

POS-MAIL

Dezember 2007

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

8. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

Log in to Real Sound



Begeistern Sie Ihre Kunden mit insgesamt 37 neuen Sennheiser-Hörern der erfolgreichen MX- und CX-Reihe. Mehr Informationen finden Sie auf Seite 25. Oder im Internet unter www.sennheiser.de/logintorealsound

Lukratives Zusatzgeschäft

Mehr Raum für Zubehör



Zubehör war lange Zeit das sogenannte „Stiefkind“ der Unterhaltungselektronik. Den praktischen Helfern wurde nicht immer sonderlich viel Aufmerksamkeit gewidmet. Häufig vergisst man, dass Geräte mit den ausgefeiltesten technischen Features ohne entsprechendes Zubehör nicht funktionieren würden. Insbesondere dem Handel sollte das nicht unwesentliche Zusatzgeschäft, das mit Zubehör erwirtschaftet werden kann, bewusst in Erinnerung gerufen werden. Die

unverzichtbaren Helfer sorgen für erweiterte Verkaufsgespräche. Seitens der Hersteller zeichnet sich in letzter Zeit auch immer mehr der Trend ab, das Angebot an Kabeln, Adaptern, Steckern, Batterien u.v.m. mit attraktiveren Aufmachern und auffälligeren Verpackungen zu versehen. Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) kann im Abverkauf von Zubehör in den vergangenen Jahren ein deutliches Wachstum dokumentieren.

Im Zeitraum Januar bis Juni 2007 konnte beispielsweise laut Angaben von gfu und GfK bei Kopfhörern in Deutschland ein Absatz von 4,9 Prozent plus verzeichnet werden. Bei Memory Cards wuchs der Absatz gleich um 47,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ein Rekordwachstum konnte außerdem bei USB-Sticks verzeichnet werden. So gingen in den ersten

beiden Quartalen dieses Jahres 129,9 Prozent mehr Geräte über die Ladentheke im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Verbraucherstudie von Panasonic Batteries

Europäische Endverbraucher sind fast zu gleichen Teilen preisbewusst und markentreu. Das ergab eine Online-Befragung von Pana-

sonic-Batteries, durchgeführt von inSites N.V. Untersucht wurde im Februar 2007 das Batterie-Kaufverhalten von über 7.800 Endverbraucher in 13 europäischen Ländern. Einkaufsfrequenz, -verhalten und -motivation waren zentrale Themen – Panasonic Batteries zieht aus den Ergebnissen Schlüsse für den Handel. Endverbraucher in Deutschland

kaufen durchschnittlich viermal im Jahr Batterien. Bei jedem der getätigten Batteriekaufe werden vier Zellen erworben. Dies entspricht dem Durchschnitt in Europa: Lediglich in den osteuropäischen Ländern und Italien werden mehr Batterien im Jahr gekauft. Verbraucher in Schweden, Norwegen und Dänemark erwerben mehr Zellen pro Einkauf. Alkali

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

**16380 und 16382
KidzCam**

- schicke Digitalkameras für Kinder
- austauschbare Kamerafrontplatten für individuellen Look
- umfangreiche, für Kinder geeignete Software

Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de
www.sakar-germany.de



Mehr Raum zum Leben!

SANUS

S Y S T E M S



LCD-TV DLP-37C3

www.daewoo-electronics.com

Das unterschätzte Geschäft

Hand aufs Herz: Wann haben Sie bzw. Ihr Verkaufspersonal das letzte Mal einen Kunden, der einen Fernseher erworben hat, gefragt, ob er auch ein neues Antennenkabel braucht oder – sofern es sich um ein TV mit HDMI-Schnittstelle handelte – ob er auch ein HDMI-Kabel zu Hause hat?



Es ist kein Zufall, dass wir in der letzten Ausgabe dieses Jahres einen redaktionellen Schwerpunkt auf das Zubehör-Geschäft gelegt haben. Denn in diesem Segment gilt oft: Es „läuft so mit“ und wird deshalb häufig unterschätzt. Dabei sind hier im Vergleich zum Hardware-Geschäft oft weitaus höhere Spannen zu erzielen, und die wenigsten Kunden haben auch nur einen blassen Schimmer davon, was Zubehör-Produkte beim Wettbewerb kosten.

Allerdings verkauft sich Zubehör nicht von allein. Die zwei goldenen Regeln lauten: 1. Zubehör muss vorrätig sein und 2. Zubehör muss aktiv angeboten werden.

Die genannten Kabel sind dabei ein eher alltägliches Beispiel – im Weihnachtsgeschäft stehen sie nicht unbedingt im Blickpunkt, denn sie werden wohl eher selten verschenkt. Anders ist das aber mit der Tasche oder dem digitalen Bilderrahmen zur Digitalkamera (vom Drucker gar nicht zu reden), mit dem Kopfhörer zur Audioanlage und den zahlreichen Accessoires zum Handy oder MP3-Spieler. Viele dieser Produkte sind zudem nicht ganz billig und bringen so nicht nur relativ viel Spanne, sondern auch relativ viel Bargeld in die Kasse.

Der High-Tech-Fachhandel ist gut beraten, hier seinen Vorteil gegenüber den Märkten auszuspielen. Denn Zubehör verkauft man am besten, wenn man mit dem Kunden redet und ihm gleich erklärt, wozu es gut ist. Dazu haben viele Fachmärkte, wie wir wissen, wenig Möglichkeiten.

Der Volksmund sagt nicht zu Unrecht: Kleinvieh macht auch Mist. Und deshalb ist es auf jeden Fall der Mühe wert, dieses Kleinvieh zu füttern, zu hegen und zu pflegen.

Die Redaktion PoS-MAIL wünscht Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

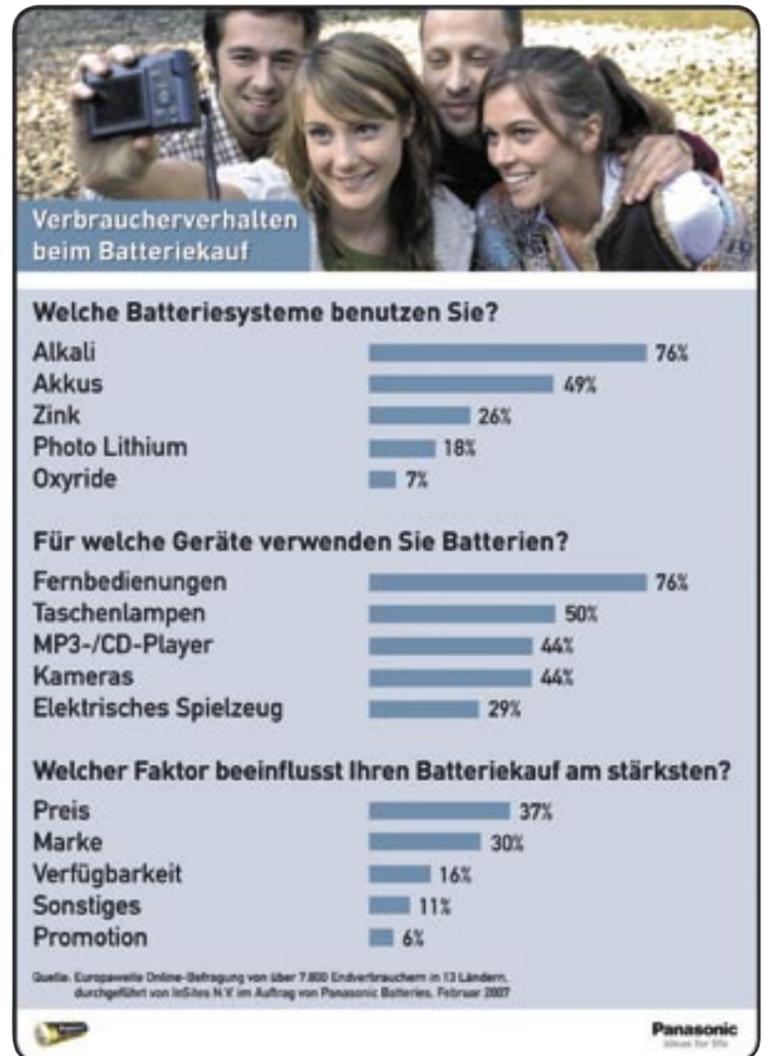
Batterien und Akkus sind mit Abstand die bekanntesten chemischen Systeme. Alkali-Zellen sind 90 Prozent der Befragten bekannt, 81 Prozent kennen Akkus. Zink (50 Prozent) und Photo Lithium (44 Prozent) kennt etwa die Hälfte der befragten Endverbraucher. Das relativ junge Segment der Oxyride-Batterien konnte bisher einen Bekanntheitsgrad von 16 Prozent erlangen. 2004 präsentierte Panasonic Batteries als erstes Unternehmen diese innovative Batterie-Art, zwei Jahre später wurde die Batterie-Technologie nochmals verbessert.

Kaufverhalten

Laut Panasonic Studie sind Batterien klassische Impulsartikel – 75 Prozent der Batteriekäufe werden spontan getätigt. In den meisten Fällen kaufen Endverbraucher neue Batterien, wenn die alten verbraucht sind. Bei Geräten wie Fernbedienungen und Uhren wird der Batteriekauf in den täglichen Einkauf integriert. Ob der Einkauf spontan getätigt wird, hängt jedoch auch von den Anwendungen ab. Für Geräte wie Fotoapparate oder Digicams planen Verbraucher häufig den Batteriekauf. Bestehen wichtige Anlässe wie die Vorbereitung auf einen Urlaub beschäftigt sich der Kunde mit dem Kauf im voraus.

Empfehlungen für den Handel

Panasonic Batteries empfiehlt Händlern, Impulsartikel wie Batte-



rien im Markt in aufmerksamkeitsstarken Bereichen entlang des Kundenstroms zu platzieren. Zweitplatzierungen, etwa in der Kassenzone, und Displays sind laut Panasonic wichtig für die Generierung von Zusatzumsätzen. Sie erinnern den Kunden an seinen Batteriebedarf. Rund 40 Prozent aller Verbraucher, die vor einem Regal mit Batterien stehen, brechen die Kaufhandlung

aufgrund fehlenden Wissens ab. Panasonic Batteries empfiehlt den Händlern daher eine kleine Gruppierung von Batterietypen und -größen, um die Kaufentscheidung zu erleichtern. Der Handel sollte, laut Panasonic Batteries, außerdem Impuls- und Suchartikel sowie Preis- und Qualitätssegmente unterscheiden und den Batteriekauf durch entsprechende Platzierungen vereinfachen.

Hama mit breitem Angebot für den iPod nano

Zuerst schrumpft Apple den Shuffle, jetzt bietet der iPod-Hersteller auch den Nano in der dritten Generation an. Das nahezu quadratische Plättchen ist etwas kürzer als eine EC-Karte und tritt mit vergrößertem Display und Videofunktion in die Fußstapfen seiner Vorgänger. Zubehörspezialist Hama bietet ab sofort eine umfangreiche Produktpalette für den Mini-Zwerg. Besonders wichtig für den Nano 3G sind die passgenauen Taschen. Hier stehen Modelle wie enganliegende Silikon-taschen mit Armband, stabile Kunststoffboxen und hochwertige Ledertaschen zur Wahl, die kleinere Stürze verzeihen und den Player vor Kratzern schützen. Ist der Zwerg unterwegs dabei, füllen Reise-Ladekabel für das Auto oder die Steckdose die Akkus mit neuem Strom. Auch Kopfhörermodelle sind wichtig für unterwegs und werden in unterschiedlichen Ausführungen jeder Art von Anspruch gerecht. Wer den Player zu Hause benutzt, bekommt mit Lautsprechern und Bluetooth-Adaptoren für die HiFi-Anlage eine Möglichkeit, Musik am PC oder im Wohnzimmer zu hören. Im Auto sind Funkübertragungs-Sets ideal: Sie geben die MP3-Songs aus dem Player auf dem Autoradio wieder und versorgen ihn und seine Akkus gleichzeitig mit Strom.



Als Schutz vor Kratzern und Fingerabdrücken auf dem empfindlichen Display empfehlen sich selbstheilende Schutzfolien, die besonders langlebig und strapazierfähig sind. Diverse Reinigungsmittel sowie Adapter runden das Angebot ab.

Zubehör für Handys wird bei den Kunden im Weihnachtsgeschäft ganz oben stehen

Ebenso wie Handys selbst im Weihnachtsgeschäft zu den Rennern gehören werden, wird sich auch das entsprechende Zubehör gut verkaufen. Geschenke für eine jüngere Zielgruppe liefert beispielsweise das finnische Unternehmen Golla, das vor einigen Jahren mit seinen meist farbenfrohen und witzigen Taschen für mobile elektronische Geräte den Siegeszug um die Welt angetreten und heute in über 100 Ländern vor allem bei jungen Kunden Kultstatus erreicht hat. Für das Weihnachtsgeschäft 2007 hat Golla eine spezielle Kollektion auf den Markt gebracht. Sie ergänzt das bestehende Sortiment von Taschen für Handys und das derzeit sehr populäre Angebot für iPods und andere MP3-Spieler. Auch für die Neuheiten verspricht Golla, keine Kompromisse bei innovativen Designideen und hohen Qualitätsansprüchen machen zu wollen. Außerdem setzt Golla seine Politik fort, Zubehör für eine Zielgruppe anzubieten, die lange Zeit vernachlässigt wurde.

„Mit Zubehör für Handys wurden in den Anfangsjahren des Mobilfunks fast ausschließlich Business-Anwender angesprochen, und Handytaschen wurden nach ihrer Funktionalität entwickelt, nicht nach modischen Gesichtspunkten“, meinte Gollas Vertriebsdirektor Bernhard Gerlich. „Wir haben als erstes Unternehmen das riesige Potential dieses Marktes erkannt und modische Produkte entwickelt, um die bis dahin bestehende Lücke zu schließen.“ Die Philosophie des Unternehmens, anderes zu bieten als andere und konsequent die Zielgruppe junger und modebewusster Mobiltelefonierer anzusprechen, trug zweifellos zu den Erfolgen bei, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren für sich verbuchen konnte. So verkauften sich beispielsweise die Produkte der Kollektion 2006 weltweit über drei Millionen Mal. „Aber“, so Gerlich, „bei zwei Milliarden Handynutzern konnte dieser Erfolg nicht mehr sein als ein erster Schritt.“ Tatsächlich bestätigen die aktuellen Zahlen den in dieser Feststellung steckenden Optimismus: Bereits im ersten Halbjahr 2007 hat Golla mehr als vier Millionen Taschen verkauft.

Spricht diese Produktgruppe eher junge und modebewusste Kunden an, so richtet sich das Segment der kabellosen Headsets an alle Handybenutzer. Dabei bieten vor allem Bluetooth-Stereo-Headsets einen hohen Tragekomfort nicht nur beim Telefonieren, sondern vor allem auch beim Musikhören. Vorteilhaft für den Handel ist, dass die Headsets nicht an eine bestimmte Marke gebunden sind, auch wenn sie von einem Handyhersteller gefertigt werden, sondern dank der eingesetzten Technik auch mit anderen kompatiblen Geräten genutzt werden können.

Zu den Produzenten aktueller Geräte gehört Nokia mit seinen Bluetooth-Headsets Nokia BH-604, Nokia BH-602 oder Nokia BH-100.

Mit dem Nokia BH-604 können Musikliebhaber gleichzeitig telefonieren und Musik in HiFi-Klangqualität hören. Spezielle Tasten zur Anrufsteuerung und Bedienung der Musikfunktionen sorgen für die einfache Handhabung. Geht während der Musikwiedergabe ein Telefon-gespräch ein, wechselt das Headset automatisch in den Telefonmodus. Die Vorzüge des Nokia Bluetooth Headsets BH-602 für Businesskunden liegen in der Echokompensation und der Rauschunterdrückung durch Einsatz moderner DSP-Technik. Bei starkem Geräuschpegel bleibt auf diese Weise eine hohe Sprach- und Klangqualität garantiert. Gleichzeitig macht die automatische Lautstärkeregelung zum Ausgleich von Umgebungsgeräuschen den Freisprechbetrieb auch in lauten Umgebungen möglich. Das Einsteigermodell Nokia BH-100 lässt sich über leicht zugängliche Multi-funktionstasten einfach bedienen. Rufannahme und -beendigung, Wahlwiederholung sowie die Aktivierung der Sprachwahl sind damit bequem zu benutzen. Auswechselbare Ohrbügel in verschiedenen Farben ermöglichen einen individuellen Look des leichten, kompakt und ergonomisch designten Headsets.



Zubehör für visuelle Bestleistungen

Zum hochwertigen hochauflösenden Fernsehen gehört neben dem Full HD ready Display auch das passende Zubehör. Wer Fernsehen in höchster Bild- und Tonqualität genießen möchte, sollte unbedingt auf das entsprechende Equipment achten. In Verbindung mit HDMI-Kabeln, -Steckern, digitalen Videosendern und funktionellen Fernbedienungen wird dem Anwender hochauflöstes Fernsehvergnügen in anspruchsvoller Qualität geboten. HDMI (High Definition Multimedia Interface) ist eine voll-digitale Schnittstelle, die erstmals digitale Bild- und Tondaten ohne Qualitätsverluste



Panasonic hat mittlerweile auch hochwertige HDMI-Kabel im Sortiment.

in einem Kabel überträgt. Die neuen HDMI-Kabel gewährleisten hohe Übertragungsraten der digitalen und unkomprimierten Dateien. Als Betreiber eines von weltweit vier autorisierten HDMI-Testcentern gelang Panasonic dort ein Durchbruch in der audiovisuellen Datenübertragung. Es wurde ein HDMI-Kabel entwickelt, welches einen optimalen Datentransfer noch bei einer Länge von zehn Metern garantiert (siehe auch Seite 4).

Der passende Rahmen für digitale Bilder

Eine ganz große Nachfrage, insbesondere im diesjährigen Weihnachtsgeschäft, ist bei Bilderrahmen für digitale Fotos zu erwarten. Die SD- oder Memory-Card wird ganz einfach aus der Digitalkamera in den Bilderrahmen gesteckt, und die digitale Diashow kann beginnen. Manche Rahmen sind mit Sonderfunktionen ausgestattet wie beispielsweise Timergesteuertes Ein- und Ausschalten. Hersteller wie Kodak, Philips und Samsung haben eine große Auswahl an Rahmen im Angebot, und auch viele kleinere Anbieter versuchen, mit günstigeren No-Name-Varianten mit auf den Erfolgzug aufzuspringen. Die meisten Rahmen sind in der Lage, eine Diashow wiederzugeben – einige spielen dabei sogar Musik ab. Fast alle sind mit Karten-Steckplätzen für die unter-



Philips war der erste Markenhersteller, der einen digitalen Bilderrahmen auf den Markt brachte. Zur Range gehören Geräte mit sieben, neun und zehn Zoll Bild diagonalen.



schiedlichen Formate ausgestattet.

Die neuen Photo Frames von Samsung, SPF-72H und SPF-72V, beispielsweise unterstützen „Plug&Play“ sowohl für USB als auch für SD/MMC/MS, und xD-Karten: Einfach das entsprechende Speichermedium einlegen und Fotos, Musik oder kurze Videofiles unbeschwert genießen. Darüber hinaus ist der SPF-72V auch über WLAN (802.11b/g) ansteuerbar und Windows-Vista-fähig: In Verbindung mit dem Microsoft Media Player 11 können Bilder so auch kabellos auf den Photo Frame übertragen werden. Die grafische Bedienoberfläche sowohl des SPF-72V als auch des

SPF-72H ermöglicht danach die unkomplizierte Navigation im digitalen Fotoalbum. Das übersichtlich gehaltene Bedienfeld ist bei beiden Geräten dezent seitlich angebracht. Die 550 Gramm leichten Photo Frames eignen sich auch ideal für den Einsatz als freistehende Präsentations-Displays im Businessbereich. In Verkaufsräumen oder bei Informationsveranstaltungen können so Informationen ansprechend präsentiert werden.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die digitalen Bilderrahmen von Samsung lauten 149 Euro (SPF-72H) bzw. 219 Euro für den WLAN-fähigen SPF-72V. *miz*

POs-MAIL INHALT

Panasonic bietet Zubehör für jede Produktrange ... 4

Eye-Fi soll Digitalkameras Wi-Fi-tauglich machen ... 6



Philips mit breitem Zubehör-Sortiment für CE-Produkte ... 7

Sanus mit hochwertigen Halterungssystemen für Flachbildschirme ... 8



LG mit strategischer Neuausrichtung ... 11

Sony mit neuer Cyber-shot DSC-T2 ... 12



Toshibas neue HD DVD Player kommen mit 8 HD DVD Filmtiteln ... 13

expert mit Umsatzwachstum ... 14

Toshiba startet Modellfeuerwerk mit sechs neuen Notebook-Reihen ... 15

Sharp mit starker Präsenz und Unterstützung am PoS ... 16



High-Tech für SLR-Fotografen: Metz mecablightz 58 AF-1 digital ... 17

Flachdisplays: Markttrends ... 20

Interview mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung Electronics ... 22

Merian Scout Navigator hält umfangreiche Informationen bereit ... 25

The Phone House passt sich Marktveränderungen an ... 27

E-Plus baut eine neue Zentrale ... 28

Satter Sound aus kleinen Boxen: Bose PC MusicMonitor ... 29

Testsieger AKG K 530 jetzt in Hochglanz-Schwarz ... 29

Samsung Marketingkampagne für Full HD LCD-TVs ... 30

Games ... 31

TK-Nachrichten ... 24

Leserbefragung 2007: Gewinnen Sie mit PoS-MAIL ... 32

TK-Neuheiten ... 26

Neuheiten ... 10,13, 14, 23

Aktuell ... 10, 17

Kleinanzeigen ... 34

Impressum ... 34

Panasonic bietet Zubehör für jede Produktrange

Mehr Performance, mehr Sicherheit

Panasonic bietet für jede Produktrange passendes Zubehör: von der SDHC-Karte über die Vorsatzlinse, den Foto-Drucker und das Unterwassergehäuse im Bereich Foto bis hin zum HDMI-Kabel und Wandhalterung für das Segment Flat-TV.

Das Thema HDTV und Full HD hat in den letzten Jahren für enorme technische Neuerungen gesorgt. Der Datentransfer für hochauflösendes Fernsehen ist anspruchsvoller geworden, benötigt wird Zubehör – in diesem Falle HDMI-Kabel, die digitale Bild- und Tondaten ohne Qualitätsverluste übertragen. Panasonic hat die längsten HDMI-Kabel der Generation 1.3 im Programm und setzt damit neue Maßstäbe in der audiovisuellen Datenübertragung. Die Produkte bieten einen optimalen Datenfluss bei minimaler Fluktuation und erhalten deshalb trotz ihrer Länge die begehrte Zertifizierung „HDMI 1.3a category 2 High-

speed“ und sind somit geeignet für 1.080p. Dieses Privileg blieb bislang nur Kabeln bis zu drei Metern Länge vorbehalten. Das Sortiment von Panasonic für HDMI-Kabel der „Version 1.3a category 2 High-speed“ umfasst insgesamt fünf verschiedene Längen zwischen 1,5 und zehn Metern. Eines dieser Kabel genügt heute als alleinige Verbindung zwischen Fernseher, PC, Videokamera, Receiver oder Spielkonsole und ermöglicht die einfache Steuerung aller Panasonic Geräte mit nur einer Fernbedienung (HD AVI Control). Dank verschiedener Innovationen ist die Version 1.3 leistungsfähiger und verbessert das (Fern-) Seherlebnis. Die neuen HDMI-Kabel zeichnen sich durch eine erhöhte Übertragungsrates von 10,2 Gigabyte pro Sekunde aus, welche einen größeren Farbraum ermöglicht. Dadurch werden beispielsweise Hautfarben natürlicher wiedergegeben. Eine bessere Auflösung garantiert mehr Detailreichtum, und Bewegungen werden mittels

höherer Bildwiederholraten deutlicher. Weitere neue Features sind die Unterstützung verlustfreier Audioformate (wie Dolby TrueHD oder dts-HD Master Audio) und das sogenannte LipSync. Letzteres sorgt für eine genauere Abstimmung von Bild und Ton zwischen sendendem und empfangendem Gerät. Laufzeit-Differenzen werden damit vermieden. Die neue Version überzeugt außerdem durch mehr Farbtiefe. Diese kann von bisher 24 Bit auf 30 Bit, 36 Bit oder sogar 48 Bit gesteigert werden. Das unterstützt die Fähigkeit der HD-Bildschirme, Millionen von Farben darzustellen. Farbübergänge sind dank dieser Technologie sanfter, und störende Farbäume gehören der Vergangenheit an. Zudem wird die Anzahl der Graustufen vervielfacht: Schon bei einer Erhöhung von 24 Bit auf 30 Bit können viermal mehr Graustufen abgebildet werden. HDMI 1.3 zeigt das gesamte Spektrum der für das menschliche Auge sichtbaren Farben.



Für die Lumix Kamera-Modelle DMC-TZ2 und DMC-TZ3 bietet Panasonic dieses robuste Unterwassergehäuse an.

Auf das Original kommt es an

Auch im Akku-Bereich ist Panasonic in Sachen Forschung und Entwicklung sehr aktiv. Original Panasonic Lithium-Ionen Akkus für digitale Camcorder und Kameras bieten höchste Leistung und lange Lebensdauer. Darüber hinaus beinhalten sie Schutz- und Kontrollmechanismen, die eine Überhitzung oder Fehlfunktion verhindern. Akkus minderer Qualität enthalten, laut Panasonic, entsprechende Schutzvorrichtungen nicht. Bei Verwendung entsprechender Akkus kann es zum einen zu Überhitzung, Auslaufen oder Explosionen kommen, zum anderen aber auch zu Schädigungen an den jeweils verwendeten Geräten. Im schlimmsten Fall sogar zu Verletzungen des Anwen-

Produkts auf Nummer Sicher gehen.

Blu-ray-Disc, DVD und Mini DVD

Panasonic bietet aufgrund seiner langjährigen Erfahrung in sämtlichen Bereichen der Unterhaltungselektronik ein optimal abgestimmtes Angebot an Speichermedien für die Bereiche Foto, Video, MP3 und TV. Dieses garantiert ein zuverlässiges Zusammenspiel mit den digitalen Netzwerkprodukten. Im Markt der DVD-RAM Medien ist Panasonic seit Jahren führend. Mit der Diga-Modellsreihe ist das Unternehmen auch im Markt der DVD-Rekorder erfolgreich vertreten. Dieses technische Know-how in beiden Bereichen garantiert eine optimale Ergänzung zwischen Abspielgeräten und Speichermedien. Bei den original Panasonic DV-Kassetten für Camcorder bietet Panasonic mit der Super Linear Plus Linie eine Qualität, die höchsten Ansprüchen genügt. Diese neuen Kassetten gewährleisten durch ihre höhere Partikeldichte eine deutlich verbesserte Bild- und Tonqualität. In Verbindung mit den Panasonic 3CCD-Camcordern werden die technischen Möglichkeiten optimal ausgenutzt. Auch im Bereich Blu-ray hat Panasonic Medien im Angebot. *miz*

Erfolgreich im Bereich Speichermedien



Als einer der Mitbegründer der SD Card Association im Jahr 2000 kann Panasonic auf eine erfolgreiche Entwicklung im Bereich dieser Speichermedien verweisen. Hinzu kommt, dass Panasonic derzeit der einzige Hersteller von SD-Speicherkarten und kompatiblen Geräten ist. Sicherheit und Zuverlässigkeit der Speicherkarten sind daher für Panasonic wichtige Qualitätsanforderungen. Panasonic SD/SDHC-Speicherkarten sind auch für extreme Bedingungen geeignet und unterliegen einer strengen Qualitätskontrolle. Ganz neu im Markt ist die 6 GB Pro High Speed SDHC-Speicherkarte. Das Panasonic Angebot umfasst derzeit insgesamt fünf SDHC00-Modelle mit 1, 2, 4, 8 und 16 GB Speicherkapazität. Durch die zunehmende Verbreitung von High Definition (HD) Camcordern und hochauflösenden digitalen Fotokameras werden von kartenbasierten Aufnahmemedien zunehmend größere

Speicherkapazitäten und höhere Datentransferraten verlangt. Die neue Panasonic SDHC-Speicherkarte erfüllt mit ihrer enormen Speicherkapazität von 16 GB und einer Datentransferrate von bis zu 20 MB pro Sekunde diese Erwartungen spielend. Mit der Geschwindigkeitsklasse Class 6 garantiert sie stabile Echtzeitaufnahmen und ist damit auch für professionelle Anwendungen hervorragend geeignet.

Panasonic ist zudem in diesem Herbst mit Modellen mit 512 MB (RP-SM512BE1K), 1 GB (RP-SM02GBE1K) und 2 GB (RP-SM02GBE1K) Speicherkapazität und einer Datentransferrate von bis zu 5 MB/Sek. in den stark expandierenden Markt für microSD-Speicherkarten eingestiegen. microSD-Speicherkarten sind mit Abmessungen von 11 mm x 15 mm x 1 mm das kompakteste SD-Format und vor allem für den Einsatz in mobilen Endgeräten wie Mobiltelefonen vorgesehen. Führende Mobiltelefonhersteller treiben das Thema „miniSD“ aktuell massiv voran und setzen schon heute vielfach auf das ultrakompakte Flash-Speicherkartenformat. Anwender sind so in der Lage, Bildern, Audiodaten und Videoclips einfach vom und zum Mobiltelefon zu übertragen.

