK

Sony Ericsson ist offizieller Handysponsor der FIFA Fußball-WM 2010

Der offizielle Handyausrüster der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika heißt Sony Ericsson. Die Kooperation ist ab sofort gültig. Sie ist Teil der „Digital Life category“, die der FIFA-Partner Sony Corporation im Jahr 2005 erwarb. Das Sponsoring von Sony Ericsson ist bis Ende 2010 angelegt. Als offizieller Handypartner der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 wird Sony Ericsson verschiedene weltweite exklusive Rechte besitzen und als offizieller FIFA Fußball-Weltmeisterschaft-Sponsor auftreten. Sony Ericsson wird darüber hinaus auch Zugang zu weiteren FIFA-Aktionen haben. „Die FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft ist eine der größten Sportveranstaltungen der Welt. Auf dieser Plattform werden wir als Unternehmen die Möglichkeit haben, Millionen von Menschen in aller Welt anzusprechen“, meinte Gunter Thiel, Marketingleiter von Sony Ericsson Deutschland. „Mit all den Möglichkeiten, die unsere Handys bieten, werden wir diese einzigartige Veranstaltung noch näher an die Fans bringen.“ Sony Ericsson wird weitere Details des Sponsorings der Fußball-Weltmeisterschaft zu gegebener Zeit kommunizieren. www.sony-ericsson.de

Epsilon Telecom bietet Einbauservice für Truck-Loc Blackboxen

In Zusammenarbeit mit einem Vertriebsverbundspartner der epsilon business alliance (kurz e.b.a.), der Unlimited mobile Datentechnik GmbH, bietet die Epsilon Telecom GmbH (Tochterunternehmen der HFO Telecom AG) ihren Partnern einen bundesweiten mobilen Vor-Ort-Einbauservice der Truck-Loc Blackboxen. Epsilon Telecom vermarktet exklusiv auf dem deutschen Markt die Produkte des österreichischen Marktführers im Bereich Flottensteuerung und Ortung von Fahrzeugen Truck-Loc. Der bundesweite Einbauservice der Truck-Loc-Boxen durch die Unlimited mobile Datentechnik bietet dem Kunden einen schnellen, zuverlässigen und günstigen Einbau vor Ort. Informationen zur Abwicklung sowie den speziell ausgehandelten Einbautentgelten stellt Epsilon ihren Partnern gern zur Verfügung. www.eba-partner.de

Die T-Home Awards 2008 gehen an AVM und Arcadyan Technology Corporation

T-Home hat Mitte Oktober im Rahmen einer Abendveranstaltung im Essener Weltkulturerbe Zeche Zollverein zum fünften Mal Hersteller und Lieferanten von Festnetzendgeräten für besondere Leistungen ausgezeichnet. Den Hersteller Award 2007/2008 erhält das Unternehmen Arcadyan Technology Corporation, das für die Deutsche Telekom WLAN-Router und DSL-Modems liefert. Der Hersteller hat in allen bewerteten Kategorien Bestnoten erhalten und sich somit gegenüber den anderen Herstellern durchgesetzt. „Arcadyan hat sich bei der Entwicklung von innovativen Produkten durch erstklassigen Service und Termintreue ausgezeichnet“, so Robert Wendels, Leiter Endgeräte im Bereich Markt- und Qualitätsmanagement T-Home, im Rahmen der Preisübergabe.

Der Sonderpreis für Innovation geht in diesem Jahr an AVM Computersysteme Vertriebs GmbH. Das Unternehmen wird für zwei Produktideen ausgezeichnet: zum einen eine intelligente Lösung zur Vernetzung der Speedport-Router mit dem Media Receiver von T-Home Entertain. Durch die Integration des concurrent mode kann das Produkt Datenströme im 2, 4 und 5 GHz Band simultan verarbeiten. Zum anderen realisierte AVM in kürzester Zeit einen Prototyp des Speedport W 503V, der zusätzlich den neuen DSL-Standard Annex J unter-



Vertreter des Berliner Herstellers AVM (Bild links) und des taiwanischen Produzenten Arcadyan Technology Corporation nahmen die Awards in der Essener Zeche Zollverein entgegen.

stützt. Mit Hilfe einer neu entwickelten Firmware können bereits im Markt befindliche Geräte den Standard nutzen und sind somit für zukünftige Technologien im Netz gerüstet.

Die Jury für die Preisvergabe setzt sich aus Experten der Bereiche Einkauf und Endgeräte von T-Home zusammen. Zu den Bewertungskriterien zählen u. a. Produktqualität,

Service und Innovationsstärke. Der Sonderpreis für Innovationen wird an diejenigen Lieferanten vergeben, der T-Home dabei unterstützt, mit einem besonders innovativen Endgerät als erster Anbieter auf dem Markt vertreten zu sein.

Vodafone startet neuen Handyservice zur Erkennung von Musik

In diesen Tagen startet Vodafone einen neuartigen Service zur Musikererkennung für Handys. Mit dem Vodafone MusicFinder können über sechs Millionen Musikstücke unterwegs erkannt werden. Zusätzlich lassen sich Hintergrundinformationen zu Interpreten und Musik-Alben anzeigen. Der bereits 2003 von Vodafone erfolgreich eingeführte Music Finder Service wird heute schon von vielen Vodafone-Kunden unter der Kurzwahl 221122 zum Erkennen unbekannter Musiktitel genutzt. Jetzt wird die Musiksuche durch den neuen MusicFinder noch einmal deutlich verbessert. Die Handy-Software lässt sich direkt aus dem Vodafone live!-Portal herunterladen und auf dem Handy installieren. Um ein Musikstück zu identifizieren, müssen die Nutzer den MusicFinder starten und das Handy in die Nähe der Musikquelle halten. Die Erkennung des unbekanntes Musikstücks läuft dann automatisch ab. Das Ergebnis wird mit dem CD-Cover oder Bild des Künstlers präsentiert. Zusätzlich bekommen die Nutzer detaillierte Informationen zum Interpret und dem Musik-Album angezeigt. Auf Wunsch können die Vodafone-Kunden Musik-Produkte zum erkannten Song (Musikstück,

ganzes Album, Klingelton, Freizeichenton, Musik-Video je nach Verfügbarkeit) aus dem Vodafone MusicShop herunterladen. Einmal erkannte Titel werden im MusicFinder in der Rubrik „meine Erkennungen“ gespeichert und können an Freunde und Bekannte weitergeleitet werden. Die erfolgreiche Erkennung eines Musikstücks mit Hilfe des Clients kostet 0,49 Euro. Erfolgreiche Versuche bleiben kostenfrei. Alternativ kann der Kunde eine Flatrate mit einer Mindestlaufzeit von lediglich einem Monat für 2,99 Euro monatlich buchen. Die Nutzung setzt jeweils einen Prepaid- oder Laufzeittarif von Vodafone voraus. Zum Start wird der Vodafone MusicFinder-Client für die Geräte Nokia N73, Sony Ericsson K800i und Samsung U700 angeboten. www.vodafone.de

Bei HFO Telecom gibt es jetzt auch DSL über Satellit

Der bundesweite Telekommunikationsanbieter HFO Telecom AG hat sich mit dem Hamburger Satelliten-DSL-Anbieter StarDSL verbündet und bietet ab sofort DSL bundesweit sowie in den Nachbarländern an. Das Angebot richtet sich vor allem an (potentielle) Kunden in mit DSL schlecht versorgten Gebieten. Mit StarDSL erhalten die Kunden die Möglichkeit, mit DSL-Geschwindigkeit ins

Internet zu kommen. Auch Haushalte ohne Zugang zum Breitbandkabel können damit online gehen. Die Bereitstellung des Dienstes dauert nach Angaben des Unternehmens nur wenige Tage. Aus einer Hand erhalten die Kunden damit Internet, Telefonie und Digital TV/Radio über Satellit, und zwar ab 29,95 Euro pro Monat. Die Installation kann entweder der nationale Aufbauservice oder aber der lokale Fachhändler am Ort übernehmen, wenn er HFO-Partner ist. Elektrofachhändler, die bereits Astra-Anlagen installiert haben, sowie Tk-Händler in unterversorgten DSL-Gebieten können sich direkt bei HFO für den Vertrieb und auch für die Installation anmelden. www.hfo-telecom.de

Ein Jahr lang unbegrenzter Zugriff auf Musik mit Nokias „Comes With Music“

Nokia hat den neuen Dienst „Comes With Music“ gestartet. Jeder Käufer eines Nokia „Comes With Music“ Mobilgerätes erhält ein Jahr lang unbegrenzten Zugriff auf den gesamten Nokia Music Store Katalog – mit Millionen von Musiktiteln internationaler und lokaler Interpreten, die sich auf intuitive und spontane Weise entdecken und erleben lassen. Der

Nutzer kann zudem alle Titel, die er bis zum Ablauf des Jahres heruntergeladen hat, behalten und weiterhin nutzen. „Im Hinblick auf Bedienungskomfort und Nutzerfreundlichkeit setzt ‚Comes With

Music‘ neue Maßstäbe“, so Tero Ojanperä, Executive Vice President und Head Nokia Entertainment and Communities Business. „Der Dienst gibt Nutzern die Möglichkeit, Musikempfehlungen ganz spontan und direkt auszuprobieren, denn sie können Inhalte herunterladen, ohne über die Kosten nachzudenken.“

Als letztes Major-Label unterstützt jetzt auch die EMI Group Nokias „Comes With Music“. Eine Vielzahl unabhängiger Labels wie The Orchard, Beggars Group, IODA, Ministry of Sound, PIAS und Pinnacle haben sich ebenfalls entschlossen, „Comes With Music“ zu unterstützen. Die Universal Music Group, Sony BMG Music Entertainment und Warner Music Group hatten ihre Unterstützung für „Comes With Music“ bereits zuvor angekündigt. www.nokia.de

OLYMPIA WEBTRACED 3000

INTERNETRADIO-MICROANLAGE
mit Ethernet und WLAN,
CD-Player,
USB-Steckplatz/
SD-Kartenfach

Mehr Informationen erhalten Sie unter:
www.olympia-business.de



OLYMPIA

European Press Tour von The Phone House „Connected World“-Händler

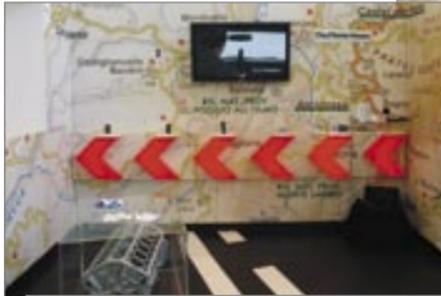
Nach London, Amsterdam, Brüssel, Dublin und Stockholm hat die „European Press Tour“ von Best Buy Europe, der Muttergesellschaft von The Phone House Deutschland, Anfang Oktober auch in Hamburg halt gemacht. In den dortigen Deichtorhallen wurden Medienvertretern technische Innovationen im Bereich Telekommunikation sowie Perspektiven für neuartige Shopkonzepte vorgestellt.

Um dies nicht nur in der Theorie, sondern auch praktisch anschaulich zu machen, wurde in den Deichtorhallen auf einer Fläche von über 300 Quadratmetern ein komplettes „Haus“ errichtet, zu dem neben Wohn-, Schlaf- und Badezimmer auch eine Lounge, Küche, Garage und Terrasse gehörten. In den einzelnen Räumen präsentieren Hersteller wie Acer, LG, Motorola, Nokia, Samsung und Sony Ericsson ihre aktuellen Mobiltelefone, Net- und Notebooks sowie Zubehör. Unter den ausgestellten Geräten befanden sich einige Deutschland Premieren. Dazu gehörten das Fashion-Handy S500i Ed Hardy special edition (siehe Kasten unten), die Supernova-Modelle Nokia 7310, Nokia 7510 und Nokia 7610 in der „Sex And The City“-Version sowie das Smartphone Motorola Moto A810. Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The

Phone House Deutschland, unterstrich in seinem Einführungsvortrag die exemplarische Bedeutung des Ausstellungshauses in den Deichtorhallen für die neue strategische Ausrichtung des Unternehmens. „Wir haben uns in den vergangenen Monaten zügig vom Telekommunikationsanbieter zum unabhängigen Händler für Telekommunikation und Entertainment entwickelt. Das gegenwärtige Produktportfolio umfasst Mobilfunkgeräte, -tarife und -zubehör, Breitband, Festnetz und DSL, Navigationsgeräte und Home Entertainment sowie Notebooks und Mobile-Data-Angebote. Dabei gehören die vier deutschen Mobilfunknetzbetreiber, sieben Festnetz-/DSL-Anbieter und alle namhaften Gerätehersteller zum Sortiment“, erläuterte Simon.

Mittels dieser Multi-Marken-Strategie könne The Phone House die Schwächen reiner Monomarken-Shops vermeiden, Nachfrage auf sich ziehen und zusätzliches Wachstum generieren sowie gemeinsam mit der Industrie Marktchancen nutzen. „Als ‚Connected World‘-Händler bieten wir aber nicht nur alle großen Marken unter einem Dach“, so Simon. „Darüber hinaus machen wir ständig mit exklusiven Fashion- und Lifestylehandys auf uns aufmerksam, und wir grenzen uns mit innovativen Shopkonzepten sowie professioneller und unabhängiger Beratung vom Wettbewerb ab.“

Alles, was hinsichtlich Kundenansprache und Beratung bislang für Handys und Mobilfunk gegolten habe, gelte zukünftig auch für Notebooks, Wireless Access (WLAN, Hotspots) und für die Produkte und Dienste des digitalen Infotainments.



Im Rahmen der European Press Tour der Muttergesellschaft Best Buy Europe hat The Phone House in den Deichtorhallen in Hamburg gemeinsam mit Industriepartnern in einem extra für diesen Zweck errichteten „Haus“ mit mehreren Räumen, Garage und Terrasse neue Geräte vorgestellt und einen Einblick in neue Shopkonzepte gegeben.



Kernaussage gegenüber dem Kunden ist dabei: „Wir haben die Kompetenz, wir machen es jedem leicht.“ Die betreffenden Dienste und Produkte seien nicht „plug & play“ und die Konnektivität stelle über 90 Prozent aller potentiellen und tatsächlichen Kunden vor Barrieren. „Über diese Hürden wollen wir unseren Kunden hinweghelfen, vor und nach dem Kauf“, meinte Simon. Man werde deshalb zukünftig große (finanzielle) Anstrengungen unternehmen, um die Qualität der Beratung und der Serviceangebote in den The Phone House Shops auszubauen. Simon: „Die Ausdehnung des Produktportfolios und die immer kürzer getakteten Innovationszyklen verlangen nach regelmäßigen Trainings und erfordern Beratungsspezialisten. Wir werden hart daran arbeiten, diese Aufgaben im Sinne des Kunden zu lösen.“

Im Rahmen der Veranstaltung in den Hamburger Deichtorhallen informierte Simon die Journalisten auch über aktuelle und künftige Aktivitäten sowie die globale Unternehmensstrategie. Einen Schwerpunkt bildet darin die geplante Europa-Expansion von Best Buy Europe. Das Joint-venture des US-amerikanischen Kon-

zerns Best Buy, einem der weltweit größten CE-Händler, und der britischen Carphone Warehouse-Gruppe wird The Phone House für einen weiteren Ausbau des Produktportfolios nutzen: „Wir werden unser Angebot sowohl in der Breite als auch in der Tiefe erweitern und unser Engagement insbesondere im Bereich Unterhaltungselektronik ausbauen“, sagte Simon. „Damit werden wir den bereits eingeschlagenen Expansionskurs fortsetzen.“

Der stationäre Handel unter der Marke The Phone House bleibe das Gesicht zum Kunden und genieße nach wie vor die erste strategische Priorität. Mittelfristig solle die Zahl der Shops unter dieser Marke auf mindestens 500 steigen. Hier soll vor allem das neue Franchiseangebot für weiteres Wachstum sorgen. Darüber hinaus sollen mit verbesserten Handelskonzepten auch weitere Partner im Fachhandel gewonnen werden. Um allen Geschäften die Arbeit für bzw. die Zusammenarbeit mit The Phone House so erfreulich wie möglich zu gestalten, werde das Unternehmen durch kontinuierliche Verbesse-

rung von Volumen und Qualität einen starken Fokus auf die Steigerung der Kundenfrequenz in den Shops legen, führte der The Phone House Chef aus.

www.phonehouse.de

S500i Ed Hardy special edition bei The Phone House

The Phone House wird im Herbst in Deutschland den Verkauf eines Mobiltelefons aus dem Hause Sony Ericsson im Stil des populären Tattoo-Künstlers Don Ed Hardy starten. Die „S500i Ed Hardy special edition“ ist exklusiv bei The Phone House erhältlich. Das Slider-Handy trägt auf der Ober- und Unterseite ein extravagantes Tattoo-Design und ist mit dem Schriftzug der Marke Ed Hardy versehen. Bei eingehenden Anrufen sorgt das Telefon für außergewöhnliche Lichteffekte, die je nach Tages- und Jahreszeit variieren. „Der Ed Hardy-Trend hat mittlerweile auch Deutschland erreicht“, sagte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, im Rahmen der Vorstellung des exklusiven Gerätes in den Hamburger Deichtorhallen.

„Deshalb freuen wir uns besonders darüber, dass wir der erste und einzige Händler sind, der seinen Kunden ein Mobiltelefon dieses spektakulären Modell-Labels anbieten kann.“



The Phone House stärkt Zusammenarbeit mit dem Fachhandel

Nachdem The Phone House vor einigen Wochen ein neues Franchisemodell gestartet hat (siehe PoS-MAIL 9/08, S. 48), stärkt das Unternehmen jetzt auch seine Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. So wurde ein neues Partnerprogramm für den Fachhandel entwickelt und die bestehende Distributionspartnerschaft mit der Selectric GmbH ausgebaut. The Phone House wird sich demnach auf die Bereitstellung eines umfangreichen Produktportfolios sowie günstiger Einkaufskonditionen konzentrieren, während Selectric die Distribution und alle erforderlichen Dienstleistungen für die Fachhändler übernimmt. Dank der erweiterten Distributionspartnerschaft mit Selectric bekommt der einzelne Händler zudem alle Produkte aus den Bereichen Mobilfunk, Festnetz, DSL und Multimedia sowie alle Serviceleistungen aus einer Hand geboten.

T-Mobile meldet stark steigende Nutzerzahlen Neues fürs mobile Internet

Das mobile Internet boomt. Nachdem bereits im Juli debitel CEO Oliver Steil auf einer Pressekonferenz in Stuttgart festgestellt hatte, dass das mobile Internet auf dem Weg zum Massenmarkt sei (siehe PoS-MAIL 8/2008, S. 32), betonte jetzt auch Philipp Humm, Sprecher der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland, auf einem Presse-Workshop in Bonn diese Aussage. Das Bonner Unternehmen verzeichnet laut Humm nicht nur eine steigende Anzahl von Nutzern, sondern auch eine rapide wachsende Datennutzung über das Mobilfunknetz sowie steigende Datenumsätze.

Das Unternehmen zeigte sich selbstbewusst, dass sich daran auch zukünftig nichts ändern werde. „T-Mobile bietet den Kunden den besten Zugriff auf das Internet – mit dem Handy oder mit dem Notebook“, meinte Christopher Schläffer, Group Product & Innovation Officer Deutsche Telekom. „Sowohl Privat- als auch Geschäftskunden finden auf ihre Bedürfnisse zuge-

im Umsatz wider. Schläffer: „T-Mobile hat den Datenumsatz im zweiten Quartal 2008 im Jahresvergleich um mehr als 46 Prozent erhöht.“

Neues web'n'walk

Seit 2005 bietet T-Mobile mit web'n'walk einen optimierten Zugang zum offenen Internet mit dem Handy. Im Oktober 2007



MobileVideo ist ein neues Angebot von T-Mobile, bei dem Benutzer die Videoclips sofort als Stream zur Verfügung gestellt bekommen – Wartezeiten und das Herunterladen von Dateien entfallen hier.

schnittene Dienste.“ Wesentliche Bestandteile des Angebots seien web'n'walk für den optimierten und personalisierten Zugang zum offenen Internet, mobiles Instant Messaging, mobile E-Mail und der schnellstmögliche Zugang zum Internet mit Note- oder Netbook.