Panasonic Speicherkarten nutzen die industrielle Speicherchip-Version, die eine Funktionsfähigkeit bei Temperaturen von -25°C bis +85°C ermöglichen. Jede Panasonic SD-Speicherkarte verfügt über eine einmalige Seriennummer. Mit den in der Seriennummer verschlüsselten Informationen (Produktionsort, -datum usw.) kann bei eventuell auftretenden Problemen die Ursache schnell festgestellt und beseitigt werden.



Panasonic empfiehlt, für die zuverlässige Handhabung von Panasonic Produkten Original-Zubehör zu benutzen. Dieses Logo verschafft einen schnellen Überblick.

ders (z. B. Verbrennungen). Panasonic empfiehlt grundsätzlich, für Panasonic Produkte Original Panasonic Lithium-Ionen Akkus zu verwenden, da diese nach den erforderlichen Sicherheitskriterien ausgestattet sind. Für seine Zubehörprodukte hat Panasonic ein Logo eingeführt, das sie als Original auszeichnet. Somit kann der Kunde bei Wahl des Zubehörs für seine Panasonic



Blu-ray-Disc zur Aufzeichnung des hochauflösenden Fernseh-Formats.

EINE STARKE MARKE

2005/2006

Bose wird als
SUPERBRAND Germany
ausgezeichnet

2006/2007

Bose wird als
SUPERBRAND Austria
ausgezeichnet

2007/2008

Bose wird erneut als
SUPERBRAND Germany
ausgezeichnet



Als führender Audio-Spezialist wurde Bose nach der Auszeichnung als „Superbrand Germany 2005/2006“ und „Superbrand Austria 2006/2007“ von der Jury der internationalen „Superbrands“-Organisation erneut mit dem Titel „Superbrand Germany 2007/2008“ ausgezeichnet. Seit zehn Jahren wird dieser Titel in mehr als 40 Ländern an die besten Produkt- und Unternehmensmarken verliehen. Neben der hervorragenden Markenführung und dem hohen Bekanntheitsgrad war auch das Partner 2000-Vertriebskonzept ein entscheidender Grund, warum die Wahl in diesem Jahr wieder auf Bose fiel: „Das Bose-Vertriebskonzept gilt heute als beispielhaft in den europäischen Märkten!“ (Zitat Superbrands-Jahrbuch)

BOSE
AUSZEICHNUNG
FÜR
HERVORRAGENDE
MARKENFÜHRUNG



**Marke gewinnt.
Gewinnen Sie
mit Bose!**

BOSE
Better sound through research®



WLAN-Funktion im Standard SD-Format: Der Eye-Fi Karte sieht man ihre Fähigkeiten von außen nicht an.

Eye-Fi soll Digitalkameras Wi-Fi-tauglich machen

Die WLAN SD-Karte

In den USA ist jetzt die erste SD-Speicherkarte mit integrierter WLAN-Funktion in den Handel gekommen. Damit können mit jeder SD-kompatiblen Digitalkamera die Fotos sofort kabellos zum PC übertragen oder in Internet-Alben abgespeichert werden.

Das erstaunliche Produkt mit dem Namen Eye-Fi wurde im gleichnamigen Unternehmen entwickelt, das 2005 in Mountain View, Kalifornien, von einigen Digital-Spezialisten gegründet wurde. Das notwendige Kapital kommt von Fonds wie Opus Capital und Shasta Ventures. Die Eye-Fi SD-Karte mit einer Kapazität von 2 GB, die in den USA von führenden Handelsunternehmen zu einem Preis von 99,99 USD verkauft wird, überträgt die gespeicherten Bilder kabellos in WLAN-Netzwerken nach dem Wi-Fi-Standard zum PC oder Mac oder ganz ohne Computer direkt ins Internet, wenn ein

solcher Zugang erreichbar ist. Die patentierte Technologie soll nach Aussage von Eye-Fi Chef Jef Holove, einem früheren Manager von Logitech, den Umgang mit digitalen Bildern revolutionieren. „Mit der Eye-Fi Card beseitigen wir die Barrieren, die viele Konsumenten daran hindern, ihre Bilder anderen Menschen zu zeigen oder sie auszudrucken“, heißt es in einer Pressemitteilung. Zur Zeit ist das einzigartige Produkt nur für die Anwendungen in offenen bzw. privaten Netzwerken geeignet – zum Beispiel in Haushalten, die über einen kabellosen Internet-Zugang verfügen. Beim Einschalten der Kamera werden die Bilder automatisch zum PC oder Mac und/oder in Internet-

Alben übertragen. Dabei können die Konsumenten in den USA zwischen führenden Online-Anbietern wählen, zum Beispiel Kodak Gallery, Shutterfly, Snapfish, Picasa, Flickr und dotPhoto. Die bevorzugten Ziele werden dabei in einer einfachen Setup-Prozedur mit der Eye-Fi Manager-Software festgelegt. Beim Hochladen ins Internet werden die Dateien zunächst auf die Eye-Fi Service-Seite übertragen, von der aus sie dann in das entsprechende Album beim ausgewählten Online-Anbieter gesendet werden. Dies funktioniert wohlgedacht auch dann, wenn der häusliche PC ausgeschaltet ist. Hat der Anwender zuvor festgelegt, dass die Bilder

sowohl auf den PC als auch ins Internet-Album übertragen werden sollen, sendet der Eye-Fi Service eine Kopie der Bilddaten automatisch in den gewünschten Ordner auf der Festplatte, sobald der PC oder Mac eingeschaltet wird.

Dies alles funktioniert nach Aussage des Herstellers nicht nur ohne weiteres Eingreifen des Anwenders, sondern sozusagen mit jeder Digitalkamera, die ihre Bilder auf SD-Karten abspeichert. Von den großen Herstellern fallen daher nur Olympus (xD-Picture Card) und Sony (MemoryStick) durch das Raster.

Zur Zeit funktioniert Eye-Fi nur in den USA und auch dort noch nicht mit den „Hotspots“ von Netzwerk-Betreibern, sondern nur in offenen bzw. privaten Netzwerken.

Ob und wann Eye-Fi in Europa verfügbar sein wird, ist noch nicht geklärt.



STRENESSE
★ ★ ★

NIE WIEDER EIN TOR VERPASSEN.

LG PLASMA-HDTV MIT INTEGRIERTEM FESTPLATTENREKORDER.

Hier spielt die Zukunft. Dank Time Shift-Funktion können Sie jetzt in jede spannende Live-Übertragung einsteigen, genau dann, wann Sie es wollen und ohne etwas zu verpassen: Sendung einfach beliebig anhalten, zurückspulen und zeitversetzt weiterschauen. Knopfdruck genügt und das Spiel läuft auch dann noch für Sie, wenn es für andere schon gelaufen ist. LG PT85 – HD ready Plasma-TV und Festplattenrekorder in einem, erhältlich in 42 und 50 Zoll. **LG. Life's Good.**



PT85

Life's Good
LG

Philips mit breitem Zubehör-Sortiment für CE-Produkte

Nützliche Helfer für Bild und Ton

Philips erweitert sein Angebot um neue Kopfhörer, Fernbedienungen, Multimedia-Festplatten und Verteilersteckdosen. Das Unternehmen unterstreicht mit der Einführung der neuen Produkte das Zusammenspiel von Nutzen, Bedienfreundlichkeit und Design im Consumer Electronics-Zubehör-Segment.

Steckdosenleisten erweisen in der Regel gute Dienste, wenn es darum geht, mehrere Elektrogeräte gleichzeitig mit Spannung aus der Steckdose zu versorgen. Allerdings sind sie häufig ungeeignet, wenn mehrere – sperrige – Netzteile gleichzeitig Anschluss finden sollen. Abhilfe schafft hier die Verteilersteckdose PowerSquid von Philips. Durch ihr besonderes Design ist es möglich, wirklich alle Steckplätze zu nutzen, denn jeder einzelne kann – wie die Tentakel eines Tintenfisches – flexibel in verschiedene Richtungen gedreht werden. Außerdem kann PowerSquid durch einen integrierten Überspannungsschutz das Leben von angeschlossenen Elektrogeräten verlängern.

PowerSquid wurde entwickelt, um die baubedingten Nachteile herkömmlicher Verteilersteckdosen auszugleichen, bei denen die Steckplätze nebeneinander angeordnet sind. Sie bieten oft nicht genug Platz für besonders voluminöse Netzteile einiger Elektrogeräte.

Deshalb wurde PowerSquid mit unterschiedlich langen Kabeln ausgestattet, so dass auch die größten Stecker bequem Platz finden. Die fünf beweglichen „Tentakel“ sind 17, 12 und sieben Zentimeter lang. PowerSquid ist eine neue Produktpalette von Philips, zu der Verteilersteckdosen mit Überspannungsschutz sowohl für

den professionellen als auch den privaten Bereich gehören. Alle Steckdosen sind zudem kinder-sicher ausgelegt. PowerSquid ist mit der patentierten V3-Technologie ausgestattet, die für das sichere Ableiten der Überspannung verantwortlich ist. Die Verteilersteckdosen bieten, laut Aussagen von Philips, bis zu 27 Prozent besseren Überspannungsschutz im Vergleich zu Produkten anderer Anbieter. Weil die Kabel flexibel sind, können Geräte aus unterschiedlichen Richtungen angeschlossen werden. Beim Modell SPR5540 können sogar Telefon- oder Antennenkabel vor Überspannungen aus der Telefon- oder Antennenleitung geschützt werden.

Kabelloses Musikvergnügen

Mit dem SHD9100 präsentiert Philips einen kabellosen Hi-Fi-Kopfhörer. Der SHD9100 bietet ungestörten Musikgenuss von bis zu sechs Stunden am Stück, wobei er Hintergrundgeräusche praktisch vollständig unterdrückt. Zum Lieferumfang gehört eine Dockingstation zum bequemen Wiederaufladen. Der SHD9100 zeichnet sich zudem durch seine Ausstattung aus: Sein ultraleichter Bügel und die atmungsaktiven Ohrmuscheln sorgen für ausgezeichneten Tragekomfort auch bei längerer Nutzung. Zudem lässt sich der Kopfbügel für einen guten Sitz mehrfach anpassen. Die digitale drahtlose Übertragung ist ideal für ernsthafte Musikliebhaber, die andere nicht belästigen wollen und selbst störungsfreien

Hörern suchen. Sie gewährleistet einen zuverlässigeren Empfang, bessere Klangqualität und geringeren Stromverbrauch als analoge FM-Übertragungen.

Die 40 mm-Lautsprecher-Chassis erzeugen einen kraftvollen, unverzerrten Sound, der dank der Übertragungsreichweite von 40 Metern ohne Qualitätsverlust im ganzen Haus genossen werden kann. Der Philips SHD9100 sucht automatisch seine Verbindung und kann daher ohne die Lektüre umfangreicher Handbücher oder Anleitungen installiert werden. Eine Anzeige für schwache Batterien warnt rechtzeitig, wenn der Kopfhörer wiederaufgeladen werden muss. Der SHD9100 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 249,99 Euro.

Universal Fernbedienungen

Mit zwei neuen Universal Fernbedienungen ergänzt Philips seine umfangreiche Range. Die Slider Fernbedienung SRU7140 zeichnet sich insbesondere durch ihr edles Design aus, und mit der Prestige SRU8015 hat man auch ein privates Heimkino voll im Griff. Die Slider Fernbedienung SRU7140 in Lackschwarz mit silberfarbenen Tasten erinnert in der Handhabung an ein Handy: Nach dem Herausziehen des „Sliders“ wird die numerische Tastatur zur Direktwahl der Kanäle zugänglich. Im geschlossenen Zustand ist die 4-in-1 Universalfernbedienung handlich und bietet wichtige Funktionen auf einfachen Tastendruck. Über LED wird signalisiert, ob der Modus TV, SAT, DVD HDD oder Receiver gewählt ist. Das Setup ist durch automatische Suche oder die direkte Codeeingabe unkompliziert.

Die 15-in-1 Universalfernbedienung Prestige SRU8015 beeindruckt mit ihrem 2-Zoll-Farbdisplay (176 x 220 Pixel) und den bereits gespeicherten Senderlogos, die die Bedienung sehr übersichtlich machen. Dank des Scrollrades können auch lange Senderlisten bequem durchsucht werden. Mit Hilfe des Setup Wizards wird die Installation auch bei einem umfangreichen AV-System zum Kinderspiel – und das ganz ohne PC, umfangreiche



Bedienungsanleitung oder technischen Support.

Die SRU8015 ist außerdem zukunftssicher. Sie unterstützt derzeit praktisch jedes Produkt und ist für „exotische“ Codes

lernfähig. Der empfohlene Verkaufspreis für die Multi-Talent Fernbedienung lautet 139,99 Euro. Die Design-Fernbedienung SRU7140 soll 39,95 kosten. *miz*

Neue Festplatten für den Multimedia-Einsatz im ganzen Haus

Mit den beiden neuen Multimedia-Speicherlaufwerken von Philips können Anwender ihre privaten Bilder, Musikdateien und Filme von jedem Ort ihres Zuhauses abrufen – und das so leicht wie nie zuvor. Das gelingt zum einen mit der externen Festplatte Philips SPE9025CC, die unterschiedlichste Multimedia-Daten auf einem herkömmlichen Fernseher oder der Stereoanlage wiedergibt. Für PC-Anwender empfiehlt sich zudem das NAS-Laufwerk Philips SPD8020CC,



Philips Multimedia Festplatte SPD8020CC

das als zentraler Datenspeicher für alle im Heimnetzwerk angeschlossenen Computer fungiert. Die externe Multimedia-Festplatte Philips SPE9025CC schlägt auf einfache Weise eine Brücke zwischen Fernseher und PC: Wer heruntergeladene Filme, Musikstücke oder Bilder auch auf dem TV-Gerät wiedergeben will, muss sie nicht mehr umständlich konvertieren oder gar auf DVD brennen. Stattdessen kann man sie einfach via USB-2.0-Schnittstelle auf die externe Festplatte übertragen. Die SPE9025CC kommt mit allen populären Multimedia-Formaten zurecht, verfügt über S-Video- und Composite-Anschlüsse sowie digitale und analoge Tonausgänge und lässt sich damit an jedes TV-Gerät und jede Stereo-Anlage anschließen. Mit 500 Gigabyte Speicherplatz ist sie auch für umfangreiche Archive geeignet. Und Wohnzimmer-Komfort ist dabei inklusive: Sämtliche Multimedia-Daten lassen sich bequem mittels Fernbedienung abspielen.

Beim Philips SPD8020CC handelt es sich um ein NAS-Laufwerk (Network Attached Storage), das sich beispielsweise an einen Router anschließen und damit ins heimische Netzwerk einbinden lässt. Die 500 Gigabyte große Festplatte ist UPnP- und DLNA-kompatibel, dient als zentraler Datenspeicher und nimmt alle Arten von Dateien auf. Für Haushalte mit mehreren PCs ist das sehr praktisch: Videos, Musikdateien und Bilder liegen nicht mehr verstreut auf den Rechnern, sondern sind an einem einzigen Ort gespeichert und lassen sich über jeden im Netzwerk eingebundenen Rechner abrufen.



Philips NAS-Laufwerk SPD8020CC



PowerSquid ist mit unterschiedlich langen Kabeln ausgestattet, so dass auch die größten Stecker bequem Platz finden. Zudem ist PowerSquid mit der patentierten V3-Technologie ausgestattet, die für das sichere Ableiten der Überspannung verantwortlich ist.

Sanus Systems: „Wir bieten hochwertige Halterungssysteme für Flachbildschirme“



Schnitt-Darstellung der Sanus Flachbildschirm-Halterung VMPL250S

Der europäische Markt für Flachbildschirme wird laut Prognosen von Marktbeobachtern bis zum Jahr 2010 auf das Dreifache der heutigen Umsätze anwachsen und dann die Größenordnung von 40 Millionen Geräten jährlich erreichen. Mit ähnlichen Zuwachsraten vergrößert sich auch das Umsatzpotential für produktspezifische Zubehörprodukte wie z. B. Wandhalterungen für Flach-TV-Geräte.

Hochwertige Konsumgüter werden zunehmend nicht nur nach Kriterien ihrer funktionellen Qualität ausgewählt, sondern unter Berücksichtigung der ästhetischen Ansprüche des Käufers. Ein neu erworbener Flach-TV muss sich vor allem har-

monisch in die vorhandene Wohnumgebung integrieren. Dabei fällt die für den Gesamteindruck entscheidende Rolle der Art der Aufstellung oder Aufhängung des flachen Bildschirms zu. Genau für diese Aufgabenstellung bietet Sanus auf der Grundlage von mehr als 20 Jahren Produktionserfahrung hochqualitative Komplettlösungen an, die höchsten Design-Ansprüchen gerecht werden. Wandhalterungen und Lautsprecherständer von Sanus Systems ermöglichen dem Kunden die Realisierung seiner Idealvorstellungen und bieten dem Handel die Chance, die negative Margenentwicklung bei den Einstiegsklassen für Flachbildschirme zu kompensieren.

Sanus Systems – State of the art

Die von Sanus Systems aus edlen und belastungsfähigen Materialien nach exklusiven Designideen in ausgereifter Technik hergestellten Halterungssysteme für Flachbildschirme und Projektoren sind seit mehr als zwei Jahrzehnten anerkannter State of the Art. Auch in den USA ist Sanus Marktführer in diesem Produktbereich. Seinen Handelspartnern bietet Sanus komplette Vertriebsunterstützung mit selbsterklärenden Verkaufsdiskplays und überzeugenden Demotrees für den PoS. Die Verkaufstools machen Verkaufsgespräche für den Kunden zum angenehmen Produkterlebnis und unterstützen maßgeblich die Kaufentscheidung. Der ständig auf neueste Produkte aktualisierte Mountfinder auf der Internet-Homepage von Sanus selektiert in Sekunden die passende Halterung für jedes Flach-TV-Gerät. Die optimale Lösung für jeden Flachbildschirm können Kunden und Händler unter <http://www.sanus.com/us/de/> abrufen.

Vertrieb über Hama

Sanus Systems Produkte sind über den Vertriebspartner Hama erhältlich. Als langjährig erfahrener Spezialist stellt Sanus für den Verkauf

Top-Tools bereit, mit denen der Handel seine Umsätze erfolgreich steigern kann. Seine innovativen Produkte präsentiert Sanus Systems jährlich auf der IFA Berlin. Im Jahr 2007 waren stabile und technisch zuverlässige Halterungslösungen für große Flach-TVs und qualitativ hochwertige Spiegel-Dekorationsrahmen für Flach-Displays und TV-Bildschirme die Highlights unter den vorgestellten Produkten.

Dekorative Frames mit Spiegelfront

Als erster Lösungsanbieter für AV-Zubehör bringt Sanus extravagante Dekorationsrahmen für TV-Flachbildschirme und Displays auf den Markt, die sowohl optisch wie funktional begeistern. Mit passenden, optimal abgestimmten Spiegelfronten werden die Flachbildschirme von einem brillanten Bilderrahmen umrahmt. Optional sind die edlen Bilderrahmen auch mit Camouflage-Verspiegelung lieferbar. Auf den wachsenden Bedarf an soliden, stabilen und äußerlich ansprechenden Zubehör-Lösungen für Flachbildschirme in Wohnumgebungen und Büroräumen reagiert Sanus Systems mit ständig aktualisierten, marktorientierten Lösungen.

„VisionMount“: Hoch-Technologie für perfekte Sicht

Die raffinierten technologischen Details der VisionMount-Serie erfreuen den Anwender und erhöhen den Nutzwert jedes damit ausgestatteten Flach-TV-Geräts beträchtlich. Neben der stabilen Bauweise der Flatscreen-Träger aus extrudiertem Aluminium und der formvollendeten Kombination nickelbeschichteter Gelenklager mit pulverbeschichtetem Alumi-



Als erster Lösungsanbieter bringt Sanus hochwertige Dekorationsrahmen für FlachTVs auf den Markt.

nium im High-Tech-Look, überzeugt Sanus bei dieser Serie erneut mit ansprechendem Design und ausgeklügelten, patentierten Problemlösungen. Technische Details wie „SmoothLock“ und „Virtual Axis“ begeistern durch ihre Perfektion und unterstützen höchstmöglichen Fernsehgenuss. „SmoothLock“ von Sanus Systems ist ein revolutionäres System zur einfachen Fixierung von Neigungs- und Schwenkeinstellungen völlig ohne Werkzeug. Im Unterschied zu herkömmlichen Halterungen lassen sich die Gelenke der beweglichen VisionMount-Produktlinie über eine große, griffige Rändelschraube, die auf ein kegelförmiges, nickelbeschichtetes Lager einwirkt, einfach und ohne weitere Hilfsmittel fixieren. Dazu bewegt man den

Flachbildschirm einfach horizontal und vertikal in die gewünschte Position und fixiert die Halterung mit dem SmoothLock-System. Dieser Mechanismus ermöglicht eine nahezu unbegrenzte Anzahl unterschiedlicher Ausrichtungen des Displays.

Mit Hilfe von „Virtual Axis“ können selbst schwere Plasma-Bildschirme so an der Halterung exakt ausbalanciert werden, dass die Neigungseinstellung mit nur einem Fingertip verändert werden kann. Das patentierte System lockert sich bei diesen Änderungen nicht von selbst, sondern bleibt fest in der jeweils gewählten Position. Der optimale Betrachtungswinkel kann für kleine wie für große Zuschauer innerhalb weniger Sekunden individuell eingestellt werden: Ein leichter Druck am Bildschirm nach oben oder unten genügt. Werkzeuge oder komplizierte Mechanismen sind dazu nicht erforderlich.



Für den höchsten Bedienungskomfort dieser Flach-TV-Halterung wurde Sanus Systems mit dem Plus X award ausgezeichnet.

Axis-Neigesystem von Sanus durch eine leichte Berührung die Einstellung des optimalen Betrachtungswinkels auf den Fernseher von jeder Position aus. Ein ausfahrbares Teleskopgestänge schiebt den Bildschirm vor, so dass die Anschlusskabel bequem zu erreichen sind. Die Konstruktion aus stranggepresstem Aluminium und massivem Stahl vereint elegante High-Tech-Optik mit optimaler Stabilität. Auch bei großen, schweren Bildschirmen garantieren vollmobile Gelenkarme sicheren Halt und größtmöglichen Bewegungsradius.

Über Sanus:

Sanus Systems entwickelt und produziert eine große Auswahl an HiFi-Möbeln, TV- und Lautsprecherhalterungen und AV-Zubehör für anspruchsvolle Anwender, vom TV- und HiFi-Enthusiasten bis hin zum Innenarchitekten. Jedes Sanus Produkt ist optimal auf die unterschiedlichen AV-Systeme abgestimmt und integriert Flachbildschirme, HiFi-Boxen etc. harmonisch in jede Wohnumgebung. Seinen Kunden bietet Sanus mehr als 300 Produkte, die im gut sortierten Fachhandel für Consumer Electronics erhältlich sind. Informationen unter <http://www.sanus.com>



Handelspartnern bietet Sanus komplette Vertriebsunterstützung mit selbsterklärenden Verkaufsdiskplays und überzeugenden Demotrees für den PoS.



Mit den gleichen perfektionierten Ausrichtungsmöglichkeiten wie bei den Wandhalterungen, bietet Sanus Systems auch Ständer-Lösungen für Flach-TV-Geräte an. Dieser, in seinen Funktionen mit der MF-Serie vergleichbare Flach-TV-Stand im Hama-Angebot ist für Gerätegrößen von 30- bis 40-Zoll geeignet.

Prämierte Lösung: VMDD26-Wandhalterung

Die prämierte VMDD26-Wandhalterung für extra große Plasmafernseher ermöglicht dank Virtual

AUREA



Einfachheit bedeutet Licht, das die Sinne verführt. Aurea von Philips. Als Höhepunkt der Ambilight Innovation schafft Aurea ein überwältigendes Fernseherlebnis, verführerisch wie nie zuvor. Der Full HD

Bildschirm des Aureas ist von einem Active Frame umgeben, der in perfekter Harmonie mit den Fernsehbildern in lebendigen Farben erstrahlt. Aurea zieht Sie in seinen Bann und überwältigt Ihre

Sinne – Geben Sie sich dieser Erfahrung hin. Der neue Philips Aurea mit Ambilight ist mehr als nur ein Fernseher – er berührt Ihre Sinne. Powered by Ambilight www.philips.de/aurea

Pos Aktuell

Packard Bell kooperiert mit Kodak Gallery

Der Computer-Hersteller Packard Bell und der Online-Fotofinisher Kodak Gallery haben eine Partnerschaft bekanntgegeben. Der PC-Hersteller wird die Kodak Gallery in alle Notebooks und Desktop-PCs integrieren, die in Westeuropa (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande und Spanien) verkauft werden. Damit haben die Nutzer von Packard Bell Computern von ihrem Startbildschirm aus per Mausclick direkten Zugriff auf die Kodak Gallery und können dort ihre Bilder speichern, betrachten, an Freunde und Verwandte weitergeben und Kodak Bilder oder Fotogeschenke bestellen. Zudem bietet die Kodak Gallery kostenlose Kreativ- und Bearbeitungstools sowie einen Internet-Shop für Fotoprodukte. Die Produkte, die bei der Kodak Gallery bestellt werden, werden direkt zum Konsumenten nach Hause geliefert. Der neue Service soll auch auf der Internetseite von Packard Bell sowie über weitere Kanäle beworben werden.

BenQ schließt Vertrag mit der Paneuropa Service GmbH

Die BenQ Deutschland GmbH und die Paneuropa Service GmbH haben ihre

Partnerschaft für den Produktbereich Speichermedien bekanntgegeben. „Durch die neue Kooperation mit Paneuropa haben wir einen idealen Partner im Bereich Speichermedien gewonnen, der mit uns gemeinsam dieses Geschäft weiter forcieren wird. Ein sehr kompetentes Team mit langjähriger Vertriebserfahrung sowie die Kontakte der Paneuropa werden uns gemeinsame Erfolge beschern“, so Nils Fleischhauer, Sales Director Distribution der BenQ Deutschland GmbH. Die auf Distributionslogistik spezialisierte Paneuropa Service GmbH mit Sitz in Vechta verfügt über ein Team von Spezialisten für den Bereich Speichermedien. „Die außerordentliche Qualität der optischen Speichermedien, das optimale Preis-/Leistungsverhältnis und die Innovationsfähigkeit der Firma BenQ garantieren uns absolute Wettbewerbsfähigkeit und ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit“, kommentiert Jürgen Muhle, Geschäftsführer der Paneuropa Service GmbH.

DGH Großhandel mit Navigationsgeräten von Garmin

Duttenhofer Großhandel ist ab sofort auch offizieller Vertriebspartner für Navigationsprodukte des Herstellers Garmin. Die Kooperationsvereinbarung umfasst das



ALPINE
Mobile Media Solutions

Das erste Steuergerät speziell für den iPod!

ilounge.com BEST OF SHOW 2007
PLUS X AWARD ausgezeichnet für Bedienkomfort
EISA AWARD Best Product 2007-2008 IN-CAR INNOVATION Alpine iDA-X001

Mehr Infos unter www.alpine.de

komplette Garmin Sortiment, zu dem nicht nur GPS-gesteuerte Navigationsprodukte für den Straßenverkehr gehören, sondern auch Geräte des Outdoor- und Sportmarkts. Garmin Navis sind in Deutschland unter dem Markennamen „nüvi“ bekannt. Jüngstes Produkt ist das Garmin pink nüvi, mit dem vor allem eine junge, weibliche Zielgruppe angesprochen werden soll. „Ich freue mich, dass wir mit Garmin einen neuen Partner für das Thema mobile Navigation gewonnen haben und damit einen

Bereich bedienen können, der nach wie vor steile steigende Verkaufszahlen verspricht und für den Fachhandel immer wichtiger wird“, sagte DGH-Vertriebsleiter Walter Dürr.

Loewe erhält Deutschen Preis für Dreidimensionalität

Das Fernsehgerät „Individual Compose 46“ von Loewe ist mit dem Deutschen Preis für Dreidimensionalität, der „Goldenen Flamme“, ausgezeichnet worden. Besonders gelobt hat die renommierte Jury die enge Verbindung von Markenorientierung und klarem, funktionsgerechtem Design. Loewe präsentiert mit Individual Compose ein völlig neues, ganzheitliches Home Cinema-Konzept. Im Mittelpunkt steht dabei das großformatige Loewe LCD-Fernsehgerät. In Kombination mit den von Loewe entwickelten und optisch perfekt auf die Produktfamilie Individual abgestimmten Audio-Lösungen entsteht ein flexibles und individuelles Home Cinema-System.

Neuer Key Account Manager bei Samsung Opto Electronics

Seit dem 1. November betreut Joachim Hoffmann für Samsung Opto Electronics

als Key Accounter den deutschen Fotohandel. Der ausgewiesene Fachmann auf dem Gebiet der Digitalfotografie ist gelernter Fotograf und war vor seinem Wechsel zu Samsung acht Jahre bei Casio beschäftigt, zuerst als Gebietsverkaufsleiter und später als Key Account Manager, sowie zwei Jahre als Key Account Manager bei Le Bon Image.

Thomson AVA verabschiedet sich vom europäischen Markt

Das französische Elektronik-Unternehmen Thomson AVA zieht sich vom europäischen Markt zurück. Dies bedeutet auch die endgültige Schließung der Thomson Vertriebsniederlassung in Hannover. Zum umfangreichen Markenportfolio von Thomson (unter anderem: Nordmende, Saba, Telefunken) gehört auch die in den USA bekannte Marke RCA. Diese Abteilung verkauft Thomson für einen nicht genannten Preis an das Unternehmen Audiovox. Audiovox ist in den USA eine renommierte Marke im Consumer Electronics Segment. In Deutschland bleibt lediglich die Sat-Empfänger Marke Skymaster erhalten.

Pos Neuheiten

JVC mit neuem 3CCD High Definition Camcorder

Mit dem GZ-HD3 präsentiert JVC einen neuen Camcorder, der nahezu alle Vorteile des größeren Modells GZ-HD7 bietet, jedoch mit seinen handlichen Abmessungen überrascht. Der neue HD-Camcorder ist mit einer großzügig bemessenen 60-GB-Festplatte ausgestattet, auf der sich im SD-Modus bis zu 7 Stunden Video (MPEG-2) unterbringen lassen (1.440 x 1.080, bei 22 Mbit/s). Bei der maximalen Bitrate von 30 Mbit/s, d. h. im XP-Modus, passen immer noch 5 Stunden hochauflösendes 1.440 x 1.080 Video auf die Festplatte. Außerdem steht für Anwender, die ihre Aufnahmen mit HDV-kompatibler Software verarbeiten oder via i.LINK übertragen möchten, noch der 1.440 CBR-Modus zur Verfügung (5 Stunden Aufnahmekapazität bei ca. 27 Mbit/s). Die drei nativen 16:9-Bild-



aufnahme-Chips (1/5 Zoll) sind als progressive Scan CCDs ausgelegt und liefern eine HD-Auflösung von 1.440 x 1.080 Pixeln. Die Kombination mit dem „Pixel Shift“-Verfahren und der Signalverarbeitung durch den neuen HD-Gigabrid-Prozessor in Echtzeit sorgt für eine exzellente Bildqualität. Einen weiteren, bedeutenden Beitrag zur Bildqualität des neuen GZ-HD3 leistet das von KonicaMinolta speziell entwickelte HD-Objektiv. Dieses Hochleistungs-Zoom-Objektiv (10fach optisch/200fach digital) verfügt über ein asphärisches

Hybrid-Linsensystem, das dank des verwendeten Spezialglases nahezu kein Streulicht aufweist. Darüber hinaus ermöglicht auch die platzsparende Struktur der Optik die überaus kompakte Bauform des Camcorders. Der GZ-HD3 bietet auch eine Fotofunktion, die bis zu 9.999 JPEG-Bilder mit Auflösungen von 1.440 x 1.080, 1.024 x 768 und 640 x 480 (4:3-Format) sowie 1.920 x 1.080 (16:9-Format) speichern kann. Bemerkenswert ist auch die „Größe“ des jüngsten Mitglieds der Everio Camcorderfamilie. Verglichen mit dem GZ-HD7 ist sein Gehäuse um mehr als ein Viertel kompakter und mit gerade mal 670 Gramm inkl. Batterie ein absolutes Leichtgewicht. Für Videofilmer also beste Voraussetzungen, den handlichen „Palm-Size“-Camcorder immer dabei zu haben. Der neue HD-Everio eignet sich sowohl für engagierte Videofans, die alle Funktionen und die zahlreichen manuellen Einstellmöglichkeiten ausgiebig nutzen, als auch für Videoliebhaber, die lieber die Automatik nutzen möchten. Die gelungene Kombination aus praxisgerechten Funktionen und intelligenten Automaten machen den besonderen Bedienungskomfort des GZ-HD3 aus. Der GZ-HD3 ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.399 Euro.

Neuer Projektor von BenQ mit Kurzdistanzlinse

BenQ hat Mitte November mit dem MP771 den ersten BenQ Projektor mit Kurzdistanzlinse präsentiert, der eine Großprojektion aus sehr kurzer Entfernung ermöglicht. Damit ist das Gerät speziell für Daten- und Video-Präsentationen in kleinen Konferenzräumen, Klassenzimmern oder im Seminarraum geeignet. Dank der Kurzdistanzlinse wird dem Betrachter eine große Bildprojektion auch bei begrenzten Platz- und Raumverhältnissen geboten. Der BenQ MP771 kann dicht vor eine Leinwand positioniert werden und projiziert dabei fast eine Zwei-Meter-Bilddiagonale aus einem Meter Distanz. Diese Projektor-Aufstellung bietet den Vorteil, dass der Präsentator durch die Lampe nicht geblendet wird, weil er nicht mehr zwischen Gerät und

Publikum steht. Gleichzeitig ist auch ausgeschlossen, dass der Zuschauer durch das Projektionsbild läuft, so dass eine konstante Bildbetrachtung garantiert ist. Die hohe Lichtstärke von 3.000 ANSI-Lumen und ein Kontrast von 2.000:1 stellen auch bei Tageslicht stets eine detailgetreue und scharfe Bildprojektion sicher. Durch die Unishape-Technologie kann der BenQ MP771 die Lichtintensität variieren und innerhalb von Millisekunden dem Bildinhalt anpassen. Dies wird durch die Synchronisation zwischen Chip, Farb- und Lampe umgesetzt. Dank dieser Technologie steigt die Lichtstärke um 40 Prozent und optimiert die Bild- und Farbqualität. Für eine gute Bildqualität sorgen ebenfalls das 6-Segment-Farb- und die Brilliant Color-Technologie.

Neuer 3 LCD-Projektor von Liesegang

Liesegang präsentiert den neuen 3LCD-Projektor dv 488active. Die Besonderheit des Gerätes liegt darin, dass es die klassische und interaktive Präsentation (Projektor mit Whiteboardfunktionalität) vereint. Der Projektor kommuniziert über eine integrierte CCD-Kamera mit den Infrarotsendern der Präsentationstools. Somit können Dokumente, Tabellen oder Präsentationen bearbeitet, gespeichert und gedruckt werden – und das alles in Echtzeit. Der Vorteil des



Liesegang dv 488active liegt darin, dass die Anschaffungs- und Montagekosten für das Whiteboard entfallen. Der dv 488active hat eine Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten (XGA) und eine Bildhelligkeit von 2.800 ANSI-Lumen. Mit der Weitwinkeloptik werden große Bilder bei kurzem Abstand projiziert – somit findet der dv 488active selbst in kleinen Räumen seinen Einsatz. Anschlüsse wie z. B. zwei Computereingänge, ein Monitor-

Sechs E-System Profi-Kits von Olympus für spezifische Anwendungen



Olympus bietet ab sofort sechs neue Kit-Versionen seines E-Systems an, die für spezielle Anwendungsbedürfnisse in der D-SLR-Fotografie zusammengestellt wurden. Jedes Kit ist mit einer E-410 oder E-510 ausgestattet. Beide Spiegelreflexkameras bieten Live View für eine bequeme Bildkomposition sowie einen 10-Megapixel-Live MOS-Bildsensor der jüngsten Generation. Herausragende Bildqualität, Aufnahme- und hohe Lichtempfindlichkeit sind damit nach Angaben des Herstellers garantiert. Aufgrund des Four Thirds Standards lassen sich alle Kits auch herstellerübergreifend erweitern. Erhältlich sind folgende Varianten:

- E-410 Taucher Pro Kit
- E-510 Medizin & Makro Pro Kit
- E-510 Architekten Pro Kit
- E-510 Travelling Pro Kit
- E-510 Reportage Pro Kit
- E-510 Nature Pro Kit

Jedes dieser Kits enthält neben der Kamera optimal auf die Anwendung zugeschnittene Objektive und weiteres Zubehör. So findet sich beispielsweise im E-410 Taucher Pro Kit ein Unterwassergehäuse, zum E-510 Architekten Pro Kit gehört das lichtstarke Blitzgerät Olympus FL-50, und im E-510 Nature Pro Kit ist auch der 1,4fach Telekonverter EC-14 enthalten.

ausgang sowie Steuerungsschnittstellen ermöglichen flexible Anschlussvarianten. Zwei integrierte Lautsprecher sorgen für überzeugende Klangqualität. Dank der vertikalen Keystone-Korrektur von ± 30° stellen Bildverzerrungen kein Problem mehr dar. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1.699,- Euro inkl. Mehrwertsteuer. Der Projektor ist über den Liesegang Fachhandel erhältlich.

Neue Notebooktaschen von Lowepro



Lowepro hat die Einführung einer neuen, hochwertigen Serie von Notebooktaschen bekanntgegeben. Sie trägt den Namen Factor und wurde vor allem für junge Berufstätige und Studenten entwickelt. Die neue Factor Serie besteht aus drei besonders leichten Modellen: Slim Factor Taschen, Factor Messenger und dem Rucksack „Backpack Faktor“. Die Slim Factor gibt es in den Varianten klein, mittel und groß. Die Messenger Factor wird in mittel und groß angeboten. Die Factor Notebooktaschen-Serie bietet Schutz für 12-13 Zoll, 14-15,4 Zoll und

15,4-17 Zoll Breitbild Notebooks. Alle Taschen bieten einen verstärkten, gepolsterten Schutz für den Inhalt und bestehen aus langlebigen, wasserabweisenden Außenmaterialien in Schwarz oder im Zweiton-Design. Die Messenger Factor Tasche ist zur besseren Luftzirkulation und für höheren Tragekomfort mit einer atmungsaktiven, gepolsterten Netzrückseite ausgestattet; separate, von außen leicht erreichbare Taschen ermöglichen schnellen Zugriff auf Zubehör-Teile. Die Schultergurte des Rucksacks „Backpack Factor“ sind ergonomisch geformt und mit einer integrierten Handytasche versehen.



LG mit strategischer Neuausrichtung

Zu Beginn des Jahres 2007 hat LG mit dem Managementwechsel eine strategische Neuausrichtung erfahren und befindet sich seitdem in einer globalen Umstrukturierungsphase. Dabei entwickelt sich das Unternehmen durch den Turnaround von einer R&D fabrikgesteuerten zu einer strategisch-orientierten Marketing Company.

Künftig soll sowohl global als auch in allen Länderorganisationen LGs die strategische Ausrichtung der Vertriebs- und Marketing-Divisions qualitativ stärker profiliert werden. Im Zuge einer „Go-To-Market“-Strategie sollen dabei die individuellen Bedürfnisse des Konsumenten und Handelspartners im Mittelpunkt stehen.

Nach dem Motto „think global – act local“ wird mit der Funktion des Commercial Directors, Luc Garé, die neue globale Management-Philosophie implementiert. Mit ihr sollen lokale Management-Kompetenzen stärker in die Verantwortung genommen und gleichzeitig eine optimale Marktbearbeitung sichergestellt werden. Zudem stelle die organisatorische Bündelung der Produkt- und Vertriebsbereiche strategische Synergien sicher.

Ein neuer strategischer Ansatz ist auch im Key Account Management zu verzeichnen – das künftig noch stärker produktorientiert ausgerichtet wird. Es wird in die Produktbereiche Audio/Video und Digital Display (PDP-) und LCD-TV unterteilt. Darüber hinaus werde in einer neu geschaffenen Strategic Marketing Division das Produkt Management über alle Bereiche hinweg organisatorisch gebündelt.

Handelsunterstützung

Um die fachliche Qualifikation und Beratungskompetenz des Handels weiter zu steigern, unterstützt LG seine Handelspartner durch ein zweigleisiges Training. In dem Online-Special „In 5 Minuten fit für LG TV“ wird eine webbasierte Lösung zur Weiterbildung angeboten, die der Händler optimal auf sein persönliches Zeitmanage-

ment zuschneiden kann. Eine zweite Schulungsmaßnahme ist das On-site Training durch die LG Sales Promoter direkt am PoS. Hier wird der Händler in seinen eigenen Räumlichkeiten quasi direkt „an der Palette“ geschult.

Marketing

LG möchte die Botschaften „trendsetzendes Design“, „innovative Technologien“, „anwendergerechte Convenience“ und „herausragende Qualität“ kommunizieren. Hierfür kennt das Unternehmen seine Kunden und weiß, wie diese ohne Streuverluste erreicht werden können. Eine gezielte Konsumentenansprache soll durch die Umsetzung hocheffizienter Marketingkampagnen mit dem Fokus auf Handelsunterstützung/PoS-Programme, Online und PR erreicht werden.

Produktstrategie

LG will mit seinen Produktneuheiten gleichzeitig Akzente in Sachen Design setzen. Neu im TV-Programm sind unter anderem die Design-Art LCD-Fernseher LF75 und LB75. In HD- oder Full HD-



Mit der neuen Design-Art Linie setzt LG auf hochwertige Technik und edles Design.

Auflösung ermöglichen die Geräte brillantes Sehvergnügen dank Bildverbesserungstechnologie New XD Engine.

Ebenfalls neu sind die großformatigen Plasma- und LCD-TVs mit den Produktbezeichnungen PT85 und LT75. Beide sind mit einem integrierten Videorecorder ausgestattet (DVR) und besitzen eine

160-GB-Festplatte, die Aufzeichnungen von mehr als 86 Stunden ermöglicht. Ein weiteres wesentliches Merkmal der LG Strategie ist es, das Leben der Kunden durch ansprechende, hochwertige und einfach zu bedienende Produkte besser zu machen – ganz nach dem Prinzip „Life’s Good“!

miz

Freude hat, wer Freude schenkt.

Vermarkten Sie das Premiere Wunschabo und Ihre Kunden erleben 3 Monate gratis*! Jetzt im Handel abschließen und noch am gleichen Tag sehen!

*Angebot gilt nur in Verbindung mit einem Abschluss eines Premiere 15-/24-Monats-Abos, z.B. 1 Premiere Standardpaket für € 9,99 mtl. im 24-Monatsabo. Premiere Blockbuster, Premiere Fußball Plus und Premiere HD sind nur in Verbindung mit einem Premiere Standardpaket (Thema, Entertainment, Sport, Discovery HD) oder Premiere Fußball Bundesliga buchbar. Die 3 Freimonate beziehen sich ausschließlich auf die Programmgebühren und werden am Ende der Laufzeit gewährt. Zzgl. einmalig € 39,99 Aktivierungsgebühr. Änderungen vorbehalten.

PREMIERE

Sony ist Sponsor der World Photography Awards

Die von Sony gesponserten World Photography Awards (WPA) sind ein internationaler Wettbewerb der besten Fotografen – unter ihnen renommierte Profis und unentdeckte Talente. Von Landschaftsaufnahmen über Musik- und Modefotografie bis hin zu Fotojournalismus – alle eingereichten Arbeiten werden von einer ausgewählten, professionellen Jury bewertet und in elf Kategorien im Rahmen einer exklusiven Preisverleihung in Cannes gekürt. Die World Photography Awards sollen für die Fotografie das werden, was der Oscar für den Film ist. Der WPA ist der erste weltweite Wettbewerb dieser Art und wird von zahlreichen renommierten Fotografen, Galeristen, Kritikern sowie Regisseuren und Stiftern unterstützt. Mit einer jährlichen Auszeichnung im Rahmen einer exklusiven Gala an der Côte d'Azur versprechen die World Photography Awards der größte und wichtigste Wettbewerb der Branche zu werden. Sowohl Profis als auch Amateure sind aufgerufen, ihre Arbeiten noch bis Mitte Januar 2008 einzureichen, die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos. Alle Fotografien werden von einer ausgewählten, professionellen Jury bewertet. Insgesamt gibt es elf Kategorien sowie einen Preis für den besten Amateur, eine Würdigung des Lebenswerkes und einen Gesamtgewinner. Im Palais des Festivals in Cannes werden vom 21. – 25. April 2008 alle Werke der Finalisten für die Öffentlichkeit zugänglich sein. Die Sieger werden im Rahmen einer exklusiven Gala am 24. April 2008 gekürt. Alle eingereichten Arbeiten werden von den Mitgliedern der Academy bewertet. Aus jeder der elf Kategorien wählt die Jury insgesamt drei Finalisten und kürt dann einen Sieger pro Kategorie. Der Hauptpreis für den Gesamtgewinner, der für das beste Bild des Jahres ausgezeichnet wird, ist der „Iris d'or“. Neben dem Titel „Sony World Photography Awards Photographer of the Year“, der Aufnahme in die Academy und einem Preisgeld von 25.000 Euro, wird das Siegerbild, zusammen mit 25 weiteren Werken des Fotografen, auf den World Photography Awards 2009 ausgestellt. Zusätzlich zu den bereits genannten Auszeichnungen wird es auch einen Award für das Lebenswerk eines Fotografen geben. Alle Siegerbilder des World Photography Award werden Fotoenthusiasten aus der ganzen Welt online präsentiert.

Sony mit neuer Cyber-shot DSC-T2

Vielseitig in Design und Funktion

Sony bringt mit der DSC-T2 eine neue 8,1-Megapixel-Kamera auf den Markt. Die Cyber-shot zeichnet sich durch zahlreiche Features aus und ist in verschiedenen Gehäusefarben erhältlich.

Die interne Speicherfunktion der DSC-T2 hat eine Speicherkapazität von 4 Gigabyte. Damit wird



Platz für bis zu 1.250 hochauflösende Bilder geboten. Im VGA-Modus ist die Kamera sogar in der Lage, bis zu 24.000 Fotos zu speichern. Reicht dies nicht aus, ist über den zusätzlichen Memory Stick Duo Slot eine Erweiterung der Kapazität möglich. Trotz umfangreicher Fotosammlung ist das Suchen nach bestimmten Schnappschüssen kein Problem: Alle Aufnahmen werden automatisch indexiert und in Alben gespeichert. Die Kamera arbeitet mit einem Carl Zeiss Objektiv mit 3fach optischem Zoomfaktor, hat eine Auflösung von 8,1 Megapixeln und ist mit einem High-Speed BIONZ Bildprozessor ausgestattet.

Smile Shutter-Funktion

Die DSC-T2 ist wie die Modelle DSC-T70 und DSC-T200 mit der „Smile Shutter“-Funktion ausgestattet. Die Kamera löst automatisch bei jedem Lächeln aus, wenn die entsprechende Programmautomatik gewählt und durch einmaliges Drücken des Auslösers aktiviert wird. Es lassen sich bis zu sechs Bilder nacheinander aufnehmen, ohne dass der Auslöser betätigt werden muss. Bilder mit fröhlichen Gesichtern sind somit programmiert.

Sammelalbum

Völlig neue Betrachtungsweisen bietet auch die Funktion „Sam-



melalbum“: Verschiedene Aufnahmen können auf dem Touchscreen miteinander kombiniert und passend in Szene gesetzt werden. Diese individuellen Bild-Kreationen lassen sich zusätzlich mit verschiedenen thematischen Hintergründen verschönern.

Mit der neuen DSC-T2 wird das „Teilen“ von Bildern so leicht wie nie: Auf der Kamera ist der Sony Picture Motion Browser bereits vorinstalliert – das Hochladen von Bildern ins Internet wird zum Kinderspiel. Bequem lassen sich Bilder in Blogs integrieren oder auf Online-Plattformen wie Flickr (www.flickr.com) einstellen. Gespeicherte Fotos können markiert und dank Sharemark-Technologie automatisch in der Größe angepasst werden.

Ausgefeilte Technik

Das hochwertige Carl Zeiss Objektiv mit 3fach optischem Zoom, die effektive Auflösung von 8,1 Megapixeln und der High-Speed BIONZ Bildprozessor sind die Basis für außergewöhnlich brillante Aufnahmen. Zusätzlich erlaubt der doppelte Verwacklungsschutz scharfe Bilder selbst bei schwachem Licht oder leichten Erschütterungen. Die automatische Gesichtserkennung optimiert alle Bildparameter und sorgt für perfekte Portraits.

Mit einem optional erhältlichen HD-Komponentenkabel lässt sich



die Kamera im Handumdrehen an einen Flachbildfernseher oder ein HD ready-Display anschließen. Eine atemberaubende, großformatige Diashow in High Definition ist garantiert. Um den emotionalen Effekt der Diashow noch

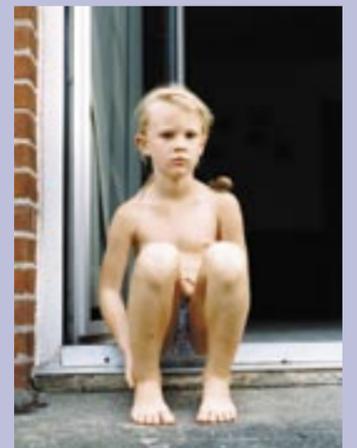
weiter zu steigern, lassen sich die Bilder über die Kamera mit passender Hintergrundmusik belegen.

Der empfohlene Verkaufspreis für Sonys neue Cyber-shot DSC-T2 lautet 349 Euro. *miz*

Sony unterstützt Projekt

„gute aussichten – junge deutsche fotografie“

Sony und die Initiative „gute aussichten“ haben mit dem Wettbewerb „gute aussichten – junge deutsche fotografie 2007/2008“ ein gemeinsames Projekt gestartet: Exzellente Qualität und ein außergewöhnlich hoher ästhetischer Anspruch gehören für beide Kooperationspartner zu den Grundprinzipien der Zusammenarbeit. Der Respekt vor der Leistung und die Innovationskraft beider Beteiligten gaben den Anstoß für eine langfristige Partnerschaft zur Förderung junger Talente der Fotografie.



Sony folgt dem Grundgedanken von „gute aussichten“ und bietet dem Nachwuchs aus dem Studienbereich Fotografie ein noch breiteres Forum. „Das hohe Niveau der ‚gute aussichten‘-Fotografien, die einzigartige Präsentation der Arbeiten in verschiedenen Ausstellungen sowie die langfristige Perspektive des Projektes bieten Sony den idealen Rahmen, um einen nachhaltigen Beitrag zur Förderung des fotografischen Nachwuchses in Deutschland zu leisten. Junge Talente benötigen das beste Equipment: Sony ist mit seinem D-SLR-, Notebook- und Zubehör-Portfolio sowie seinem medialen Netzwerk idealer Partner für ‚gute aussichten‘ und die jungen Talente. Wir freuen uns sehr auf eine kreative und erfolgreiche Zusammenarbeit“, so Oliver Kaltner, Marketing Director Sony Deutschland GmbH. Josefine Raab, Initiatorin und Kuratorin von „gute aussichten“: „Mit Sony konnten wir einen Partner für ‚gute aussichten‘ begeistern, der inhaltlich optimal zu unserem Projekt und seinem Anliegen passt. Gemeinsam werden wir ein noch stärkeres Bindeglied zwischen den Arbeiten junger, noch unbekannter FotografInnen, der Öffentlichkeit und möglichen Fotografieverwertern schaffen. Das ganzheitliche und wohlüberlegte Engagement von Sony stärkt das seit 2004 beständig wachsende Netzwerk von ‚gute aussichten‘ für die gesamte junge deutsche Fotografie.“

Toshibas neue HD DVD-Player kommen mit 8 HD DVD Filmtiteln Startkapital

Eine wirklich „Schöne Bescherung“



Toshiba HD-EP35: 1.080p/24 Hz, HDMI-CEC, DD+/Dolby True HD/DTS, HDMI, RJ45 Ethernet-Buchse, High Bitrate Audio (HBR), 5+1 Ausgang, DeepColor Unterstützung. UVP 599 Euro. Im Bundle mit einer Herbert Grönemeyer HD DVD und sieben HD DVD-Kinofilmen.

Im Rahmen einer europaweiten Promotion für das hochauflösende HD DVD-Format erhalten Kunden, die jetzt einen Toshiba HD DVD-Player erwerben, 7 HD DVD Kinofilme als kostenlosen Bonus dazu. Die am 5. November gestartete Aktion läuft bis zum 31. Januar 2008. Gutscheine für Käufe bis zum 31. Januar können bis zum 28. Februar 2008 eingelöst werden.

Die europaweite HD DVD-Promotion wird im Fernsehen, Internet und in Printmedien wirkungsvoll begleitet und durch Aktionen am PoS flankiert. Fünf Filmtitel können sich Käufer auf der Website www.toshiba-europe.com/hddvd selbst aussuchen: Jeweils zwei HD DVD-Blockbuster von Warner Bros. und Universal Pictures und einen weiteren Film aus dem Angebot der Paramount. Zur Auswahl stehen Kinoerfolge der letzten Jahre wie Troja, Prestige, World Trade Center, Dream Girls und der Actionfilm „Fast and the Furious: Tokyo Drift“. Zusätzlich zu den vom Käufer ausgewählten fünf HD DVD-Kinofilmen erhält er dazu die Filmtitel „300“ und

„Die Bourne Verschwörung“. Der Gegenwert der sieben Bonus-Filme beträgt ca. 200,- Euro. Ein besonderes Angebot macht Toshiba den Käufern der beiden neuesten TOP HD DVD-Player HD-EP35 und HD-EP30 mit zwei Bundle-Aktionen (solange der Vorrat reicht): Beim Erwerb eines „HD-EP35“ erhält man zusätzlich eine Herbert Grönemeyer HD DVD (erstmalig mit 7.1 Audio!) und die 7 HD DVD-Filme der Gutscheinaktion. Käufer eines HD-EP30 HD DVD-Players dürfen sich über eine HD DVD „StarTrek“, zusätzlich zu den 7 HD DVD-Filmen freuen.

HD DVD-Player Toshiba HD-EP35

Der neue Toshiba HD-EP30 ist weniger als 60 mm hoch und damit 20 mm flacher als seine Vorgängermodelle. Er verfügt

bereits über einen RJ 45 Ethernet-Anschluss zur Verbindung mit dem Internet und unterstützt die Nutzung internetbasierter HD DVD-Zusatzfunktionen. Die HDMI-CEC Schnittstelle ist kompatibel zu Regza-Link zur Steuerung von TV-Gerät und HD DVD-Player mit einer gemeinsamen Fernbedienung.

Abgespielt werden die Formate: HD DVD-Video, DVD-Video, DVD-R, DVD-RW, DVD+R, DVD+RW, DVD VR Format (-R/RW), CD Audio, CD-R, CD-RW und NTSC. Unterstützt werden die Soundformate: Dolby Digital kompatibel, Dolby Digital Plus, Dolby True HD, DTS kompatibel, DTS HD. Die Video-Features: 1.080p Ausgabe, 576p – 720p – 1.080i Ausgabe, PAL Progressive Scan, Digital Noise Reduction – DNR, On Screen Display, Zeitlupe. Anschlüsse: 2-Kanal-Audio (Analog), Digital Audio (optisch), Komponenten Video Ausgang, Komposit Video, HDMI, Advanced Content Unterstützung. Der Standby-Energieverbrauch: <1 Watt. Die Leistungsaufnahme im Betrieb: 41 Watt. Die Abmessungen betragen (B x H x T): 430 x 59,5 x 320 mm, das Gewicht

4,1 kg. Die Gehäusefarbe ist schwarz. Gegenüber dem Schwestermodell verfügt der HD-EP35 als Top-Modell der Reihe zusätzlich über High Bitrate Audio (HBR), 5+1 Analogausgang und DeepColor Unterstützung. Der UVP beträgt 599,- Euro.

HD DVD-Player HD-EP30

Wie sein Schwestermodell (EP35) ist der neue Toshiba HD-EP30 weniger als 60 mm hoch und verfügt ebenfalls über einen RJ 45 Ethernet-Anschluss. Die HDMI-CEC Schnittstelle ist kompatibel zu Regza-Link zur Steuerung von TV-Gerät und HD DVD-Player mit einer Fernbedienung. Abgespielt werden HD DVD-Video, DVD-Video und, wie beim EP35, alle gängigen weiteren Formate. Unterstützt werden Dolby Digital-kompatibel, Dolby Digital Plus, Dolby True HD, DTS-kompatibel, DTS HD. Die Video-Features: 1.080p Ausgabe, 576p – 720p – 1.080i Ausgabe, PAL Progressive Scan, Digital Noise Reduction – DNR, On Screen Display, Zeitlupe. Anschlüsse: 2-Kanal-Audio (Analog), Digital Audio (optisch), Komponenten Video Ausgang, Komposit Video, HDMI, Advanced Content Unterstützung. Der Standby Energieverbrauch: <1 Watt. Die Leistungsaufnahme im Betrieb: 41 Watt.

Die Abmessungen betragen (B x H x T): 430 x 59,5 x 320 mm, das Gewicht 4,1 kg. Die Gehäusefarbe ist schwarz. Der UVP beträgt 499,- Euro.

Ablauf der Bonus-Aktion: HD DVD-Player kaufen, Gutschein von www.toshiba-europe.com/hddvd downloaden, ausdrucken, ausfüllen, Rechenkopie mit Gutschein einsenden, sich über acht HD DVD-Filme freuen.



PoS-Neuheiten

Pinnacle bringt Netzwerk-Mediaplayer mit WLAN



Mit dem ShowCenter 250HD präsentiert Pinnacle einen Netzwerk-Mediaplayer, der WMV 9, DivX HD und MPEG-4 bis zur Auflösung Full HD unterstützt und im Heimnetz abgelegte Videos, Songs und Fotos zu einem Display, Fernseher oder Projektor übertragen und darstellen kann. Neben einer Fast-Ethernet-Schnittstelle und einem USB-Port steht auch ein WLAN-802.11g-Modul zur Verfügung. Zusätzlich zu Videodateien mit den Formaten Windows Media Video 9, WMV-DRM, MPEG-1, MPEG-2, MPEG-4 AVI, DivX und XviD unterstützt das Pinnacle ShowCenter die Dateiformate Windows Media Video 9, DivX HD und MPEG-4 mit Auflösungen von bis zu 1.080i sowie Audio-Formate von MP3, WMA, WMA Pro und WMA Lossless bis hin zu WMA-DRM und WAV. Das ShowCenter 250HD ist UPnP-AV-kompatibel und verfügt ausschließlich über analoge Videoanschlüsse: Die Auswahl erstreckt sich vom 21-poligen Scart-Anschluss für Composite-Signale über S-Video bis hin zu Component-Out. Außerdem sind zwei Stereo-Audioausgänge und zwei digitale S/PDIF-Audioausgänge (koaxial und optisch) vorhanden. Der USB-Port befindet sich auf der Gerätevorderseite. Mitgeliefert wird eine Infrarot-Fernbedienung, ein Ethernet- und ein Scart-Kabel. Das Pinnacle ShowCenter 250HD ist zum UVP von 200,- Euro lieferbar.