„In Europa greifen bereits heute über 4,3 Millionen unserer Kunden in festen Vertragsbeziehungen mobil auf das Internet zu. Das ist seit Anfang 2007 mehr als eine Verdoppelung“, führte Schläffer aus. „Rund 30 Prozent der User haben ihre web'n'walk Startseite für den noch schnelleren Zugang auf das Internet personalisiert.“ T-Mobile sei von Anfang an Pionier für den mobilen Zugriff auf das Internet gewesen und man schreibe die Erfolgsgeschichte für das vernetzte Leben und Arbeiten kontinuierlich fort. Der Erfolg spiegele sich auch

brachte das Unternehmen als erster Anbieter in Europa eine personalisierte Startseite für einen noch schnelleren Internet-Zugriff heraus. Der Kunde wählt dabei einfach seine favorisierten Internetdienste aus einem Angebot von 30 Top-Playern und zahlreichen News-Diensten aus und hat dann direkten Zugriff – die erneute Eingabe von Passwort und Username entfällt.

Mit dem neuen web'n'walk geht T-Mobile noch einen Schritt weiter und bringt die von Apples iPhone bekannte Erfahrung auch auf die Handys anderer Hersteller: Der Kunde kann nun einfach aus einer „Widget-Gallery“ seine bevorzugten Internetdienste auswählen und hat dann direkt am Handy-Startbildschirm Zugriff darauf. Der Vorteil von Widgets gegenüber einfachen Verknüpfungen liegt daran, dass der Benutzer unmittelbar auf Ände-

rungen aufmerksam gemacht wird. Wird er beispielsweise bei einer Online-Aktion überboten, zeigt das Widget ihm dies in Echtzeit auf seinem Handy an. Zur Entwicklung des „Widget-Internet“ hat T-Mobile eine Partnerschaft mit dem Browser-Pionier Opera geschlossen. Das neue web'n'walk soll noch 2008 auf Touchscreen-Smartphones wie dem MDA compact IV und dem MDA Vario IV verfügbar sein.

Neues Video on Demand

Ebenfalls neu bei T-Mobile ist das Angebot MobileVideo. Mit ihm können die Kunden des Bonner Netzbetreibers jederzeit Videos aus den Bereichen Fußball, News und Entertainment auf dem Display ihres Mobiltelefons ansehen. Das gewünschte Video startet sofort nach dem Abruf. Nutzer müssen nicht erst eine Datei auf ihr Handy herunterladen, um sich das Video anschauen zu können. MobileVideo ist dem Service Mobile TV zugeordnet, mit dem T-Mobile Fernsehen auf das Handy bringt. Derzeit stehen drei MobileTV-Programmpakete zur Verfügung: ein Basis-Paket mit Highlights aus Sport, Musik, Comedy und Serien namhafter TV-Sender, das Bundesliga-Paket und ein Erotik-Paket.

Neuer Community-Service

T-Mobile macht auch das Chatten mobil. Ab sofort bietet das Unternehmen Instant Messaging, einen neuen Chat-Service fürs Handy. Mit diesem Dienst holen sich T-Mobile Kunden ihren vom PC gewohnten Messagingdienst einfach auf ihr Mobiltelefon – egal, ob es sich dabei um den AOL Instant Messenger, den Windows Live Messenger oder den Yahoo! Messenger handelt. Mit dem neuen Service können die Nutzer unterwegs jederzeit mit ihren



Mit dem neuen Service Instant Messaging spricht T-Mobile vor allem eine junge Zielgruppe an, die bereits am PC Erfahrungen mit Social Communities gesammelt hat.



Mit neuen Notebook- und Netbook-Lösungen spricht T-Mobile gleichermaßen Privat- und Geschäftskunden an.

Freunden chatten. Sie haben vollen Zugriff auf die am PC benutzten Buddy-Listen, Smileys und den Online-Status, der anzeigt, welcher Buddy aktuell erreichbar ist. Instant Messaging bei T-Mobile kostet 4,95 Euro pro Monat, zusätzliche Kosten fallen nicht an.

Neuer Digital-Bilderrahmen

Auch T-Mobile hat einen digitalen Bilderrahmen ins Sortiment aufgenommen. Wie es sich für ein Unternehmen der Telekommunikationsbranche gehört, ist dieser mit einem Mobilfunk-Modul ausgestattet. So können Digitalfotos von überall per MMS oder vom PC via Internet auf den Rahmen geschickt werden. Der Digitalrahmen bietet ein 7"-Farbdisplay mit einer Auflösung von 800 x 480 Pixeln. Wird das Gerät an das Stromnetz angeschlossen, bucht es sich über die bereits eingelegte SIM-Karte automatisch ins T-Mobile Netz ein. Da die Besitzer den Rahmen (bzw. dessen SIM-Karte) weder zum Telefonieren noch zum Versenden von SMS benutzen können, entstehen ihnen keine Mobilfunkkosten. Zum Empfang von

Fotos ist kein Mobilfunkvertrag erforderlich. Jeder Rahmen hat eine eigene Mobilfunknummer, an die die Bilder geschickt werden können. Der Rahmen soll Anfang November für eine unverbindliche Verkaufspreiseempfehlung von 149,95 Euro verfügbar sein.

Neue Note- und Netbooks

Handliche Notebooks und die noch kleineren Netbooks bieten beim mobilen Surfen gegenüber Mobiltelefonen und Smartphones einige Vorteile, zum Beispiel die vom PC her bekannte Tastatur, große Bildschirme und die nun erstmals integrierte Highspeed-Mobilfunktechnik. In Kooperation mit führenden Herstellern bietet T-Mobile eine breite Auswahl solcher Geräte für Privat- und Geschäftskunden an.

Neu im Programm sind das Netbook Acer Aspire One und das LG X110e. Mit dem Asus Eee PC 901 Go kommt darüber hinaus ein Modell mit einer speziell an das T-Mobile Netz angepassten mobilen Breitbandtechnologie auf den Markt. Darüber hinaus aktualisiert und erweitert T-Mobile ebenfalls kontinuierlich das Vaio Notebook-Angebot in Kooperation mit Sony.

Gemeinsam mit Acer will T-Mobile den Kunden innovative mobile Notebook- und Netbook-Lösungen zu attraktiven Preisen bereitstellen. Erstes Produkt dieser Zusammenarbeit ist das Acer Aspire One mit integrierter HSDPA/UMTS-, EDGE/GPRS- und WLAN-Technik. Es soll inklusive eines 24monatigen Mobilfunk-Laufzeitvertrages im Flatrate-Datentarif web'n'walk Connect L nur einen Euro kosten und steht für die T-Mobile Kunden voraussichtlich ab Mitte November bereit.

AVW: ITK-Distributor intensiviert Partnerschaft mit dem Fachhandel

Unabhängig mit AVW

Die AVW Wernicke & Sahn GmbH aus dem hessischen Breitscheid setzt in Zeiten der großen Fusionen im TK-Markt auf die Kraft der Unabhängigkeit – und verstärkt damit die langfristigen Partnerschaften mit den kleinen und mittleren Fachhändlern.

Die seit 1996 vielen Händlern als zuverlässiger Hardwarelieferant bekannte AVW Wernicke & Sahn GmbH aus dem hessischen Breitscheid positioniert sich weiterhin als unabhängiges Unternehmen im TK-Markt. Im Rahmen dieser Unternehmensstrategie bietet die AVW ihren Kunden seit der Gründung auch umfangreiche Möglichkeiten, Verträge im Mobilfunk und Festnetz zu vermarkten.

Wolfgang Berkenheger, Geschäftsführer der AVW, erklärt: „Viele Händler werden von den großen Distributoren nicht umfassend beraten und bedient. Das haben wir sehr lange beobachtet und oft genug von den Händlern selbst erfahren – dies wollen wir besser machen. Wir sehen hier ein riesiges Potential!“



Jan Junghahn: „Die Bindung des Kunden an den Händler ist eines der wichtigsten Umsatzinstrumente in der aktuellen Marktsituation.“

„Viele Händler werden von den großen Distributoren nicht umfassend beraten.“

Wolfgang Berkenheger

Bereits heute stellt die AVW ihren Partnern ein umfangreiches Produkt- und Serviceangebot unter www.avw-shop.de online zur Verfügung.

Mit einem Klick lassen sich noch viele weitere Services aus dem Leistungsspektrum der AVW abrufen: Beispielsweise sind hier Produktverfügbarkeit und der tagesaktuelle Preis abrufbar, Bestellungen bis 16.00 Uhr – egal ob per Telefon oder Online – werden noch am gleichen Tag kostenfrei an den Handel versendet und sind damit am nächsten Werktag beim Besteller. Die Paketverfolgung über die GLS-Trackingnummer, die AVW dem Kunden per E-Mail übermittelt, macht diesen Service transparent.

Jan Junghahn, Leiter Fachhandel/Distribution, verweist auf die wichtigen Alleinstellungsmerkmale: „Umfassender, ganzheitlicher Service, gepaart mit einer hohen Flexibilität und sehr guter Warenverfügbarkeit – das sind die Punkte, die wir dem Handel bieten. Und natürlich die sofortige

Auszahlung der Provisionen und flexible Zahlungsmodalitäten.“

AVW weiß, was Händler wünschen: Das umfassende Sortiment sichert immer wieder überdurchschnittliche Umsatzchancen.

Alle namhaften Hardwarehersteller wie Nokia, Samsung, Motorola, HTC, BlackBerry,

Sony Ericsson und Emporia stellt die AVW in ihrem Hardwareportfolio zur Verfügung.

Dabei profitiert der Handel vom weltweiten Einkauf der AVW und den seit vielen Jahren gewachsenen Beziehungen zu den Lieferanten. Diese drücken sich sowohl im Preis als auch in der Verfügbarkeit der Waren aus.

Das Hardwareangebot umfasst zusätzlich auch Artikel, die als Zugaben vermarktet werden können. So findet der AVW Partner auf der Preisliste Spielekonsolen von Sony, Microsoft und Nintendo, Laptops von Asus, Medion und HP, TFT Fernseher und Beamer von Samsung und Sony sowie Navigationsgeräte von TomTom und MyGuide.

AVW Partner können die Netze von T-Mobile, O₂, E-Plus und Vodafone vermarkten. Zudem konnte man mit dem Provider The Phone House einen wichtigen Partner finden, der auch interna-



Heike Weyl: „Wir wollen den Handel für die AVW begeistern, so dass er auf einem sicheren Fundament langfristig erfolgreich ist.“

tionale Perspektiven bietet. „Ziel ist es, den Handel für die AVW zu begeistern. Diese Begeisterung wird dem Händler helfen, auf einem sicheren Fundament langfristige Erfolge und damit auch langfristige Einnahmen aufzubauen“, so Heike Weyl, Geschäftsführerin.

„Begeisterte Fachhändler sind langfristig erfolgreich.“

Heike Weyl

Zu jedem Kommunikationsanbieter gehört natürlich auch ein umfangreiches Angebot von Festnetzprodukten. Auch hier setzt die AVW Maßstäbe. Im Portfolio findet der AVW Partner neben T-Home und O₂ DSL auch die Angebote von Arcor, Versatel, 1&1, Alice und Vodafone DSL.

Jan Junghahn dazu: „Einfachheit in der Vermarktung von DSL ist bei der Vielzahl von Anbietern eine dringende Notwendigkeit. Auch hier hat die AVW etwas zu bieten. Mit unserem

Partner The Phone House bieten wir Festus an. Der Händler kann damit sechs Anbieter über ein einziges Onlinetool vermarkten.“

Mit AVW kann der Handel rechnen

Allen registrierten Partnern der AVW steht ein neues Werkzeug zur Kundengewinnung zur Verfügung – der 1:1 Konfigurator.

„Die Akquise des Kunden mit unserem neuen Werkzeug sollte noch komfortabler und vor allem einfacher werden. Dazu haben wir



Das umfassende Sortiment sichert immer wieder überdurchschnittliche Umsatzchancen. Alle namhaften Hardwarehersteller wie Nokia, Samsung, Motorola, HTC, BlackBerry, Sony Ericsson und Emporia stellt die AVW in ihrem Hardwareportfolio zur Verfügung. Alle Informationen findet der Händler auf der Homepage.

den 1:1 Konfigurator entwickelt“, so Jan Junghahn – Leiter Fachhandel/Distribution zum 1:1 Konfigurator, und weiter: „Der Partner sieht im Beratungsgespräch seine Marge und kann dem Kunden anschließend ein Angebot ausdrucken, welches neben den Tarifdetails auch noch Informationen zum Endgerät zur Verfügung stellt.“

Bei der Entwicklung hat AVW größten Wert auf einfache Bedienung und ständige Aktualität gelegt. Der Handelspartner wählt zuerst den Anbieter, dann den Tarif aus. Im nächsten Schritt wählt er das Endgerät aus. Schon zeigt der Konfigurator den Verkaufspreis an. Der Clou dabei ist, dass der Händler einmal nur seine Wunschmarge einträgt. Das System rechnet den Verkaufspreis so, dass diese Marge auf jeden Fall erreicht wird. Grundlage bilden die Konditionen, die AVW dem Handelspartner übermitteln hat, und die tagesaktuellen Preise, die für diesen Händler gelten.

Neben den vielen Möglichkeiten, die AVW ihren Partnern auf seinen Onlineplattformen bietet, betreut auch ein Außendienstteam die Händler. Dieses Team bietet mehr als nur sehr gute Konditionen und ein umfangreiches Portfolio. Der Händler kann mit dem Außendienst Aktionen abstimmen, die über die üblichen Flyer und Poster hinausgehen.

„Die Unterstützung des Handels kann nicht nur über das Internet und Telefon erfolgen. Mit unse-

rem VB kann der Händler auch Mailingaktionen an seinen Bestandskunden abstimmen und durchführen, denn die Bindung des Kunden an den Händler ist eines der wichtigsten Umsatzinstrumente in der aktuellen Marktsituation“, erklärt Jan Junghahn die persönliche Unterstützung des Handels vor Ort.

„Leben heißt Veränderung“, so Heike Weyl, Geschäftsführerin der AVW. „Veränderung heißt wiederum Entwicklung. Die Strategie ist klar, wir wollen mit unseren Handelspartnern wachsen und uns durch umfangreiches Portfolio und gezielte Betreuung hervorheben.“

Die AVW will ab Januar 2009 weitere neue Konzepte vorstellen, die vor allem ein Ziel verfolgen – Wachstum. Dabei legt die AVW Wert darauf, dass der AVW-Handelspartner und die AVW gemeinsam wachsen. Zudem ist die Weiterentwicklung der bestehenden Onlinetools ein wichtiges Thema.

Partner werden leicht gemacht

Jeder Partner, der sich neu anmelden möchte, kann dies über die Internetadresse fachhandel@avw-shop.de machen. Zur vorherigen Beratung steht die Fachhandelshotline unter der Nummer 02777/811 73 53 von Montag bis Freitag von 9:00 Uhr bis 18:00 Uhr zur Verfügung.

www.avw-shop.de

„Bringen Sie Ihre Kunden ans Ziel“



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

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

Leistungsmerkmale der nüvi 2x5 Serie

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



GARMIN™ Mobile Navigation



Bildschirm "Verkehrslage"

GARMIN nüvi 205 und nüvi 205T

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

nüvi 205
€96*

nüvi 205T
€113*



Bildschirm "Points of Interest"

GARMIN nüvi 255T €144*

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



Bildschirm "Verkehrsführung"

GARMIN nüvi 255WT €161*

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

* HEX

TK



debitel gewinnt Best Innovation Award

Die Initiative Voice Business hat die debitel Webapplikation Sound-Chicken (www.sound-chicken.de) mit dem Best Innovation Award ausgezeichnet. Das verrückte Huhn, das auf der Website den Nutzer zu gesungenen Grüßen mit Videoanimation einlädt, ist aus Sicht der Initiative „die Sprachapplikation mit der fortschrittlichsten technischen Umsetzung“. Sound-Chicken von debitel erlaubt eine einzigartige Interaktion zwischen mehreren Nutzern. Wer seinen Online-Gesangsauftritt – moderiert vom verrückten Huhn – absolviert hat, kann das Ergebnis seinen Freunden schicken. Bis zu vier Freunde können wahlweise eine Einladung erhalten und den Chor verstärken. Die neuartige Web 2.0 Karaokeanwendung lässt sich ohne besondere technische Ausstattung nutzen. Das Telefon dient als Mikrofon. Der Empfänger erhält eine E-Mail mit Link und sieht dort witzige Figuren mit dem Gesicht des Absenders und gegebenenfalls seiner Chor-Kumpen als zappelnd animierte Karikaturen. Der Online-Spaß ging im Frühjahr online und lässt sich kostenlos nutzen. Lediglich für die Einwahl ins virtuelle Tonstudio entstehen Kosten für ein Telefonat ins deutsche Festnetz. Sänger können sowohl ihr Handy als auch jedes andere Telefon als Mikrofon nutzen.

www.sound-chicken.de

Kandy Mobile mit erstem Prepaid-Tarif für Kinder

Kandy Mobile, Mobilfunkanbieter für Kinder, und die E-Plus Gruppe haben ihre Kooperation ausgebaut. Im Rahmen der Partnerschaft wird künftig ein neuer Prepaid-Tarif für Kinder unter der Marke Kandy Mobile angeboten. Damit haben Eltern die Möglichkeit, ihre Kinder günstig und ver-

antwortungsvoll an das mobile Telefonieren heranzuführen, denn Kandy Mobile Prepaid hat keine Mindestvertragslaufzeit oder Grundgebühr, und die SIM-Karte mit zehn Euro Startguthaben kostet nur 19,95 Euro. Wie bei allen Produkten von Kandy Mobile bietet auch dieser Tarif Kindern und Eltern ein Plus an Sicherheit. So können Kinder mit dem Rückruf-Service ihre Eltern auch dann erreichen, wenn das Guthaben aufgebraucht ist. Eine Sperre von Mehrwertdiensten wie Klingelton-Abos oder teuren Hotlines bietet Kindern zuverlässigen Schutz vor Kostenfallen. Darüber hinaus gibt es einen Ortungsdienst, mit dem die Eltern ihren Nachwuchs per GSM-Ortung lokalisieren können. Die Minuten- und SMS-Preise betragen in alle deutschen Netze und rund um die Uhr einheitlich 15 Cent. Die SIM-Karte ist sowohl im Paket mit dem Kandy Mobile Kinderhandy als auch alleine zur Nutzung mit jedem beliebigen Handy erhältlich. Aufladen lässt sich das Prepaidkonto über Banküberweisung, Kreditkarte oder Dauerauftrag (Taschengeld-Funktion) sowie über E-Plus Cash Karten, zum Beispiel an Banken, Supermärkten, Tankstellen oder anderen Verkaufsstellen.

www.eplus.de

T-Mobile richtet HotSpot auf Bodensee-Schiff ein

T-Mobile feiert eine Premiere auf dem Bodensee: Auf dem größten deutschen Binnensee ist der erste „schwimmende HotSpot“ vom Stapel gelaufen. Schauplatz der Jungfernfahrt ist das neue Eventschiff „MS Sonnenkönigin“. Das größte Passagierschiff des Sees wurde erst vor kurzem in Dienst gestellt und bietet als schwimmender Konzert-, Theater- und Konferenzsaal modernste Ausstattung für Veranstaltungen aller Art. Ab sofort zählt zur Komfortausstattung der MS Sonnenkönigin auch die

Neue Webseite informiert über das Franchisekonzept von The Phone House

The Phone House erweitert im Zuge der Shopexpansion das Informationsangebot für Existenzgründer: Der unabhängige Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment startet ab sofort eine neue Internetseite für Franchisepartner.