ES MUSS EINFACH AN DEN GENEN LIEGEN – IN MEINER FAMILIE IST MAN SICH TREU BIS INS HOHE ALTER.

Ich habe kein Verständnis für die heutigen „Lebensabschnittsgefährten“. Wenn ich mich binde, bin ich treu und gebe mein Bestes: Zum Beispiel die für Grundig geschützte HD Evolution-Technologie mit Motion Compensation für gestochen scharfe und ruckelfreie Bilder. Da gibt's keinen Ärger und kein Gemecker. Das ist mein Rezept für eine gute, dauerhafte Beziehung. Und für die Dauerbeziehung gibt es noch eine verlängerte Garantie um 1 Jahr. Die haben meine HD Evolution-Geschwister übrigens auch.



Mehr Infos bei Ihrem Grundig Vertriebsberater oder unter www.grundig.de

GRUNDIG
made for you

expert mit Umsatzwachstum

Die expert AG konnte im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres (1.4.2007 bis 31.3.2008) ein positives Umsatzwachstum verzeichnen. Dabei trugen die neuen Flachbildtechnologien entscheidend zu dem erfreulichen Ergebnis bei, erklärte expert Vorstandsvorsitzender Volker Müller im Rahmen einer Fachpressekonferenz.

Der Umsatz der Fachhandelskooperation konnte mit Stand vom 30. September 2007 um 12,2 Prozent gesteigert werden. Damit setzt das Unternehmen, das bereits im vergangenen Geschäftsjahr 14,8 Prozent Umsatzwachstum erzielt hatte, seinen Erfolgskurs fort. „Der Flachbildschirm-Markt ist noch lange nicht gesättigt“, so Müller. „Die Faszination der großen Bildschirmdiagonalen mit gestochenen scharfen Bildern ist ungebrochen.“ Gleichwohl bringe auch das Geschäft mit den herkömmlichen Röhrenfernsehern

noch erfreuliche Umsätze. Das Bewusstsein der Verbraucher für Qualität habe sich weiterentwickelt, erklärt Müller. Der Wunsch nach zuverlässigen Produkten verdränge nach und nach die „Geiz ist geil“-Mentalität. Das zeige sich besonders im Kommunikationsbereich, in dem vor allem die zunehmende Vernetzung einzelner Systeme Umsatzperspektiven eröffne, aber auch hohe Beratungskompetenz erfordere. Darauf habe die expert AG von Anbeginn an großen Wert gelegt. Es gelte nun, den hohen Standard bei Beratung und Service zu halten und weiter zu verbessern. Die Voraussetzungen dafür schaffe unter anderem das neue Programm „Personalentwicklung“ mit Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten. Dazu gehört auch die „expert Akademie“, in der unterschiedliche Aus- und Weiterbildungslehrgänge angeboten werden. Schwerpunktthemen sind dabei „Arbeitsrecht“, „Zeitmanagement“, „Führungstraining“ und „kundenorientierte Mitarbeiterführung“.



Im Rahmen einer Fachpressekonferenz, die Mitte Oktober in Hannover-Langenhagen stattgefunden hat, wurden die neuesten Entwicklungen der expert AG bekanntgegeben. Der Vorstand zeigte sich dabei sehr zufrieden. Von links: Karl-Friedrich Albrecht, Aufsichtsratsvorsitzender, Volker Müller, Vorstandsvorsitzender, und Dr. Stefan Müller, Vorstand.

Der Einstimmung neuer Mitarbeiter auf die expert-Unternehmensphilosophie dienen auch „Startschulungen“ mit grundlegenden Einblicken in Organisation, Warenwirtschaft, Informationstechnologie, Marketing, Wettbewerb und Controlling der expert-Zentrale. Als Unternehmensziele nannte Volker Müller das Wachstum vorhandener Gesellschafter durch Filialisierung und Erweiterung sowie die Gewinnung neuer

Gesellschafter, einen konsequenten einheitlichen Marktauftritt und das eigenverantwortliche unternehmerische Engagement der Gesellschafter. Das wird unter anderem durch den laufenden Anstieg der Verkaufsflächen deutlich.

Einheitliche Unternehmensstruktur

Im August dieses Jahres verzeichnete die Bundesrepublik Deutsch-

land insgesamt 779 Fachmärkte mit einer Verkaufsfläche von über 800 qm. Davon wurden in diesem Zeitraum 160 von expert-Gesellschaftern betrieben. expert besetzt somit, nach eigenen Angaben, im Bereich „Technical Superstores + Chains“ nach Media Markt den zweiten Platz vor Saturn und Medimax.

Für das Team der expert-Zentrale hat der Vorstand gemeinsam mit den leitenden Mitarbeitern des Unternehmens vier Leitlinien für eine einheitliche Unternehmenskultur formuliert. „Sie hat bei expert immer schon eine herausragende Rolle gespielt“, so Volker Müller.

Die expert-Familie wächst weiter: Allein in diesem Jahr traten drei neue Gesellschafter in die expert AG ein, mit weiteren Interessenten sei noch bis Ende dieses Jahres zu rechnen, kündigte Müller an.

Obwohl insgesamt eine konjunkturelle Abschwächung zu erwarten sei, zeige sich die Branche sehr optimistisch und gehe von einer positiven Entwicklung aus, so Müller. miz

Pos-Neuheiten

Intel stellt 16 neue 45-Nanometer-CPUs vor



Intel bietet seine ersten in 45-Nanometer-Technik gefertigten Penryn-Prozessoren mit bis zu vier Prozessorkernen an. Mit verbesserten Recheneinheiten und neuem SSE-Befehlssatz sind die neuen CPUs laut Angaben von Intel bei über 3 GHz um bis zu 45 Prozent schneller als bisher verfügbare Intel-Prozessoren. Unter den neu vorgestellten Prozessoren mit Penryn-Architektur befindet sich mit dem „Core 2 Extreme QX9650“ nur ein Desktop-Prozessor. Dieser ist mit 3 GHz getaktet und mit zweimal 6 MByte L2 Cache ausgestattet. Der Cache-Speicher und die auf zwei Dies verteilten vier Kerne belegen eine Fläche von 214 Quadratmillimetern und bestehen aus 820 Millionen Transistoren. Den FSB-Takt von effektiv 1.333 MHz hat Intel bei den neuen Prozessoren nicht verändert. Deshalb kann die CPU auch noch in Mainboards mit dem 975X-Chipsatz eingesetzt werden, wenn diese die geänderte Spannungsversorgung der Quad-Cores berücksichtigen können. Mit Chipsätzen der 3er-Serie läuft die Generation der Penryn-CPUs in jedem Fall. Mit seinen Abmessungen und Anschlüssen ist der QX9650 für den Sockel LGA775 ausgelegt. Wie bei allen Extreme-CPUs lässt sich der interne Multiplikator frei einstellen. Deshalb ist es nicht nötig, aber möglich, den Prozessor bei einer gesteigerten FSB-Frequenz zu übertakten. Neben dem neuen „extremen Desktop-Prozessor“ kommen zwölf Server-Prozessoren der Xeon-Reihe 5400 (Arbeitsbezeichnung Harpertown) auf den Markt. Die Varianten bestehen zum Teil aus Modellen, die mit zwei FSB (1.333 MHz sowie 1.600 MHz) angeboten werden.

Alle neuen CPUs verfügen über vier Kerne auf zwei Dies und zweimal 6 MByte L2-Cache. Der Xeon X5482 läuft mit 3,2 GHz und einem FSB von 1.600 MHz und kostet 1.279,- US-Dollar. Die Leistungsaufnahme (TDP) beträgt 150 Watt. Der X5472 nimmt bei 3,0 GHz 120 Watt auf und kostet 958 US-Dollar. Mit 1.333 MHz FSB und der TDP von 120 Watt laufen die



X-Modelle X5460 (3,16 GHz) und X5450 (3,0 GHz). Deutlich sparsamer sind die Prozessoren der E-Serie, die allesamt eine TDP von 80 Watt aufweisen. Bei nur 12,5 Prozent höherem Takt kann eine Penryn-CPU gegenüber dem Core 2 bis zu 111 Prozent schneller sein, wenn die Software optimal abgestimmt ist.

Hitachi: Neue Festplatten für Set-Top-Boxen



Der japanische Hersteller Hitachi GST hat sein CinemaStar Festplatten-Angebot um die neuen Modellreihen C5K250 und P7K500 erweitert. Die neuen Festplatten wurden ebenfalls für den Dauereinsatz in Unterhaltungselektronik-Geräten wie digitalen Videorekordern (DVR) oder Set-Top-Boxen konstruiert. Im Vergleich zu den Vorgängermodellen ist der Speicherplatz gleich geblieben, aber der Stromverbrauch wurde gesenkt. Die 3,5-Zoll-Festplatten CinemaStar P7K500 speichern je nach Modell 250, 320, 400 oder 500 Gbyte. Sie arbeiten mit 7.200 Umdrehungen/Min, haben 8 oder 16 MByte Cache und besitzen SATA- oder PATA-Anschluss. Alle sollen für Set-Top-

Boxen oder DVRs mit Multistreaming-Funktionalität und Umgebungstemperaturen von 0 bis 65 Grad Celsius geeignet sein. Die 3,5-Zoll-Laufwerke basieren auf den kürzlich eingeführten Deskstar-P7K500-Modellen von Hitachi, die zum Stromsparen optimiert sind. Sie sind für kompakte Geräte zur Video-Aufzeichnung und -Wiedergabe entwickelt worden und arbeiten mit 5.400 Upm. Im Vergleich mit der größeren CinemaStar P7K500 sollen

sie einen geringeren Stromverbrauch (im Leerlauf 1,7 Watt) und niedrigeren Geräuschpegel (2,4 Bel im Leerlauf, 2,6 Bel im Betrieb) aufweisen. Hitachi beschreibt auch einen Ruhemodus, währenddessen der Verbrauch auf 0,55 Watt sinkt. Beide Festplatten verfügen über eine „SmoothStream“-Funktion zur Steuerung der Fehlerbehebungsprozesse der Festplatte. Die beiden neuen Festplatten sind im Handel erhältlich.

TX WEA präsentiert erste, „sich selbstbrennende“ CD der Welt



Der europäische Spezialist für CD- und DVD-Speichermedien, TX WEA, hat mit seiner „CDSOFT-R“ den ersten selbstbrennenden CD-Rohling weltweit vorgestellt. „Selbstbrennend“ bedeutet keineswegs, wie man scherzhaft unterstellen könnte, dass die Rohlinge ohne äußere Einflüsse in Flammen aufgehen. Die serienmäßig in jede CD integrierte Brennsoftware „Soft-R“ ermöglicht auf einfache Weise das Brennen von Fotos, Musik oder Daten mit nur vier Mausklicks des Anwenders.

Die CDSOFT-R arbeitet mit treiberloser Fuzzy Logic Technologie. Es ist weder eine Installation der Software auf dem Computer noch ein Update notwendig. Die auf dem Datenträger enthaltene Brennsoftware startet nach Einlegen der CDSOFT-R automatisch. Die zum Brennen ausgewählten Dateien können direkt von einer an den Computer angeschlossenen, externen Quelle wie z. B. Digitalkamera, MP3-Player oder USB Stick auf die CDSOFT-R gebrannt werden. Das neue Produkt ist vor allem bei häufiger Nutzung fremder Computer hilfreich. Auch Musik-Downloads oder Playlisten für das Auto oder die nächste Party mit MP3-Playern lassen sich problemlos auf CDSOFT-R brennen. Mit ihren 680 MB Speicherplatz und optimaler Brennqualität ist die CDSOFT-R auch eine zuverlässige Lösung zum langfristigen Sichern persönlicher Dateien. Das integrierte Brennprogramm stellt außerdem schon vor dem Aufnahmevorgang hilfreiche Funktionen zur Verfügung wie Bildervorschau oder Musik abhören. Mit dem optionalen Multisession-Modus können Daten zu unterschiedlichen Zeiten und an unterschiedlichen Tagen auf die CDSOFT-R geschrieben werden, solange, bis die maximale Speicherkapazität erreicht ist. Philippe Bérardin, Marketing-Direktor bei TX, erklärt dazu: „Wir haben auf die Bedürfnisse des Marktes reagiert. Verschiedenen Studien zufolge benutzen 40 Prozent der Besitzer eines CD-Brenners diesen nie oder sehr selten, aus Angst, etwas falsch zu machen, weil die Handhabung so kompliziert ist oder weil sie die Technik nicht beherrschen. Mit der CDSOFT-R genügen vier Mausklicks zum optimalen Brennen, das Produkt ist sehr einfach und bequem zu handhaben.“ Die CDSOFT-R ist voll kompatibel mit allen Windows-Versionen ab Windows 2000 inklusive Vista und mit allen gängigen CD-Playern. Die Packung mit 10 Stück CDSOFT-R gibt es zum UVP von 4,99 Euro, die Spindel mit 25 oder 50 CDSOFT-R für 10,99 Euro bzw. 19,99 Euro.

Neue digitale Bilderrahmen von Yuraku



Yuraku, Hersteller für Unterhaltungselektronik, geht mit einer neuen Reihe digitaler Bilderrahmen an den Start. Die neue Serie umfasst drei neue Rahmen-Varianten. Der Yuraku Yur.Photo 8M ist das Flaggschiff der Yur.Photo Reihe. Der Yur.Photo 8M bietet mit dem 8-Zoll-Display und einer Auflösung von 720 x 480 Pixeln sowie einem Kontrastwert von 300:1 eine brillante Darstellung. Zudem gibt der Rahmen auch bewegte Bilder und MP3-Musik wieder. Neben den JPG-Fotos spielt der Bilderrahmen auch MP3-, WMA-, WAV-, AVI- und MPEG4-Dateien ab. So kann jede Slideshow mit der passenden Background-Musik hinterlegt werden. Der Rahmen ist mit zwei 1,5-Watt-Stereolautsprechern ausgestattet. Wie die kleineren Modelle besitzt der digitale Bilderrahmen einen integrierten Cardreader (SD, MMC, XS) und USB-Slot. Den schwarzen Rand des Yur.Photo 8M umfasst ein transparenter Rahmen, so passt er sich jedem Wohnzimmer an. Besonders komfortabel: Der digitale Bilderrahmen lässt sich bequem per Fernbedienung steuern. Der Yur.Photo 8B ist der kleine Bruder des 8M. Er bietet sämtliche technischen Features wie der 8M, jedoch verzichtet er auf die MP3- und Videowiedergabe sowie die beiden Lautsprecher. Die unverbindliche Preisempfehlung der Yuraku Bilderrahmen liegt bei 69,95 Euro für den Yur.Photo 7B, der Yur.Photo 8B kostet 99,95 Euro, und der Yur.Photo 8M geht mit 119,00 Euro an den Start.



Toshiba startet Modellfeuerwerk mit sechs neuen Notebook-Reihen

Von High-end-Notebook-Reihen bis hin zu Geräten für Einsteiger erweitert Toshiba das Portfolio an mobilen Rechnern um zahlreiche Modelle. Erlesenes Design, Spitzentechnik und einen HD DVD-Brenner vereint der Multimedia-Spezialist Qosmio G40 in seinem Gehäuse im Designer-Look. Spielvergnügen der Superklasse bieten die sechs Modelle der X200-Geräte, deren hochkarätige Leistungsdaten anspruchsvolles Gaming und Multimedia ohne Einschränkungen versprechen. Mit zwei neuen Satellite P200- und fünf neuen Satellite P200D-Notebooks kommen weitere 17-Zoll-Format-Geräte hinzu, die mit ihrer Gesamtkonfiguration für den Einsatz als Desktop Replacement qualifiziert sind.

Die neuen Modelle der Satellite A210-Reihe mit AMD-Technologie überzeugen durch bedarfsgerechte Ausstattung zum günstigen Preis und sind echte Allroundtalente für zu Hause oder unterwegs. Für Notebook-Einsteiger, die ein gewisses Budget nicht überschreiten wollen, bieten sich in zwei neuen Konfigurations-Varianten die 15,4-Zoll-Geräte der Satellite A200-Reihe an, die sowohl im eigenen Büro wie in der Uni-Bibliothek oder auf Studienreisen einen hervorragenden Eindruck machen.

Toshiba Qosmio G40 mit HD DVD-R Brenner

Das neue Qosmio G40-Modell überzeugt neben seiner technischen Konzeption und dem starken Design durch ein integriertes HD DVD-R-Laufwerk mit Brenner-

Funktion. Als leistungsfähiger Multimedia-Spezialist erfüllt das Qosmio G40 alle Anforderungen des Home-Entertainment-Konzepts dieser Modellreihe: Dem Anwender steht ein LCD-Fernseher, ein virtuelles Surround-Sound-System, ein HDD/DVD-Rekorder und ein mobiler High-end PC zur Verfügung. Das Ausstattungshighlight ist ohne Zweifel das eingebaute HD DVD-Laufwerk mit Brennerfunktion, mit dem sich HD-Inhalte nicht nur ansehen lassen, sondern auch gebrannt werden können. Das werden besonders Besitzer eines High Definition Camcorders zu schätzen wissen. Für hervorragende Bild- und Video-Wiedergabe sorgt die integrierte NVIDIA GeForce 8600M GT Grafikkarte mit 512 MB VRAM des Qosmio G40 Notebooks und ein 17-Zoll-TruBrite WUXGA-Display mit der HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten. Zwei Festplatten mit insgesamt 400 GB Speicherkapazität bieten viel Platz zur Archivierung umfangreicher multimedialer Datenbestände wie Kinofilme, Musik- und Foto-Archive. Die von anspruchsvollen Anwendungen geforderte Rechenleistung stellen ein Intel Core 2 Duo Prozessor T7500 und 2x 1.024 MB DDR2-RAM Arbeitsspeicher zur Verfügung, unterstützt von üppigen 1 GB Disk Cache. Die zu diesen Leistungswerten passenden akustischen Erlebnisse der Extraklasse garantiert das integrierte Harman/Kardon 5 Speaker System mit zwei Bassboxen, zwei Hochtönern im Displaygehäuse und einem Subwoofer, das mit seinem Dolby Home Theater Surround Sound so manche Stereoanlage mühelos in den Schatten stellt. Toshiba leistet zwei Jahre internationale Hersteller-Garantie, bestehend aus einem Jahr Bring-in-Garantie und einem Jahr kostenloser Garantieverlängerung bei Registrierung. Der Qosmio G40-10P ist zum UVP von 3.299,- Euro erhältlich.

Satellite P200 & P200D: 17-Zoll Desktop-Replacement

In den Modellreihen Satellite P200 und Satellite P200D führt Toshiba sieben neue Modelle auf dem Markt ein. Noch nie war

Desktop-Replacement im 17-Zoll-Format so attraktiv wie mit diesen neuen Rechnern. Wer von einem stationären PC auf ein elegantes und schlankes Großformat-Notebook umsteigen will, findet mit Sicherheit das richtige Modell im neuen Produktportfolio der Toshiba Europe GmbH. Mit zwei neuen Satellite P200-Notebooks und fünf neuen Satellite P200D-Modellen steht eine große Variationsbreite zur Verfügung. Das macht die 17-Zoll-Klasse von Toshiba nicht nur für die klassische Zielgruppe mit den Schwerpunkten Multimedia und Gaming, sondern auch für professionelle Anwender bei Forschung und Ausbildung geeignet. Bei der Satellite P200-Reihe kommt Intel Centrino Duo Prozessortechnologie zum Einsatz. Die Modelle der Satellite P200D-Reihe sind mit AMD Turion 64 X2 Dual-Core Mobile Technologie Prozessoren ausgestattet. Bei allen verfügbaren Konfigurationen steht auf jeden Fall immer mehr als ausreichend Rechenleistung zur Verfügung, als für die Nutzungsszenarien erforderlich ist. Bei den einzelnen Modellen variieren neben den Prozessoren der CPU-Takt, die Hauptspeichergröße, die Grafiklösung und die Festplatten-Kapazität. Mit Bluetooth V2.0 + EDR ist nur das Modell P200D-11J ausgestattet. Die UVPs der Modelle liegen zwischen 949,- Euro für das Satellite P200D-1FI mit HD-DVD-ROM Laufwerk bis zu 1.099,- Euro für das Modell Satellite P200-1E9.

Toshiba X200: „Der Mastershogun virtueller Spielkunst“

Die sechs neuen Modelle der Toshiba X200-Reihe sind exzellent für digitales Gaming gerüstet. Wer beim Gaming die Möglichkeit der SLI-Technologie ausnutzen und jederzeit einen kristallklaren Überblick über das Spielgeschehen behalten will, ist mit dem Satellite X200-21V hervorragend bedient. Intel CoreTM2 Duo Prozessor T7500, NVIDIA SLI Technologie



Die Notebooks der X200-Reihe sind exzellent für digitales Gaming gerüstet.

mit GeForce 8600M GT und ein DVD-Supermulti-Laufwerk sind die belastbare Basis für schnelles Gaming und multimedialen Komfort. High-end-Gaming bietet der Satellite X200-21Y mit 2.048 + 2.048 MB DDR2-RAM, starkem Intel CoreTM2 Duo Prozessor T7500 und leistungsfähiger NVIDIA GeForce 8700M GT Grafik. Zu den Komfort-Merkmalen der X200-Reihe gehören neben fünf Harman/Kardon Stereo-Lautsprechern inklusive Subwoofer die integrierte 1,3-Megapixel-Webcam, ein Fingerprint-Reader, Vista Remote Control, sechs USB 2.0-Schnittstellen, ExpressCard Steckplatz, 5-in-1-BridgeMedia-Cardreader und HDMI-Schnittstelle. Die UVPs der X200-Reihe liegen je nach Modell und Ausstattung zwischen 1.699,- bis 2.499,- Euro. Der neue Gaming und Grafik-Bolide Satellite X200-21P mit ultimativer Performance ist mit einem HD DVD ROM-Laufwerk ausgestattet.

Satellite A210: AMD-Allroundtalente

Die vier neuen Modelle der Toshiba Satellite A210-Reihe mit AMD-Technik sind echte Allroundtalente für Einsteiger mit bedarfsgerechter Ausstattung zum günstigen Preis. Bei drei der vier Geräte kommen leistungsstarke AMD TurionTM 64 X2 Dual-Core Mobile Technologie Prozessoren zum Einsatz, die allen Anwendungen problemlos gerecht werden. Das für überwiegenden Multimedia-Einsatz ausgelegte Top-Modell Satellite A210-172 ist mit einem AMD TurionTM 64 X2 Dual-Core Mobile Technologie Prozessor TL-

62 und 2.048 MB DDR2 RAM ausgestattet. Als Grafiklösung wird eine ATI Radeon X1200 Grafikkarte eingesetzt. Die beliebte Bilddiagonale von 15,1-Zoll bietet viel Platz für multimediale Anwendungen und Büroarbeiten. Mit 2,7 kg Gewicht sind die vielseitigen Notebooks praktische Begleiter. Die UVPs liegen je nach Ausstattung zwischen 899,- bis 1.739,- Euro.

Toshiba HD DVD Promotion für alle Sinne

Fünf Bonus HD DVD Kino-Filme erhalten Kunden als kostenlosen Bonus, die zwischen dem 5. November 2007 und dem 31. Januar 2008 in Deutschland oder Österreich ein Toshiba Notebook mit HD DVD-Laufwerk erwerben. Als maßgebliches Mitglied der HD DVD Promotion Group und Protagonist der HD DVD Technologie startet Toshiba eine europaweite, von einer umfangreichen Marketingkampagne begleitete HD DVD Promotion, die wirkungsvoll im Fernsehen, Internet und in Printmedien begleitet und durch Aktionen am POS flankiert wird. Jeder neue Besitzer eines Toshiba Notebooks mit HD DVD Laufwerk kann sich auf der Website www.toshiba-europe.com/hddvd fünf Filme auswählen: Jeweils 2 HD DVD-Blockbuster von Warner Bros. und Universal Pictures und einen weiteren Film aus dem Angebot der Paramount. Zur Auswahl stehen große Kino-Erfolge der letzten Jahre wie Troja, Prestige, World Trade Center, Dream Girls und der Actionfilm „Fast and the Furious: Tokyo Drift“. Zur Unterstützung des Handels werden Promotionstände, Flyer und T-Shirts gehören.

Thema der Woche



Sharp mit starker Präsenz und Unterstützung am PoS Begeisterung für „Großes“

Im Rahmen seiner Kampagne „Gönn dir was Großes“ bietet Sharp seinen Fachhandelspartnern in Deutschland das „Aquos 42+ Training“ an. Darin erhalten Verkäufer eine auf drei Module aufgeteilte Schulung. Jeder Part beschränkt sich auf den Zeitraum von 42+ Minuten und vermittelt praktikable Ideen, den Kunden für die großen Größen ab 42 Zoll Bildschirmdiagonale zu begeistern.

In der Sharp Verkaufsschulung 42+ steht kein technologisches Thema im Mittelpunkt. Es geht vielmehr um das Aufzeigen der Möglichkeiten, den Kunden für „Großes“ aus dem LCD-Premium-Segment zu begeistern. Laut Sharp sind Flachbildfernseher mit einer Bilddiagonale ab 42 Zoll die TV-Geräte, die heute ins deutsche Wohnzimmer gehören. Das 42+ Training gliedert sich dabei in die drei Module „Gut starten und

Bedarf ermitteln“, „Einwände umwandeln in Verkaufserfolge“ und „Verkaufsabschluss – den Sack zumachen“. Die Module finden im Drei-Wochen-Rhythmus statt. Petra Siegfanz, Marketing Manager bei Sharp Electronics Germany/Austria, ist von dieser Verkaufsförderungsmaßnahme überzeugt: „Wir haben das Konzept 42+ zusammen mit einem unabhängigen Partner entwickelt. Maßgabe war, den Verkäufern



„Unsere Idee ist simpel und zeigt bereits den ersten Erfolg. Diese Verkaufsschulung, in Kombination mit unseren aktuellen verkaufsfördernden Instrumenten wie dem Sharp Power-Team oder unseren Sharp Matrjoschkas, ist unser Rezept für die Zukunft“, so Petra Siegfanz, Marketing Manager Sharp Electronics Germany/Austria.

Stilmittel aufzuzeigen, die schnell erlernbar und einfach anwendbar sind und möglichst nach einer kurzen Einarbeitungsphase erste Erfolge erzielen. Das Training in drei Stufen hat den Sinn, die erlernten Techniken sofort umzusetzen und darauf aufzubauen.“

Sharp setzt auf die professionelle Schulung vor Ort. Die drei Trainingseinheiten finden in den Räumlichkeiten des Händlers statt. Aufgrund der übersichtlichen Dauer von 42 Minuten wird nicht allzuviel Arbeitszeit in Anspruch genommen. Auch die ersten Händlerstimmen sprechen für das 42+-Training: „Unsere Verkäufer haben bereits die Schulungs-Module hinter sich. Wir sind alle davon begeistert, wie schnell sich einzelne Verkaufsfördermaßnahmen erlernen lassen“, so Reinhardt Busse, Geschäftsführer von Technik und Design Badje-Ott aus Hamburg-Volksdorf. „Auch im Verkaufsraum machen sich die Methoden des Sharp Trainers bemerkbar. Die Trainings sind nun komplett absolviert und unser gesamtes Team steht hinter 42+. Sehr erfreulich ist auch, dass das Team jetzt besonders motiviert im Hinblick auf die anstehenden Wochen vor Weihnachten ist“, zeigt sich Busse angetan.

Mit der genauen Zielgruppenansprache, den Fachverkäufern und der Konzentration auf die großen Aquos-Größen hat sich Sharp beim 42+-Training exakte Eckpunkte gesetzt: „Unsere Idee ist simpel und zeigt bereits den ersten Erfolg. Diese Verkaufsschulung, in Kombination mit unseren aktuellen verkaufsfördernden Instrumenten wie dem Sharp Power-Team oder unseren Sharp Matrjoschkas, ist unser



Rezept für die Zukunft“, so Petra Siegfanz.

Sharps erfolgreiche LCD-TVs aus Pappe

Die Sharp „Matrjoschkas“ – Papp-Nachbildungen der beliebten Aquos XD1 LCD-TV-Serie – waren im Sommer die Helden am PoS und eröffneten die „Gönn dir was Großes“-Saison von Sharp. Auch die Nachfolgerin XL2E, eine Nachbildung der neuen Sharp Slim Line Serie, kam beim Endverbraucher und Händler sehr gut an. Die Matrjoschka beherbergt drei große Boxen in den Originalgrößen eines 52-Zoll (132 cm), 46-Zoll (117 cm) und 42-Zoll (106 cm).

„Unsere XD1E-Serie war als erste Sharp Full HD-Serie in Größen zwischen 37 und 52 Zoll enorm erfolgreich, jedoch taten sich manche Kaufinteressenten schwer, sich einen Aquos LCD-TV in größeren Dimensionen ab 42 Zoll bei sich zu Hause vorzustellen“, so Petra Siegfanz. „Unsere Matrjoschkas nehmen Kunden die Hemmungen, sich an ein Modell mit größerer Bilddiagonale heranzuwagen, denn sie können ja im Vorfeld schon ausprobieren, welche gute Figur der neue Sharp Full HD-Bolide im

eigenen Wohnzimmer macht.“ Die schlanken LCD-TVs der XL2E-Serie bieten noch mehr Heimkino-Erlebnis bei gleicher Größendimension. Ein LC-46XL2E benötigt dank neuem Slim-Line Design kaum mehr Platz, als ein 42-Zoll LCD-TV einer älteren Gerätegeneration.

„Gönn dir was Großes“ lautet unsere aktuelle PoS-Kampagne, und die Neuauflage unserer Sharp Matrjoschka zeigt erneut eindrucksvoll, wie gut sich auch die großen Diagonalen ins moderne Wohnambiente eingliedern – vom extra-scharfen Heimkinospaß dank 1.920 x 1.080 Pixeln im XXL-Format ganz zu schweigen“, zeigt sich Siegfanz begeistert von den aktuellen Aquos-TVs. Die XL2E-Gerätegeneration ist noch einmal deutlich schmaler am Rahmen und misst nur noch acht Zentimeter in der Tiefe, so dass großes Fernsehvergnügen jetzt noch weniger Platz benötigt.“

Die XL2-Matrjoschka-Sets sind bereits komplett ausgeliefert – 2.000 der neuen Serie sind momentan im Umlauf. Wie schon die bekannten XD1E-Imitate, sind die neuen Modelle sehr stabil ausgelegt und können dem Kunden ganz unkompliziert zum Heimtest mitgegeben werden. *miz*

Überzeugende Partnerschaft: Sharp und expert TeVi

Das aktuelle Sharp Shop-in-Shop-System bietet Händlern die Möglichkeit, großformatige Sharp LCD-TVs optimal auszustellen: Die edlen Möbellösungen passen sich perfekt in geschmackvolle Ladengeschäftsumgebungen ein und werten diese optisch auf. So sind sie dem Händler eine effektive Absatzstütze. Bei expert TeVi in Nürnberg wurde ein solches Sharp Shop-in-Shop-System kürzlich installiert – mit nachhaltigem Erfolg und wachsenden Umsatzzahlen für das Unternehmen. „Sharp macht Lösungsangebote, die uns direkt beim Absatz zugute kommen – das Shop-in-Shop-System ist ein gutes Beispiel dafür“, so Friedrich Ruf, Inhaber der expert TeVi Geschäfte. „Die neue Produktpräsentation ermöglicht es uns, die ‚neuen Größen‘ im Flat-TV-Segment ansprechend auszustellen und unsere Kunden dafür zu begeistern. Dies macht sich sogar bereits in unseren Umsätzen bemerkbar: Wir stellen einen Anstieg der verkauften Sharp LCD-TVs gerade in den Größen 42 Zoll oder größer fest. So macht der Fortschritt hin zum XXL-TV richtig Spaß“, freut sich Ruf. Premium-TV ist auf dem Vormarsch. Wir freuen uns, mit expert TeVi einen Händler an Bord zu haben, der nicht nur unsere Produkte und Botschaften versteht, sondern sie konsequent mit weiterentwickelt und ausbaut“, zeigt sich Frank Bolten erfreut. „TeVi versteht sich nicht als klassischer Verkäufer von Consumer Electronics. Das Unternehmen macht sich auch als Lösungsanbieter einen guten Namen – angefangen bei großformatigen Flat-TVs über das geeignete Zuspielmedium bis hin zur klangvollendeten Surround-Sound-Anlage, und ist daher ein idealer Partner für Sharp.“ Regelmäßig inspiriert der japanische Technologiekonzern seine Handelspartner wie beispielsweise TeVi mit immer neuen

Aktionen und Ideen, zugeschnitten auf die Bedürfnisse am PoS. Damit hilft der Konzern, das Interesse des Kunden für die hochwertigen Sharp LCD-TVs zu wecken.



Epson kündigt besonders flaches LCD-Panel an

Epson hat auf der Innovationschau FPD 2007 in Yokohama ein neu entwickeltes, extrem flaches und robustes All-in-One-LCD vorgestellt, das LCD-Anzeige und Touch-Panel integriert. Mit diesen All-in-One-LCDs soll künftig die Bedienung moderner Kommunikations- und Informationstechnologie erheblich vereinfacht werden. Als Einsatzgebiete sind nach Angaben von Epson mobile Geräte wie Navigationssysteme, Digitalkameras und Mobiltelefone mit digitalem TV-Empfangsteil denkbar. Darüber sollen auch neue Anwendungsgebiete für die neuen LCDs erschlossen werden. Bei den neu entwickelten All-in-One-LCDs sitze Flüssigkristallpanel, Abdeckung (Hartglas oder Acryl) und Touch-Panel (resistiv oder kapazitiv) erstmals direkt ohne trennenden Luftspalt aufeinander. Dieser neue Aufbau macht die Displays nicht nur besonders dünn, sondern verbessert deutlich die Bildwiedergabe: Ohne störende Luftschicht erhöhen sich Helligkeit und Kontrast, das Bild wird insgesamt klarer und schärfer. Damit die Bildinhalte auch bei flachen Betrachtungswinkeln in unverfälschten Farben betrachtet werden können, plant Epson, die neuen Touchpanel-LCDs mit der eigenentwickelten Technologie Photo Fine Vistarich auszustatten.



High-Tech für SLR-Fotografen: Metz mecablitz 58 AF-1 digital

Digitale Spiegelreflexfotografie und Zubehör für SLR-Kameras machen dem Handel derzeit mit ertragbringenden Verkäufen große Freude. Das ein oder andere Accessoire wird sicherlich auch in diesem Jahr wieder als Weihnachtsgeschenk dienen. Für ambitionierte Fotografen bietet sich da zum Beispiel der preisgekrönte Metz mecablitz 58 AF-1 digital an.

Das innovative High-Tech-Gerät wurde von einem der führenden Industriedesigner für technische Produkte in Deutschland entworfen und ist als erster Blitz der Welt mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet, über die sich spezifische Firmware jeder Variante des Modells via Computer und Internet bequem updaten lässt. Dies bringt dem Käufer in einer Zeit der kurzen Produktzyklen ein hohes Maß an Investitionssicherheit. Weitere Kennzeichen des Geräts sind die Leitzahl 58 bei ISO 100, das Hochleistungs-Energie-Management, der Zweitreflektor, die zahlreichen Sonderfunktionen und der schwenkbare Blitzkopf, der mit Diffusor den Bildwinkel eines 18-mm-Kleinbildobjektivs ausleuchtet. Diese Eigenschaften, allen voran jedoch die USB-Schnittstelle, haben dem Metz mecablitz 58 AF-1 bereits verschiedene Auszeichnungen eingebracht. So ernannte beispielsweise die EISA das Gerät zum „Fotozubehör des Jahres 2007–2008“, und die Juroren beim Plus-X-Award, zu denen auch Mitarbeiter der Redaktion von PoS-MAIL gehören, verliehen dem Gerät einen Preis im Bereich Innovation.

Metz bietet den mecablitz 58 AF-1 digital für Spiegelreflexkameras der Marken Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax und Samsung an. Mit der jeweiligen Variante des Gerätes lassen sich neben vielen anderen Sonderfunktionen wie der Kurzzeitsynchronisation auch die verfeinerten Blitzbelichtungstechniken des jeweiligen Kameraherstellers nutzen. So bietet der 58 AF-1 digital zum Beispiel für Canon E-TTL und E-TTL II Blitzbetrieb, für Nikon iTTL und D-TTL, für Pentax und Samsung P-TTL und



Der Metz mecablitz 58 AF-1 digital wurde schon mehrfach ausgezeichnet. Das Powerpack P76 erhöht die Einsatzzeit des Blitzgerätes.

für Olympus und Panasonic TTL-Blitzbetrieb. Darüber hinaus steht auch die jeweils kameraspezifische drahtlose TTL-Fernsteuerung beim jeweiligen Modell zur Verfügung.

Der Metz mecablitz 58 AF-1 digital kann wahlweise mit preiswerten handelsüblichen Batterien oder Akkus betrieben werden. Darüber hinaus steht als Zubehör das Hochleistungspowerpack P 76 zur Verfügung, das mit dem mecablitz 58 AF-1 digital nur in Verbindung mit dem Kabel V 58-50 genutzt werden kann und eine deutlich erhöhte Blitzausbeute bei reduzierter Blitzfolgezeit ermöglicht.

Für den vertikal und horizontal dreh- und schwenkbaren Reflektor des mecablitz 58 AF-1 digital wurde zum ersten Mal eine herausklappbare Reflektorkarte integriert. Der Reflexschirm 54-23 steht darüber hinaus als Zubehör bereit.

Über den integrierten Zweitreflektor lässt sich zusätzliche Brillanz im Nahbereich erzielen. Soll das Gerät entfesselt eingesetzt werden, ist auch dies mit dem Canon E-TTL- bzw. dem Nikon i-TTL-Remote System möglich.

Unverbindliche Preisempfehlungen: mecablitz 58 AF-1 digital: 379 Euro, Powerpack P 76: 319 Euro, Kabel V 58-50: 25 Euro.

Kleines Schwestermodell mecablitz 48 AF-1 digital



Als kleineres Schwestermodell des mecablitz 58 AF-1 digital gibt es bei Metz den mecablitz 48 AF-1 digital. Er präsentiert sich technisch ebenso auf dem neuesten Stand und ist ebenfalls mit einer USB-Schnittstelle zum Firmware Update via Internet ausgestattet. Jeweils perfekt abgestimmt auf die Digitalkameras der Hersteller Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax, Samsung und Sony Alpha steht er in vier unterschiedlichen Versionen zur Verfügung. Die verschiedenen vollautomatischen Blitzbetriebsarten ermöglichen eine präzise, auf jedes einzelne Motiv zugeschnittene Lichtabgabe. Vielfältige manuelle Eingriffsmöglichkeiten ergänzen den fotografischen Gestaltungsspielraum. Unterstützt von einem voll schwenkbaren Reflektorsystem, das zudem eine herausziehbare Reflektorkarte und eine Streuscheibe beinhaltet, eröffnen sich vielfältige Möglichkeiten für eine kreative Lichtführung. Dank Slave-Funktion lässt sich der 48 AF-1 digital auch entfesselt verwenden.

Niemand holt in Deutschland mehr Strom aus dem Wasser als wir.

Erneuerbare Energien werden bei der Stromerzeugung immer wichtiger. Wir bei E.ON setzen deshalb auf Wasserkraft. Und das schon seit vielen Jahren. Bereits 1918 begann Oskar von Miller mit dem Bau von Wasserkraftwerken, die wir immer noch betreiben. Heute ist E.ON in Deutschland der größte Wasserkraft-Erzeuger. In 133 von E.ON geführten Anlagen wandeln wir die Kraft des Wassers in Strom um. Und produzieren damit Energie für drei Millionen Haushalte – und das CO₂-frei.

Mehr zum Thema Wasserkraft erfahren Sie unter www.eon.com



Europas größter Technologie-Contest geht ins fünfte Jahr seines Bestehens
 Millionen Euro kommuniziert der Plus X Award auch 2008 alle ausgezeichneten
 Der Plus X Award - Für au

BEKO SAMSUNG LIEBHERR GRUNDIG *jura.*
 SONY.  OREGON SCIENTIFIC *Melitta*[®] Magnat  Logitech
 NESPRESSO. SPRINZ **TV SPIELFILM** präsentiert
 PHILIPS  Infinity
 beurer  WMF ruwido cloer
 BenQ *Microsoft* *BOSE*
 Panasonic EPSON  DeLonghi
 dyson  FISHER
 sonoro  KEF  BURY TECHNOLOGIES  SEBO
 HUMAX  B. *SHARP.*  INDESIT
Pioneer  Saeco
 AUDIOVOX CORPORATION  DPARTS **PLUS X**
Blomberg FESTOOL  BlackBerry
 PLANTRONICS.  Sony Ericsson **KÄRCHER** **MEDION**
SPECTRAL MITSUBISHI  vivanco  ARISTON MONSTER C



mens. Mit verstärkter Medienpower sowie einem Mediaetat von über vier
ichneten Produkte beim Konsumenten und unterstützt Sie aktiv am PoS.
sgezeichnete Technologie!

BLACK&DECKER harman/kardon® **NEXTBASE**® one step further berbel

Tivoli Audio® **BECKER**  Simons≡Voss

maxfield® PRODUCTS IN MOTION **SIEMENS** acer vodafone  **ALPINE**



BOSCH **OLYMPUS**  **ONE FOR ALL**
Your Vision, Our Future

 **VARTA** **JBL** **JVC**  **KYOCERA**

metabo® **LOEWE.** **Boston**
FUJITSU Boston Acoustics

gorenje  **TOSHIBA**

SEVERIN **Miele** **SHURE**

zehnder  **ECLIPSE**  **Kodak**  **SAGEM**

A W A R D® **AKG** Jabra  **YAMAHA**

BERNSTEIN  **LG** **DAEWOO** **SANYO**

NOKIA **SANUS** **LINN** **KENWOOD** **CONERGY**

CABLE  **Packard Bell.** **marantz** **THOMSON** **STEINEL**

EP:
ElectronicPartner

E&W
print • online • mobile

 **GIGA**

hanse control

HD:TV

heimkino markt.de 

imaging foto contact

POS-MAIL

Sell IN OUT

smart homes
Das intelligente Haus

Technik zu Hause
TECHNIK ZU HAUSE.de

 **tekom**

TV SPIELFILM

Flachdisplays: Markttrends

Samsung bringt 10 mm dünnen 40-Zoll Full HD-TV

Auf der diesjährigen, Ende Oktober in Yokohama, Japan, abgehaltenen Flat Panel Display Conference (FPD) hat Samsung einen 40 Zoll großen Full-HD LCD-TV vorgestellt, dessen Panel nur ein Zentimeter dünn ist. Für die Bestückung mit dem extrem flachen Panel konnten die Entwickler von Samsung die Gehäusehöhe von den bisher üblichen 30 mm auf weniger als 15 mm verringern. Die flache Bauweise wird durch den Einsatz von LED-Backlights möglich. Bei der LED Backlight-Technologie werden statt Kaltkathoden-Leuchtstofflampen (CCFL) weiße LEDs oder LEDs in den Grundfarben Rot, Grün und Blau als Lichtquelle eingesetzt.

Die geringe Baugröße ist nur einer der Vorteile der neuen Technologie: Durch selektive Ansteuerung und Abdunklung der LEDs in bestimmten Bildbereichen lassen sich die Schwarzsättigung und das Kontrastverhältnis deutlich erhöhen. Verbessert werden auch der darstellbare Farbbereich und die naturgetreue Farbwiedergabe. Der neue Samsung LCD-TV deckt laut Herstellerangaben 92 Prozent des NTSC-Farbraumes ab. Der Energieverbrauch des neuen 40-Zoll LCD-TV beträgt lediglich 90 Watt. Schon auf der CeBIT 2007 hatte Samsung einen 30-Zoll PC-Monitor mit LED-Backlight-Unit vorgestellt. Auf der FPD zeigte der Hersteller jetzt ein 15,4 Zoll Monitor LCD-Panel mit LED-Backlight-System sowie ein 22-Zoll LCD-Panel mit DisplayPort als Video-Schnittstelle und ein 46-Zoll LCD-Panel mit einem Helligkeitswert von 1.500 cd/m² für Public Dis-



play Anwendungen. Auch im Notebook-Bereich wird zunehmend LED-Technik eingesetzt. Über den Termin einer Markteinführung des neuen 40-Zoll LCD-TV mit LED-Backlight und den Verkaufspreis wurden bisher noch keine Angaben gemacht.

Sony OLED-TV schon 2007 in den USA?

Sonys erster OLED-TV mit der Bezeichnung XEL-1 könnte, wie Marktbeobachter vermuten, noch 2007 in den USA auf den Markt kommen: Auf dem japanischen Markt ist die Einführung des 11 Zoll großen Flach-TV mit OLED-Technologie für Dezember 2007 angekündigt. Für eine US-Version des Geräts müssten als moderate Änderungen lediglich die analogen und digitalen TV-Tuner auf die Verarbeitung US-amerikanischer TV-Signale angepasst werden. Die sonstige Ausstattung mit HDMI, Ethernet, USB-Ports und dem, laut unbestätigten Meldungen, sensationell hohen Kontrastverhältnis

von 1.000.000:1 könnte unverändert übernommen werden. Eine frühe Marktverfügbarkeit in den USA würde die neuartige Technik dort noch vor der wichtigen Weihnachtssaison in die Geschäfte bringen. Über den Verkaufspreis des XEL-1 in den USA liegen noch keine Angaben vor. In Japan soll das TV-Gerät für umgerechnet 1.800,- US Dollar angeboten werden. Sony arbeitet an der Entwicklung größerer OLED-TV-Geräte, rechnet aber in den kommenden zwei Jahren noch nicht mit einer Markteinführung großformatiger OLED-TV's.

Samsung kündigt 42-Zoll-OLED-TV's für 2010 an

Ho Kyoong Chung, Executive Vice President, Samsung, teilte in einem Vortrag auf dem FPD International Forum 2007 mit, dass er mit der Markteinführung von 42 Zoll großen OLED-TV-Geräten in etwa drei Jahren rechnen. In einem Statement gegenüber „Tech-On“ hat Chung die für 2010 erwarteten jährlichen Umsätze des weltweiten OLED-Panel-Marktes mit 3,7 Milliarden US-Dollar beziffert. „OLED-Panel's eröffnen die kommende Ära für organische Optoelektronik“, erläuterte Chung in seinem Vortrag. Nicht nur Display-Anwendungen, sondern auch OLED-basierte Beleuchtungssysteme, Stromgeneratoren und Sensoren werden laut Chung in naher Zukunft zur Serienreife entwickelt und auf dem Markt verfügbar gemacht werden. „Der Wechsel von monochromen Anzeigen hin zu Farb-Displays bei mobilen Geräten war die erste Welle der technologischen Entwicklung. Die Realisation von hochauflösenden TFT/LCD-Panel's stellt zur Zeit die zweite Welle dar. OLED-Panel's mit Active Matrix werden die dritte Welle der Display-Technologie auslösen“, kündigte Chung an.

Ungeachtet des verhaltenen Starts der neuen Technologie würden OLED-TV's innerhalb relativ kurzer Zeit preiswerter werden und schnell an Popularität gewinnen, sagte Chung. Den zur Zeit in mobilen Geräten, zumeist in Mobilphones, eingesetzten kleinen OLED-Displays werden 2008 Panels zwischen 3,5 bis 7 Zoll bei Anwendungen wie ultramobilen PCs folgen. Panels mit Größen von 14 Zoll, 15 Zoll und 21 Zoll werden laut Chung 2009 marktreif sein, und 2010 sollen dann erste Full-HD OLED-TV-Geräte mit 40 bis 42 Zoll Bild diagonalen verfügbar sein. Auf OLED-Technik (organic light emitting diode) basierende Flach-TV's könnten dann in unseren Wohnräumen die bisherigen Plasma- und LCD-TV's nach und nach ersetzen. Denn OLED-Bildschirme benötigen keine Hin-

tergrund-Beleuchtung, arbeiten ausgesprochen energieeffizient und erreichen eine wesentlich tiefere Farbsättigung als aktuelle vergleichbare Display-Techniken. Neben Samsung engagieren sich auch Sony und Toshiba bei OLED. Toshiba plant, laut Aussagen von Firmensprechern, im Jahr 2009 einen 30 Zoll großen OLED-TV zu produzieren.

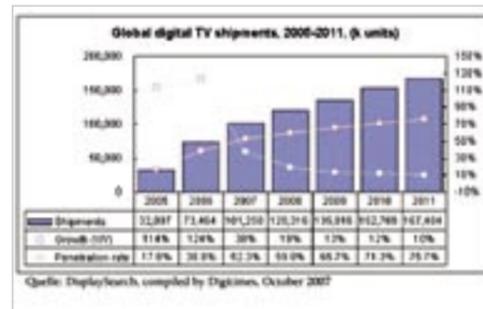
Alle Modelle der Sharp Aquos P Serie mit Full HD

Die Modelle der neuen Aquos P Serie von Sharp mit Bild diagonalen von 22, 26 und 32 Zoll verfügen über eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Der 22- und 26-Zoll Aquos P sind die weltweit ersten Full HD TV-Geräte in diesen Größen. Sharps kleinstes Full HD-Modell war bisher ein 32-Zoll-Gerät. Die Helligkeit der Modelle der P-Serie beträgt 400 cd/m² und die Betrachtungswinkel liegen horizontal wie vertikal bei 176 Grad. Das Kontrastverhältnis beträgt laut Angaben von Sharp 1.200:1 (22 Zoll), 1.500:1 (26 Zoll) und 2.000:1 (32 Zoll). Die Aquos TV-Geräte der P-Serie besitzen zum Anschluss an einen

zu den weltweit im Jahr 2006 verkauften 73 Millionen Geräten einem Marktwachstum von 38 Prozent. DisplaySearch prognostiziert, dass der weltweite Absatz von digitalen TV-Geräten im Jahr 2011 schon 167 Millionen Stück betragen wird. Der Anteil von Digital-TV's am Gesamt-TV-Markt soll dann 76% betragen, gegenüber 52% Anteil im Jahr 2007. Unter den Sammelbegriff „Digital-TV“ fallen alle Display-Technologien, bei denen die Bildinhalte aus einzelnen, digital angesteuerten Bildpunkten zusammengesetzt werden. Das trifft für alle aktuellen Flach-TV-Geräte mit LCD-, Plasma- oder OLED-Technik zu und für alle auf LCD-, LCOS-, LCOS HDILA- und DLP-Technik basierenden Rückprojektionsgeräte.

In den USA sind bereits 96% aller in 2007 verkauften TV-Geräte Digital-TV's. Und 2008 sollen es laut DisplaySearch dann 100% sein. Japan, mit einem DTV-Anteil von 92,3%, und Westeuropa mit 89,8% liegen nur knapp hinter der Entwicklung in den USA zurück. In anderen Weltregionen wie China (44% DTVs) und Osteuropa (40% DTVs) wird in diesem Jahr auch der Anteil der verkauften Digital-TV-Geräte spürbar geringer ausfallen als in Nordamerika, Japan und Westeuropa. In den Regionen Asia Pacific, Lateinamerika und Mittel-Ost liegen die entsprechenden Anteile noch unterhalb von 29%, berichtet DisplaySearch. Bei den großen Herstellern ergab sich im zweiten Quartal 2007 die folgende Reihenfolge nach Stückzahl: Samsung lag mit 16,9% aller weltweit verkauften Digital-TV-Geräte an der Spitze, gefolgt von Philips und LG Electronics mit jeweils 8,7% Anteil am Digital-TV-Markt.

größerer Glass Sheets und der Herstellung größerer LCD-Panel's, als das zur Zeit möglich ist. „Wir sehen keine technischen Probleme für die Produktion von 60-Zoll-Panel's und größer mit 10G-Technologie. Aber wir werden über die Art und den Zeitpunkt unseres Investments unter Berücksichtigung der jeweiligen Marktsituation entscheiden“, erläuterte Kim. Außerdem werde man möglicherweise im dritten



Quartal 2008 auf 8G-Produktionslinien die Fertigung von 50-Zoll-Panel's ausbauen. „Der Anteil der LCD-Panel's mit Größen oberhalb von 40 Zoll wird etwa 60 Prozent betragen, während wir für Panel's größer als 50 Zoll einen Anteil von 20 Prozent der insgesamt produzierten Panel's erwarten“, spezifizierte Kim Sang-soo. Zu dem Stand der Dinge bei dem im August dieses Jahres zwischen den Partnern Sony und Samsung vereinbarten Bau weiterer 8G-Fertigungslinien, genannt „8-1 Production Line“, sagte Kim, dass beide Partner in dieser Sache weiter im Gespräch seien, und er hoffe, dass die erforderlichen Entscheidungen noch in diesem Jahr getroffen würden. Samsung und Sony sind sich im Prinzip darin einig, dass der Bau weiterer 8G-Fabrikationen erforderlich ist, um den steigenden Bedarf an Panel's mit 50 Zoll Größe und größer bedienen zu können. Nach Prognosen des Marktbeobachters DisplaySearch wird der Absatz von LCD-TV's in den Größen 50 Zoll und größer von 1,1 Millionen Stück in diesem Jahr auf 5,9 Millionen im Jahr 2011 steigen.

Hauptthema der FPD International: „Ultra-Slim“-Technologie

Bei der Flat Panel Display International des Vorjahres waren große und größte Flach-TV-Panel's das beherrschende Thema und zugleich der Maßstab, an dem die wichtigsten Panel-Hersteller ihren technologischen Stand unter Beweis stellen wollten. Auf der diesjährigen FPD 2007 in Yokohama war die Bild diagonalen nur noch von sekundärer Bedeutung. Die höchste Trumpfkarte hatte derjenige, der das dünnste funktionsfähige Flach-TV-Panel oder das flachste TV-Gerät zeigen konnte: LG.Philips LCD kündigte für das erste Quartal 2008 die Markteinführung eines 42-Zoll Full HD LCD-TV-Gerätes mit 19,8 mm Gehäusehöhe an. Das dabei verbaute Display-Panel ist 40 Prozent dünner und 10 Prozent leichter als bisherige 42-Zoll LCD-TV-Panel's, teilte LG. Philips mit. Samsung zeigte ein nur 10 mm dünnes LCD-TV-Panel in 40-Zoll-Größe, bei dessen Einbau die bisherige Gehäusehöhe des TV-Geräts von 30 mm auf 14,6 mm reduziert werden kann. AUO demonstrierte ein 32-Zoll LCD-Modul (LCM) mit einer Dicke von nur 20 mm. Die Dicke eines bisherigen Moduls der gleichen Größe war 32,5 Millimeter. AUO plant für das 1. Quartal 2008 die Herstellung von Super-Slim LCD-TV-Panel's für die Bildschirmgrößen 32, 37 und 42 Zoll. Hitachi stellte seine neue Ultra-Thin LCD-TV-Serie mit einer maximalen Gehäusehöhe von 35 mm und Bild diagonalen von 32, 37 und 42 Zoll vor. Während Hitachi als Beleuchtungsquelle neuentwickelte External Electrode Fluorescent Lamps (EEFL) einsetzt, geht der Trend eindeutig zu Hintergrund-Beleuchtungen auf der Basis von weißen LEDs oder LEDs in den Farben RGB hin. Die mit dieser Technologie ausgestatteten Displays sind ultraflach, leichter, energiesparender und ermöglichen höhere Kontrastverhältnisse und eine verbesserte Farbwiedergabe. eva

Schärfer geht nicht!



- Top Ausstattung
- Top Preis
- Top Marge

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

PC einen digitalen DVI-D Eingang und eine analoge Mini D-Sub 15 Pin Buchse und zielen mit ihrer Ausstattung sowohl auf Käufer von Zweit-TV-Geräten wie auf Anwender, die das Gerät auch als PC-Monitor nutzen möchten.

Markt für Digital-TV's wächst 2007 auf 101 Millionen

Der globale Markt für digitale TV-Geräte (DTV's) soll laut einer chinesischsprachigen Pressemeldung des Marktbeobachters DisplaySearch im Jahr 2007 das Volumen von 101 Millionen Stück erreichen. Das entspricht im Vergleich

Sharp auf Platz eins im US-Markt für LCD-TV's

Der japanische Technologieführer Sharp hat, laut Erhebungen von DisplaySearch, im dritten Quartal 2007 auf dem nordamerikanischen Markt für LCD-TV's den Spitzenplatz zurückerobert. Die Position des Marktführers hatte Sharp bis zum Ende des ersten Quartals 2005 behauptet und dann an Mitbewerber abgeben müssen. Im dritten Quartal dieses Jahres ist Sharp mit 11,3% LCD-TV-Marktanteil in Nordamerika von Platz drei im vorangehenden Quartal auf Platz eins aufgestiegen. Das entspricht einem Quartalswachstum von 65% und einer jährlichen Zuwachsrate von 88%. Der beachtliche Erfolg hat mehrere Gründe: An erster Stelle steht der massive Ausbau der eigenen Produktionskapazität für LCD-Panel's. Sharp erreicht mit einem Kapazitätsanstieg von 36% pro Quartal das höchste sequentielle Wachstum unter allen Panel-Herstellern und wird dieses auch beibehalten, solange das Hochfahren der Produktion in der neuen G8-Fabrik fortgesetzt wird. Der zweite Grund ist die Fokussierung der Unternehmensziele auf hochwertige LCD-TV's. Sharps weltweiter Absatz von LCD-TV-Panel's ist von 56% auf nun 64% seiner Gesamt-Panel-Kapazität angestiegen, zu Lasten der gefertigten Notebook-Panel's. Der dritte Grund ist in der stärkeren Gewichtung von LCD-TV's mit Bild diagonalen kleiner als 32 Zoll zu sehen. Hier ist die Nachfrage zur Zeit größer als die Panel-Verfügbarkeit. Sharps Umsätze bei LCD-TV's unterhalb von 32 Zoll sind pro Quartal um 77% gestiegen und erreichten im dritten Quartal 2007 den beachtlichen Anteil von 40% des Gesamtvolumens. Sharp hat von allen Herstellern die meisten 19-Zoll-, und 26-Zoll LCD-TV's verkauft, und auch die meisten Geräte mit 52 Zoll Bildgröße. Zusätzlich wirkt sich die steigende Bedeutung des nordamerikanischen LCD-TV-Marktes aus, der von zuvor 24% auf nun 34% der weltweiten LCD-TV-Verkäufe von Sharp angestiegen ist.

EIN GROSSER SCHRITT FÜR DIE MENSCHHEIT!

Endlich da: Festplatten DVD-Recorder mit Satellitenempfang (DVB-S)



DIGA

EINFACHE BEDIENUNG – EINFACH 2 IN 1.