Unter www.phonehouse-franchise.de finden potentielle Partner nicht nur Informationen zu den persönlichen Voraussetzungen. Vielmehr werden auf dem Portal zahlreiche Informationen über das Geschäftsmodell, das Produktportfolio sowie das Shopkonzept von The Phone House angeboten. Den Schwerpunkt bilden Details zum Franchise-Modell sowie zum erforderlichen Einstiegsinvest. Abgerundet wird das Informationsangebot durch einen Terminkalender mit aktuellen Aktionen und Informationsveranstaltungen sowie durch die Möglichkeit zur persönlichen Kontaktaufnahme. „Mit unserem neuen Portal wollen wir potentiellen Franchisenehmern ein Maximum an Informationen

rund um unser Franchisemodell bieten“, sagte Andreas Jurkiewicz, Leiter für den Bereich Franchise bei The Phone House. Aktuell umfasst das Shopnetz des Unternehmens deutschlandweit über 215 Shops, von denen rund zwei Drittel im Eigenbetrieb und ein Drittel von Franchisepartnern geführt werden.

Langfristig soll die Anzahl der Shops auf 500 steigen, wobei sich der Anteil der Franchise-Shops auf mindestens 50 Prozent belaufen soll. Als Franchisenehmer kommen sowohl Quereinsteiger als auch Erstgründer in Frage. Branchen-Know-how ist hierbei hilfreich, jedoch keine zwingende Voraussetzung, da der Schritt in die Selbständigkeit durch umfangreiche und nachhaltige Schulungskonzepte begleitet wird. Erwartet werden hingegen Charaktereigenschaften wie Unternehmergeist, Beratungs- und Kommunikationsstärke sowie ein kaufmännisches Grundverständnis.

www.phonehouse.de



breitbandige mobile Anbindung per öffentlichem WLAN an Internet und weltweite Datennetze. Über mehrere Accesspoints steht das öffentliche WLAN-Netz im gesamten Passagierbereich der MS Sonnenkönigin zur Verfügung. Die Breitband-Verbindung zum T-Mobile Netz und dem World Wide Web erfolgt über die schiffseigene Satellitenanlage. Diese ist an die zentrale Infrastruktur von T-Mobile angebunden. Sowohl T-Mobile Kunden als auch Nicht-Kunden können das HotSpot Angebot nutzen.

www.t-mobile.de

freenet AG gewinnt „Voice Award“

Das Kundenservice-Portal der freenet AG ist von der Initiative „Voice Business“ auf der Gala der „Voice Days“

in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden mit dem „Best Practice-Award“ ausgezeichnet worden. Dieser Preis ehrt die beste deutsche Sprachapplikation im Praxistest. Bereits seit Ende 2007 setzt der Universalanbieter für Mobilfunk, Festnetz und Internet beim Customer Care die neue Sprachtechnologie ein. Im Gegensatz zu den marktüblichen Portalen müssen die Kunden des neuen Sprachportals bei freenet nicht über eine Nummer ihr Thema bestimmen, sondern werden gleich in einen direkten, sprachlichen Dialog aufgenommen. Zum fünften Mal hat die Initiative „Voice Business“ 50 sprachgesteuerte Dienste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in umfangreichen Leistungstests geprüft. 30 Systeme schafften es laut der Initiative in die letzte Runde. Die freenet AG war für drei der fünf ausgezeichneten Kategorien nominiert und setzte sich in der Hauptkategorie „Best Practice Award“ durch.

www.freenet.de

O₂ und Vodafone starten neuen Bezahldienst mpass

O₂ und Vodafone haben ihren neuen Bezahlservice mpass gestartet. Damit können ab sofort 70 Millionen Bank- und Mobilfunkkunden in Deutschland mit Handy oder PC bequem und sicher im Internet einkaufen. Durch den Einsatz des Handys sorgt mpass für zusätzliche Zahlungssicherheit. Mit an den kommerziellen Start gehen Online-Händler wie beispielsweise CinemaxX, Blume2000.de, EuroFuchs, Kickz und Beate Uhse. Das neue Bezahlsystem kann von allen Mobilfunkteilnehmern genutzt werden, die Kunde eines deutschen Anbieters sind. Damit haben nicht nur Vodafone- und O₂-Kunden den Vorteil, Online-Angebote sicher und einfach zu Hause und unterwegs zu bezahlen. mpass kombiniert das bewährte Lastschriftverfahren mit einer SMS-Zahlungsbestätigung mittels Handy. Das heißt in der Praxis:

Der Kunde kann heute ein Produkt im Internetshop oder zukünftig auch im mobilen Portal bestellen. Dazu gibt er seine Mobilfunknummer und eine selbstgewählte mpass-PIN ein. Vodafone-Kunden können auch ihr Kundenkennwort als PIN verwenden. Im Anschluss erhält der Kunde eine SMS und braucht diese nur kurz zu bestätigen, um den Betrag per Lastschrift vom Konto abbuchen zu lassen. Prepaid-Kunden, Kunden mit Firmenhandy sowie Kunden anderer Mobilfunkanbieter melden sich einmalig beim ersten Online-Zahlungsprozess oder direkt unter: www.mpass.de kostenfrei an. Durch die Zahlungsabwicklung über zwei unabhängige Kommunikationsmedien wird die Zahlungssicherheit deutlich erhöht, die Eingabe sensibler und persönlicher Daten wie einer Bankverbindung und Kreditkartennummer entfällt.

www.vodafone.de

Ausbildungsbeginn bei Epsilon Telecom

Die Epsilon Telecom aus Hof setzt auf den eigenen Nachwuchs: Für Annika Herold und Florian Hüttner hat Anfang Oktober die Ausbildung zum Kaufmann für Bürokommunikation beim bundesweit tätigen Großhandels- und Distributionsunternehmen begonnen. Ein persönliches Anliegen von Wolfgang Hüttner, Geschäftsführer der Epsilon Telecom, ist es, jungen Menschen aus der Region eine Ausbildung zu ermöglichen. Zum Start in den Berufsalltag, der sich gänzlich von den Erfahrungen der Schulzeit unterscheidet, wünschte Hüttner den Auszubildenden alles Gute und ließ sie im Team willkommen. Seit der Unternehmensgründung, vor zehn Jahren, ist es Ziel der Geschäftsführung, Arbeitsplätze in der Region zu schaffen. Mit mittlerweile gut 25 Mitarbeitern ist Epsilon Telecom das größte Tochterunternehmen der HFO Telecom AG.

www.epsilon-telecom.de

Ex-Bundesministerin wird Ombudsfrau bei Vodafone und Arcor

Die Bundestagsabgeordnete und frühere Bundesfamilienministerin Renate Schmidt wird zum 1. November Ombudsfrau bei Vodafone und Arcor. Der Schutz der Kundendaten, einwandfreie Geschäftsbeziehungen und die Einhaltung aller Vorschriften und Gesetze genießen nach eigenen Angaben der Unternehmen bei Vodafone Deutschland und der Arcor AG allerhöchste Priorität. Dieses Bewusstsein soll mit der Berufung der Vertrauensperson weiter gestärkt werden. Gleichzeitig soll sie auch Anlaufstelle für Mitarbeiter sein, wenn sie mit rechtlich oder ethisch-moralisch fragwürdigen Dingen konfrontiert werden oder sogar Verstöße gegen Gesetze oder interne Richtlinien vermuten. Mit Schmidt wird für die Mitarbeiter eine höchst integre Persönlichkeit als Vertrauensperson außerhalb der Unternehmenshierarchie ernannt.

„Der Schutz der Kundendaten, der sorgsame Umgang mit Informationen und transparente und saubere Geschäftsbeziehungen sind für unser Unternehmen der oberste Maßstab. Dafür steht der Name Vodafone und dafür stehe ich auch persönlich“, erklärte Friedrich Jousen, Vorsitzender der Geschäftsführung von Vodafone Deutschland und Vorstandsvorsitzender der Arcor AG. Es sei wichtig, dass die Mitarbeiter aktiv dabei mitwirken, dass vermuteten Regelverstößen auch nachgegangen werde. Deswegen danke er Schmidt, dass sie das Amt der Vertrauensperson bei Vodafone Deutsch-

land und Arcor übernimmt. Jousen: „Mit Schmidt haben wir eine ebenso kompetente wie integre Persönlichkeit für diese wichtige Aufgabe gewonnen.“

„Der Blick von außen auf ein Unternehmen kann sehr viel helfen. Ich möchte Vertrauen bei den Mitarbeitern schaffen, indem sie in mir eine externe Anlaufstelle finden, wenn sie ein Problem bemerken. Gerade der Datenschutz ist ein äußerst sensibles Gut für alle Menschen“, betonte Schmidt, Mitglied des Bundestages und von 2002 bis 2005 Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. „Gerne wirke ich mit, wenn bei Vodafone ein weiterer Schritt zu mehr Sicherheit und Vertrauen gegangen wird.“ Ganz wichtig sei ihr dabei der enge Kontakt zu den Mitarbeitern und den Betriebsräten bei Vodafone und Arcor. Sie plane ab dem Jahresende auch die Niederlassungen in Deutschland zu besuchen, um bei Betriebsversammlungen einen persönlichen Kontakt zu Mitarbeitern und Betriebsräten aufzubauen.

Bei Vodafone gibt es bereits weitreichenden Schutz vor Missbrauch. Spezifische Anlaufstellen für Beschwerden gab es bislang allerdings nur zur Vodafone Group. Mit der Einsetzung einer deutschen Vertrauensperson werden die Hürden für verantwortungsvolle Mitarbeiter geringer und die Wege kürzer. Damit soll noch mehr Sicherheit und Vertrauensschutz in beiden Unternehmen möglich werden.

www.vodafone.de

Wenn der Zoll plötzlich am Messestand steht Fünf Lkws voller Beweise

Mit der IFA 2008 und der photokina 2008 liegen die beiden Leitmesse für den High-Tech-Fachhandel hinter uns. Neben den vielen Unterschieden, die beispielsweise hinsichtlich der Inhalte, des Konzeptes und der Lokalitäten vorhanden sind, fiel vielen Besuchern beider Veranstaltungen ein weiterer Unterschied auf: Während die IFA-Besucher an zwei Tagen massiven Einsatz von Bundespolizisten und Zollbeamten, einige davon bewaffnet, beobachteten, fand ein Einsatz der Bundesbehörden in Köln kaum und vollkommen unauffällig statt.

Grundlage der Durchsuchungen auf der IFA 2008 waren laut Norbert Scheithauer, Pressesprecher des Zollfahndungsamtes Berlin-Brandenburg, Durchsuchungsbeschlüsse des Amtsgerichts Tiergarten, die erlassen wurden, weil „bis zum 26. August insgesamt 69 Strafanzeigen eines Patentnehmers bei der Staatsanwaltschaft Berlin ein[gegangen waren], der die Patente auf MP3-Technik besitzt“. Am 29. und 30. August durchsuchten daraufhin insgesamt 189 Zollfahnder mit Unterstützung von 27 Beamten der Bundespolizei die von den Beschlüssen erfassten Messestände. Gemäß der Einsatzplanung wurde eine Vielzahl Gruppen von sechs bis acht Beamten gebildet,

die sich von betroffenem Messestand zu Messestand fortbewegten und dadurch die Gesamteinsatzzeit erheblich reduzierten. Scheithauer: „Maßgeblich sollte der Messebetrieb nicht länger als nötig von den Maßnahmen des Zolls beeinträchtigt werden.“ Folgende Geräte wurden schließlich zu Beweis zwecken sichergestellt: 195 Geräte mit DVB-T Empfang, 60 DVB-T Receiver, 205 Geräte mit MP3-Funktion, 77 Geräte mit DVD-Wiedergabefunktion, 36 Navigationsgeräte, 33 Mobiltelefone, fünf Digitalkameras, 22 Notebooks, 70 Spindeln DVD-Rohlinge à 25–100 Stück. Das entspricht laut Scheithauer einer Menge von knapp fünf Lkw-Ladungen.



Auf der IFA 2008 fand in diesem Jahr ein massiver Einsatz von Bundesbehörden statt. Insgesamt 216 Mitarbeiter führten Durchsuchungen auf einer Vielzahl von Ständen durch. Foto: actionpress

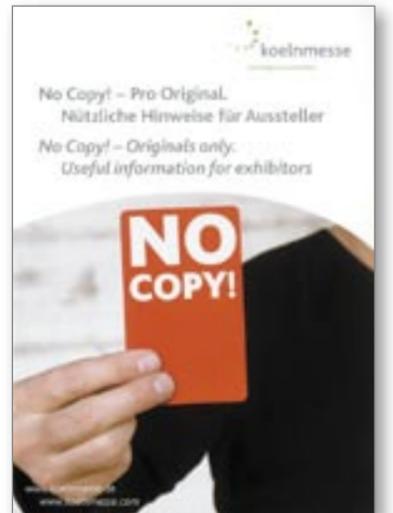
Es kann an dieser Stelle nur darüber spekuliert werden, warum auf der IFA ein derart massiver Behördeneinsatz erfolgte und auf der photokina nicht. Keinen Zweifel gibt es natürlich daran, dass der „zweitägige Zolleinsatz bei der IFA 2008 nach rechtstaatlichen Prinzipien erfolgte“, wie Scheithauer gegenüber PoS-MAIL betonte. Ob er allerdings in der durchgeführten Weise erfolgen musste, darf bezweifelt werden. Denn abgesehen davon, dass bei

dem ein oder anderen Messebesucher oder Stand-Mitarbeiter subjektiv ein mulmiges Gefühl entstand, als er bei einem ganz gewöhnlichen Messebesuch mit der Möglichkeit konfrontiert wurde, sich plötzlich mitten in einer Schießerei zu befinden (dazu dienen Waffen unter anderem), kann ein derart massiver Einsatz wie in Berlin zu einem objektiv hohen Image- und wirtschaftlichen Schaden bei den Ausstellern und den Messeveranstaltern füh-

ren – insbesondere dann, wenn sich im nachhinein herausstellt, dass der Einsatz ungerechtfertigt war.

Vor allem bei einer Ordermesse sind Aufträge, die nicht geschrieben werden, in der Regel für immer verloren, da potentielle Einkäufer, die bei Anbieter A nicht fündig werden, problemlos bei Aussteller B ordern können. Hier ergibt sich vor allem die Frage, ob die Bundesbehörden sich durch clevere Unternehmens-Strategen und zeitlich geschickt platzierte Anzeigen instrumentalisieren lieben, um lästigen Wettbewerbern Schwierigkeiten zu bereiten.

Wohlgemerkt: Die Strafverfolgungsbehörden unterliegen dem sogenannten Legalitätsprinzip, sie



Die koelnmesse hat die Aussteller im Vorfeld der photokina mit nützlichen Hinweisen zum Thema „Verletzung gewerblicher Schutzrechte“ versorgt.

Interview mit Michael T. Hofer, Pressesprecher Messe Berlin: „Eine Messe ist kein rechtsfreier Raum“

PoS-MAIL bat Michael T. Hofer, Pressesprecher und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Unternehmensgruppe Messe Berlin, um Beantwortung einiger Fragen zum Einsatz der Bundesbehörden auf der IFA.

PoS-MAIL: Wie beurteilen die Veranstalter grundsätzlich den Einsatz von Zoll und Bundespolizei auf der Messe, wenn es um Patentrechts- oder Plagiatsfragen geht?

Michael T. Hofer: Eine Messe ist kein rechtsfreier Raum, und so müssen Polizei und Zoll auch hier dem Gesetz Geltung verschaffen, wenn dazu die Notwendigkeit besteht. Im Bereich multikulturellen Miteinanders, wie etwa bei internationalen Messeveranstaltungen, ist dabei natürlich besondere Sensibilität gefragt, auch deshalb, weil staatliche Maßnahmen für Unternehmen, die irrtümlicherweise in Verdacht geraten sind, wirtschaftlich negative Folgen haben können. Eine Messe ist

zeitlich eng begrenzt, der Aussteller hat nur wenige Tage, um seine Marketingchancen zu nutzen.

PoS-MAIL: Wie beurteilen die Veranstalter speziell den diesjährigen Einsatz der Beamten in „Kampfanzügen“ und bewaffnet?



Michael T. Hofer, Pressesprecher und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Unternehmensgruppe Messe Berlin

Michael T. Hofer: Als Messeveranstalter fragt man natürlich, ob Kontrollen nicht kurz vor der Veranstaltung oder, wenn sie denn unbedingt während der Laufzeit einer Messe stattfinden müssen, nicht diskreter durchgeführt werden könnten, so dass der Veranstaltungsablauf weni-

ger beeinträchtigt wird. Wir hätten uns weniger Aufhebens gewünscht.

PoS-MAIL: Kann die Messe Berlin im Vorfeld einer Veranstaltung auf Aussteller einwirken, um derartige Auftritte der Bundesbehörden zukünftig zu vermeiden?

Michael T. Hofer: Die Messe Berlin informiert die Aussteller über wichtige Aspekte, die bei der Einfuhr von Exponaten zu beachten sind, und unterstützt sie auch bei den Messenvorbereitungen. Über die Bestimmungen des internationalen Rechts, die den Wettbewerb generell betreffen und hier auch Grenzen aufzeigen, wissen die Produzenten und Importeure allgemein schon vor der Planung ihrer Messebeteiligung sehr gut Bescheid. Eine Kontrollfunktion kann eine Messengesellschaft als Mittler zwischen Angebot und Nachfrage nicht ausüben.

PoS-MAIL: Bietet die Messe Berlin insbesondere ausländischen Ausstellern Hilfe an, um (juristisch) gegen unrechtmäßige Durchsuchungen/Beschlagnahmen vorzugehen?

Michael T. Hofer: Alle Aussteller verfügen über Rechtsanwälte, so dass sie juristische Beratung über Anwälte der Messe Berlin in dieser Hinsicht nicht benötigen. Die Rechtmäßigkeit einer Maßnahme von Zoll oder Polizei gegenüber einem Aussteller kann eventuell der Aussteller, aber nicht die Messengesellschaft gerichtlich prüfen lassen.

PoS-MAIL: Welche Reaktion empfehlen Sie Besuchern, die durch den Einsatz von Zoll/Polizei am Besuch eines Messestandes gehindert werden und dadurch möglicherweise Termine und Geschäfte verpassen?

Michael T. Hofer: Wir können hierfür nichts generell empfehlen. Zoll und Polizei müssen als staatliche Exekutiv-Organe die Einhaltung geltenden Rechts prüfen und gegebenenfalls durchsetzen. Verpasste Termine sind, wie das Im-Stau-Stehen auf den Straßen, meines Erachtens nicht einklagbar.

PoS-MAIL: Herr Hofer, vielen Dank für diese Antworten.

photokina 2008 wurde ihrem Motto „Imaging is more“



Neue

Schon die Bilanz-Zahlen der photokina 2008 machen deutlich, dass das Herz der globalen Foto- und Imaging-Branche in Köln schlägt: 1.523 Anbieter (darunter 239 Erstaussteller) zeigten vom 23. bis 28. September ihre Produkte und Dienstleistungen; 169.000 Besucher – darunter 106.000 Fachleute – aus 161 Nationen bevölkerten die Messestände.

Mehr Publikum: In diesem Jahr verzeichnete die photokina 6.000 mehr Besucher als vor zwei Jahren.

Die Internationalität, Qualität und Entscheidungskompetenz des Publikums wurden von Veranstaltern und Ausstellern gleichermaßen gelobt. Wer sich darauf einließ, den Imaging-Workflow anhand der Angebotsbereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspei-

cherung und Bildausgabe zu verfolgen, konnte feststellen, wie sehr das photokina Motto „Imaging is more“ der Wirklichkeit entspricht. Das wurde auch auf mehreren Veranstaltungen des umfangreichen Rahmenprogramms deutlich.

Aufnahme: Mehr als Pixel

Es würde zu weit führen, aus der Vielzahl neu vorgestellter Digitalkameras einzelne Produkte herauszugreifen. Der Spiegelreflex-Bereich boomt weiter; die wichtigsten Neuheiten betrafen

das mittlere und obere Marktsegment. Bei den Kompaktkameras scheint die Entwicklung immer neuer Features und



Als erste Kamera mit Wechselobjektiven, für die Gehäuse in verschiedenen Farben erhältlich sind, soll die Lumix G1 neue Zielgruppen ansprechen.

Samsung: Strategiewechsel im Kamera-Bereich



Samsung gab im Rahmen der photokina einen Strategiewechsel im Kamerageschäft bekannt. In Zukunft will das Unternehmen weniger auf Ausstattungsdetails setzen, sondern ganzheitliche Lösungen entwickeln, die den Anwender während des gesamten Fotografie-Prozesses unterstützen. Denn nach Ansicht von Sang-Jin Park, Executive Vice President der Samsung DSC Division (Bild links), steht „im Zeitalter von Konvergenz und Web 2.0 für Konsumenten nicht mehr alleine die reine Fototechnik im Vordergrund.“

Deshalb will Samsung die Bedienung der Kameras mit innovativen Technologien wie dem Smart Touch 2.0 Display einfacher machen und auch in bezug auf die Netzwerkfähigkeit der Geräte Maßstäbe setzen. Die NV100HD, zum Beispiel, ist mit Anynet+ ausgestattet, einem Standard, der herstellerübergreifend die Steuerung kompatibler HDMI-Geräte mit einer einzigen Fernbedienung ermöglicht. Über HDMI-Schnittstellen können beispielsweise Digitalfotos in voller HD-Auflösung auf entsprechende Fernsehgeräte übertragen werden.

Als Neuheit kündigte Samsung auf der photokina mit der HZ1 die weltweit erste Super-Zoom-Kamera an, die Aufnahmen im Ultra-Weitwinkelbereich ermöglicht. Umgerechnet auf das Kleinbildformat bietet das 10fach-Zoomobjektiv der HZ1 einen Brennweitenbereich von 24–240 mm. Die neue Kamera, deren Markteinführung Anfang nächsten Jahres zu erwarten ist, ist mit einem 1/2,33“ CCD-Sensor mit 10,17 Megapixeln ausgestattet. Zum Schutz vor Verwacklungen, besonders im Tele-Bereich, setzt Samsung die unternehmenseigene duale Bildstabilisation ein.



Auf der photokina zeigten sich Ricky L. Stewart, General Manager von Samsung Camera (links), und Marketing-Manager Ernst Thurnau mit dem Messeverlauf sehr zufrieden.

Automatiken an ihre Grenzen zu stoßen. Bleibt ein Wort zum neuen Micro Four Thirds Standard: Interessant ist, dass dieses Thema von den beiden Herstellern Panasonic und Olympus sehr unterschiedlich interpretiert wird. Die Lumix Erfinder rücken ihr erstes Modell, die G1, schon äußerlich nahe an die Spiegelreflexklasse; Olympus zeigte dagegen einen Prototyp, der sich auf die kompakte Bauweise einer Kamera mit Wechselobjektiven konzentriert und Reminiszenzen an das Leica Sucherkamera-Design weckt. „Imaging is more“ bedeutet bei Kameras, die aufgenommenen Bilder in Netzwerken und ganz unterschiedlichen Umgebungen verfügbar zu machen. Die HDMI-Schnittstelle öffnet zum Beispiel den Weg ins hochauflösende Fernsehen, und WLAN ermög-

„Imaging is more“ gerecht Dimensionen



Die Casio Exilim EX-FH20 kann mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von bis zu 40 Bildern pro Sekunde Dinge sichtbar machen, die das menschliche Auge ohne Hilfsmittel nicht wahrnehmen kann.

seien erlaubt, um das „Imaging is more“ bei den Kameras zu illustrieren: zum einen die Hochgeschwindigkeitsfotografie, die Anfang des Jahres mit der Casio High-speed Exilim EX-F1 mit 60 Bildern pro

Sekunde begonnen und vom selben Unternehmen auf der photokina mit der Highspeed Exilim EX-FH20 (40 Bilder pro Sekunde) für eine größere Zielgruppe fortgesetzt wurde. Diese halten nicht nur die Momente fest, die das Auge sieht, sondern machen zudem Dinge bzw. Vorgänge sichtbar, die das Auge gar nicht sehen kann.

licht das sofortige Hochladen der Fotos ins Internet – in digitale Alben, Internet-Communities und/oder andere Kommunikationsplattformen, auf denen die Bilder sozusagen in Echtzeit auch zugänglich werden und natürlich auf vielfältige Weise gedruckt werden können. Ein weiteres „Mehr“ bei den Kameras betrifft den Einzug des bewegten Bildes in die Fotografie: Die Videofunktionen werden schon bei Kompaktkameras immer raffinierter, und auch zwei Spiegelreflexmodelle können jetzt Filme aufnehmen. Dabei reichen die Anwendungen von YouTube über den Fernseher bis zum professionellen Hochzeitsvideo.

Eine zweite Neuheit klingt eher nach einem technischen Gag: Fujifilm stellte den Prototyp einer 3D-Kamera vor – das gab es auf der photokina in den letzten Jahrzehnten immer mal wieder. Aber bei Fuji bestachen die 3D-Bilder, die der Prototyp mit zwei Objektiven machte, schon auf dem Kamera-Display durch Schärfe und Brillanz. Das Gerät nimmt übrigens dreidimensionale Videos auf, und die 3D-Funktion ist abschaltbar. Das weckt die Phantasie! Im 2D-Zustand könnte eine solche Kamera mit zwei Objektiven beispielsweise gleichzeitig Videofilme aufnehmen und Fotos schießen oder simultan vom gleichen Motiv eine Tele- und eine Weitwinkelaufnahme machen.

Erwähnenswert ist auch der neue Bildsensor Super CCD EX-R, den Fujifilm auf der photokina ankündigte.

Dieser intelligente Chip entscheidet sich je nach Aufnahmesituation entweder für hohe Auflösung oder für hohe Empfindlichkeit – bei optimiertem Dynamik-Umfang. Dabei werden (und das ist neu) sämtliche Pixel maximal ausgenutzt. Wenn das



Mit zwei Objektiven nimmt die Kamera des FinePix Real 3D Systems von Fujifilm dreidimensionale Bilder in beeindruckender Qualität auf. Ob aus dem Prototyp ein marktreifes Produkt wird, ist noch offen.

Mehr sehen

Schon die „konventionellen“ Kamera-Neuheiten machen deutlich, dass die Digitalfotografie die Grenzen ihrer analogen Vorgängerin deutlich zu überschreiten beginnt. Zwei Beispiele

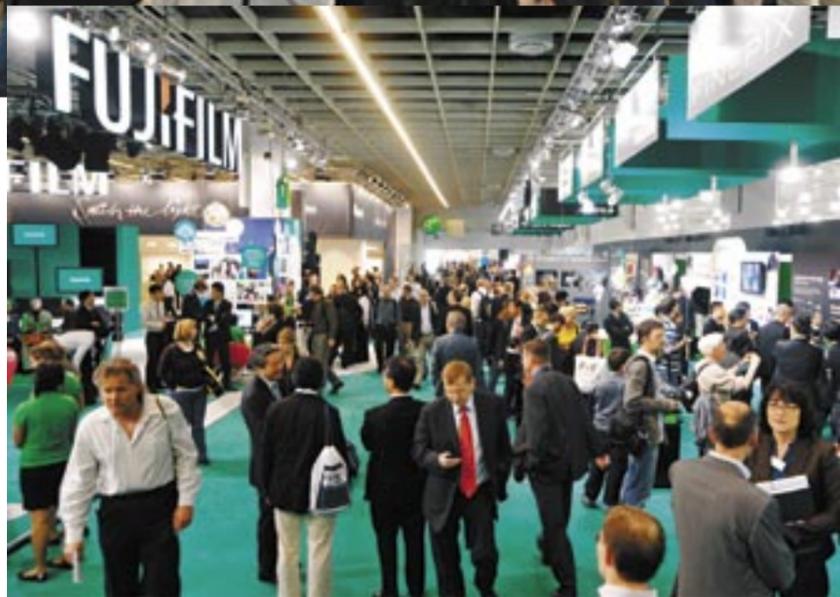


Besonders an den Ständen der großen Hersteller war es streckenweise „knüppelvoll“.

wirklich funktioniert – mit einer Kamera ist voraussichtlich im nächsten Frühjahr zu rechnen – dann wäre das die Lösung für die endlose Debatte, wie viele Pixel für ein gutes Foto wirklich sinnvoll sind.

Mehr als Fotos

Ein wichtiges Thema der photokina war die fast unüber-



photokina-Premiere für General Imaging



Für General Imaging war der erste photokina-Auftritt mit der Marke GE nach den Worten von Manfred Birrong, GE-Verkaufsleiter Deutschland, ein voller Erfolg: „Die Marke hat auf der Messe die Initialzündung für Europa erlebt. Wir wurden sehr deutlich von Kunden und anderen Marktteilnehmern wahrgenommen.“ Dies zeigte sich beispielsweise darin, dass seit der photokina täglich neue Anfragen aus allen Vertriebskanälen beim Unternehmen eintrafen. Birrong: „Wir stehen in Kontakt mit mehreren hundert Neukunden. Aufgrund der hervorragenden Akzeptanz unseres Service-Pakets, zu dem die kostenlose Hotline 0800-GePhoto und ein 48-Stunden-Austausch gehören, haben wir uns entschieden, unsere Hotline an den beiden Weihnachtsfeiertagen von 10 Uhr bis 16 Uhr zu besetzen. Das heißt für Händler und Endkunden stressfreie Feiertage. So etwas hat es meines Wissens in der gesamten Branche noch nicht gegeben.“



schaubare Fülle der Möglichkeiten zur Ausgabe der digitalen Fotos: Sie werden zum Beispiel auf digitalen Bilderrahmen, HD-Fernsehern, im Internet oder auf mobilen Geräten sichtbar und können auf vielfältige Weise gedruckt werden: als „normales“ Foto, als Kalender, als Fotobuch, als Tapete, als Leinwand, als Collage, als T-Shirt, Mauspad, Kaffeetasse usw. usw. Eigentlich kann man ein Foto auf jeden Gegenstand drucken, der nicht schnell genug wegläuft. Dabei ist das Fotobuch zur Zeit der unbestrittene Star: Die Software-Lösungen zu seiner Herstellung werden immer schneller, eleganter und einfacher. Gleichzeitig wächst die Modellvielfalt, so dass für jeden Geschmack vom Minibuch bis zum repräsentativen Bildband alles dabei ist. Neu auf der photokina: Das Fotobuch auf echtem Fotopapier – der Schweizer Geräte-Spezialist Imaging Solutions hat dafür Lösungen



Eine „neue Art des Fotografierens“ wurde am Sony-Stand demonstriert: Der „automatische Fotograf“ ist ein batteriebetriebener Kamera-Halter, auf dem sich eine Digitalkamera dreht. Dabei erkennt das Gerät mit Hilfe der Gesichtserkennung automatisch lohnende Motive und macht selbständig Bilder – keine schlechte Idee, um auf einer Party zu originellen Schnappschüssen zu kommen.

für Großlabors entwickelt, aber auch Minilab-Besitzer können mit entsprechendem Zubehör solche Produkte anbieten.

Mehr „trockene“ Minilabs

Bilddienstleistungen im Fotogeschäft waren ein großes Thema auf der photokina – insbesondere in der trockenen Variante. Dennoch muss erwähnt werden, dass Noritsu mit der neuen QSS-HD-Gerätefamilie ein beeindruckendes Qualitätsniveau mit einer Auflösung von 640 dpi auf Fotopapier realisiert hat – dabei ist auch die direkte Verarbeitung von RAW-Bilddaten möglich. Bei den „trockenen“ Systemen wetteifern zwei Technologien um die Gunst der Kunden: der Inkjet- und der Thermosublima-

tionsdruck. Auf die Tinte setzen neben HP auch Fujifilm und Noritsu mit bekanntlich sehr ähnlichen Geräten, die bereits auf der PMA zu sehen waren. Auf der photokina zeigten beide Hersteller als Prototypen auch den beidseitigen Inkjetdruck, mit dem die Produktion von Fotobüchern natürlich wesentlich vereinfacht wird.

Zahlenmäßig liegt bei den „trockenen“ Minilabs Kodak wohl mit dem im Sommer dieses Jahres eingeführten APEX System vorn; es arbeitet mit dem Thermosublimationsverfahren, auf das auch Kis und – als neuer Anbieter in Europa – DNP Photo Imaging setzen. Das letztgenannte Unternehmen ist durch die Akquisition des amerikanischen Kiosk-Spezialisten Pixel Magic in das

Segment „Foto-Dienstleistungen beim Fotohandel“ eingetreten. Unter der weltweiten Marke „Fotolusio“ will die im vorigen Jahr gegründete DNP Photo Imaging Europe mit Sitz in Paris jetzt den Fotohandel für sich gewinnen: Verschiedene Printstationen stehen zur Verfügung; das Spitzenmodell Nexlab 2000 macht bis zu 1.000 10 x 15 cm-Bilder pro Stunde.

Und noch mehr ...

Die Vielfalt digitaler Bildanwendungen wurde auf der photokina auch durch die Anwesenheit von Internet-Communities wie Foto-community.de oder locr.de und die Präsenz von Software-Unternehmen wie Microsoft deutlich. Die Kommunikation per E-Mail ist heute schon fast ein Stück Vergangenheit – das Internet ist die umfassende Plattform für die Präsentation von Bildern und für die Kommunikation mit ihnen weit über den PC und das Notebook hinaus. Technisch ist es schon heute möglich, die Bilder direkt vom Urlaubsort drahtlos in eine Community zu übertragen, sie von dort aus an Freunde, Bekannte und Verwandte zu senden, an einen Dienstleister zum Drucken zu schicken und zu Hause (oder beim Fotohändler) später nicht nur die fertigen Bilder zu finden, sondern auch einen kompletten Vorschlag für ein Fotobuch und weitere Bildprodukte. Wer will, könnte den Fotobuch-Vorschlag bereits im Urlaub auf dem Display des Fotohandys oder Notebooks begutachten.

Auf der nächsten photokina, die vom 28. September bis 3. Oktober 2010 in Köln stattfindet, ist das alles vielleicht schon völlig normal.



Fotobücher waren das Top-Thema auf der photokina – natürlich besonders bei Marktführer CeWe Color, dessen Marketingleiter Thomas Grunau hier das neue CeWe Fotobuch XXL Hardcover zeigt.

Hohe Ehrung für Photoindustrie-Verband Geschäftsführer Rainer Schmidt

Die japanische Photo Imaging Enterprises Association International (JPEA) ehrte den langjährigen Geschäftsführer des Photo-

industrie-Verbandes mit dem „Leadership Award“. JPEA Präsident Akirou Mitsui (Nissei) hob dabei vor allem die Verdienste



Schmidts für die internationale Zusammenarbeit in der Fotobranche hervor. Rainer Schmidt dankte in einer kurzen Ansprache und blickte dabei auf die langjährigen Kontakte zu den japanischen Partnerverbänden zurück.



Das wars! Die nächste photokina findet vom 28. September bis 3. Oktober 2010 in Köln statt.

Pos Aktuell

Arcor vermarktet seine Breitband-Pakete jetzt nahezu bundesweit

Arcor vermarktet seine Breitband-Pakete ab sofort nahezu bundesweit: Kunden erhalten jetzt überall alle Leistungen zu Telefon und Internet aus einer Hand und bekommen dafür nur noch eine Rechnung. „Wir sind jetzt in der gesamten Republik mit einheitlichen Komplettpaketen zu identischen Konditionen präsent. Das schafft mehr Transparenz“, erläuterte Frank Rosenberger, Vorstand Privatkunden von Arcor. Mit der Ausweitung des Angebotes will der Eschborner Festnetzanbieter für zusätzliche Dynamik im deutschen Breitbandmarkt sorgen. Mehr als 90 Prozent aller privaten Haushalte und Gewerbebetriebe können ab Oktober die DSL-Komplettpakete von Arcor bestellen.

Arcor ist der zweitgrößte Breitbandanbieter in Deutschland. Die DSL-Kundenzahl kletterte bis Ende Juni 2008 auf 2,77 Millionen. Den Marktanteil bei schnellen Internetzugängen verbesserte das Unternehmen im ersten Halbjahr auf 13,7 Prozent. „Wir wollen mindestens 20 Prozent des DSL-Marktes“, erklärt Rosenberger.

Die All-Inclusive-Pakete von Arcor gibt es mit DSL-Geschwindigkeiten von bis zu sechs sowie bis zu 16 Megabit pro Sekunde. Neben schnellem Internetzugang und Sprachanschluss enthalten die Pakete auch Monatspauschalen fürs Surfen und Telefonieren. Arcor offeriert die Komplettangebote bislang in allen Regionen, die das Unternehmen mit eigener Infrastruktur erschlossen hat. 66 Prozent der deutschen Bevölkerung in mehr als 900 Ortsnetzen erreicht Arcor derzeit auf dieser Basis. Durch die fast flächendeckende Vermarktung der Pakete spielt es jetzt keine Rolle mehr, ob ein Kunde in einem von Arcor ausgebauten Gebiet wohnt oder nicht.“

Bislang verkaufte Arcor in den nicht

erschlossenen Gebieten DSL-Anschlüsse der Telekom unter eigenem Namen weiter. Jetzt kann Arcor sowohl Telefonie als auch schnelles Internet über den DSL-Zugang anbieten. Ein gesonderter Sprachanschluss wird damit überflüssig. Möglich macht dies das neue Telekom-Vorleistungsprodukt Bitstream. Arcor greift darauf überall dort zurück, wo das Unternehmen keine eigenen Netze hat.

www.arcor.de

Geld-zurück-Aktion für die Käufer von Zuiko Digital Objektiven

Mit der aktuellen Promotion-Aktion will Olympus Fotografen, die das Four Thirds System nutzen, dazu anregen, ihre Objektivpalette auszubauen: Bis Ende Januar 2009 erhält jeder im Rahmen der Cash-Back-Aktion, der eines der ausgewählten Zuiko Digital Objektive erwirbt, einen Teil seines Geldes zurück. Je nach Objektivmodell sind dies zwischen 40 Euro und 120 Euro.