Mit dem DMR-EX80S können Sie endlich Satellitenempfang nicht nur auf 160 GB Festplatte aufnehmen, sondern das Material auch auf allen DVD Formaten archivieren! Und zwar besonders einfach, dank Premium EPG, das Fernsehprogramme 14 Tage im Voraus zeigt. Über den CI Slot können Sie Abo-TV Module einschieben, um verschlüsselte Programme zu sehen. Der HDMI Ausgang stellt die digitale hochauflösende Verbindung zu Ihrem Fernseher her.

Mehr Informationen unter:
www.panasonic.de

DVB **HDMI**
HIGH-DEFINITION MULTIMEDIA INTERFACE



Aufnahme und Wiedergabe auf
DVD-RAM, DVD-RW, DVD-R(DL),
DVD+RW, DVD+R(DL)

Panasonic
ideas for life

„Der Kauf eines hochwertigen Full HD LCD-Fernsehers wird auch auf der emotionalen Ebene entschieden.“

Interview mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung Electronics Germany, über die aktuelle Marketing-Kampagne für Full HD LCD-TVs.

PoS-MAIL: Zum Launch der F8-Serie aus Ihrem Hause intensiviert Samsung Electronics nachhaltig seine Marketingaktivitäten. Worauf zielt Ihre Kampagne für Full HD LCD-TV-Geräte im Detail ab?

Hans Wienands: Zunächst möchten wir ganz klar den Produktvorteil der neuen Serie in den Vordergrund stellen: Die F8-Serie kombiniert leuchtende Farben mit einer herausragend hohen Brillanz in der Auflösung. Unter dem Motto „Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie“ setzen wir dabei unsere Produkteigenschaften kreativ in Szene. Aber wir gehen noch einen Schritt weiter: Der Kauf eines hochwertigen Full HD LCD-Fernsehers wird nicht nur auf der rationalen, sondern auch auf der emotionalen Ebene entschieden. Unser Kampagnenmotiv nimmt diesen Ansatz auf, es transportiert und visualisiert Emotionen. Wir sind daher zuversichtlich, mit der Strahlkraft des Motivs die Emotionalisierung der Marke Samsung, aber auch eine Nachfragesteigerung für die neue Full HD LCD-TV-Linie zu erreichen.

PoS-MAIL: Samsung wird also zukünftig Full HD LCD-Fernseher über Emotionen verkaufen?

Hans Wienands: Nein. Das habe ich nicht gemeint, und es würde im heutigen Markt auch nicht mehr funktionieren. Samsung entwickelt und produziert hochqualitative, auf modernsten Technologien basierende Produkte, die sich bei Qualität, Preis, Leistung und Design mit den Angeboten aller Mitbewerber messen können. Das ist, wie sich gezeigt hat, eine hervorragende Basis für Erfolg. Aber manchmal genügt es eben nicht, Klassenprimus zu sein. Was die Emotionalisierung einer Marke bewirken kann, konnte man in den letzten Jahren anschaulich im Markt für portable Audioplayer beobachten.

PoS-MAIL: Das ist wahr. Da wollen Sie also hin?

Hans Wienands: Ja, warum nicht? Wenn der potentielle Käufer sich fragt: „Nehmen wir nun einen ‚X‘ oder ‚Y‘, oder ‚einen Samsung‘ und sich dann für einen Samsung entscheidet, dann ist das eine fantastische Sache. Wenn er aber sagt: „Wir nehmen einen Samsung! Für welches Modell entscheiden wir uns?“, dann sind wir am gewünschten Ziel.

PoS-MAIL: Eine andere Frage: Sie haben zu Beginn unseres Gesprächs erwähnt, dass Sie mit der Kampagne die Produktvorteile der neuen F8-Serie in den Vordergrund stellen wollen. Motto und Inhalte der Kampagne sind jedoch nicht selektiv auf die neue F8-Serie ausgerichtet, sondern allgemein auf Full HD LCD-TV-Geräte von Samsung. Auch das Motiv, dessen Strahlkraft die Emotionalisierung der Marke Samsung befördern soll, hat ja nicht nur speziell für die F8-Serie Gültigkeit.

Hans Wienands: Der beabsichtigte Erfolg einer derartig angelegten Marketing-Offensive wird sich mit Sicherheit nicht auf eine bestimmte Geräte-Serie beschränken, sondern das Interesse der angesprochenen Zielgruppen für die gesamte Full HD TV-Familie von Samsung befördern, also auch für die Full HD-Serien N8, M8 und unsere neue F9-Serie mit LED-Backlight-Technologie. Die im Erfolgsfall erzielte Emotionalisierung der Marke Samsung wirkt sich auf alle Produkte unseres Unternehmens aus. Die neue F8-Serie haben wir bei dieser Kampagne bewusst in den Vordergrund gestellt, weil sie mit dem gebotenen Preis-/Leistungsverhältnis und mit ihren Modellen in 40 und 46 Zoll Bildgröße exakt dem Profil mit der derzeit größten Markt-Nachfrage entspricht.

PoS-MAIL: Sie lassen bei der Erwähnung der verschiedenen Full HD TV-Serien Samsung Plasma

TV-Geräte mit Full HD-Auflösung bewusst aus?

Hans Wienands: Ja. Beim jetzigen Stand der Meinungsbildung über Unterschiede und Vor- oder Nachteile von Displays mit LCD- oder Plasma-Technologie hieße es, den Erfolg einer solchen Kampagne schon vor ihrem Beginn in Frage zu stellen, würde man LCD-Geräte und Plasma-Geräte unter dem Sammelbegriff Full HD-TVs zusammen bewerben.

PoS-MAIL: Und trotzdem ist Samsung einer der weltweit größten Hersteller von Plasma-Displays und Plasma-TV-Geräten?

Hans Wienands: Samsung setzt weiterhin auf eine erfolgreiche Zukunft der Plasma-Technologie, entwickelt sie weiter und baut auch in diesem Bereich seine Produktionskapazitäten aus. Für zahlreiche Einsatzbereiche bieten Plasma-Displays entscheidende Vorteile. Besonders jetzt, nachdem es mit neuen Herstellungsverfahren möglich geworden ist, Plasma-Panels mit 40 und 42 Zoll in echter 1.080 Full HD-Auflösung kostengünstig zu produzieren, werden Plasma-Displays im CE-Bereich wieder sehr interessant. Die Tatsache wird allerdings in den Medien und der Öffentlichkeit kaum reflektiert.

PoS-MAIL: Ein Grund für eine weitere Kampagne?

Hans Wienands: Grund genug schon. Aber das ist keine Aufgabe, die ein Unternehmen allein zum Erfolg führen könnte. Dafür wären koordinierte Anstrengungen der wichtigsten Plasma-Hersteller die Voraussetzung. Es ist eben ein Unterschied, eine bereits bestehende Meinung durch Unterstützung weiter zu verfestigen, gegenüber dem Bemühen, eine Fehlmeinung zu korrigieren oder in ihr Gegenteil umzukehren.

PoS-MAIL: Die jetzige Kampagne wird sowohl in TV und Print als auch



online in Szene gesetzt. Wie gestaltet sich der Medienmix?

Hans Wienands: Wir setzen auf einen klassischen Medienmix, der unseren gemeinsamen Endkonsumenten auf allen relevanten Kanälen erreicht. Das Motiv wird entsprechend in reichweitenstarken TV-Sendern und Umfeldern eingesetzt, ist aber auch als Wallpaper oder Layer im Internet zu finden. Im Printbereich fokussieren wir auf Anzeigenschaltungen in auflagenstarken Medien in der Vorweihnachtszeit. Alle Marketingaktivitäten werden von einem Gewinnspiel flankiert, bei dem wir insgesamt 50 Samsung Blu-ray-Player verlosen. Möglichkeiten zur Teilnahme an dem Gewinnspiel bieten sich im teilnehmenden Handel am PoS und direkt über die Samsung-Webseite.

PoS-MAIL: Was haben Sie geplant, um den Handel im Abverkauf zu unterstützen?

Hans Wienands: Es versteht sich von selbst, dass hinter einer erfolgreichen Produktvermarktung immer eine intensive und fruchtbare Zusammenarbeit mit dem Fachhandel steht. Umfangreiches PoS-Material sowie Sticker und Displays an den Geräten werden unsere öffentlichkeitswirksame Kampagne direkt in den Markt transportieren und den Abverkauf unterstützen.

PoS-MAIL: Wie sieht es im Rahmen der Kampagne, und darüber hinaus auch langfristig, bei der personellen Unterstützung des Handels durch Spezialisten von Samsung aus?

Hans Wienands: Ergänzend bauen wir unser deutschlandweites Netzwerk an festen Promotoren-Teams in den Märkten weiter aus. Ziel der Teams ist, den Fachhandel beim Dialog mit den Kunden zu unterstützen sowie den Endkonsumenten umfassend über die Full HD-LCD-Fernseher aus dem Hause Samsung zu informieren.

Darüber hinaus setzen wir auf tiefgreifende Trainingsmaßnahmen der Händler, die sie mit den neuen Produkten vertraut machen und ihnen gleichzeitig wertvolle Verkaufsargumente an die Hand geben. Samsungs kompetentes Win-Team ist für den engagierten Handel bundesweit im Einsatz. Sechs Mitarbeiter dieses Teams stehen bereit, um in den jeweiligen Regionen PoS- und erfolgsorientiertes Produkt-Training direkt im Markt durchzuführen. Zusätzlich werden durch ein Team aus zwei Top Shop-verantwortlichen Merchandisern, unterstützt von vier Junior Merchandisern, allein in dieser Saison marketingrelevante Projekte und perfekte Instore-Präsentationen bei mehr als 500 Samsung Handelspartnern erfolgreich umgesetzt.

POS **Neuheiten**

**Musik in jedem Raum:
Devolo dLAN Audio
extender**



Mit dem „dLAN Audio extender“ des Aachener Netzwerkspezialisten und Pionier der HomePlug-Technologie

Devolo lassen sich PC, HiFi-Anlage oder Aktivboxen schnell und einfach über die bestehende Elektroinstallation miteinander verbinden. Der neue dLAN Audio extender verteilt die Musik in alle Räume der Wohnung oder des Hauses. Auf einem Rechner oder Notebook gespeicherte MP3-, WMA-, WAV- oder AAC-Dateien lassen sich in jedem gewünschten Raum über die HiFi-Anlage oder externe Lautsprecher in CD-Qualität und Stereo abspielen. Eine Verlegung zusätzlicher



Kabel ist bei diesem Plug&Play-Audio-Netzwerk nicht erforderlich. Der PC wird über ein LAN-Kabel mit dem dLAN-Adapter verbunden und dieser in die nächstgelegene Steckdose gesteckt. Die Ausgabe der Musik in einem anderen Raum kann entweder über eine HiFi-Anlage oder über Aktivboxen erfolgen. Die HiFi-Anlage oder die Aktivlautsprecher werden dazu über Cinchkabel oder Miniklinkenstecker mit einem weiteren dLAN Audio extender verbunden, der dort ebenfalls in eine Steckdose gesteckt wird. Für ein einfaches Audionetzwerk ist lediglich ein dLAN Audio extender Starter Kit erforderlich. Audioliebhaber können auf diese Weise problemlos Hörbücher in der Badewanne genießen, Hörspiele im Kinderzimmer oder Musik im Schlafzimmer anhören. Das gesamte private Audio-Archiv kann mit dLAN Audio extender überall dort abgespielt werden, wo Lautsprecher stehen. Die Plug&Play-Installation des neuen dLAN Audio extenders ist schnell erledigt: Die Adapter in die Steckdose stecken, CD einlegen, und schon kann es losgehen. Das dLAN Audio extender Starter Kit von Devolo ist zum UVP von 149,90 Euro zu haben, und einzelne dLAN Audio extender sind zum UVP von 99,90 Euro verfügbar.

**Neue Samsung
Projektoren SP-A800B
und SP-A400B**



Der Name Samsung steht auch im Projektor-Markt für erlesenes Design, Innovation und herausragende Technik.

Seinem erfolgreichen Pocket Imager SP-P310ME stellt das koreanische Unternehmen nun zwei weitere elegante Projektoren für revolutionäre Bild-Erlebnisse mit brillanten, naturgetreuen Farben zur Seite: Den neuen SP-A800B, der speziell als High-end Heimkino-Projektor konzipiert ist, und den SP-A400B als Crossover-Projektor für den Business- wie für den Heimbereich. Die sorgfältig abgestimmten Eigenschaften machen das Crossover-Gerät SP-A400B zum idealen Begleiter für Profi-Präsentationen und Privatkino-Vorführungen: Mit seinen kompakten Abmessungen von rund 34 x 34 x 16 cm und glänzendem schwarzem Klavierlack-Design passt der SP-A400B sowohl in seriöse Büro-Umgebungen wie auch in die designorientierte Heimkino-



FERNSEHEN
MIT METZ –
IMMER ERSTKLASSIG



Ausstattung und Lieferfähigkeit modellabhängig



METZ LINUS

HDTV | 100 HZ DMC | FULL HD | 160 GB FESTPLATTE | JPEG FOTO-ANZEIGE (USB) | DIGITAL-MODUL-SYSTEM | MECAVISION HD*

Wenn besondere Ansprüche zur Selbstverständlichkeit werden, ist es ein Metz LCD-TV. Metz Linus – wahlweise mit 106 cm Full HD-Panel oder mit 80 cm 100 Hz DMC-Technologie, in 3 eleganten Farben und einer Ausstattung auf höchstem Niveau. Natürlich nur im kompetenten Fachhandel – überzeugen Sie sich – und trauen Sie Ihren Augen.

TECHNISCHE PERFEKTION | SICHER IN DIE ZUKUNFT | BEDIENTREUNDLICHKEIT | QUALITÄT „MADE IN GERMANY“

www.metz.de

atmosphäre moderner Wohnzimmer. Im Monitor-Modus werden maximal 2.000 ANSI-Lumen für die Datenprojektion bei durchschnittlicher Umgebungsbeleuchtung erreicht. Der Movie-Modus mit 1.000 ANSI-Lumen ist ideal für die Videoprojektion im abgedunkelten Heimkino. Das maximale Kontrastverhältnis beträgt 2.500:1. Der SP-A400B hat zahlreiche Anschlussmöglichkeiten: HDMI, Component, S-Video, Composite Video und 15pin D-Sub. Mit einer erweiterten Farbpalette und erhöhter Farbhelligkeit sorgt Samsungs BrilliantColor-Technologie für lebendige Bildinhalte. Das zweite neue Modell, der Home Theater-Projektor SP-A800B, ist mit seiner Bauweise und Abmessungen von rund 48 x 48 x 39 cm auf den Einsatz für das private Kino-Erlebnis zu Hause spezialisiert. Sein DLP-System arbeitet mit einem sechssegmentigen Farbrad, anstatt der gewohnten dreifarbigem RGB-Technik, und stellt einen erweiterten Farbraum dar. Die Full-HD Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, der 1.080/24p-Modus und das dynamische Kontrastverhältnis von 10.000:1 sorgen für brillante Bilder mit eindrucksvollem Detailreichtum und hoher Farbintensität. Die extrem kurze Reaktionszeit von 16 Mikrosekunden des SP-A800B garantiert die Darstellung von Actionfilmen und Sportevents ohne jede Bewegungsunschärfe. Das äußerst niedrige Betriebsgeräusch des SP-A800B sorgt für flüsterleisen Betrieb und ungestörte Heimkino-Atmosphäre. Der Samsung Projektor SP-A400B ist zum UVP von 1.299,- Euro lieferbar, der SP-A800B zum UVP von 4.999 Euro erhältlich. Samsung bietet zwei Jahre Garantie mit PickUp & Return.

**Neue Fujifilm FinePix
Kameras in Trendfarben**



Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH hat zwei neue FinePix Digitalkameras angekündigt. Beide Modelle

bieten typische Ausstattungsmerkmale der FinePix Familie, speichern die Bilder wahlweise auf xD-Picture Cards oder SD/SDHC Karten ab und sind sofort verfügbar.

Das 7,2-Megapixel-Modell FinePix Z10fd ist mit einem 3fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38–114 mm (KB-äquivalent) ausgestattet, bietet verschiedene Aufnahme-Programme und automatische Gesichtserkennung. Das 2,5“ große Display hat 150.000 Pixel; der UVP beträgt 199,- Euro.

Die Kamera ist in den Farben Pink-Metallic, Wasabigrün, Moosgrün, Rot-Metallic, Azurblau-Metallic, Orange-Metallic und Graphit-Aubergine erhältlich. In dem nur knapp 20 mm flachen Gehäuse der neuen FinePix Z100fd stecken ein 5fach-Zoom Fujinon Objektiv mit einer Brennweite von 36–180 mm (KB-äquivalent) und ein 8 Megapixel Super CCD Kamerasensor. Die Kamera bietet automatische Gesichtserkennung mit Rote-Augen-Reduktion, Lichtempfindlichkeit bis ISO 1.600 und ein 2,7“-Display mit 230.000 Pixeln.

Ein besonderes Merkmal ist das völlig neu gestaltete Wahlrad auf der Kamera-Rückseite, mit dem die zahlreichen Funktionen besonders leicht gesteuert werden können. 16 Aufnahme-Programme machen das Fotografieren in unterschiedlichen Situationen einfach. Der kürzeste Aufnahme-Abstand beträgt nur 9 cm.

Die FinePix Z100df ist in den Farben Silber, Braun, Schwarzweiß und Pink zu einem UVP von 279,- Euro erhältlich.

Pos Aktuell

Geschäfte der KlickTel AG laufen planmäßig

Die KlickTel AG liegt mit ihren Kennzahlen nach neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres weiterhin im Plan. So konnte das Unternehmen die fehlenden Umsätze aus dem Navigationsgeschäft durch Wachstum in den anderen Geschäftsbereichen und vor allem im Werbeerwerb kompensieren. Insgesamt erwirtschaftete KlickTel nach neun Monaten einen Umsatz von 15,8 Millionen Euro nach 15,3 Millionen Euro im Vorjahr und erzielte damit ein Umsatzplus von 3,7 Prozent. In den ersten drei Quartalen stieg der Umsatz im Geschäftsbereich Werbeerwerb um 26,3 Prozent von 7,3 Millionen Euro auf 9,2 Millionen Euro. Der Geschäftsbereich Software erlöste 6,6 Millionen Euro gegenüber acht Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2006. Hier ist zu berücksichtigen, dass in diesem Jahr Erlöse mit dem Navigationsgeschäft in Höhe von 1,8 Mio. Euro aus dem dritten Quartal des Vorjahres entfallen. Die anderen wesentlichen Produktbereiche des Software-Bereichs erwirtschafteten höhere Umsatzvolumina. Die Ertragslage zeigt deutliche Fortschritte in der Geschäftsentwicklung, obwohl im Geschäftsjahr 2007 im Zusammenhang mit der Aufgabe der Navigations-Aktivitäten letztmalig Einmalkosten anfallen werden. Darüber hinaus wurden Investitionen in den Werbeerwerb – zum Beispiel zum Aufbau neuer Vertriebsbüros und zur Ausweitung der Außenwerbungskampagne – realisiert. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (EBITDA) verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2007 auf -1,3 Millionen Euro nach -2,4 Millionen Euro im Vorjahr. Das EBIT betrug -2,0 Millionen Euro gegenüber -2,8 Millionen Euro im Jahr 2006. Der Periodenfehlbetrag halbierte sich nach den ersten drei Quartalen 2007 nahezu von -4,0 Millionen Euro auf -2,1 Millionen Euro.

O₂ Germany zeigt sich mit Entwicklung zufrieden

Die in den letzten zwölf Monaten gestarteten Produkte von O₂ Germany behaupten sich nach Angaben des Unternehmens erfolgreich im hart umkämpften Mobilfunkmarkt. So konnte O₂ Germany im dritten Quartal 610.000 Kunden gewinnen. Insgesamt hat das Unternehmen

nun 12,2 Millionen Postpaid- und Prepaid-Kunden. Auch Telefónica Deutschland legt bei der Kundenzahl deutlich zu. Diese hat sich in zwölf Monaten mehr als verdoppelt: Insgesamt nutzen rund 1,3 Millionen Kunden Breitband-Services über das Telefónica Netz. O₂ Germany hat im dritten Quartal 227.000 neue Vertragskunden gewonnen. Hierzu trugen insbesondere die Genion-Tarife sowie die neuen Inklusivminuten-Pakete bei. Die Gesamtzahl der Genion-Kunden liegt mittlerweile bei 4,2 Millionen, bereits 1,7 Millionen haben sich für die neuen Genion S-, M-, L- und XL-Tarife entschieden. Außerdem konnten durch die erfolgreiche Partnerschaft mit Hansenet im dritten Quartal 80.000 Vertragskunden gewonnen werden. Die Gesamtzahl der Mobilfunkkunden liegt nun bei 168.000. Bei einem Vertragskunden liegt der durchschnittliche monatliche Umsatz (ARPU) bei 34,9 Euro – 0,9 Prozent niedriger als im Vorquartal und rund 16 Prozent niedriger als vor einem Jahr. Dieser Rückgang ist auf die durch die Bundesnetzagentur gesenkten Terminierungsentgelte sowie auf die immer günstigeren O₂ Mobilfunktarife zurückzuführen. O₂ konnte 383.000 Prepaid-Kunden gewinnen, nahezu doppelt so viele wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Wesentlichen Anteil an diesem Wachstum haben die Partnerschaft mit Tchibo sowie Fonic, die neue Zweitmarke von O₂ Germany. Tchibo erreichte mit 191.000 das beste Ergebnis seit Bestehen des Joint-ventures. Insgesamt hat Tchibo nun 1,1 Millionen Kunden. Der ARPU bei den Prepaid-Kunden stieg im Vergleich zum Vorquartal um zwei Prozent auf 6,8 Euro. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der Prepaid-ARPU aus den oben genannten Gründen um 24 Prozent gesunken. O₂ konnte im dritten Quartal seine Spitzenposition beim Umsatz pro Kunde halten. Der über Postpaid und Prepaid gemittelte ARPU blieb im Vergleich zum Vorquartal stabil bei 20,8 Euro im Monat.

HFO Telecom bietet günstige Festnetztarife

„HFO Home“, das Angebot der HFO Telecom AG für Festnetztelefonierer, gibt es jetzt auch für Wenigtelefonierer: Der Verbraucher erhält den Festnetz-Ersatz „HFO Home Classic“ bereits für die monatliche Grundgebühr von 10,95 Euro. Der bisherige Anschluss wird vollkommen überflüssig, sofern man ihn nicht zum Beispiel für DSL weiterverwenden möchte. Im Rahmen der verlängerten HFO Home-Sonderaktion erhalten die ersten Kunden zusätzlich mit dem „Sinus A50“ ein schnurloses Telefon mit Farbdisplay

kostenlos dazu, allerdings kann auch das vorhandene Festnetztelefon einfach weiter benutzt werden. „HFO Home Classic“ garantiert den Angaben des Unternehmens zufolge neben preisgünstigen Orts- und Ferngesprächen ins deutsche Festnetz auch faire Konditionen für Telefonate in die Mobilfunknetze und für weitere Dienste. Das Gespräch ins nationale Festnetz kostet in der O₂ Homezone von HFO Mobile 3,9 Cent/Min., außerhalb 20 Cent/Min. Telefonate ins Mobilfunknetz von O₂ Germany führt man ebenfalls für 20 Cent/Min. – egal, ob man sich innerhalb oder außerhalb der O₂ Homezone befindet. Gespräche zu D1, D2 und E-Plus kosten unabhängig vom Standort jeweils 29,9 Cent/Min. Bereits ab 9,9 Cent/Min. sind Auslandsgespräche möglich, während die Abfrage der Mailbox in der O₂ Homezone von HFO Mobile komplett kostenlos ist. Auch die gewohnte Ortsnetzrufnummer kann mit „HFO Home Classic“ übernommen werden und ist inklusive. Der Tarif hat keinerlei Mindestumsatz. Als einmaliger Bereitstellungspreis werden für „HFO Home“ 25 Euro erhoben. Die Installation als Festnetzersatz ist einfach – HFO liefert die Anschlussbox direkt mit der Deutschen Post AG über DHL Express an den Kunden aus. Der Kunde steckt sein bisheriges Telefon (oder das Schnurlos-Telefon Sinus A50) an die Box an und kann sofort telefonieren. Die Vertragslaufzeit beträgt 24 Monate, die Taktung erfolgt minuten-genaue.

T-Home hat seine Software für DSL Telefonie überarbeitet. Mit der aktuellen Version 6.0 erhalten Kunden unter www.t-online.de/internet-telefon gebündelt zahlreiche neue Funktionen, die die Sprach-, Text- und Videokommunikation über das Internet einfacher und persönlicher machen – von Instant Messaging bis zur Benachrichtigung über entgangene Anrufe per E-Mail. Zudem wurde die Darstellung des Internet-Telefons überarbeitet. Den Nutzern stehen nun verschiedene Designs zur Auswahl. Mit dieser Erweiterung stellt T-Home seinen Kunden Services zur Verfügung, die sich durch intuitive Bedienbarkeit und integrierte Kommunikation – also die Verschmelzung von Sprache und Daten – auszeichnen. Ab sofort können T-Home Kunden über das integrierte Instant Messaging an ihrem PC Nachrichten in Echtzeit austauschen – also mit anderen Nutzern des Internet-Telefons chatten. Beim Starten des Programms wird dem Nutzer sofort angezeigt, welche seiner Kontakte gerade online sind. Ein Feature, das besonders für Jugendliche interessant sein dürfte: Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2007 sind 73 Prozent der Nutzer, die Small Talk

Funkwerk Dabendorf startet Ego Cup Gewinnspiel

Einfach in den Getränkehalter stecken und losten telefonieren – das ermöglicht die neue Freisprechanlage Ego Cup von Funkwerk Dabendorf. Dank des tassenförmigen Designs passt die Plug & Play Anlage in die Getränkehalter der meisten Fahrzeuge. Zur Markteinführung hält die Internetseite www.pushyourego.de ein originelles Gewinnspiel parat. Nach dem Motto „Holen Sie Ihre Tassen aus dem Schrank“ sucht Funkwerk Dabendorf die witzigsten Tassen-Motive. Ob am Arbeitsplatz, zu Hause oder unterwegs – Fotos von kuriosen Situationen oder an



außergewöhnlichen Orten haben beste Chancen, die neue Ego Cup zu gewinnen. Mitmachen kann jeder. Nach der einfachen, kostenlosen Registrierung können die Bilder hochgeladen und zur Wahl gestellt werden. Bis zum 31. Dezember haben alle registrierten Mitglieder die Gelegenheit, die eingesandten Fotos zu bewerten. Jeder Teilnehmer gewinnt garantiert einen Cupholder, also einen Getränkehalter für sein Fahrzeug. Den Einsendern der besten 25 Motive winkt zusätzlich eine neue Ego Cup. Per Bluetooth verbindet sich die Anlage mit dem Mobiltelefon, auf Wunsch auch automatisch. Die Stromversorgung erfolgt über den Zigarettenanzünder. Lautsprecher und Mikrofon sind im kompakten Gehäuse integriert. Damit kann die Anlage auch jederzeit in einem anderen Auto genutzt werden – ideal für Fahrer mit wechselnden Fahrzeugen.

über Instant Messaging halten, zwischen 14 und 19 Jahre alt. Beim Internet-Telefon kann der Nutzer Fotos seiner Kontakte im persönlichen Adressbuch speichern, die dann sowohl bei Telefonaten als auch beim Instant Messaging angezeigt werden. Das Internet-Telefon wird über eine Benutzeroberfläche bedient, die optisch einem Mobiltelefon angepasst ist. Der Nutzer wählt die Rufnummer und drückt zum Rufaufbau den grünen Hörer. Zur Auswahl stehen unterschiedliche Designs: so das klassisch Elegante in Schwarz oder Weiß oder für die verspieltere Zielgruppe mit rosa Tastatur und Schmetterlingsmotiv. Das Internet-Telefon wird aus dem eMail Center gestartet, das auch die Funktion eines Anrufbeantworters übernimmt. Via E-Mail erhält der Kunde Nachrichten über entgangene Anrufe.

T-Mobile Gruppe wächst auch im dritten Quartal

Das Geschäft der T-Mobile Gruppe ist auch im dritten Quartal unverändert positiv verlaufen. Der Umsatz kletterte im Vergleich zum Vorjahresquartal um 8,6 Prozent auf 8,88 Milliarden Euro, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) legte um 9,5 Prozent auf 2,94 Milliarden Euro zu. Damit erreichte die EBITDA-Marge der Gruppe einen Wert von 33,1 Prozent. Noch deutlicher wäre der Gewinnzuwachs ohne Wechselkurseffekte ausgefallen: T-Mobile USA verzeichnete auf Dollarbasis beim EBITDA ein Plus gegenüber dem dritten Quartal 2006 von 15,2 Prozent. In Euro betrug der Anstieg dagegen nur 6,7 Prozent. Zum Kundenwachstum von 24,1 Prozent auf nun 113,7 Millionen Kunden trugen im abgelaufenen Quartal alle Landesgesellschaften bei. Große Beiträge lieferten vor allem die vor einem Jahr noch nicht konsolidierte polnische PTC mit 12,7 Millionen Kunden und die weiter stark wachsende T-Mobile USA mit einem Kundenplus von mehr als 3,5 Millionen im Jahresvergleich. Immer mehr an Bedeutung gewinnt die Nutzung des mobilen Internets. Die Zahl der Nutzer des mobilen Internetangebots web'n'walk in Europa stieg in einem Quartal um mehr als 400.000 auf 2,8 Millionen.