An der Aktion beteiligt sind folgende Objektive Zuiko Digital ED 7–14 mm 1:4,0 mit 90 Euro, Zuiko Digital ED 14–35 mm 1:2,0 SWD mit 110 Euro, Zuiko Digital ED 35–100 mm 1:2,0 mit 80 Euro, Zuiko Digital ED 150 mm 1:2,0 mit 120 Euro, Zuiko Digital ED 8 mm Fisheye 1:3,5 mit 50 Euro, Zuiko Digital ED 50–200 mm 1:2,8–3,5 mit 50 Euro, Zuiko Digital ED 9–18 mm 1:4,0–5,6 mit 50 Euro, Zuiko Digital ED 70–300 mm 1:4,0–5,6 mit 30 Euro, Zuiko Digital ED 18–180 mm 1:3,5–6,3 (36–360 mm) mit 40 Euro und Zuiko Digital 35 mm Makro 1:3,5 mit 30 Euro. Beim Kauf eines Zuiko Digital 2,0fach Telekonverter EC-20 erhält der Kunde 40 Euro zurück. Interessenten brauchen sich nur zu registrieren und eine Kopie des Kaufbelegs sowie den original Barcode der Box bis zum 28. Februar 2009 an Olympus zu senden. Anschließend erhalten sie das Geld per Banküberweisung zurück. Die Anmeldung erfolgt über die Website www.olympus.de/aktion, auf der alle Bedingungen und weitere Informationen über die Cash-Back-Aktion abzurufen sind.

www.olympus.de

Canon entwickelt neues flexibles Vertragsmodell für Canon Drucksysteme

Beim Einsatz von Drucksystemen wird Flexibilität für die Unternehmen immer wichtiger. Canon hat daher FlexibleFLOW entwickelt, ein spezielles Vertragsmodell, das auch nach Abschluss noch Raum für Entscheidungen lässt. FlexibleFLOW bietet eine Austauschoption, mit der Kunden zeitnah von Innovationszyklen profitieren können. FlexibleFLOW sieht keine Mindestabnahmemengen für Drucke, Kopien, Faxe und Scans vor – Kunden zahlen nur das, was sie tatsächlich verbrauchen.

Das Modell bietet damit eine klare und eindeutige Mietrate und eine effektive Seitenabrechnung. Mit der für Vertragskunden kostenlosen Software CounterReader mit StatusControl kann nicht nur schnell und einfach das jeweilige Volumen der Drucker und Kopierer angezeigt, sondern auch der aktuelle Status der Systeme abgerufen werden.

Grundlage des Vertragsmodells ist die eingehende Analyse der bestehenden Infrastruktur. Dazu untersuchen die Canon Experten die Zusammensetzung der vorhandenen Drucksysteme, das Nutzungsverhalten und den dadurch entstehenden Bedarf an Papier oder Toner. Auf Basis dieser Analyse erstellt Canon ein Optimierungskonzept mit Vorschlägen für verbesserte Arbeitsprozesse und eine Stellplatzoptimierung. FlexibleFLOW bietet Kunden die Möglichkeit, im zweiten und dritten Verkaufsjahr 25 Prozent ihrer Vertragssysteme auszutauschen. So können Unternehmen innerhalb von drei Jahren die Hälfte der Vertragssysteme aktualisieren.

Wer sich für den optionalen Austausch entscheidet, kann wiederum zwischen verschiedenen Varianten wählen: Bei Option A bleibt die Mietrate unverändert, dafür verlängert sich die Vertragslaufzeit anteilig. Diese Option bietet sich für Kunden an, die monatlich fix budgetierte Mieten wünschen. Wer dagegen eine festgelegte Vertragslaufzeit vorzieht,

Rollei X-8 Sports Promotion auf Sylt

RCP-Technik hat auf Sylt gemeinsam mit dem Fotohändler Traumfoto Imaging Promotionstage für die Rolle X-8 Sports durchgeführt. Während des renommierten Surf-Worldcups informierten Rolle Promotoren an drei Tagen über die Vorteile der wasserdichten Sportkamera und unterstützten den Händler beim Abverkauf. Traumfoto-Inhaber Jörg Brüggemann zeigte sich begeistert: „Durch die Aktion konnten wir unseren Umsatz mit der Rolle X-8 Sports deutlich steigern. Zudem erhielten wir auf das Kameragewinnspiel eine großartige Resonanz.“ Rund um den



POS stellte RCP-Technik die passende Dekoration zum Thema Outdoor und Sport zur Verfügung und versorgte den Händler mit Produktbroschüren. Das Gewinnspiel wurde darüber hinaus in Lokalzeitungen mit Anzeigen und PR beworben. Wie bereits an zahlreichen anderen Orten umgesetzt, bietet RCP-Technik grundsätzlich allen Fotohändlern verkaufsfördernde Maßnahmen im Rahmen von Promotionen an. Dabei unterstützt RCP-Technik seine Handelspartner mit individuell gestaltbaren PoS-Materialien, um das Rolle Kamera-Sortiment wirkungsvoll zu inszenieren. Zudem erhalten die Fachhändler Schulungen durch Außendienstmitarbeiter und werden über alle verkaufsfördernden Aktionen durch den Innendienst zeitnah informiert. RCP-Technik will sein Angebot an Promotionsaktionen im kommenden Jahr weiter ausbauen.

www.rcp-technik.de

kann Option B wählen: Hier bleibt die Vertragslaufzeit unverändert, dafür erhöht sich die Mietrate. Option C schließlich bietet als Kombination aus den beiden ersten Varianten den Kunden die volle Wahlfreiheit über die gewünschte Vertragsflexibilität.

www.canon.de

Epson weitet sein Recycling-Programm auf das Großformat aus

Epson geht einen weiteren Schritt auf dem Weg seiner „Umweltvision 2050“: Im Rahmen seines Recycling-

Programms „Collect & Recycle“ können ab sofort auch alle gebrauchten Cartridges der Epson Large Format Drucker (ab Stylus Pro 3800) in den Wiederverwertungszyklus eingebracht werden. Für Anwender entstehen durch die Initiative keine Zusatzkosten. Unternehmen, die mit den Epson Large Format Systemen arbeiten, erhalten die Behälter nach Anmeldung auf www.epson-europe.com/environment/collectandrecycle kostenlos zugeschickt. Die Recyclingbox wird ebenfalls gebührenfrei abgeholt, sobald der Kunde dies wünscht.

Im Februar 2006 startete Epson den ersten Wiederverwertungsservice für leere Tonerkartuschen. Jetzt erfolgt der Ausbau dieses Programms für alle LFP-Modelle des Hauses. Insbesondere Druckdienstleister, Kunden aus dem industriellen Sektor und Unternehmen mit einem hohen Tintenumsatz können über die gebührenfreie Rückgabe leerer Cartridges einen Beitrag zur Reduzierung des Abfallvolumens leisten.

Sammelpunkt für das europaweit geltende System ist Luxemburg. Ist dort ein bestimmtes Quantum leerer Patronen erreicht, erfolgt das Recycling bei Sims Group Ltd. in den Niederlanden, eines der international führenden Unternehmen zur Rohstoffwiederverwertung. So garantiert Epson eine umweltverträgliche und dennoch effiziente Rückführung aller gesammelten Kartuschen in den Wertstoffzyklus. Dabei werden sämtliche Bestandteile wieder verwertet: Sowohl die Plastik-Komponenten als auch Metallteile werden für eine erneute Verwendung in industriellen Anwendungen und Konstruktionen aufbereitet.

www.epson.de

Seit 30 Jahren gibt es eine Niederlassung von Mitsubishi Electric in Deutschland

Die deutsche Niederlassung der Mitsubishi Electric Europe B.V. feiert in diesem Jahr ihr 30jähriges Bestehen. „Das Unternehmen ist seit ihrer Gründung ein essentieller Bestandteil des Europageschäftes von Mitsubishi Electric. Die großartigen Leistungen und den konstanten Erfolg verdanken wir unseren engagierten Mitarbeitern ebenso wie unseren Geschäftspartnern und Kunden“, erklärte Noriaki Himi, Präsident der deutschen Niederlassung.

Das Unternehmen hat seinen Sitz seit 1978 in Ratingen. Von dort aus entwickelt und vertreibt es elektrische und elektronische Produkte ihrer Muttergesellschaft, der Mitsubishi Electric Corporation mit Sitz in Tokio. Die derzeit zirka 500 Mitarbeiter, die aus insgesamt 26 Nationen stammen, sind zudem für Kundendienst und Service rund um die Produkte verantwortlich. Je nach Geschäftsbereich decken die Exportaktivitäten der Niederlassung weite Teile des west- und osteuropäischen Marktes sowie Russland und Südafrika ab.

„Um den Ansprüchen gerecht zu werden, benötigt man einen ausgezeichneten Standort. Diesen haben wir mit Ratingen gefunden“, so Himi. „Die direkte Nähe zum Düsseldorfer Flughafen und zum Autobahnnetz bieten viele logistische Vorteile für eine international ausgerichtete Vertriebsgesellschaft.“ Der Standort stelle somit eine optimale Basis für die neun Geschäftsbereiche dar, die inzwischen in Deutschland ansässig sind. Dazu gehören Air Conditioning, Automotive, Electronic Visual Systems, Industrial Automation, Mechatronics CNC, Mechatronics EDM, Photovoltaik, Semi



Der Firmensitz der deutschen Mitsubishi Niederlassung in Ratingen.

conductor sowie das EMC-Competence Center, ein akkreditiertes Prüflabor.

1996 wurde die deutsche Niederlassung als GmbH Teil der Mitsubishi Electric Europe B.V. (niederländische Rechtsform), einer 100prozentigen Tochter der Mitsubishi Electric Corporation. Sie hat das gesamte europäische Vertriebs- und Marketinggeschäft für Mitsubishi Electric übernommen. Im Zuge dessen wurde die deutsche Niederlassung in Ratingen zur Durchführung der deutschen Vertriebs- und Marketingaktivitäten gegründet. Inzwischen gibt es neben der deutschen Niederlassung neun weitere europäische

IT



CyberLink PowerDVD und PowerCinema für Linux

CyberLink Corp., der führende Spezialist von Video- und Multimedia Software für Digital Lifestyle, stellt mit CyberLink PowerDVD Linux und PowerCinema Linux neue High-Definition Media Solutions für Netbooks und Nettops unter Linux vor. Damit können auch Anwender von PCs mit Linux Betriebssystem High Definition Medieninhalte genießen. „CyberLink PowerDVD Linux“ ist eine kompakte Videowiedergabe-Software, die auf dem preisgekrönten HD-Player PowerDVD von CyberLink basiert. Die Anwendung unterstützt die Wiedergabe von DVDs mit Menü-Navigation und Untertiteln und verfügt über praktische Vor- und Zurückspul-Features. Für bestes Video- und Audiovergnügen auf Linux-PCs enthält PowerDVD Linux unter anderem CyberLink TrueTheaterT Lighting, um die Videobelichtung automatisch auszuglei-

chen, CyberLink TrueTheaterT Surround und Dolby Audiotechnologien für exzellente Audioqualität. „CyberLink PowerCinema Linux“ ist ein vielseitiger Medienplayer für das Linux Betriebssystem. Über seine animierte Benutzeroberfläche lassen sich DVD- und Videowiedergabe, Musikwiedergabe von portablen Musikplayern und externen Plugin-Geräten, Fotoretuschierung und die Darstellung von Diashows auswählen. PowerCinema Linux unterstützt neben ASF, WMV, MPEG-1, MPEG-2, DAT und AVI zahlreiche weitere Videoformate. „Basierend auf unseren innovativen Video- und Audio-technologien bietet CyberLink Herstellern von Netbook- und Nettop-PCs mehr Möglichkeiten für attraktive Bundles. Jetzt können auch kostengünstige Linux-Computer mit Anwendungen für digitale Medien wie PowerDVD Linux bis hin zu universellen Entertainment-Centern wie PowerCinema Linux ausgestattet werden“, erklärt Alice H. Chang, CEO von CyberLink. „Mittels unserer speziellen

Produktlinie an digitalen Lösungen für Linux können Anwender die Mobilität und Flexibilität ihrer Netbooks und Nettops voll nutzen, ohne auf nahtlos integrierte, digitale Unterhaltung verzichten zu müssen.“ CyberLink PowerDVD Linux und PowerCinema Linux für Netbooks und Nettops sind ab sofort weltweit für OEM-Kunden erhältlich.

Nikon bringt Head Set mit Mini-LCD und WLAN

Für Video-Streaming und Websurfen bringt Nikon zwei Headsets mit Monitor auf den Markt, mit denen auf Flashspeichern gespeicherte oder per WLAN übertragene Audio- und Video-Streams abgespielt werden können. Die ersten Modelle mit den Modellbezeichnungen Media Port UP300x und UP300 will Nikon vorerst nur in Japan auf den Markt bringen. Im Vergleich zum Basis-Modell



UP300 ist die Modell-Variante UP300x zusätzlich mit einem Sensor zur Erfassung von Kopfbewegungen ausgestattet, wodurch die Steuerung von Funktionen ohne Benutzung der Hände ermöglicht werden soll. Das UP300x ist mit 4 GByte ausgestattet. Das UP300x ist mit 8 GB Flash-Speicher bestückt, auf denen sich 160 Minuten MPEG-2- oder bis zu 500 Minuten WMV9-Videos speichern lassen. Neben den beiden genannten Video-Codern unterstützen die Headsets auch MPEG-1 Videos, Bilder im JPG-Format und MP3, AAC, WMA9 Audio-Formate. Beide Sets sind mit einem Web-Browser ausgestattet, mit dem sich HTML4-, JavaScript-, CSS-

und Adobe Flash Internet-Inhalte betrachten lassen. Der LCD Bildschirm stellt Inhalte mit VGA-Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten und mit 24 Bit Farben dar. Durch den geringen Abstand zum Auge und eine optische Linse erhält der Betrachter einen Bildeindruck wie bei einem in 3 Meter Entfernung positionierten 50-Zoll-Bildschirm. Das in die Head Sets integrierte WLAN-Modul unterstützt die Standards IEEE 802.11 b/g. Eine Akkuladung soll für das Abspielen von zwei Stunden Video-Programm oder fünf Stunden Audio-Inhalte ausreichen. Das Gewicht eines Headsets beträgt inklusive der Batterien 385 Gramm. Zum Lieferumfang gehören ein wiederaufladbarer Akku und ein USB-Kabel. Das UP300x ist in Japan zum Verkaufspreis von 677,- US-Dollar, das UP300 für etwas weniger als 600,- US-Dollar zu haben. Ein Verfügbarkeitstermin für Europa steht noch nicht fest.

Smart Lightning Daten-Netzwerke

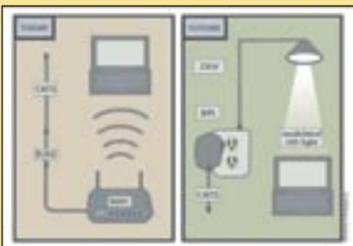
Wird WLAN durch Netzwerke mit LED-Lampen abgelöst?

Auf Funkwellen basierende Datenübertragungs-Netzwerke könnten in nicht allzu ferner Zukunft durch eine neuartige Vernetzungs-Technologie ersetzt werden, bei der die Daten zwischen den Netzwerk-Geräten durch Lichtstrahlen von Beleuchtungslampen mit LEDs als Lichtquelle übertragen werden. An der Entwicklung einer derartigen Technologie arbeitet schon seit einiger Zeit ein Forschungsteam der US-amerikanischen Boston University. In dem eigens für dieses Projekt gegründeten „Smart Lightning Center“ der Universität werden bereits Daten-Netzwerke auf der Basis von LED-Beleuchtungsquellen zu Forschungszwecken betrieben, um die Technologie bis zur Serienreife weiterzuentwickeln. Zur Zeit werden Daten per LED-Leuchten mit Übertragungsgeschwindigkeiten bis zu 10 Megabit pro Sekunde übertragen. Das ist deutlich langsamer als die Übertragungsraten aktueller WLAN-Standards. Das Forschungsprojekt ist jedoch auf die Dauer von mindestens zehn Jahren ausgelegt. Weil sich die technologische Entwicklung von LED-basierten Beleuchtungsquellen zur Zeit ebenfalls in der

Anfangsphase befindet, ist es sehr wahrscheinlich, dass die gleichzeitig betriebene Entwicklung von zwei auf LEDs (Light Emmission Diodes) basierenden Technologien zu synergetischen Effekten führen wird. Am Ende der Entwicklung könnten LED-Lampen und LED-Lichtquellen stehen, die gleichermaßen optimal zu Beleuchtungszwecken wie zur Weiterleitung von Datenströmen geeignet sind.

Datenübertragung mittels Lichtwellen ist schon Alltagstechnik

Die Grundlagen der Übertragung von Datenströmen mit Lichtwellen sind bereits seit längerem erforscht und werden alltäglich in zahlreichen unterschiedlichen Anwendungsbereichen und Produkten genutzt: In Lichtwellen umgesetzte Datenströme durchqueren per Glasfaser-Kabel die Weltmeere und verbinden Länder und Kontinente zum World Wide Web des Internets. Glasfaser-Kabel (Lichtwellen-Leiter) sind in zahlreichen Regionen und Städten als Telefonkabel verlegt und übertragen die Telefonate mittels Lichtwellen zwischen den Teilnehmern. Lichtwellenleiter (LWL) werden auch in Ethernet Netzwerken eingesetzt, vor allem zur Verbindung von Gebäuden und zur



Unerwünschter Funk-Smog wird vermieden. Es treten keine Interferenzen oder Störungen zwischen benachbarten Funknetzwerken auf.

Vermeidung von Potential-Ausgleichsströmen. Die 1983 von Toshiba entwickelte Verbindungstechnik TOSLINK mit Lichtwellenleitern (TOSHIBA-LINK) und optischer Signalübertragung bis zu 20 Mb/s wird in der Audiotechnik und im Consumerbereich zur Übertragung digitaler Audio-Signale eingesetzt. HDMI-Verbindungen mit mehr als 10 Meter Länge werden häufig mittels Signalkonvertern und Lichtwellenleitern überbrückt. Für die Vernetzung mit Smart Lightning Technologie müssen deshalb nur noch die optimalen LED-Lampen und Lichtsensoren sowie die erforderlichen Netzwerkprotokolle entwickelt werden.

LED-Leuchten & Smart Lightning Netzwerke sind GREEN-Technologie

Die Verbindung von LED-Leuchten zu Beleuchtungszwecken mit Smart Lightning Netzwerken ist zukunftsweisende GREEN-Technologie, die schon allein wegen ihres gewaltigen Potentials zur Einsparung von Energie eine Zukunft hat. Dass unsere Gesellschaften im Zeitalter der globalen Erwärmung und hohen Energiepreise neue, effektivere und sparsamere künstliche Lichtquellen brauchen, ist ebenso unbestritten, wie die Tatsache, dass die zukünftigen Beleuchtungskörper auf LED-Technik basieren werden. LEDs

erzeugen wesentlich mehr Licht und dementsprechend weniger Wärme beim Durchfluss von elektrischem Strom als bisher gebräuchliche künstliche Lichtquellen. Der Wirkungsgrad von Glühlampen liegt bei 5 Prozent, der von Leuchtstofflampen bei 15-30 Prozent, und mit LEDs werden Wirkungsgrade zwischen 30 bis 70 Prozent erreicht. Gelingt es außerdem, die zahlreichen, im Informationszeitalter unverzichtbaren Netzwerkverbindungen zwischen IT-Geräten in Unternehmen, kleinen Büros und zwischen Computern und UE-Geräten in Heimnetzwerken mit dem Licht der neuen, energieeffektiven Lampen herzustellen, ist das Einsparungspotential gewaltig und klimawirksam wie volkswirtschaftlich von höchster Bedeutung.