Kostenlos mit T-Mobile bei McDonald's surfen

McDonald's und T-Mobile bieten ab sofort allen Gästen in den bislang rund 330 McCafés in Deutschland einen kostenlosen Internetzugang über WLAN an. Jeden Tag können sie rund um die Uhr 60 Minuten lang surfen, chatten und mailen, ohne dafür zu bezahlen. Um die „H@ppy-Hour@McCafé“ zu nutzen, braucht der Gast ein WLAN-fähiges Endgerät, zum Beispiel ein Notebook, einen Internetbrowser und sein Mobiltelefon. Um das Angebot zu nutzen, muss der Gast sein Notebook einschalten, sich mit dem WLAN verbinden, den Internet-Browser aufrufen und dann den Instruktionen folgen. Nach Eingabe der Mobiltelefonnummer (es werden alle gängigen deutschen Mobilfunkanbieter unterstützt) erhält der Gast per SMS seine Zugangskennung (PIN) für den einstündigen kostenlosen HotSpot-Zugang.

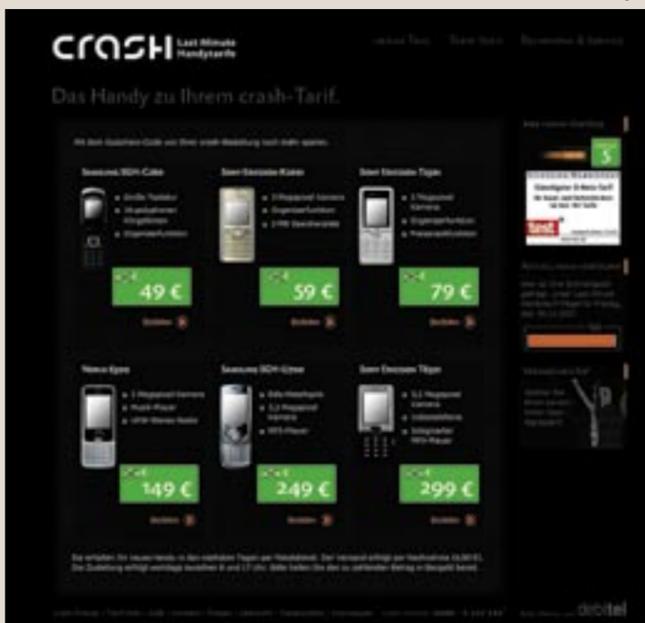
ENO bietet kostenloses T-Home Demoset

Für Fachhändler, die sich intensiv mit der Vermarktung von T-Home Entertain beschäftigen wollen, bietet ENO einen neuen Service: Ein komplettes T-Home Demo-Set kann angefordert werden, denn nichts überzeugt den Endkunden nach Meinung der Verantwortlichen bei ENO mehr als eine Live-Vorführung. Mit dem ENO-Demo-Set zeigt der Fachhändler den Endkunden, wie leicht es ist, sich den vollen Entertain-Genuss zu verschaffen. So kann der Handel beispielsweise das Premiere-Fußball-Abo präsentieren und gleichzeitig seinem Kunden zum Start dieses Abo kostenlos anbieten. Für die ersten 20.000 Kunden von Comfort oder Comfort Plus gibt es das Bundesliga-Paket für die laufende Saison grundpreisbefreit. Das Demo-Set besteht aus: Möbeln (Tresen, Aufsteller, etc.), einem Samsung 32“-Flachbildschirm, dem Media Receiver T-Home X 300T, DVD-Recorder, dem Speedport W700V, einem DSL Splitter sowie den benötigten Kabeln. Mehr Informationen zur Aktion erhalten Fachhändler von ihrem persönlichen Ansprechpartner oder unter www.eno.de.

Im crash Onlineshop gibt es jetzt 20-Euro-Gutscheine für den Handykauf

Die Online-Tariffbörse crash bietet jetzt auch Handys. Wer unter www.crash-tarife.de/cobi eine SIM-Karte bestellt, erhält dazu einen Gutschein über 20 Euro. Diese können als Anteil genutzt werden, um im neuen crash-Handyshop Mobiltelefone wie beispielsweise das Klappmodell Samsung SGH-C260 für weniger als 50 Euro zu erwerben. Die Auswahl der Geräte im crash-Handyshop reicht vom schicken Klappgerät über das Sony Ericsson K200 für 59 Euro oder das T250 für 79 Euro bis zu gut ausgestatteten Mobiltelefonen. Das Nokia 6300 ist für 149 Euro zu haben, der Samsung-Bestseller SGH-U700 für 249 Euro. Das neue T650 von Sony Ericsson für 299 Euro ist das Spitzenmodell in der

Auswahl. Auch ohne crash-Gutschein lassen sich die Handys in dem Onlineshop bestellen, kosten dann jedoch jeweils 20 Euro mehr. „Das fehlende Handy war für viele Interessenten einer der Gründe, nicht auf einen der günstigen crash-Tarife zurückzugreifen“, sagt Marcus Wagner, Leiter der Online-Tariffbörse von debitel. „Jetzt kann wirklich jeder mit unseren Tarifen sparen – oder andere mit einem echten Schnäppchen-Handy beschenken.“ Die Online-Tariffbörse ist unter www.crash-tarife.de zu finden. Direkt zum laut Stiftung Warentest günstigsten Tarif für Vieltelefonierer führt der Link www.crash-tarife.de/cobi. Hier gibt es bis zum Jahresende zu 100 Prozent crash-5-Karten.





Wer die Umwelt schützen will, erhöht den Druck:

Wird der empfohlene Reifendruck nur leicht erhöht, sinkt der Treibstoffverbrauch. Und damit der CO₂-Ausstoß des Pkw.

Merian scout Navigator hält umfangreiche Informationen bereit

Navigationsgeräte werden ohne Zweifel zu den Topsellern im Weihnachtsgeschäft gehören. Für Nutzer, die nicht nur von A nach B geleitet werden wollen, sondern auch zusätzliche Informationen zur Strecke und zum Zielort haben wollen, gibt es den Merian scout Navigator.

Die Kombination aus Navigationsgerät und Reiseführer setzt als Personal Travel Assistant (PTA) neue Maßstäbe. Als einziges Produkt im Navigationsmarkt bietet das Gerät GPS-basierte Audio Guides, die automatisch beim Vorbeifahren oder -gehen an über 800 Sehenswürdigkeiten in Deutschland abgespielt werden. Darüber hinaus bietet der Merian

scout Navigator einen hochauflösenden 3,7 Zoll VGA-Bildschirm. Dieser sorgt für eine optimale



Darstellung der umfangreichen Reiseinformationen aus der Merian- und Feinschmecker-

Redaktion mit Fotos zu Sehenswürdigkeiten, Hotels, Restaurants, Städten etc. Der Reisebegleiter fällt durch seine ergonomisch-elegante Form auf. Der kapazitive Touchscreen des Merian scout Navigator bietet hohen Bedienkomfort, da er auch auf sehr sanfte Berührungen reagiert. Diese SensibleTouch ScreenTechnology wird bislang im Markt der Navigationssysteme nur von Merian scout verwendet. Die Menüführung des Gerätes ist intuitiv gestaltet und gewährleistet eine einfache Handhabung. Ebenfalls anwenderfreundlich ist der Akku des Gerätes, der eine netzunabhängige Laufzeit von vier bis acht Stunden ermöglicht und einfach ausgewechselt werden kann.

Der Merian scout Navigator enthält bereits vorinstalliert das Kartenmaterial von Navteq für ganz Europa mit der integrierten Stauwarnfunktion TMC und optionalem TMC pro. Der Reisebegleiter ist sofort nach dem ersten Einschalten einsetzbar und ermöglicht mit der Navigationssoftware von Destinator schnelle Routenberechnung und optimales Rerouting.

Der Merian scout Navigator orientiert sich bei der Reiseführung an den individuellen Bedürfnissen des Nutzers und unterstützt diese technisch optimal. Diese neue Form der elektronischen Reisebegleitung stellt durch die intelligente Verknüpfung von Technik und anregenden Reiseinformationen die Weiterentwicklung von



Der Merian scout Navigator liefert eine Vielzahl redaktionell aufbereiteter Informationen.

herkömmlicher Navigation zum Travel Scouting dar. Der UVP für den Merian scout Navigator lautet 779 Euro.



Jeder Beitrag zählt.

Für die Umwelt kann man nie genug tun. Genau wie für Ihren eigenen Umsatz. Siemens wird beiden Ansprüchen gerecht.

Nutzen Sie das steigende Umweltbewusstsein Ihrer Kunden für Ihr Geschäft. Mit unserem kompletten Sortiment an schnurlosen Gigaset Telefonen mit ECO DECT Technologie.

Profitieren Sie von unserer groß angelegten TV- und Print-Werbekampagne.

Gigaset Telefone mit ECO DECT.

- Bis zu 60% weniger Stromverbrauch*
- Variable Reduzierung der Sendeleistung



POS **Neuheiten**

Hama bietet Zubehör für Apples iPhone

Mobil Hama hat auf das neue Apple iPhone abgestimmtes Zubehör ins Programm genommen. Es stehen diverse passgenaue Taschen aus Leder, Silicon und Microfaser zur Wahl. So zum Beispiel das Modell „Vital“, eine hochwertige Faltschutzhülle aus Leder mit Druckknopfverschluss und lederummanteltem Dreh-



Gürtelclip. Aufgeklappt dient sie zudem als iPhone-Halter für den Schreibtisch. Kopfhörer wie das „In-Ear Mobile Stereo-Headset“ und der FM-Transmitter übertragen Musikstücke aus dem MP3-Player des iPhones direkt ins Ohr oder auf ein Radio. Dockingstation und Lade- bzw. Datenkabel füllen den Akku und verbinden das iPhone mit dem Computer. Zum Telefonieren im Auto bietet Hama verschiedene Freisprecheinrichtungen, vom Bluetooth-Headset bis zum Plug-and-Play-System für die Sonnenblende. Bluetooth-Adapter und Reinigungsprodukte runden das Angebot ab. Durch das komplette Zubehörprogramm führt der Zubehörsassistent ADD auf der Hama-Homepage www.hama.de.

LinTec Freisprechanlage zeigt Musiktitelinfos an

Mobil Die neue Bluetooth-Freisprechanlage Comfort Multimedia 1421M von LinTec bietet zusätzlich zur hohen Sprachqualität und der ergonomischen Bauform viele komfortable Extras wie ein beleuchtetes Display, intuitive Menüführung, ein integriertes Telefonbuch für bis zu 500 Einträge oder den automatischen Verbindungsaufbau zu bis zu 20 angemeldeten Handys oder Musik-Playern. Als Neuheit zeigt das Gerät zu der jeweiligen Musik, die in Hi-Fi-Qualität auf die Freisprechanlage bzw. das Autoradio

übertragen wird, jetzt auch die Titelinformationen des Musik-Players auf dem Display an. Die umfangreichen Funktionen der Comfort Multimedia werden direkt über fünf Tasten bedient. So können Telefonanrufe mit einem einfachen Tastendruck gestartet, entgegengenommen, beendet oder abgewiesen werden. Im Musikmodus dienen die Tasten zur Fernsteuerung der Musikübertragung. Das beleuchtete Display zeigt wichtige Informationen wie zum Beispiel eingehende Rufnummern, Telefonbuch- oder V-Card-Einträge oder SMS-Eingänge. Die Steuerung erfolgt über ein übersichtliches Menü in mehr als zehn Sprachen. Spezialmikrofone und ein spezieller Voice-Prozessor zur Echo- und Geräuschunterdrückung sorgen für hohe Sprach- und Übertragungsqualität. Gleichzeitig kann Musik von einem bluetoothfähigen Mobiltelefon oder einem Musik-Player auf den externen Eingang des Autoradios übertragen werden. Die Comfort Multimedia 1421M kann entweder als eigenständige Freisprechanlage mit separatem Lautsprecher direkt an das Kfz-Bordnetz, als Erweiterung an eine Telefonvorbereitung oder auch direkt an das Autoradio angeschlossen werden. Hierzu stehen zahlreiche Kabelsätze für VDA, ISO-DIN und CAN-Bus sowie radiospezifische Kabelsätze für nahezu jedes Radio und nahezu jedes Auto zur Verfügung. Ein 4-Loch-Rastersystem zur Aufnahme einer Halterung wurde direkt in das Gehäuse der Comfort Multimedia integriert.

D-Link stellt neuen Powerline-Adapter vor



D-Link hat mit dem DHP-300 einen Powerline Adapter der neuesten Generation vorgestellt. Datenübertragungsraten von bis zu 200 Mbit/s ermöglichen die einwandfreie Übertragung von Internetvideos, Musik, Sprache und das Online-spielen über herkömmliche Steckdosen. Ganz ohne zusätzliche Kabel gewähren bestehende Stromleitungen dem privaten Anwender eine optimale Heimvernetzung über größere Entfernungen und durch Wände hindurch. Funktionalitäten wie Quality of Service (QoS) und Virtual Local Area Network (VLAN) Identifizierung sorgen dabei für beste Qualität sowie unbedingte Sicherheit aller Streaming-Datentypen. Mit dem DHP-300 können Datenströme überall dort zur Verfügung gestellt werden, wo das Verlegen von Ethernet-Kabeln Probleme bereitet: Der Powerline Adapter macht sich über Plug & Play bereits vorhandene Steckdosen zunutze. So können beispielsweise TV Set-Top-Boxen, Computer, Spielekonsolen, Netzwerkspeicher oder Mediaplayer

einfach über den Ethernet Anschluss an das Netzwerk angebunden werden. Die elektrische Spannung beeinflusst dabei die Datenübertragung nicht negativ, da über OFDM (Orthogonal Frequency Division Multiplex) auf unterschiedlichen Frequenzen gesendet wird. Das heißt, das Modulationsverfahren nutzt gleichzeitig alle freien Parameter für die Übertragung der Information, indem es die Datenströme in parallel kleinere Datenströme teilt und mit bedeutend weniger Bandbreite überträgt. Um einen Access Point erweitert, kann der DHP-300 ebenfalls für Funkanwendungen wie das Surfen im Internet oder den Austausch von Daten zwischen Server und Notebook genutzt werden. Funklöcher in abgelegenen Räumen können somit vermieden werden. Der Einsatz von QoS stellt das Priorisieren von kritischen Echtzeit-Anwendungen wie Onlinespielen oder Telefonieren über das Internet (Voice over IP) sicher. Eine hohe Qualität der Daten wird dabei über einen kontinuierlichen und verzögerungskonstanten Download gewährleistet. Optimierte Sicherheit vor unerwünschten Angriffen bieten sowohl eine vom Nutzer



konfigurierbare Netz-ID als auch VLAN Identifizierung. Dabei wird jedem zum VLAN gehörenden Gerät eine eindeutige Nummer zugewiesen. Ein Kommunizieren der Geräte untereinander ist möglich, nicht jedoch der Austausch mit anderen VLANs. Der Powerline HD Ethernet Adapter DHP-300 ist ab sofort erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis (inkl. Mehrwertsteuer) beträgt 109 Euro, das Powerline Kit DHP-301, bestehend aus zwei Adaptern, soll für 199 Euro verkauft werden.

Bury Handyhalter jetzt auch für BlackBerry



Bury Handyhalter sorgen nicht nur für die optimale Positionierung des Handys im Fahrzeug, sondern durch die integrierte Ladefunktion kann der Nutzer auch unbegrenzt telefonieren, ohne dass der Akku leer wird. Und das mit fast allen aktuellen Handymodellen. Dank der ständigen Weiterentwicklung neuer Handy-



halter für UNI System 8 und System 9 wird komfortables und sicheres Freisprechen auch mit neuen Handymodellen möglich. Weiterentwickelt wurde jetzt zum Beispiel das System 9, die Aufrüstung für Bluetooth-Freisprecheinrichtungen. Normalerweise entlädt sich der Akku während der Bluetooth-Verbindung sehr schnell. Dank integrierter Ladeelektronik braucht sich der Anwender eines System 9 Produktes über die Betriebsdauer des Akkus keine Gedanken mehr zu machen. Durch die anschließbare externe Antenne wird die Sende- und Empfangsqualität spürbar verbessert. Die Haupt-

Design-Schmuckstück: Jacob Jensen Telephone 80



Klares Design, höchste Klangqualität und technische Raffinesse, das sind die wesentlichen Charakteristika des neuen Jacob Jensen Telephone 80. Das Gerät ist eine Hommage an den Designer Jacob Jensen, der in den letzten fünf Jahrzehnten mit seinem unverwechselbaren Design für Alltagsgegenstände berühmt geworden ist und der jetzt seinen 80. Geburtstag feiert. Das Design des Jacob Jensen Telephone 80 stammt von Jensens Sohn Timothy Jacob Jensen. Optisch greift es bei Lautsprecher und Mikrofon das herausragende Gestaltungselement eines damals revolutionären Plattenspielers aus den 70er Jahren auf – ein preisgekröntes Hifi-Gerät von Jacob Jensen. So verbindet das Telephone 80 moderne Formgebung mit einem Klassiker der Jacob Jensen Designgeschichte. Gemeinsam mit dem Technologie-Unternehmen RTX Dänemark wurden für das schnurlose Jacob Jensen Telephone 80 neue, wichtige Telefon-Funktionen entwickelt. Das Mobilteil lässt sich beidseitig aufladen, es kann also entweder mit



dem Display nach oben oder nach unten in die Basisstation eingesetzt werden. Die leuchtenden Nummern, Buchstaben und Zeichen im Display und das Hintergrundlicht der Tastatur erleichtern das Telefonieren zu jeder Tageszeit. Das Telephone 80 ist darüber hinaus mit einer einfach zu bedienenden Menüsteuerung ausgestattet. Die Klangqualität ist hervorragend, und ein langlebiger Lithium-Ionen-Akku sowie ein Sprachequalizer sorgen für langen und ungetrübten Telefonkomfort. Die Freisprecheinrichtung und die schräg verlaufende Basis des Telefons ermöglichen das Wählen und Sprechen mit aufgelegtem Hörer. Bei abgenommenem Hörer kommuniziert die Basis mit dem Mobilteil äußerst strahlungsarm. Verbindet man mehrere Hörer mit der Station, können die Benutzer außerdem miteinander sprechen, Gespräche umleiten oder andere Handteile suchen. Eine Clip-Funktion sowie 100 übertragbare Telefonbucheinträge sind weitere Details. Speziell erstellte Klingeltöne geben dem Telephone 80 eine besondere Note.

komponenten des Systems sind der Aufnahmehalter basePlate und der Handyhalter activeCradle, den es bereits für zirka 50 Handymodelle gibt. Beide lassen sich schnell und einfach dank der patentierten Klick-Montage zu einer Einheit zusammenfügen. Auch bei System 9 bleibt die basePlate bestehen, und nur das activeCradle wird passend zum neuen Handy ausgetauscht. Folgende activeCradle Halter sind ab sofort verfügbar: BlackBerry 7100r/t/v, 7100g/x, 7130g/v, 7290, 8300, 8700g/v, 8800 und Nokia E51. Neue activeCradles gibt es in den nächsten Wochen für folgende Handymodelle: Motorola V3 RAZR; HTC MDA Compact III, Touch.

O2 Xda orbit 2 mit UMTS und HSDPA



Mobil O2 Germany hat seinen O2 Xda orbit weiterentwickelt. Der O2 Xda orbit 2 unterstützt UMTS/HSDPA und bietet nun einen schnelleren Prozessor, eine leistungsstärkere Datenübertragung, eine hochauflösendere Digitalkamera und eine noch größere Speicherkapazität als die Vorgängermodelle. Daneben zeichnet sich der O2 Xda orbit 2 durch die fingerfreundliche Menüführung TouchFlow und durch sein komplett überarbeitetes Design aus. Wie sein Vorgänger ist er mit dem Navigationssystem von TomTom ausgestattet. Mit dem O2 Xda orbit 2 können dank UMTS (HSDPA), einem internen Arbeitsspeicher von 128 Megabyte RAM/256 Megabyte ROM und dem Qualcomm MSM7200 400 MHz Prozessor Daten von unterwegs aus noch schneller und bequemer empfangen, verschickt und gespeichert werden. Wichtige Funktionen wie WLAN, Bluetooth, MP3- und Video-Player runden das Leistungsspektrum des Smartphones ab. Das neue Gerät ist über das fingerfreundliche Touchdisplay besonders einfach und intuitiv zu bedienen. Durch die neue Menüführung sind Hilfsmittel wie Stift oder Stylus zur Bedienung nicht mehr notwendig. Optisch fällt das Gerät durch seine komplett verspiegelte Frontseite auf. Für Privat- und Businesskunden, die unterwegs ihr Smartphone als Navigationsgerät nutzen wollen, hält der O2 Xda orbit 2 den TomTom

Navigator bereit. Die MicroSD Karte enthält umfangreiches Kartenmaterial von Deutschland, Österreich, der Schweiz und allen europäischen Hauptstraßen und bietet mit einer Speicherkapazität von 1 Gigabyte viel Platz für Musikstücke, Bilder oder Videos. Wer den O2 Xda orbit 2 als mobiles Büro nutzen will, kann auf umfangreiche Organizer-Funktionen von Windows Mobile 6 Professional zurückgreifen. Durch Office mobile, Internet Explorer mobile, Outlook mobile und Windows Live Mobile können auch von unterwegs aus Dokumente, E-Mails, Termine und Kontakte bequem erstellt, bearbeitet und verschickt werden. Kunden, die auch mobil auf Leistungsfähigkeit und zukunftsweisende Technologien setzen, profitieren gleichzeitig von der integrierten 3-Megapixel-Digitalkamera und dem Windows Media Player 10. Das Design des O2 Xda orbit 2 wurde exklusiv für O2 entwickelt. Das Gerät ist ab Anfang Dezember erhältlich.

Bluetooth-Headset Motorola Motopure H12



Motorola hat das neue Bluetooth-Headset Motopure H12 ins Sortiment aufgenommen. Als erstes Headset verfügt das Motopure H12 über zwei Mikrofone und kann damit etwas, was viele andere nicht können: Hintergrundgeräusche wie Verkehrslärm oder Wind filtern, eliminieren und die Worte klar ans Ohr leiten. Das Motopure H12 zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch



hohen Tragekomfort aus. Es schmiegt sich angenehm an das Ohr an und ist klein und handlich. Das Motopure H12 kommt im Januar zusammen mit einem Ladegerät für den Schreibtisch, einem Shirt-Clip und einer Tragetasche in den Handel. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 99 Euro.

Samsung Qbowl exklusiv bei Vodafone



Mobil UMTS-Datenturbo, hohen Bedienkomfort und Multimediaanwendungen bietet das Qbowl von Samsung, das exklusiv den Vodafone-Shops zur Verfügung steht. Das elegante Internet- und E-Mail-Handy ist mit einer ausziehbaren Tastatur, einer Drei-Megapixel-Digitalkamera und Videofunktion ausgestattet und unterstützt eigene Internetdienste. Zusammen mit dem Qbowl bietet Vodafone erstmals eine Triple-Flatrate für Telefonieren und SMS in alle Netze sowie mobiles Surfen und Mailen für 99,95 Euro an. Damit ist volle Kostensicherheit und Transparenz gewährleistet. Ein kleineres Tarifpaket gibt es für 39,95 Euro. Mit dem Samsung Qbowl kann der Anwender mit bis zu 3,6 Mbit/s über das UMTS Broadband-Netz von Vodafone surfen. Dabei sorgt ein komfortabler Browser dafür, dass sich alle Internetdienste genau so darstellen und nutzen lassen wie vom PC gewohnt. Über den E-Mail-Client können Nachrichten direkt auf das Handy geschickt oder von dort aus versendet werden. Auch Anhänge lassen sich abrufen und auf dem Handy speichern. Das Gerät erlaubt die komfortable Verwaltung von bis zu fünf E-Mail-Konten. Für die Bedienung stehen ein großflächiges Touchscreen-Display und eine vollwertige Tastatur bereit, die im zusammengeschobenen Zustand unter dem Display verschwindet. Unterwegs kann man zudem das Mobile TV-Angebot von Vodafone betrachten. Dazu benutzt das Gerät ein neuartiges Kompressionsverfahren.

The Phone House passt sich Marktveränderungen an Wandel zum Komplettanbieter

„Wir entwickeln uns weg vom Service Provider hin zu einem Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment und reagieren damit auf den sich stark verändernden Markt.“ So The Phone House Chef Dr. Ralf-Peter Simon am Rande der Hausmesse des Münsteraner Unternehmens gegenüber Fachjournalisten. Sei es vor einigen Jahren noch sinnvoll gewesen, sich als Service Provider mit eigenen Angeboten und Tarifen zu profilieren und von den Wettbewerbern abzugrenzen, so biete dieses Geschäftsmodell im Zeitalter der Flatrates kaum noch Möglichkeiten, sich vom Wettbewerb zu differenzieren.

Bei The Phone House habe man deshalb die Entscheidung gefällt, sich langfristig auf die Vermarktung der Originaltarife der Mobilfunk- und Festnetzbetreiber zu konzentrieren und eigene Ange-

beinhalten. Hier erlebt der Tk-Fachhandel derzeit eine Renaissance, der man bei The Phone House als Partner der fünf größten DSL-Anbieter absolut gewachsen sei. Darüber hinaus stehen laut Simon aber nicht nur die Zugangstechnologien im Fokus des Unternehmens, sondern auch Inhalte. So stehen den The Phone House Handelspartnern beispielsweise auch die Entertainment-Produkte der Deutschen Telekom zur Vermarktung zur Verfügung.

Ehrgeiziger Expansionskurs bis 2010

Als wichtigste Kennzahlen des Geschäftsjahres 2006/2007 nannte der The Phone House Chef 1,5 Millionen Mobilfunkkunden, rund 180.000 vermittelte Festnetz-/DSL-Verträge (inklusive Optionen und Upgrades), einen Umsatz von 675 Millionen Euro und ein EBITDA von 31,3 Millionen. Angeboten wird das Portfolio des Unternehmens im stationären Handel von rund 190 The Phone House-gebrändeten Geschäften (die sich in etwa zwei Drittel eigene und ein Drittel Franchiseshops aufteilen) sowie über 500 aktiven Fachhandelspartnern. Dazu gibt es mehrere tausend weitere Verkaufsstellen über Großhändler und regionale Filialisten. Und auch über Telesales, Websales und Kooperationen können die Endverbraucher ihr The Phone House-Wunschprodukt erwerben. Außerdem betreibt das Unternehmen inzwischen über 30 Telekom Shops für die Deutsche Telekom.

Mit diesen Zahlen mögen sich die Münsteraner aber nicht zufriedengeben. Deshalb stehen alle Zei-

Bei The Phone House nimmt man sich Zeit für den Kunden. In ausführlichen Beratungsgesprächen wird zunächst der persönliche Bedarf ermittelt, bevor ein maßgeschneidertes Angebot aus dem kompletten Portfolio des Unternehmens gemacht wird.



chen auf Expansion. „Wir wollen bis zum Jahr 2010 die Zahl unserer Stores verdreifachen und dazu Läden an bis zu drei neuen Standorten pro Woche eröffnen“, erklärte Simon. Ein wesentlicher Faktor soll dabei die Stärkung des Franchise-Konzeptes sein. „Wir betrachten Franchising nicht als ‚B‘-Konzept“, betonte Simon,

Franchisepartner auch über die Öffnungszeiten hinaus aktiv, indem sie zum Beispiel in ihrem regionalen Umfeld, etwa in Vereinen, „Social Networking“ betreiben.

Um neue Partner zu gewinnen, hat The Phone House eine Akquisition-Initiative gestartet, die nicht nur Händler aus dem Tele-

an der Tür zeigen, sondern mit ganzem Herzen leben können“, sagte Simon.

Franchisepartner erhalten die gleichen Leistungen

Damit es inhaltlich keine Probleme mit neuen The Phone House-Partnern gebe, könnten diese auf alle Leistungen und dieselben Servicelevels des Unternehmens zurückgreifen, die auch den Betreibern der eigenen Shops zur Verfügung stünden. Hier seien vor allem die Akademie, die Trainings und die Schulungen zu erwähnen.

Aber auch die Realisierung neuer Verkaufskonzepte und der Ausbau der Markenbekanntheit kämen Franchisemitgliedern zugute. Hier könne man auf umfangreiche Handelserfahrung zurückgreifen, die auch durch experimentelle und innovative Geschäftskonzepte ergänzt würde. Besonders groß geschrieben würde derzeit die Beratung. Simon: „Als unabhängiger Anbieter von Kommunikationsdiensten und -geräten wollen wir für Kunden die am besten passenden Angebote herausarbeiten. Es gehört deshalb zu unserer Strategie, dass wir uns für jeden Kunden, der das will, viel Zeit nehmen, um seine Wünsche und seinen Bedarf zu ermitteln und dann ein maßgeschneidertes Angebot machen zu können.“

Damit, und mit dem neuen Möbel-Design, das jetzt nach und nach in den Geschäften eingeführt wird, wolle man Neu- und Bestandskunden ein Einkaufserlebnis bieten, das es beim Wettbewerb auf diesem hohen Niveau nicht gebe. Simon: „Unser Ziel ist es, der attraktivste Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment in Deutschland zu werden.“



Dr. Ralf-Peter Simon

bote nach einer noch nicht definierten Übergangsphase aus dem Markt zu nehmen. Tarife auf Basis des Service Provider Modells werde das Unternehmen nur noch anbieten, sofern diese wirtschaftlich sinnvoll seien. Das könne für bestimmte Vertriebskanäle, Produkte oder Marktnischen der Fall sein. Ein wichtiger Schritt in Richtung Vermarktung von Originalprodukten wurde inzwischen gemeinsam mit T-Mobile vollzogen: The Phone House wird demnach ab dem 1. Januar im Netz des Bonner Mobilfunkunternehmens keine eigenen Tarife mehr anbieten, sondern nur noch die Originaltarife und -optionen des Netzbetreibers vermarkten. „Beide Unternehmen lösen mit dieser Vereinbarung das klassische Service Provider-Modell durch ein für die Mobilfunkbranche neuartiges Geschäftsmodell ab“, betonte Simon.