„Smart Lightning“ – die einleuchtende Netzwerk-Technologie

LEDs reagieren nahezu ohne jede zeitliche Verzögerung auf Veränderung der angelegten elektrischen Spannung und den daraus resultierenden Stromdurchfluss. In der Optoelektronik werden LEDs mit Modulationsfrequenzen bis zu 100 MHz betrieben. Das bedeutet, dass LEDs 100 Millionen Mal pro Sekunde zwischen dem Zustand „Dunkel“ und „Hell“ wechseln können. Das menschliche Auge registriert Lichtmodulations-Frequenzen oberhalb von 200 Hz nicht mehr und nimmt sie nur als Dauerlicht wahr. Deshalb lassen sich Daten mittels LED-Lichtquellen ohne Beeinträchtigung der Beleuchtungsfunktion übertragen. Weil sich Strom-Impulse in elektrischen Leitern (Kabeln) mit Lichtgeschwindigkeit fortpflanzen (300.000 km/s), werden die per Stromnetz übertragenen Daten von allen LED-Lichtquellen im Raum zeitgleich und ohne Phasenverschiebung abgestrahlt. Die Netzwerk-Datenströme werden, ähnlich wie bei der Verwendung von Powerline

Adaptern, über das lokale Stromnetz übertragen. Unerwünschter Funk-Smog wird vermieden. Es kommt nicht zu Interferenzen oder Störungen zwischen benachbarten Funknetzwerken, die eine Verminderung der Übertragungsgeschwindigkeit zur Folge haben. Wände werden von „Smart Lightning“ nicht durchdrungen. Deshalb sind Netzwerk-Signale in benachbarten Räumen nicht „abhörbar“, könnten aber mit geeigneter Technik von außen durch die Fenster „abgesehen“ werden. Auch sonst bleiben nach der Lektüre der bisher vom Smart Lightning Center der Boston University veröffentlichten Details noch einige wichtige Fragen offen, so z. B. die Erklärung über die Technologie für den Rück-Kanal, über den die einzelnen Netzwerk-Clients mit dem Netzwerk kommunizieren. Denn ohne bidirektionale Datenübertragung funktioniert ein modernes Netzwerk nun mal nicht. Das Grundprinzip von „Smart Lightning“ ist auf jeden Fall faszinierend und ausbaufähig.



Smart Lightning ist auch für Car-to-Car Communication (Car2Car oder C2C) oder Vehicle-to-Vehicle (V2V) Vernetzung einsetzbar.

Es läßt sich auf viele Bereiche übertragen, so zum Beispiel auf die in letzter Zeit häufig diskutierte Car-to-Car Communication (Car2Car oder C2C), auch Vehicle-to-Vehicle (V2V) genannt. Gemeint ist der Austausch von Informationen und Daten zwischen den im Verkehr befindlichen Kraftfahrzeugen, um frühzeitig kritische oder gefährliche Situationen zu melden, die Sicherheit im Verkehr zu erhöhen und den Verkehrsfluss zu optimieren. <http://smartlighting.bu.edu/> - Smart Lightning Center der Boston University



In Smart Lightning Daten-Netzwerken erfolgt die Datenübertragung zwischen den verschiedenen Netzwerk-Geräten über das von LED-basierten Beleuchtungskörpern ausgestrahlte Licht.

Ultraleicht und hochwertig

Das Samsung NC10 Netbook überzeugt mit Design und Ausstattung

Mit dem NC10 steigt jetzt der koreanische Elektronikkonzern und Notebook-Hersteller Samsung in den Markt der Netbooks ein und präsentiert zu einem in jeder Hinsicht konkurrenzfähigen Preis ein ausgewogen konzipiertes Produkt, das mit hochwertiger Verarbeitung und leistungsstarker Ausstattung überzeugt und mit exklusivem Design und angenehmer Haptik die Sinne anspricht. Aufgrund seines günstigen Preises ist das 10,2-Zoll Netbook NC10 ideal für Einsteiger geeignet und als mobiles Zweitgerät eine sinnvolle Ergänzung für bereits erfahrene Nutzer.

Günstiger Preis, hochwertige Verarbeitung, leistungsstarke Ausstattung

Mit dieser Feststellung ist das neue NC10 Netbook von Samsung aussagekräftig und absolut zutreffend beschrieben. Man hat sich bei Samsung die Zeit genommen, den sich innerhalb weniger als Jahresfrist explosiv entwickelnden Netbook-Markt zu beobachten und zu analysieren, bevor man ein eigenes Produkt präsentierte. Bei der Entwicklung des NC10 wurden die breitgefächerten Bedürfnisse der mobilen Anwender-Generation umfassend berücksichtigt, damit

das neue Netbook für alle mobilen Einsatzbereiche bestmöglich gerüstet ist. Obwohl das NC10 mit 1,33 Kilogramm Gewicht in der 10,2-Zoll-Klasse eines der leichtesten Netbooks auf dem Markt ist, verfügt es über ein hochwertiges WSVGA LED-Backlight Non-Gloss Display mit 1.024 x 600 Bildpunkten und SuperBright-Technologie und ist mit einer ergonomischen Tastatur mit normaler Notebook-Tastengröße ausgestattet, die das Arbeiten und Schreiben mit dem Samsung NC10 im Vergleich zu anderen Netbooks mit kleinen Tastaturen vereinfacht und regelrecht zur Freude macht.

Hohe Leistung, geringer Formfaktor, niedriger Energieverbrauch

Trotz seiner kompakten Abmessungen und des geringen Gewichts ist das NC10 ein ausgesprochenes Kraftpaket: Sein Intel Atom Prozessor wurde speziell für Geräte mit geringem Formfaktor und niedrigem Energieverbrauch entwickelt. Deshalb kann der Anwender eines Samsung NC10 das Internet unterwegs ohne jede Leistungseinschränkungen oder Funktionseinbußen nutzen, genau so, wie er es von größeren, herkömmlichen PCs gewohnt ist. „Wir haben den Netbook-Markt eine ganze Weile beobachtet, um zu sehen, wie man den Nutzwert dieser Produktklasse noch verbessern kann. Mit Hilfe unseres Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks haben wir gelernt, was



Trotz seiner kompakten Abmessungen und des geringen Gewichts ist das NC10 ein ausgesprochenes Kraftpaket.

die Kunden an den Netbooks noch stören könnte, sei es eine zu kleine Tastatur oder eine zu geringe Akkulaufzeit“, erläutert Keith Wrampling, Product Marketing Manager, Samsung Notebooks, Deutschland. „Vor diesem Hintergrund haben wir dann ein Gerät entwickelt, von dem wir sicher sind, dass es die Anforderungen der Anwender optimal erfüllt“, ergänzt Wrampling. Das NC10 ist mit Microsoft Windows XP Home als Betriebssystem ausgestattet. Dadurch findet der Anwender auf dem NC10 Netbook eine ihm zumeist vertraute Arbeitsumgebung vor und braucht sich auch bei der mobilen Rechner-Nutzung nicht erst neu zu orientieren. Das mit Festplattenkapazitäten zwischen 80 und 160 GB angebotene Samsung Netbook NC10 wird zunächst in klarem Weiß erhältlich sein.

Kommunikationsfreudiger Langläufer

Ein Sechs-Zellen-Akku mit einer netzunabhängigen Laufzeit von bis zu acht Stunden und ein besonders widerstandsfähiges Protect-o-Edge-Gehäuse, das den Belastungen des Alltags problemlos standhalten kann, machen das NC10 Samsung Netbook zu einem idealen Begleiter bei der mobilen Arbeit und Internet-Nutzung. Für schnelle und problemlose Verbindungen ins World Wide Web sorgen Atheros Super G 802.11b.g Wireless WLAN-Funktionalität, 10/100 Ethernet LAN-Anschluss und die optional verfügbare Bluetooth

2.0+EDR Schnittstelle. Darüber hinaus ist das NC10 mit einer integrierten Digitalkamera und Mikrofon für Videokonferenzen, Video-Chats oder Live Messaging bestens ausgestattet. An weiteren Anschlüssen und Verbindungsmöglichkeiten stehen ein 3-in-1-Kartenleser, eine VGA-Schnittstelle und drei USB-Ports zur Verfügung.

Ein weiteres Highlight: die SilverNano-Tastatur

Ein weiteres Highlight in der eindrucksvollen Bestandsaufnahme der Ausstattungsmerkmale des NC10 Netbooks ist seine antibakterielle SilverNano-Tastatur. Die Oberflächen der Tasten und der Tastenumrahmung sind mit Nano-Silberionen beschichtet, die 99 Prozent aller auf die Tastatur-Oberfläche gelangenden Bakterien innerhalb von 24 Stunden abtöten. Dieses bewährte, auch in der Medizin angewandte Verfahren sorgt für eine jederzeit und unter allen Einsatzbedingungen hygienische Benutzeroberfläche.

Verkaufspreis und Verfügbarkeit

Das neue Samsung NC10 Netbook ist ab Ende Oktober im Handel erhältlich. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis für die Modellausführung mit einer 160 Gigabyte fassenden Festplatte (und ohne Bluetooth 2.0+EDR) beträgt 399,- Euro. Samsung leistet für das NC10 eine Garantie mit 24 Monaten Vor-Ort-Abholservice. Optional werden Serviceerweiterungen für weitere ein oder zwei Jahre Vor-Ort-Abholservice angeboten.

Mit 1,33 Kilogramm ist das NC10 eines der leichtesten Netbooks in der 10,5“-Klasse und verfügt trotzdem über ein hochwertiges WSVGA LED-Backlight Non-Gloss Display mit 1.024 x 600 Bildpunkten.

Ausstattungsmerkmale des Samsung NC10 Netbooks

Der Produktname des neuen Samsung Netbooks ist „NC10-@nyNet N270W“, seine Artikelnummer NP-NC10-KA01DE/EAN 8808993011599. Als Bildschirm kommt ein 10,2“ WSVGA SuperBright Matt, LED-Backlight Display zum Einsatz. Als Betriebssystem ist ein OEM Original Windows XP Home installiert. Das NC10 arbeitet mit einem Intel Atom Prozessor N270 FSB 1,60 GHz, 512 KB Cache, 533 MHz FSB und dem Chipsatz Intel® 945GSE + ICH7M. Als Arbeitsspeicher kommen 1 GB DDR2 667 MHz (max. 2 GB) in 1x SODIMM Slot zum Einsatz. Die S-ATA (5.400 Umdrehungen pro Minute) Festplatte bietet 160 GB Speicherplatz. Für die Grafik ist eine Grafikkarte Intel GMA 950 mit max. 384 MB Shared-Memory zuständig. Die Audiolösung besteht aus Intel HD Audio Codec und zwei innovativen Display Lautsprechern. Ein 3-in-1-Kartenleser für SD / SDHC / MMC ist integriert. Für den Anschluss externer Displays steht ein VGA-Ausgang zur Verfügung. Der 6-Zellen-Li-Ion Hochleistungsakku 5.200 mAh ist im Lieferumfang enthalten. Die Abmessungen betragen 261 x 185,5 x 30,3 mm, das Gewicht 1.330 g (mit 6-Zellen-Akku). Die Farbe des NC10 ist „Saphirweiß“.



Die Oberfläche der normalgroßen Tastatur ist mit Nano-Silberionen beschichtet, die 99 Prozent der Bakterien innerhalb von 24 Stunden abtöten.

IT



16 GB SanDisk microSDHC und M2 für Mobiltelefone und portable Geräte

SanDisk Corporation, der weltweit führende Anbieter von Flashspeicherprodukten, hat neue microSDHC und Memory Stick Micro (M2) Speicherkarten mit Speicherkapazitäten bis zu 16 Gigabyte auf den Markt gebracht: Die winzigen Karten bieten die weltweit höchste verfügbare Speicherkapazität für Mobiltelefone und sind bereits in den USA, Europa und Asien erhältlich. Mit dem Wer-



be-Slogan „Wake Up Your Phone“ ruff SanDisk Anwender dazu auf, mit den nur fingernagelgroßen 16 GB Karten die zahlreichen interessanten, aber zugleich speicherintensiven Möglichkeiten moderner Mobiltelefone zu nutzen, sie sozusagen „wachzurütteln“. Für die Wiedergabe von Musik- und Video-Titeln, hochauflösenden Digitalkamera-Aufnahmen, Spielen und GPS-Anwendungen ist jetzt endlich ausreichend Speicherkapazität vorhanden. Die 16 GB microSDHC-Karte lässt sich in Mobiltelefonen einsetzen, ist aber auch in anderen mobilen Geräten wie Videokameras, GPS-Empfängern oder MP3-Playern mit microSDHC-Kartenslot zu verwenden, wie z. B. dem Sansa-Player von SanDisk. „Mobiltelefone sind heute mehr als nur Telefone, sie sind zu mobilen Jukeboxen, Büros und sogar beweglichen Kinos geworden“, erläutert Avi Greengart, Forschungsleiter für Mobilgeräte bei Current Analysis. „Flashspeicherkarten bieten mittlerweile mehr Speicherkapazität. Selbst eine 8 GB Speicherkarte kann für Anwender mit GPS-Kartendaten, Filmen, Spielen, Präsentationen und anderen Anwendungen bereits zu klein sein. Es besteht deshalb ein akuter Bedarf an höherer mobiler Speicherkapazität. 16 GB Speicherplatz geben den Kunden die Möglichkeit, ihren digitalen Content jederzeit mitzuführen und trotzdem auf ihrem Handy noch Platz für weitere Anwendungen zu haben.“ Die aktuellen microSDHC-Karten mit Speicherkapazitäten von 4 GB, 8 GB und ab jetzt 16 GB, sind optimal für die neuesten Mobiltelefone geeignet, die meistens zu speicherstarken Karten kompatibel sind. Der Memory Stick Micro (M2) wurde für die neue Mobiltelefon-Generation von Sony Ericsson entwickelt, die zu Speicherkapazitäten von 2 GB, 4 GB, 8 GB und 16 GB kompatibel ist. Der UVP für die 16 GB microSDHC beträgt 55,- Euro und 75,- Euro für die 16 GB M2. microSD-Karten sind für die Benutzung in älteren Mobiltelefonen mit Kartensteckplatz ausgelegt und verfügen über eine maximale Speicherkapazität von 2 GB. Für mobile 16 GB Speicherkarten von SanDisk werden 5 Jahre Garantie gewährt. Für Design-affine Anwender wird eine exklusive Ducati-Serie angeboten, die

auch einen originell gestylten Cardreader einschließt. www.sandisk.de

NEC MultiSync E221W: Erstes LCD-Display der Enterprise Standard-Serie

NEC Display Solutions erweitert sein Produktportfolio um ein 22-Zoll Widescreen LCD und führt mit dem MultiSync E221W das erste Modell der neuen NEC MultiSync Enterprise Standard-Serie am Markt ein. Die neuen Displays sind perfekt auf die Anforderungen im Bereich Home Office und SMB zugeschnitten. Der NEC MultiSync E221W kann auch als ideales Wide Format Einstiegsmodell im Corporate-Umfeld eingesetzt werden. Das mit einem hochwertigen TN-Panel ausgestattete Modell erfüllt höchste ergonomische Ansprüche, bietet ungewöhnlich weite Betrachtungswinkel und ist mit einer DVI-D Schnittstelle mit HDCP zur Wiedergabe von hochauflösendem Video-Programm-Material ausgestattet. Der E221W trägt das EPEAT Silber Label, das unter anderem den Einsatz umweltfreundlicher Materialien garantiert, besitzt einen integrierten Carbon Footprint Zähler für alle während seiner Gesamtlaufzeit eingesparten CO₂ Emissionen und bietet zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis eine umfangreiche Grundausstattung mit zahlreichen Features für klassische Office-Applikationen und Internetanwendungen. Das hochwertige TN-Panel in Wide Format bietet sRGB-Unterstützung und ermöglicht horizontal wie vertikal maximale Betrachtungswinkel bis zu 176 Grad. Die Reaktionszeit beträgt 5 ms, das Kontrastverhältnis 1.000:1 und der Helligkeitswert 250 cd/m². Das LCD-Display bietet zudem brillante, lebendige Farben. Der NEC MultiSync E221W ist in Schwarz oder Weiß mit jeweils silbernem Front-



rahmen lieferbar. Im Lieferumfang enthalten sind ein Stromkabel, VGA- und DVI-D Kabel, Handbuch und Installations- und Treiber-CD. NEC Display Solutions Europe leistet drei Jahre Garantie, die auch die Hintergrundbeleuchtung einschließt. Der NEC MultiSync E221W ist zum UVP von 299,- Euro erhältlich. www.nec.de

BenQ MP724: Videoprojektor mit 3.500 ANSI-Lumen und HDMI

BenQ bringt im November den Daten- und Video-Projektor MP724 auf den Markt, der für den Einsatz in mittleren bis großen Konferenzräumen oder Klassenzimmern geeignet ist. Der MP724 bietet im Vergleich zu seinem Vorgänger MP723 kompaktere Abmessungen, eine HDMI-Schnittstelle, ein höheres Kontrastverhältnis von 2.800 : 1 und mit 3.500 ANSI-



Lumen mehr Helligkeit. Die Ledertextur der Gehäuse-Oberfläche macht das neue Modell zum Blickfang jeder Arbeitsumgebung. Mit seiner reichhaltigen technischen Ausstattung ist der BenQ MP724 ein idealer Office- und Präsentationspartner. Neben seiner XGA-Auflösung mit 1.024 x 768 Bildpunkten überzeugt das Gerät mit der Lichtleistung von 3.500 ANSI-Lumen, die Präsentationen unabhängig von der Beschaffenheit des Umgebungslichts ermöglicht. Der BenQ MP724 besitzt neben universellen Anschlussmöglichkeiten auch eine HDMI- und DVI-Schnittstelle für die Wiedergabe von HD-Media-Inhalten. Für detailreiche Bildarstellung und hohe Farbtreue sorgen Optimierungstechnologien wie Brilliant Color, Unishape und unabhängiges Farbmanagement. Im Lieferumfang inbegriffen sind eine Kurzanleitung, eine Handbuch-CD, eine Fernbedienung mit Laserpointer, ein VGA-Sub-D-Kabel, Batterien, eine Tasche und ein Netzkabel. Die Garantiezeit beträgt 36 Monate inklusive Leihgerät während der ersten 12 Monate. Auf die Lampe leistet BenQ eine Garantie von sechs Monaten oder 1.000 Stunden Betriebsdauer ab Kaufdatum, je nachdem, welcher Zustand zuerst eintritt. Der UVP für den BenQ MP724 beträgt 999 Euro. www.benq.de

Toshiba Netbook NB-100 ab 399,- Euro

Mit dem NB-100 steigt nun auch Toshiba in den Trend der kleinen, preiswerten Netbooks ein und bringt einen mobilen Rechner mit 8,9-Zoll Display auf den Markt. Das NB-100 wird in vier Konfigurationen der zwei Grundmodelle angeboten. Bei allen Varianten übernimmt ein Intel Atom N270 Prozessor die Rechenleistung. Alle vier Modelle sind mit einem 8,9-Zoll WSVGA Hochhelligkeits-Display mit LED-Backlight und 800 x 600 Bildpunkten ausgestattet, das mit seinem Helligkeitswert



von 180 cd/m² und einem besonders hohen Kontrastverhältnis auch im Außeneinsatz bei ungünstigem Umgebungslicht gute Bildqualität liefert. Die integrierte Webcam arbeitet mit Toshibas Gesichtserkennungs-Software zusammen. Drei USB-Ports mit Sleep&Charge-Technologie stehen für den Anschluss unterschiedlichster Peripheriegeräte bereit. Das gut durchdachte Konzept des NB-100 profitiert von Toshibas langjähriger Erfahrung im Bereich der Notebook-Miniaturisierung. Das Resultat ist ein besonders kompaktes Netbook mit hoher Mobilität und ausgezeichneten Multime-

dia-Fähigkeiten. Das elegant gestylte Toshiba NB-100 wird in den zwei Farbkombinationen Cosmic Black und Brighter Silver geliefert. Zielgruppen sind Einsteiger und mobile Anwender, die ein günstiges Erstgerät mit leichter Handhabung suchen, und Benutzer größerer Notebooks oder stationärer Desktop-PCs, die sich für den mobilen Betrieb ein besonders handliches, aber leistungsfähiges Zweitgerät wünschen. Mit den kompakten Abmessungen von 225 x 190,5 x 29,5(33) mm und nur 999 Gramm Gewicht ist das Toshiba NB-100 an jedem Ort schnell verfügbar. Schnell hochgefahren ist auch das wahlweise als Windows XP Home oder Linux Ubuntu Remix vorinstallierte Betriebssystem. Der geringe Energieverbrauch ermöglicht zusammen mit dem leistungsfähigen Akku mehr als drei Stunden Arbeitsdauer abseits der Netz-Steckdose. Anwendungen wie Dokumente bearbeiten, Bilder anschauen, verwalten oder Musik anhören, bewältigt der NB-100 mit Bravour. eMail-Nutzung, das Internet browsen oder Musik herunterladen, werden für den Anwender eines Netbooks NB-100 zum Vergnügen. Für die Kommunikation stehen WiFi 802.11 b/g (WLAN), je nach Modell Bluetooth 2.1 + DER und 10/100 Mbit Ethernet LAN zur Verfügung. Die UVPs reichen von 399,- Euro für das Toshiba NB-100-10X mit Linux Ubuntu Netbook Remix, 512 MB DDR2-RAM, 80-GB-SATA-Festplatte, VGA Kamera und Gehäuse in Brighter Silver bis zu 449,- Euro für das NB-100-10Y mit Windows XP Home, 1.024 MB DDR2-RAM, 120-GB-SATA-Festplatte, VGA Kamera, Bluetooth V2.1+ DER und einem Gehäuse in Brighter Silver. www.toshiba.de

Pos Aktuell

Hightech-Firmen der ITK-Branche schaffen neue Jobs

Die in Deutschland ansässige Hightech-Industrie wird im laufenden Jahr zusätzliche Arbeitsplätze schaffen, auch dann, wenn sich das Konjunkturklima abkühlen würde. Nach der aktuellen Prognose des Bundesverbands BITKOM wächst die Zahl der Beschäftigten bei den Anbietern von Informationstechnik und Telekommunikation (ITK) in diesem Jahr um 3.000 auf 829.000. Für 2007 meldet BITKOM ein Rekordplus von 13.000 Arbeitsplätzen. Beschäftigungsmotor sind Softwarehäuser und IT-Dienstleister, die seit dem Jahr 2001 rund 100.000 zusätzliche Stellen geschaffen haben. „Konjunkturelle Turbulenzen sind auf dem deutschen Arbeitsmarkt für IT-Fachkräfte bislang nicht zu spüren“, sagte BITKOM-Präsident Prof. August-Wilhelm Scheer.



Weite Teile der Branche litten sogar unter einem Mangel gut ausgebildeter Experten. Scheer: „Ob der Arbeitsplatzaufbau in 2009 fortgesetzt werden kann, ist fraglich. Neue Jobs schaffen wir nur, wenn die Finanzmarktkrise schnell bewältigt und das Bildungssystem auf Vordermann gebracht wird.“ Nach einer aktuellen Umfrage des BITKOM in der ITK-Branche schafft gut die Hälfte der Unternehmen im Jahr 2008 zusätzliche Arbeitsplätze. Ein Drittel wird die Zahl der Beschäftigten nach derzeitiger Planung stabil halten und 16 Prozent müssen Stellen streichen. Treibende Kraft ist wie in den Vorjahren die Informationstechnik mit einem Plus von 16.000 Beschäftigten im Vergleich zum Vorjahr. Bei den Herstellern von Kommunikationstechnik und Anbietern von TK-Diensten gehen dagegen rund 13.000 Arbeitsplätze verloren. „Der Markt für Telekommunikationsdienste ist durch einen scharfen Preiswettbewerb geprägt“, sagte Scheer. Gleichzeitig vollziehe sich ein tiefgreifender technologischer Wandel in den Bereichen Festnetztelefonie, Mobilfunk und Internet, der einen Strukturwandel mit sich bringt. „Die klassische Nachrichtentechnik wird durch Internet-Technologien und Anwendungen auf Software-Basis abgelöst, die weitaus weniger arbeitsintensiv sind“, sagte Scheer. Das führe zu der Situation, dass in dem einen Branchensegment Experten fehlen, während in einem anderen Bereich Arbeitsplätze abgebaut werden müssen.

Scheer: „Unter dem Strich ist die Job-Bilanz der Hightech-Branche 2008 bereits im fünften Jahr in Folge positiv.“

Cash-Back-Aktion für BenQ Projektoren läuft bis 30. November

Die noch bis einschließlich 30.11. dieses Jahres laufende Cash-Back-Aktion für BenQ Projektoren ist ein attraktives Angebot für den Handel: Beim Verkauf eines Daten-Projektors MP771, SP830, SP870 oder SP920 an einen Endkunden kommt der Fachhändler in den Genuss einer attraktiven Rückvergütung. Die BenQ Cash-Back-Aktion gilt ausschließlich für die oben genannten vier Modelle. Interessierte Fachhändler können sich unter der Nummer 040-82 22 64-166 über das Cash-Back-Programm und die Teilnahmebedingungen informieren. Die Projektoren MP771, SP830, SP870 und SP920 sind bei den Distributoren ACTEBIS, api, b.com, COS, Ingram Micro, Medium und Tech Data erhältlich. Die Gutschrift des Cash Backs muss bis spätestens 20.12.08 mit einem Formular und der Rechnungskopie beim BenQ-Distributionspartner oder BenQ Außendienst beantragt werden. Der Projektor muss in der Zeit vom 1.10. bis zum 30.11.08 gekauft worden sein. Das Cash-Back-Angebot beschränkt sich auf in Deutschland erworbene Projektoren. www.benq.de

Asus verankert das Umweltbewusstsein Bambus für das Notebook

Der taiwanische Hersteller Asus hat auf einer Pressekonferenz in München eine Reihe neuer Produkte vorgestellt. Zu den Neuheiten des Unternehmens, das jüngst vom Wall Street Journal Asien als die Nummer eins für die besten Qualitätsprodukte aus Taiwan eingestuft wurde, gehören vier Notebooks, ein Smartphone und ein mit einer extrem widerstandsfähigen Oberfläche ausgestatteter Monitor. Highlight unter den neuen Notebooks ist das **Asus Bamboo**, das weltweit erste Notebook, bei dem Bambus zur Fertigung des Gehäuses eingesetzt wird.

Auf der CeBIT 2008 noch als Designstudie zu sehen, geht das innovative Gerät noch in diesem Jahr in die Massenproduktion. Die Asus Bamboo-Serie mit der einzigartigen Oberfläche soll die Anwender nicht nur als außergewöhnliches Design-Accessoire begeistern, sondern auch durch höchste Qualität, High-End-Leistungsmerkmale, ein sehr geringes Gewicht und die besonders umweltfreundliche Herstellungsweise. Mit dem Gerät hat Asus Umweltbewusstsein und „grüne“ Technologien nicht nur fest in der Unternehmenskultur verankert, sondern auch in seinen Produkten. Entsprechend verbraucht das Bamboo Notebook auch deutlich weniger Energie als vergleichbare Geräte. Asus hat Displaydeckel und -oberseite, Handauflage und Tastatureinfassung mit hochwertigen, laminierten Bambusstreifen versehen. Das Touchpad besteht aus authentischen Bambusfasern und gibt dem Nutzer das Gefühl, echten



Bambus zu berühren. Passend zum „grünen“ Design hat Asus verbesserte Stromspartechniken integriert. Für einen bestmöglichen Energiehaushalt des Gerätes haben die Ingenieure die exklusive Super Hybrid Engine ent-

worfen. Dabei handelt es sich um eine intelligente Energiesparfunktion, die eine optimale Performance bei minimalem Stromverbrauch ermöglicht.

Für Gamer

Als erstes Asus Notebook integriert das Asus G71V, ein neues Modell der Republic of Gamers (R.O.G.) Notebookreihe, den ultraschnellen Intel Core 2 Extreme QX 9300 Vier-Kern-Prozessor. Dieser verleiht der Neuheit genügend Power, um die neuesten

Extrem dünner Asus LS221H Monitor mit ultraharter Glasoberfläche

Mit dem Asus LS221H hat das Unternehmen sein Monitorportfolio um ein extrem dünnes, extrem hartes und extrem designorientiertes Gerät erweitert. Der LS221H ist mit seiner Tiefe von 45 mm einer der dünnsten Monitore weltweit und dank seiner ultraharten Glasoberfläche äußerst robust. Mit 9H – nur einem Härtegrad unterhalb des Diamanten – schützt das Glas den Monitor zuverlässig vor Stößen und Kratzern. Darüber hinaus eliminiert das entspiegelte Glas bis zu 98 Prozent aller störenden Lichtreflexionen und sorgt damit für ein klares Bild mit satten Farben. In Kombination mit einer Reaktionszeit von zwei Millisekunden, einer HDMI-Schnittstelle und dem brillanten Kontrastver-

hältnis von 4.000:1 eignet sich die Neuheit auch ideal für Heimkino- und Multimedia-Einsätze. Der ästhetische Asus LS221H richtet sich vor allem an designorientierte und anspruchsvolle Anwender. Der 22-Zoll Widescreen-Monitor bietet eine Kombination aus klarer Linienführung, glänzendem Klavierlack und einer hochwertigen dunkelbraunen Lederleiste am unteren Rand des Bildschirms. Die im Standfuß eingebauten LED-Dioden, deren Farbton geändert werden kann, sorgen für eine angenehme Hintergrundbeleuchtung oder signalisieren dem Anwender beim Verlassen des Büros, dass sein Monitor noch läuft.

Multi-threaded Games an jedem beliebigen Ort zu spielen. Auch mit den weiteren High-End-Merkmalen wie der integrierten 1.000 GB (2 x 500 GB) großen Festplatte und dem 4 GB DDR3 Arbeitsspeicher spricht das Asus G71V vor allem Gamer an. Basierend auf Microsoft Windows Vista Ulti-



mate, bietet das neue Gerät außerdem als Sonderausstattung ein integriertes Blu-Ray Combo-Laufwerk, mit dem Filme in Kino-Qualität angeschaut werden können.

Das Asus G71V arbeitet mit einem hochauflösenden 17,1 Zoll WUXGA Display.

Für Grafiker

Mit zunächst einem Modell führt Asus seine L50 Notebookserie im neuen, schlanken Chassis und repräsentativen anthrazitfarbenen Design ein. Das Asus L50VN-AK005C wendet sich an Anwender, die ein grafik- und multimedialstarkes Arbeitsgerät suchen. Ausgestattet mit einem brillanten 15,4 Zoll WSXGA+ Display, neuester Intel Centrino 2 Prozessortechnologie, leistungsfähiger NVIDIA Grafikkarte sowie einem großen Arbeitsspeicher punktet der Neuling speziell im täglichen Einsatz mit anspruchsvollen Anwendungen wie Grafik- oder Flashprogrammen sowie aufwen-



digen Präsentationen. Eine Vielzahl an Schnittstellen inklusive HDMI- und E-SATA-Anschluss garantiert dabei maximale Flexibilität. Der integrierte Fingerprint-Sensor und das Trusted Platform Modul (TPM) sorgen für Datensicherheit. Das interne Blu-ray Combo Laufwerk ermöglicht High Definition Filmserlebnisse.

Für Stromsparer

Mit dem N50VC und N50VN stellt Asus die ersten Modelle der neuen N50 Serie vor. Die Neuheiten bieten stromsparende Intel Core 2 Duo Prozessoren, leuchtstarke 15,4-Zoll-Displays mit stromsparender LED-Hintergrundbeleuchtung sowie die Super Hybrid Engine (SHE), die durch hocheffiziente Energie- und Leistungsanpassungen die Akkulaufzeit um bis zu 35 Prozent verlängert. Für Multimediagenuss integrieren die Geräte zwei Altec Lansing Stereolautsprecher, HDMI Anschluss, E-SATA Schnittstelle und ein 8faches DVD Super Multi D/L Double Layer Laufwerk.

www.asus.de

Das Asus P552w Smartphone wird per besonders fingerfreundlichem Touchscreen bedient

Mit dem Asus P552w hat Asus sein erstes Smartphone mit fingerfreundlichem Touchscreen im edlen schwarzen Design vorgestellt. Das 2,8 Zoll große Touch-Display (240 x 320 Pixel) ist mit einer neuartigen „Glide“-Oberfläche ausgestattet. Der Touchscreen erweist sich als besonders berührungsempfindlich, und mittels der integrierten „Gester“-Technologie lassen sich besonders häufig benutzte Funktionen leicht über große fingerfreundliche Menü-Buttons per Fingerstrich bedienen. Die Menüs umfassen den Startbildschirm (Asus Today), die Kontakte- und Dokumentenverwaltung (Anytime Launcher), die Bildergalerie (EziPhoto) sowie den Musik-Player (EziMusic). Die schlanken Abmessungen (102 x 60,5 x 14,5 mm), das geringe Gewicht (105 g) und die gummierte Oberfläche sorgen dafür, dass das Gerät angenehm in der Hand liegt. Zur Ausstattung gehören ein 624 MHz schneller Prozessor, eine Reihe innovativer Funktionen und HSDPA. Mit



Hilfe des integrierten GPS-Moduls kann das Gerät auch zur Navigation genutzt werden. Basierend auf dem aktuellen Betriebssystem Windows Mobile 6.1 Professional richtet sich das Asus P552w vor allem an junge Nutzer und Technik-Fans. Der integrierte 256-MB Flash ROM-Speicher und 128 MB SDRAM gewährleisten ausreichend Speicherkapazität zum Beispiel für Bilder – die mit der integrierten 2-Megapixel-Kamera geschossen werden können. Wem dies nicht ausreicht, kann über den MicroSD-Kartenanschluss seinen externen Speicher beliebig erweitern. Per HSDPA mit einer Datentransferrate von bis zu 3,5 GB lassen sich selbst große Daten schnell aus dem Internet laden sowie E-Mails empfangen und lesen. Zusätzlich integriert das P552w eine Reihe an Funktionen und Schnittstellen. Dazu gehören WLAN, Bluetooth und USB. Das Asus P552w unterstützt Google Maps. Dadurch wird nicht nur die Navigation erleichtert, sondern dem Anwender stehen auch zusätzlich Informationen über nahegelegene Points of Interest (POI) zur Verfügung.

Zeiss Cinemizer „Gold“

Der Flachbildschirm in der Jackentasche



Das Traditionsunternehmen Carl Zeiss legt eine weltweit auf 500 Exemplare limitierte Sonderauflage seiner erfolgreichen Videobrille als „Zeiss Cinemizer Gold“ im Frog Design auf.

Zur Weihnachtszeit legt das Traditionsunternehmen Carl Zeiss eine weltweit auf 500 Exemplare limitierte Sonderauflage seines zu Jahresbeginn erfolgreich im Markt eingeführten „Cinemizer“ als „Zeiss Cinemizer Gold“ im Frog Design auf. Wer unterwegs gerne von einem mobilen Video-Player oder iPod abgespielte Videos betrachtet, Video-Clips mit dem Handy abrufen oder sich von youtube.com herunterlädt, sollte diesmal vielleicht auf die echtgoldenen Lametta-Fäden am Weihnachtsbaum verzichten und stattdessen in die Cinemizer Videobrille von Carl Zeiss investieren. Die Belohnung winkt in Form eines bequem auf der Nase zu tragenden Displays mit beeindruckender Bildqualität, das vor den Augen des Betrachters den Bildeindruck eines 45 Zoll großen Flachbildschirms mit 114 Zentimeter Bilddiagonale in zwei Meter Abstand entstehen lässt.

„Mobiles Kino“ mit Großleinwand-Illusion

Mit der 115 Gramm leichten Video-Brille „Cinemizer“ lässt sich jeder Musik- oder Videoplayer, jeder iPod und jedes iPhone oder andere Handy mit Videoausgang zum Zuspielder eines „mobilen Kinos“ mit der Illusion einer Großleinwand erweitern. Der Cinemizer beseitigt eine Einschränkung, mit der die meisten Anwender eines mobilen Videoplayers bisher leben mussten: Der zu kleine Bildschirm lässt mit seinem winzigen und detailarmen Bild keinen rechten Genuss beim Betrachter aufkommen. „Wir gehen davon aus, dass die Cinemizer Videobrille der

mobilen Video-Nutzung ebenso zum Durchbruch verhilft, wie Kopf- und Ohr-Hörer erst mal die Voraussetzungen für die spätere Popularität mobiler Audioplayer geschaffen haben“, erläutert Andreas Klavehn, Marketing Zeiss. „Es wird weiterhin Alltags-Situationen geben, in denen man zwar komfortabel Musik anhören kann, aber auf Kinogenuss mit dem Cinemizer verzichten sollte. Dazu gehört sicherlich Jogging, Radfahren und Autofahren“, räumt Klavehn humorvoll ein. Der UVP des „Cinemizer Gold“ beträgt (wie bei den normalen Modellen) 369,- Euro.



Die 115 Gramm leichte Video-Brille „Cinemizer“ macht Musik- oder Videoplayer, iPod, iPhone oder andere Handys mit Videoausgang zum Zuspielder eines „mobilen Kinos“.

Die unterhaltsamste Sonnenbrille der Welt

Der Zeiss Cinemizer hat die Form einer undurchsichtigen Sonnenbrille. Das Gerät ist mit zwei Displays mit je 640 x 480 Bildpunkten Auflösung (VGA) ausgestattet und bringt Videos und multimediale Inhalte von tragbaren Videoplays, Handys, DVD-Playern oder

Spielekonsolen direkt in Kinoqualität vor die Augen des Benutzers. Brillenträger können an beiden Displays stufenlos unterschiedliche Sehkorrekturen zwischen -3,5 bis +3,5 Dioptrien einstellen. Auch diese Möglichkeit verschafft dem Cinemizer eine Einzelstellung im Markt. Sie ermöglicht Brillenträgern die komfortable Benutzung einer solchen Videobrille. Der Cinemizer wurde zuerst vorwiegend über den Apple-Händler Gravis verkauft und hat sich bei iPod und iPhone Kultstatus erworben.

Zum Lieferumfang gehört ein Connector, mit dem sich der iPod mit dem Cinemizer verbinden lässt. „Der Cinemizer arbeitet perfekt mit jedem Player oder Handy zusammen, sobald es einen Videoausgang hat“, klärt Klavehn auf. Es muss lediglich ein handelsüblicher vierpoliger 3,5 mm A/V-Klinkenstecker in die Videoin-Buchse des Cinemizers gesteckt werden.

Individuelle Einstellmöglichkeiten ermöglichen optimale Bild- und Tonqualität. Mit austauschbarem



Nasenbügel und verstellbaren Ohr-Bügel kann jeder Benutzer den Cinemizer optimal an seine Kopfform anpassen. In den Bügel integrierte Lautsprecher lassen sich in Länge und Neigung einzeln an das rechte und linke Ohr anpassen. In der Batteriebox ist ein leistungsfähiger Akku untergebracht, der mit einer Ladung mindestens vier Stunden durchhält. Die Laufzeit ist von der eingestellten Bildhelligkeit und dem Videomodus abhängig.



Acer präsentiert Notebook-Serie Aspire 6930G

Der Computer-Hersteller Acer, inzwischen Marktführer auf dem europäischen Computer-Markt, präsentiert mit dem neuen Notebook Aspire 6930G ein perfektes System für HD-Filme und Spiele. Das 16-Zoll Widescreen HD CineCrystal LCD mit 16:9-Seitenverhältnis ist mit Wide Color Gamut+ (WCG+) ausgestattet und stellt dadurch einen größeren Farbbereich dar. Die Reaktionszeit von 8 ms minimiert bei schnellen Bildbewegungen den Ghosting-Effekt. Acer CineCrystal sorgt für hohe Farbsättigung und scharfe Bildkonturen. ClearVision und Acer Cinema-Vision ermöglichen natürlichere Farben und gestochen scharfe Bil-

der. Das Audiosystem des Aspire 6930G mit Surround-Sound, Acer eAudio Management, verstärkten Bässen, True 5.1 Channel-Ausgang und virtuellem Surround-Sound aus den eingebauten Lautsprechern bietet Dolby Home Theatre der zweiten Generation mit leistungsstarker Audiotechnologie für Klangerlebnisse. Das Aspire 6930G arbeitet mit Intel Centrino 2 Technologie mit einem Intel Core 2 Duo Prozessor und Intel Mobile Chip Set PM45/GM45 Express. Bei den Grafikkarten besteht je nach Modell die Wahl zwischen integrierter oder dedizierter NVIDIA GeForce mit NVIDIA PureVideo HD-Technologie-Unterstützung für 3D-Effekte und High-Definition Multimedia-Darstellungen. Das Notebook wird wahlweise mit einem Blu-ray oder DVD-Super-Multi Double Layer-Laufwerk ausgeliefert. Als Zubehör ist ein TV-

Tuner erhältlich. Die Geräte sind mit bis zu 4 GByte Arbeitsspeicher und einer oder zwei seriellen ATA-Festplatten ausgerüstet. Der hot plug-fähige eSATA-Port garantiert Übertragungsraten, die bis zu 6-mal höher als bei USB oder IEEE 1394 Verbindungen sind. Der 5-in-1 Card Reader vereinfacht die Übertragung von auf PDAs, Mobiltelefonen, Digitaltelefonen oder anderen Digitalgeräten gespeicherten Daten. Zusätzlich besitzt das Gerät eine Acer EasyPort IV-Schnittstelle. Die Notebooks der Serie Aspire 6930G sind mit vorinstalliertem Betriebssystem Windows Vista Ultimate, Vista Home Premium oder Windows Vista Home Basic erhältlich. Ein Softwarepaket ist zusätzlich installiert. Das Acer Aspire 6930G ist je nach Konfiguration zu UVPs ab 799,- Euro erhältlich.

www.asus.de

Business Notebooks von Samsung

Die Samsung Notebooks P460 und P560 sind besonders robust. Die gummierte Protect-o-SoftGrip-Beschichtung schützt das Notebook vor Kratzern. Samsung benutzt eigene Speicher-, Akku-, Laufwerk- und Bildschirm-Komponenten. So gewährleistet das Unternehmen hohe Qualität und Zuverlässigkeit bei wettbewerbsfähigen Herstellungskosten. Die 14,1 Zoll (P460) und 15,4 Zoll (P560) matten SuperBright Widescreen-Displays liefern auch bei Sonneneinstrahlung scharfe Bilder. Außerdem sind die Notebooks P460 und P560 mit biometrischer Fingerabdrucktechnologie ausgestattet. Die Notebooks sind mit einer 1-Gbit-Netzwerk-Verbindung, Bluetooth 2.0+EDR, HDMI- und VGA-Schnittstellen, 3-in-1-Kartenleser, PCMCIA-

Card-Anschluss, SIO und drei beziehungsweise vier USB-Anschlüssen (3 x USB für P460, 4 x USB für P560) versehen. Die integrierte Digitalkamera unterstützt Videokonferenzen und Live Messaging. Für den mobilen Datenverkehr ist ein WLAN-Modul nach 802.11n sowie ein integriertes HSDPA-Modul vorhanden. „Robustes Design, neueste Technologie sowie umfangreiche Anschluss- und Vernetzungs-Features machen das P460 und das P560 zu einem Muss für jeden, der auf der Suche nach einem Business Notebook als Desktop-Ersatz ist“, sagt Keith Wrampling, Product Marketing Manager Samsung Notebooks Deutschland. Beide Modelle sind ab sofort verfügbar. Der Preis des P460 liegt bei 1.099,- Euro mit 250-GB-Festplatte, während das P560 für 1.299,- Euro erhältlich ist, ebenfalls mit 250 GB.

www.samsung.de

Spielekonsolen • Software • Games

Sony SCEE: LittleBigPlanet gründet das Genre der Kreativspiele

Spielen, erschaffen, teilen

Ähnlich wie es Sony Computer Entertainment mit der Entwicklung von Eye Toy geschafft hat, könnte LittleBigPlanet erneut der Auftakt einer neuen Spielgattung werden. Erstmals kann man während des Spielens ein neues Spiel entwickeln und dieses über das Playstation Network anderen zur Verfügung stellen.

LittleBigPlanet für Playstation 3 widersetzt sich so den Normen, dass es ein eigenes Genre bildet: das Kreativspiel. Hier ist die Kreativität ein Teil des Spielens und das Spielen ein Teil des kreativen Erlebnisses.

Bei LittleBigPlanet gibt es unzählige Orte zum Erforschen, kreative Werkzeuge zum Sammeln und verblüffende Rätsel, die die grauen Zellen fordern. Fast alles in dieser zusammengeklebten und zusammengehefteten Texturwelt kann bewegt oder verwendet werden. Dank der realistischen Spielphysik von LittleBigPlanet reagieren Gegenstände, Landschaft und Objekte so wie in Wirklichkeit. Bälle rollen und Dinge fallen um, wenn man gegen sie stößt – und das Rollen und Umstoßen von Dingen sind wichtige Aktionen in diesem Spiel.

Entgegen allen anderen Videospielen gibt es keinen festgelegten Plan oder eine vorgegebene Reihenfolge, wie man das Spiel angehen muss. Wie man die Herausforderungen in LittleBigPlanet löst, bestimmt jeder Spieler selbst. In über 50 Levels auf der Blu-ray-Disc von LittleBigPlanet lernt jeder Spieler, sich fortzubewegen, indem er springt, sich an anderen Gegenständen festhält sowie Objekte schiebt oder zieht.

Spaß garantiert

Darüber hinaus muss im Laufe eines Levels dieses häufig verschönert werden, wenn der Spieler durch eine der Fantasiefiguren dazu aufgefordert wird. So müssen zum Beispiel nackte Holzpferde mit einem Kostüm versehen werden oder eine kahle Wand



soll durch bunte Sticker schön gestaltet werden. Auf Tastendruck öffnen sich hier jeweils verschiedene Menüfenster, welche die unterschiedlichsten Dinge zum Verschönern, Verzieren oder auch Bauen enthalten. Wie das geht, erfährt man spielend im ersten Level von LittleBigPlanet, ohne eine Bedienungsanleitung studieren zu müssen.

Bereits die erste Begegnung mit der Hauptfigur, dem liebenswerten Sackboy, bringt einem das Spielprinzip näher. Denn das erste, was jeder nach seinen Wünschen anpassen kann, ist der lustige Sackboy selbst.

Im übrigen ist der Lerneffekt garantiert. Mit dem ersten Start auf der PS3 muss der Spieler eine

Mit Hilfe eines einfach zu handhabenden Level-Editors kann man in LittleBigPlanet seine eigenen Spielereisenlandschaften gestalten. Diese lassen sich über Playstation Network Dritten zugänglich machen. Hier können die Level weiter gespielt und, falls durch den Autor freigegeben, auch weiter verändert werden.

Art Lernlevel durchlaufen. Hier wird er spielend mit allen Funktionen von LittleBigPlanet vertraut gemacht. Mit jedem gesammelten Gegenstand erhöht sich gleichzeitig die Liste der in den Menüs verfügbaren Objekte, Bilder, Sticker oder Grafiken.

Gestalte Deine Welt

Neben der Fähigkeit, alles in LittleBigPlanet zu bewegen, kann Sackboy sowohl Objekte als auch ganze Levels gestalten, formen und erschaffen. Dazu wird kein komplizierter Level-Editor verwendet, sondern eine intuitive Werkzeugkiste voller Fähigkeiten

und Materialien, deren Einsatz man ebenfalls während des Spielens erlernt.

Jedes neu erschaffene Level kann mit Freunden oder auch Fremden über Playstation Network geteilt werden. Jeder Spieler entscheidet selbst, wie offen oder verschlossen der persönliche Teil von LittleBigPlanet für die Erforschung durch andere ist. Und natürlich können auch die Levels anderer Spieler erkundet werden. Das Spiel lässt sich gemeinsam mit oder gegen bis zu vier Sackboys auf einem einzelnen PS3-System oder online spielen.

www.playstation.de

Gaming-Speicher von Kingston

Kingston Technology, der weltgrößte unabhängige Speicher-Spezialist, hat die Verfügbarkeit von 2 GHz HyperX DDR3 Speichermodulen bekanntgegeben. Der neue HyperX PC3-16000 Speicher mit Timing Tested Peak-Performing von 2000 MHz wird ab sofort als 2 GB Kit ausgeliefert, verfügt über Enhanced Performance Profile (EPP), Ready Memory mit vorprogrammierten EPP Profilen und lässt Gamerherzen schon beim Lesen der Leistungsdaten mit hochgesetzter Taktfrequenz schlagen. Die Garantie für die neuen HyperX DDR3 Speichermodule beträgt zehn Jahre und schließt 24stündigen technischen Support an sieben Tagen in der Woche ein. www.kingston.de

X-OOM Media Center für Wii von bhv

Das X-OOM Media Center für Wii überträgt Filme sowie Foto-, Video- und Musiksammlungen bequem über die Wii-Konsole auf den Fernseher. Das Programm verbindet PC und Fernseher über Nintendos Wii-Konsole miteinander. Auf dem PC installiert, stellt die Software eine Netzwerkverbindung zwischen Konsole und PC her. Per Streaming-Technologie zeigt die Wii die Highlights des Web 2.0 und die eigenen Multimedia-Dateien auf dem Fernseher. Die Steuerung erfolgt über die Wii-Fernbedienung. www.bhv.de



EA SPORTS FIFA 09 jetzt erhältlich

EA SPORTS FIFA 09 bietet Fußballfans ein maßgeschneidertes Spielerlebnis für Playstation 3, Xbox 360 und Wii, den PC, die PlayStation 2, den Nintendo DS sowie die PSP. FIFA 09 enthält umfangreiche neue Features wie den neuen Premiumdienst adidas Live Season für die Playstation 3, Xbox 360 und PC. Durch eine wöchentliche Online-Aktualisierung der Formwerte der Spieler spiegeln ihre virtuellen Attribute immer ihre aktuellen realen Leistungen wider. www.electronicarts.de



Neue Marketingkampagnen für Xbox 360

Microsoft und Xbox 360 starten die neue Werbekampagne „Live Your Moments“. Als Teil einer der größten Marketingaktionen seit dem Start der Xbox unterstreicht die globale und integrierte Kampagne den Wandel, den Xbox 360 als Marke ausgelöst hat – im Entertainment, im Gaming und in der Art, wie Menschen zusammen spielen. Die Kampagne beinhaltet Fernseh-, Plakat- und Printanzeigen sowie Displays in den Geschäften und digitales Marketing rund um den Globus. Zum Weihnachtsgeschäft kommen neue, attraktive Spiele wie beispielsweise Fable 2, Tomb Raider: Underworld oder Pro Evolution Soccer 2009 auf den Markt. www.xbox.de

Neue Kartensätze für „The Eye of Judgment“

Zu The Eye of Judgment, dem 3-D-Sammelkartenspiel für Playstation 3, ist die zweite Erweiterung jetzt erhältlich. Biolith Rebellion SET.3 umfasst 100 neue Karten, die das Abenteuer von The Eye of Judgment um faszinierende neue Kreaturen, gewaltige Angriffe, listige Strategien und aufregende Spielmechanismen bereichern. Das Softwarepaket kann exklusiv über Playstation Network heruntergeladen werden. Zusätzlich dazu sind neue Sammelkarten in Booster-Sätzen im Fachhandel erhältlich. www.playstation.de



tecxus rebel light

Mit 100 Lumen erreicht die texcus rebel light eine drei mal höhere Lichtausbeute als herkömmliche LEDs und eine zu 100 Prozent bessere Ausleuchtung als Standard-Halogen-Lampen. Sie leuchtet dank 4fach Fokus nicht nur 600 Meter weit, sondern erzielt bis zu zehn Stunden Leuchtdauer mit nur einem Satz Batterien und verfügt über eine 50mal längere Lebensdauer als Standardleuchten. Gefertigt aus hochwertigem Flugzeugaluminium, sieht sie edel aus und ist nur 109 Gramm leicht. Durch ihre kompakten Abmessungen von 103 mm x 29 mm findet die rebel light in jeder noch so kleinsten Tasche Platz. Da sie spritzwassergeschützt ist, ist sie



auch für den Outdoor-Einsatz bestens geeignet. Für den Verkauf bietet texcus die Lampe in einer besonderen Displayverpackung an. Die interaktive Verpackung zeigt nicht nur das Produkt und informiert den Kunden über die Eigenschaften der Lampe, sondern stellt gleichzeitig an ihrer Unterseite einen Test-Button zur Verfügung. Dieser fordert den Kunden auf, sich von der Leuchtkraft der texcus rebel light einmal selbst zu überzeugen. Zugleich wird damit dem Vertriebsteam im Shop die Arbeit erheblich erleichtert. www.tecxus.de

Microsoft mit neuem Partnerprogramm

Mit einem neuen Partnerprogramm und einer erweiterten Vertriebsmannschaft ist Microsoft Hardware auf der Suche nach neuen Partnern für den Vertrieb von PC-Peripheriegeräten. Das Partnerprogramm ist einfach und klar strukturiert und soll Distributoren,

Reseller und Fachhändler bei ihren Vertriebs- und Marketingaktivitäten unterstützen. Die Vertriebspartner profitieren durch das Programm von Vorteilen wie umfangreichen Expertise- und Weiterbildungsangeboten oder einem geschlossenen Partnerportal. Derzeit bietet Microsoft Neukunden ein Demopakete, das vier Microsoft Produkte zum Sonderpreis enthält: Wireless Notebook Presenter Mouse 8000, Lifecam VX-5000, Digital Media Keyboard 3000 und das Natural Ergonomic Desktop 7000. Damit sollen die Partner ihren Kunden die Erfahrungen mit den Microsoft Produkten aus erster Hand vermitteln. www.microsoft.de

Hama HDMI-Center 3in1

Hama stellt jetzt ein kleines Gerät vor, das zwischen verschiedenen Signalen umschaltet und diese zusätzlich in HDMI wandelt. So kann bequem zwischen DVD-Player, Spielkonsole, Camcorder, VHS-Recorder oder Sat-Receiver

umgeschaltet werden – mit zwei HDMI-, zwei VGA- und zwei analogen Eingängen stehen insgesamt sechs Anschlüsse zur Verfügung. Vorteil der VGA-Eingänge: Über das HDMI-Center kann auch an einen günstigen



TV ohne eigenen VGA-Eingang ein PC oder Notebook angeschlossen werden. Dank des integrierten Scalers können die eingespeisten Signale eine kleinere Auflösung als die ausgegebenen haben. Praktisch heißt das, dass etwa ein 720p-Signal des angeschlossenen SDHC-Camcorders

in 1.080p umgewandelt wird, sofern der TV die Auflösung unterstützt. Falls nicht, wird einfach die vom TV maximal anzeigbare Auflösung eingestellt, auf die der Scaler maximal skalieren soll. Das HDMI-Center 3in1 im schwarzen Metallgehäuse wird ab Mitte November für rund 280 Euro erhältlich sein. www.hama.de

PCTV Quatro Stick von Pinnacle

Pinnacle Systems bringt mit dem Pinnacle PCTV Quatro Stick eine neue TV-Lösung für PCs auf den Markt. Dieser neue USB TV-Tuner unterstützt als einer der wenigen TV-Tuner vier verschiedene Übertragungsformate. Er ermöglicht den Empfang von digitalem und analogem Kabelfernsehen, digital terrestrischem Fernsehen sowie Stereo-FM Radio am PC. Dabei ist der neue Stick nur so groß wie ein USB-Stick. www.pinnaclesys.com

POS-MAIL Anzeigenmarkt
Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare



Die unbekannte Gefahr

Eine der unerfreulichsten Folgen der weltweiten Finanzkrise ist die Flut der selbsternannten Experten, deren durch die Medien verbreiteten Unterangstphantasien man leider nicht enttrinnen kann. Besonders exaltierte Exemplare dieser Experten-Spezies sitzen beim Düsseldorfer Boulevard-Blatt „Rheinische Post“. Kaum hatten sich die Börsen weltweit etwas erholt, vermieste das Druckwerk, das zu einem guten Teil von den Werbeaktivitäten des Einzelhandels lebt, mit der Schlagzeile „Deutschland vor der Rezession“ die Stimmung. Wenige Tage später legte das Blatt mit der Prophezeiung nach, den deutschen Städten und Gemeinden drohe der „Schuldenkollaps“. Ein Abteilungsleiter des NRW Innenministeriums wartete dabei sogar mit knallharten Fakten auf: „Wir sprechen über eine unbekannte Anzahl betroffener Kommunen mit einem Finanzrisiko in unbekanntem Ausmaß.“ Dieser dramatische Sachverhalt war sogar der Redaktion PoS-MAIL bislang unbekannt. Nicht unbekannt ist dagegen der Name des ministerialen Leersprechers: Er heißt Winkel (wie der bekannte Advokat). Lassen Sie sich die Stimmung nicht verderben. Das Weihnachtsgeschäft wird toll! Unbekannten Experten zufolge erwartet der deutsche High-Tech-Fachhandel fantastische Umsätze – und die werden von unbekanntem Händlern in einer unbekanntem Größenordnung erzielt.

Vertriebsprofi, Diplomkaufmann, 47 Jahre

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

Bei Interesse richten Sie Ihre Anfrage bitte unter Chiffre 42876511 an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung

Systemanalytiker (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Europaweite Betreuung und Unterstützung des DV-Systems inkl. Anwendungen
- Gestaltung optimaler Betriebs- und Anwendungsabläufe in den Bereichen Vertrieb und Produktion

Ihr Profil:

- Möglichst abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
- Mind. 2 Jahre Berufserfahrung in DV-Systemumgebung
- Sehr gute Anwenderkenntnisse in ERP, ggf. MAPICS und JDE
- Programmierkenntnisse in SQL und ggf. RPG

- Sehr gutes Englisch
- Reisebereitschaft

Kennziffer 278

Sind Sie an dieser Position interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.



Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf
Tel: 02 11 - 37 06 01
Fax: 02 11 - 37 94 68
E-Mail: info@bestjob.de
Internet: <http://www.bestjob.de>

IMPRESSUM

PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

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

Es gelten die allgemeinen 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



**„Wir wollen jetzt schon die neuen
Zukunftsmedien nutzen.
Mit einem System, das uns die beste
Bild- und auch die beste Klangqualität
garantiert.“**

Das neue BOSE® LIFESTYLE® V10 Digital Home Entertainment System

Als Bose Partner 2000-Fachhändler bieten Sie Ihren Kunden die einzigartige Kombination aus Spitzenklang, Eleganz und einfachster Bedienung für jede Bild- und Klangquelle.



Product designed by:



reddot design award
design team of the year 2008

Willkommen in der Audio-Zukunft!

BOSE®
Better sound through research®

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf • Tel.: (06172) 7104-0 • Fax: (06172) 7104-19 • www.bose.de

SONY

BRAVIA

Full HD
1080

Motionflow
200Hz



Action, wie man sie noch nie erlebt hat.



Der weltweit
erste 200 Hertz
LCD-Fernseher.

Der neue BRAVIA™ Z4500
40"-52" mit unglaublicher
Bewegungsschärfe
und herausragender
Bildqualität.

www.sony.de/bravia

EIN QUANTUM TRÖST
007™

AB 6. NOVEMBER IM KINO

Quantum of Solace © 2008 Danjaq, United Artists, CPlI. 007 and related James Bond Trademarks, TM Danjaq.
„Sony“, „like.no.other“ und „BRAVIA“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Alle anderen Marken sind eingetragene Marken Ihrer jeweiligen Eigentümer.