Dieses neue Geschäftsmodell soll aber nicht nur für den Mobilfunk gelten, sondern auch das Festnetz



Für das Weihnachtsgeschäft hat The Phone House einen besonders hochwertig anmutenden Prospekt herausgebracht.

„sondern wir sind vielmehr davon überzeugt, dass von selbständigen Unternehmern geführte Geschäfte zukünftig immer wichtiger für das Unternehmen sein werden, weil die Inhaber sich in der Regel sehr stark mit ihrem Geschäft identifizieren und viel flexibler agieren können als Angestellte in einem mitbestimmten Unternehmen.“ So seien viele

kommunikationsbereich ansprechen soll. Produktgruppen wie Foto- und Musikhandys oder Navigation zeigten heute schon, dass man sich innerhalb der Branche spezialisieren könne, und mit internetfähigen Notebooks käme aktuell ein weiteres erfolgversprechendes Betätigungsfeld hinzu, dem sich vor allem IT-Händler zuwenden könnten.

„Wir bieten neuen Franchisepartnern ein überzeugendes Marketing- und Produktkonzept sowie ein professionelles Back-Office, so dass unsere Partner die Zugehörigkeit zu The Phone House nicht nur durch einen Aufkleber



Im Flagship-Store in Frankfurt wurde ein neues Ladenkonzept umgesetzt.

E-Plus baut eine neue Zentrale

Die E-Plus Gruppe baut im Stadtteil Lichtenbroich im Norden Düsseldorfs eine neue Unternehmenszentrale. Wie bei solchen Projekten üblich, wurde der Baubeginn Ende Oktober durch einen symbolischen ersten Spatenstich eingeleitet. Repräsentanten aus Medien, Politik und Wirtschaft verfolgten den Startschuss für das Neubauprojekt auf dem 15.400 Quadratmeter großen Grundstück.

Durch die unmittelbare Nähe zu Flughafen und Autobahn bietet das sogenannte Quartier(n) eine hervorragende Infrastruktur und damit auch eine gute Erreichbarkeit für Mitarbeiter und Gäste der E-Plus Gruppe. Das gesamte Bauvorhaben, für das die Berliner apellasbauwert property group verantwortlich ist, soll Anfang 2009 fertiggestellt werden.

„Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für die schnelle Bearbeitung und Genehmigung des Bauantrags und freuen uns, mit dem heutigen Spatenstich den Startschuss für den Bau unserer neuen Unternehmenszentrale einzuleiten“, kommentierte E-Plus CEO Thorsten Dirks das Ereignis. Auch Düsseldorfs Oberbürgermeister Joachim Erwin zeigte sich zufried-

den: „Dass die E-Plus Gruppe weiterhin ihre Unternehmenszentrale in Düsseldorf haben wird, bestätigt unsere Standortpolitik. Düsseldorf unterstreicht damit seinen Ruf als Handy-City“, so Erwin.

Auf dem Grundstück unweit der aktuellen E-Plus Hauptverwaltung entstehen 34.000 m² Bruttogeschossfläche, davon zirka 30.000 m² Mietfläche, die Platz für rund 1.200 Büroarbeitsplätze bieten. Zu dem Gebäudekomplex gehört auch der Bau eines zugehörigen Parkhauses für Mitarbeiter und Gäste der E-Plus Gruppe.

Bereits im September 2007 hatte die apellasbauwert property group das Projekt an die Commerzbank-Tochter Commerz Real AG veräußert, die als Vermieter für das



Im Frühjahr 2009 soll die derzeitige E-Plus Unternehmenszentrale von ihrem jetzigen Standort in den Neubau umziehen.

zukünftige Gebäude der E-Plus Gruppe auftreten wird. Das gesamte Quartier(n), auf dem das Gebäude für die E-Plus Gruppe entsteht, umfasst eine Netto-baufläche von 125.000 m² auf dem ehemaligen Kaufring-Areal. Zu den Unternehmensansiedlungen dort gehören die C&A Europazentrale, von der apellasbauwert property group ebenfalls als Custom-Made-Development verwirklicht, und die regionale Capgemini-Zentrale. Als nächste Ansiedlung ist dort ein Hotel der

Drei-Sterne-Kategorie geplant. Hier einige Stellungnahmen der Beteiligten im Rahmen des ersten Spatenstichs. Patrick Reich, Geschäftsführer der apellasbauwert property group: „Die Errichtung der neuen Zentrale für die E-Plus Gruppe ist ein anspruchsvolles Bauvorhaben. Ich freue mich, dass E-Plus unser Unternehmen mit der Projektrealisierung betraut hat.“

Dr. Lutz Aengevelt, geschäftsführender Gesellschafter des Projektvermittlers Aengevelt Immobilien:

„Wir haben für E-Plus den Immobilienmarkt im Bundesgebiet transparent gemacht und in Düsseldorf mit dem Quartier(n) einen perfekt auf die Anforderung von E-Plus passenden Standort gefunden und optimal aufbereitet.“

Günter Ress, Vorstand der Commerz Real: „Der Büroneubau, der hier entsteht, ist eine ideale Ergänzung unseres Immobilienportfolios. Entscheidende Kriterien für dieses Projekt sind für uns die erstklassige Standortqualität und der Mieter E-Plus.“

Wachstumskurs in Q3 fortgesetzt

Im dritten Quartal 2007 hat E-Plus den profitablen Wachstumskurs bei allen wichtigen Kennziffern fortgesetzt. Die Basis des Erfolgs sind nach eigenen Angaben des Unternehmens ein konsequentes Kostenmanagement und die stetig steigenden Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen. Diese wuchsen im Vorjahresvergleich im dritten Quartal 2007 um rund drei Prozent – von 714 auf 735 Millionen Euro. Der E-Plus Marktanteil am Serviceumsatz stieg damit den Angaben zufolge von 13,2 Prozent im Vorjahr auf etwa 14 Prozent.

Durch einen starken Teilnehmer- und Nutzungszuwachs konnten umsatzmindernde Faktoren wie die geringeren Roaming-Entgelte, 20 Prozent niedrigere Terminierungsentgelte sowie der Verzicht der Weitergabe der Mehrwertsteuererhöhung an die E-Plus Kunden mehr als kompensiert werden. Bereinigt um diese Faktoren liegt die Steigerung des E-Plus Service-Umsatzes im Vergleich zum Vorjahresquartal bei etwa neun Prozent.

Als Ergebnis legte das EBITDA im abgelaufenen Quartal um 17 Pro-

zent im Vergleich zum Vorjahr auf 289 Millionen Euro zu. Das anhaltende profitable Wachstum spiegelt sich ebenfalls in der EBITDA-Marge wider: Mit 37,6 Prozent im dritten Quartal liegt diese erneut über dem Vorjahreswert.



Thorsten Dirks

Die gestiegenen Umsätze wurden einmal mehr bei gesunkenen Gesamtkosten erzielt. „Dies ist ein Erfolg der konsequenten Umsetzung der Herausforderer-Strategie des Unternehmens, die über attraktive Marken und Vermarktungsstrategien die Kundengewinnungs- und Kundenbindungskosten erheblich reduziert

hat“, meinte E-Plus CEO Thorsten Dirks. Diese Kosten liegen mit 74 Euro pro Teilnehmer 16 Prozent unter dem Vorjahreswert.

„Während die Branche derzeit rückläufige Umsätze und Ergebniseinbußen verzeichnet, liefern wir seit unserem Strategiewechsel 2005 Quartal für Quartal profitables Wachstum. Und die Kunden profitieren gleichzeitig von so attraktiven Preisen und Angeboten wie nie zuvor. Unsere Markenvielfalt, die auf Zielgruppen zugeschnittenen Tarife sowie die Konzentration auf Kernaktivitäten sind die richtige Strategie für die aktuelle Marktentwicklung“, führte Dirks aus. „Mit Sprache und SMS wird in absehbarer Zeit weiter das Geld im Mobilfunk verdient.“

Der Kundenzuwachs erfolgte erneut über die Eigen- und Kooperationsmarken. Diese machen mit 6,7 Millionen Teilnehmern inzwischen 48 Prozent der Kundenbasis von E-Plus aus. Zum 30. September zählte das Unternehmen erstmals über 14 Millionen Kunden. Das ist ein Zuwachs von 547.000 gegenüber dem Vorquartal und ein Plus von 1,9 Millionen in den vorigen zwölf Monaten.

Weihnachtsangebote von Base und Sony Ericsson

Base und Partner Sony Ericsson halten in diesem Jahr spezielle Angebote für das Weihnachtsgeschäft bereit. Die Base 2 Handy-Flatrate wird bis zum 31. Dezember für 20 Euro monatlichem Grundpreis als Winter-Flatrate in allen Base- und E-Plus Shops angeboten. In dem Pauschalpreis sind alle Gespräche ins Festnetz, zu Base und E-Plus (außer Sondernummern und Mehrwertdienste) enthalten. An Vieltelefonierer richtet sich die Base 5 Winter-Flatrate, die statt 90 Euro im Aktionszeitraum für 75 Euro Monatspreis erhältlich ist und unbegrenzte Gespräche in alle deutschen Netze ermöglicht.

Dazu passend gibt es das neue Sony Ericsson Cyber-shot-Handy K770i, das unter anderem mit einer 3,2-Megapixel-Kamera, Autofokus und einem 256 MB Memory Stick Micro ausgestattet und ab 19,99 Euro im Paket mit der Base Winter-Flatrate erhältlich ist. Alternativ gibt es das Sony Ericsson UMTS-Handy K530i, zu dessen Ausstattung eine Zwei-Megapixel-Kamera, MP3-Player/Radio und mobiles Internet gehören und das bereits ab einem Euro in Verbindung mit einer Base Flatrate angeboten werden kann.

Schon vor dem Weihnachtsrummel hat auf ProSieben die Suche nach „Germany's Next Topmodel“ begonnen. Sony Ericsson und BASE sind Partner der Casting-Show und präsentieren gemeinsam das große bundesweite Gewinnspiel um Germany's Next Topmodel. Zum Start der Bewerbungsphase sind beide Unternehmen gemeinsam mit Trailern im TV präsent und begleiten das Casting mit einer umfassenden Online-Kampagne. Die Partner verlosen auf www.topmodel.prosieben.de wöchentlich fünf Sony Ericsson Cyber-shot-Handys K770i inklusive Base Handy-Flatrate für 2 Jahre. Bereits vor dem Start der wöchentlichen TV-Shows im Februar 2008 wird der gemeinsame Auftritt im Rahmen der TV-Trailer-Kampagne ab Anfang 2008 fortgesetzt und ausgebaut.



Testsieger AKG K 530 jetzt in Hochglanz-Schwarz

Der edle Design-Handschmeichler und mehr als 10fache Testsieger vieler deutscher HiFi- und Gadget-Magazine „K 530“ von AKG ist jetzt als limitiertes Sondermodell in Hochglanz-Schwarz lieferbar. Der kabelgebundene Stereo-Kopfhörer glänzt nicht nur mit seinem Design und seinen elektroakustischen Eigenschaften, sondern auch mit einem außergewöhnlich vorteilhaften Preis-/Leistungsverhältnis. Trotz limitierter Auflage beträgt die unverbindliche Preisempfehlung 99,99 Euro.

Der K 530 steht mit seinen XXL-Wandlern für kompromisslose Qualität durch Einsatz bester Materialien und ein durch nachträgliche Veredelungsprozesse perfektioniertes und zeitloses Design.

Dank der patentierten Varimotion Membrantechnik bietet der K 530 exzellente Akustik. Sein Membran-

rand schwingt elastisch, während die Mitte sich kolbenförmig bewegt. Die differenzierte Bewegungsverteilung verhindert unerwünschte Partialschwingungen. Das Varimotion-System sorgt für absolute Klangtreue, mehr Räumlichkeit und Transparenz, und das auch bei hohen Frequenzen. Die Membran ist in der Bewegungszone des Wulstbereichs dünner und deshalb schwingfreudiger. Dieses Konstruktionsdetail gewährleistet außerdem kraft- und druckvolle Bässe. Vorteilhaft sind auch die abnehmbaren und leicht zu reinigenden schwarzen Samt-Komfortohrpolster und das selbst einstellende Bügelband, das höchsten Tragekomfort garantiert. Der AKG Kopfhörer K 530 ist mit einem hartvergoldeten Klinkenstecker mit schraubbarem Adapter ausgestattet. Das einseitige „sauerstofffreie“ Kabel (99,99% OFC) unterstützt die optimalen Übertragungseigenschaften. Zum edlen Äußeren tragen das Chrom-Logo und das schwarze Stoff-Kabel bei. Der K 530 ist der Kopfhörer für ambitionierte HiFi-Einsteiger und anspruchsvolle Gamer, die ausgewogene, fein zeichnende Klangbilder bei exakter Wiedergabe im gesamten übertragenen Frequenz-

Das mobile und leichte JBL On Stage 3 kann überall mit iPod und unterschiedlichsten Audio-Signalquellen kräftigen und brillanten Sound erzeugen.



bereich schätzen. Bauweise: Halb offen, ohrumschließend. Frequenzbereich: 17 Hz – 26,5 kHz. Maximaler Schalldruckpegel: 102 dB. Nennbelastbarkeit: 200 Watt. Gewicht (Kopfhörer): 245 Gramm.

JBL On Stage 3: Klangperfektion für iPod

Den iPod andocken, sich zurücklehnen, die gewünschte Musik mit vollem Klang genießen, und alle Funktionen bequem mit der Fernbedienung steuern: Wegen dieser Eigenschaften werden Liebhaber digitaler Musik das Traumpaar „JBL On Stage 3 & iPod“ kennen und lieben lernen.

Schon mit dem Vorgängermodell JBL On Stage II setzte das Audio-Unternehmen JBL neue Maßstäbe für iPod Sound- und Dockingstatio-

nen. Mit dem On Stage 3 portable bringt JBL ein neues, erweitertes System auf den Markt, das mit allen Versionen des iPods kompatibel ist. Über seinen 3,5-mm-Mini-



klinken-Anschluss lässt sich JBL On Stage 3 aber auch mit digitalen Musik- und CD-Playern, mit

Spielekonsolen, Notebooks und Desktop-PCs verbinden und betreiben. Das mobile und leichte JBL On Stage 3 kann überall und mit unterschiedlichsten Audio-Signalquellen kräftigen Sound erzeugen und seine zum Betrieb benötigte Energie aus dem Stromnetz oder von sechs eingelegten AA-Batterien beziehen.

Vier integrierte Odyssey Lautsprecher mit 6 Watt pro Kanal garantieren tiefe Bässe und klare, reine Klänge. Die Fernbedienung steuert mit modernster RF-Technologie das JBL On Stage und das iPod-Menü aus einer Entfernung bis zu 15 Metern ohne Sichtkontakt.

Das JBL On Stage 3 ist zum UVP von 179,- Euro in Weiß und Schwarz lieferbar.

Handy Sound- und Dockingstation JBL On Call 5310

Ob im Urlaub, im eigenen Garten oder zu Hause auf dem Sofa, mit der neuen Sound- und Dockingstation JBL On Call 5310 kann man jetzt überall und jederzeit seine auf dem neuen Nokia 5310 XpressMusic Mobiltelefon gespeicherten MP3-Soundtracks laut anhören und zusammen mit Freunden genießen. Das klangstarke mobile Lautsprechersystem ist gleichzeitig eine maßgeschneiderte Dockingstation für das Nokia-Handy und lädt während des Musikvergnügens den Telefon-Akku auf. Mit diesem Produkt für mobilen Sound rund um MP3-Handys bringt JBL eine Weltpremiere auf den Markt. Das JBL On Call verhilft auch anderen Musikquellen zu exzellentem JBL-Sound, mit denen es mittels einer 3,5 mm Mini-Klinkenbuchse verbunden



Sound- und Dockingstation JBL On Call 5310: Auf dem Nokia 5310 XpressMusic Mobiltelefon gespeicherte MP3-Soundtracks überall laut anhören und zusammen mit Freunden genießen.

werden kann. Unterwegs ermöglicht das Sound-System unabhängig von Stecker und Stromnetz mit vier AA-Batterien bis zu sechs Stunden Musikgenuss pur. Das JBL On Call soll ab Januar 2008 zum UVP von 99,- Euro erhältlich sein. Netzteil und Audiokabel sind im Lieferumfang enthalten.

Satter Sound aus kleinen Boxen: Bose PC MusicMonitor

Das zweiteilige Spitzensystem von Bose mit integriertem Verstärker ist zugleich das kleinste im Angebot des traditionellen Herstellers hochqualitativer Audio-Boxen. Der neue „Bose Computer MusicMonitor“ wurde für den zunehmenden Kreis der Anwender entwickelt, die ihren Computer intensiv als Unterhaltungsmedium nutzen und deshalb großen Wert auf präzise und nuancenreiche Wiedergabe von Audio-Inhalten legen.

Diese Zielgruppe bevorzugt ein kompaktes, elegantes Boxensystem, das sich optisch und mit seinen Abmessungen nicht in den Vordergrund drängt. Mit dem Computer MusicMonitor ist es



Der Bose Computer MusicMonitor erzeugt mit „Dual Internal Opposing Passive Radiators“ ohne separaten Subwoofer tiefe, kraftvolle Basswiedergabe.

Bose gelungen, mit Boxen von nur knapp 12,5 cm Höhe und 6,5 cm Breite ein voluminöses Klangbild abzustrahlen, wie es bisher nur von wesentlich größeren Lautsprechern erwartet werden konnte.

Patentiertes Akustik-Design

Das patentierte Akustik-Design des Computer MusicMonitors

basiert auf zwei einander gegenüberliegenden Passivstrahlern, den sogenannten „Dual Internal Opposing Passive Radiators“, die mit einem sehr kleinen System ohne separaten Subwoofer tiefe, kraftvolle Basswiedergabe erzeugen. Die verwendeten dünnen und extrem leistungsstarken Schallwandler aus Neodymium produzieren zehnmal so viel magnetische Feldstärke wie herkömmliche Lautsprechermagnete und erzeugen damit trotz geringer Abmessungen eine hohe akustische Ausgangsleistung.

Der integrierte Schaltverstärker des MusicMonitors ist wesentlich kleiner, leichter und 50% effizienter als herkömmliche Linearverstärker und sorgt mit Active Electronic Equalization für eine ausgewogene Wiedergabe tiefer,

mittlerer und hoher Frequenzen und ein natürliches und nuancenreiches Klangbild.

Eleganz für den Desktop und einfachste Bedienung

Das Aluminiumgehäuse des Bose Computer MusicMonitors harmonisiert mit seinem Silbermetall-Finish mit allen Laptops, PCs und Variationen des Arbeitsplatz-Designs. Die Inbetriebnahme und Bedienung ist unkompliziert: Erforderlich ist nur eine einfache Kabelverbindung zum Computer oder anderen, wiederzugebenden Klangquellen.

Mitgeliefert wird eine handliche Fernbedienung für „Ein/Aus“ und Regelung der Lautstärke, die alternativ auch mit Tasten am Lautsprecher einstellbar ist.

Die Abmessungen betragen (H x B x T) 12,2 cm x 6,5 cm x 12,3 cm. Das Gewicht: rechter Lautsprecher: 0,6 kg, linker Lautsprecher: 0,5 kg.

Zum Lieferumfang gehören ein Netzkabel, Anschlusskabel und eine Demo-CD. Der UVP beträgt 398,- Euro.



Der integrierte Schaltverstärker des MusicMonitors ist kleiner und 50% effizienter als herkömmliche Linearverstärker und sorgt mit Active Electronic Equalization für ein nuancenreiches Klangbild.

Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie

Samsung Marketingkampagne für Full HD LCD-TVs der F8-Serie

Mit der Aussage „Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie“ als Leitmotto startet Samsung, einer der weltweit führenden Elektronikkonzerne, in der umsatzträchtigen Wintersaison eine aufwendige, breit gefächerte Marketingkampagne und präsentiert der breiten Öffentlichkeit und dem Handel seine neuen Full HD LCD-Fernseher der F8-Serie. Ziel der Kampagne ist es, beim Fachhandel und dem Endkunden die Aufmerksamkeit für die neuen Produkte aus dem Bereich TV zu erhöhen und die Marke Samsung zu emotionalisieren.

Full HD im Medienmix – Kampagne in TV, Print und online

Die Kampagne nutzt bei ihrer Implementierung nahezu alle zur Verfügung stehenden Medien: Das neue Motiv und der Slogan „Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie“ sind sowohl in TV-Spots bei den großen Sendern zu sehen wie auch als Wallpaper, Layer und Online-Banner auf zahllosen Seiten im Internet zu finden. In den Printmedien werden die ganze Vorweihnachtszeit hindurch zusätzliche Anzeigen geschaltet, auf denen die neuen Samsung Full HD-LCD-Fernseher vorgestellt und beschrieben werden.

Gewinnspiel mit 50 Full HD Blu-ray Disc-Playern

Alle Marketing-Aktivitäten werden von einem Gewinnspiel begleitet, bei dem insgesamt 50 Samsung Blu-ray-Player unter den Teilnehmern verlost werden. Beim Handel beworben wird das Gewinnspiel mit der Aussage: „Mit TV-Geräten der Samsung Full HD-Familie gewinnt jeder, Ihre Kunden jetzt sogar doppelt!“ Die Teilnahme-Karten, auf denen neben den Feldern für den

Promotion-, Trainings- und PoS-Aktivitäten

Neben der klassischen Werbung in TV, Online- und Print-Medien setzt Samsung bei dieser Kampagne auch auf umfassende Flankierung durch Aktivitäten am PoS: Samsungs kompetentes Win-Team ist für den engagierten Handel bundesweit im Einsatz. Sechs Mitarbeiter des Teams stehen bereit und führen in den jeweiligen Regionen PoS- und erfolgsorientiertes Produkt-Training



Im Vordergrund der Kampagne im Bereich Consumer Electronics steht das Bestreben, die Stärken der neuen Samsung Full HD LCD-Fernsehergeräte – leuchtende Farben, kombiniert mit hoher Brillanz und Auflösung – eindrucksvoll zum potentiellen Endkunden und in den Handel zu transportieren, aber zugleich auch das Bewusstsein aller Markt-Teilnehmer für die mit High Definition TV und Video verbundenen Vorteile und Chancen zu schärfen.



direkt im Markt durch. Zusätzlich werden durch ein Team aus zwei Top Shop-verantwortlichen Merchandisern und vier Junior Merchandisern marketingrelevante Projekte und perfekte Instore-Präsentationen erfolgreich umgesetzt.



Eintrag der Teilnehmer-Adresse und drei zu beantwortenden, zielgerichteten Fragen auch anschaulich bebilderte Produkt-Informationen zu finden sind, liegen am PoS aus. Auf diese Weise werden Information und Gewinnchance angenehm und spannend miteinander verknüpft. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist vom 15.11. an bis zum 15.12.2007 möglich und kann neben der Ein-sendung der Gewinnspiel-Postkarte auch online erfolgen. Die potentiellen Gewinner können sich im teilnehmenden Handel und im Internet unter www.samsung.de über das Gewinnspiel und die Verlosung der High-Tech-Player informieren.

Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie

„Die neue Kampagne zielt darauf ab, eine Emotionalisierung der Marke Samsung zu erreichen und Samsung als kreative Marke zu positionieren“, erläutert Anette Miksch, Trade Marketing Managerin CE bei Samsung Electronics Deutschland, zusammenfassend die Gesamtstrategie der Marketing-Kampagne: „Das Motto ‚Farbe und Brillanz in perfekter Harmonie‘ soll die neuen Technologien im Bereich TV herausstellen und wird durch die Visualisierung im Rahmen der Kampagnen-motive einprägsam verdeutlicht.“

Spielekonsolen • Software • Games

Nintendo überholt Marktführer Sony bei Konsolen-Software

Im dritten Quartal 2007 hat Nintendo den bisherigen Marktführer Sony beim Verkauf von Titeln für Spiele-Konsolen überholt. Das berichtet das Marktforschungsunternehmen ISuppli Corp. Dem Bericht nach hat Nintendo seinen Quartalsumsatz für dieses Produktsegment im Vergleich zum vorangegangenen Quartal um 31 Prozent auf 1,2 Milliarden US-Dollar gesteigert. Der bisherige Marktführer Sony hat im gleichen Zeitraum 1 Milliarde US-Dollar Umsatz erzielt. Der Mitbewerber Microsoft liegt mit einem Umsatz von lediglich 270 Millionen US-Dollar abgeschlagen auf Platz drei. ISuppli geht davon aus, dass Nintendo infolge der weiter anhaltenden hohen Nachfrage bei Wii und DS seinen Umsatz auch in den kommenden Quartalen weiter steigern wird. Vor allem mit „Super Mario Galaxy“ und „Wii Fitness“ verfügt Nintendo über zwei starke Zugpferde, um den errungenen Spitzenplatz zu behaupten und weiter ausbauen zu können. Auch in Deutschland erfreuen sich Konsolentitel immer stärkerer Nachfrage. In den Monaten Juli bis September 2007 wurden auf dem deutschen Markt 3,4 Millionen Titel für Spielekonsolen verkauft. Das waren laut dem Marktforschungsunternehmen Media control GfK International 35 Prozent mehr, als im gleichen Zeitraum des Vorjahres abgesetzt wurden. Die Umsätze nach Wert wuchsen im gleichen Zeitraum um 41 Prozent und erreichten 112 Millionen Euro. Auf die Nintendo DS entfielen 35,8 Prozent der verkauften Spiele. Der Marktanteil der Spiele für die PlayStation 2 sank von 44 Prozent im Vor-Quartal auf knapp über 32 Prozent. Auch bei den Konsolenmodellen der jüngsten Generation liegt Nintendos Wii mit rund 7 Prozent der verkauften Titel vor Microsoft Xbox 360 (6,2 Prozent) und der Sony PlayStation 3 (3,4 Prozent).

Spieler fühlen bei Video-Spiel Verletzungen

Um fanatischen Ego-Shooter Fans bei Spielen den ultimativen Kick zu verschaffen, will eine US-Firma eine Jacke auf den Markt bringen, die ihrem Träger, gesteuert durch Feedback-Signale, das Gefühl von Schlägen und Schussverletzungen

vermitteln können soll. Die mit Druckluft betriebene Jacke soll noch in 2007 zum Verkaufspreis von 189,- US-Dollar auf den Markt kommen. Wie ihr Erfinder, Mark Ombrellaro, versichert, spürt der Bildschirm-Spieler am Oberkörper ein schmerzähnliches Gefühl, wenn er virtuell getroffen wird. Die Jacke wurde ursprünglich für medizinische Zwecke und Ferndiagnosen entwickelt und soll bei der Erstausslieferung im Bundle mit dem Ego-Shooter Game „Call of Duty“ verkauft werden.

Microsoft Xbox 360 Arcade für Familien

Die Xbox 360 ist in Deutschland als eine neue, zusätzliche Version erhältlich: Rechtzeitig zur Weihnachtszeit bietet Microsoft jetzt mit der „Xbox 360 Arcade“ auch eine speziell für Familien konzipierte Konsole an. Die Xbox 360 Arcade wird zusammen mit einem Wireless Controller, einer 256-MB-Speicherkarte für Downloads und zum Speichern von Spielständen sowie einem HDMI-Anschluss für bestmögliche Bild- und Tonqualität ausgeliefert. Zum UVP von 279,- Euro liegen der Xbox 360 Arcade Vollversionen von fünf Bestseller-Spielen bei, die dem Käufer den schnellen Einstieg in die High Definition Entertainment-Welt der Xbox 360 garantieren: Pac-Man Championship Edition, Uno, Luxor 2, Boom Boom Rocket und Feeding Frenzy. Auch die Xbox 360 Arcade verfügt über die bereits bewährten Jugendschutzeinstellungen, mit denen Eltern festlegen können, welche Inhalte mit der Konsole genutzt werden können und welche nicht. Microsoft hat die exklusive Verfügbarkeit des Spiels Shrek-n-Roll von Activision auf dem Xbox Live Marktplatz angekündigt. Darüber hinaus sollen zu Weihnachten

mehr als 200 familienfreundliche Spiele für die Xbox 360 erhältlich sein, darunter Bee Movie Das Game, Guitar Hero III – Legends of Rock (Activision), Naruto: Rise of a Ninja (Ubisoft), Scene It? und Viva Pinata Party Animals (Microsoft Game Studios).

Switchball und Word Puzzle für Xbox Live Arcade

Seit 6. November stehen die Spiele Switchball und Word Puzzle für Xbox Live Arcade zum Download zur Verfügung. Bei Word Puzzle können sich Gehirnakrobaten in 3D-Puzzlewelten und explodierenden Wortbomben verlieren. Bei Switchball können Geschicklichkeitsfans ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen, wenn sie die Gesetze der Physik in wunderbaren Labyrinthen herausfordern.

Firmware 2.0 macht die PS3 zur Internet-Festplatte

Seit dem 8. November ist das angekündigte Update für die PS3-Systemsoftware erhältlich. Für den Download sind mindestens 120 MB freier Speicherplatz auf PS3-Festplattenlaufwerk, PC-Festplatte oder Wechsel-Speichermedium erforderlich. Die Aktualisierung bringt die Firmware auf Version 2.0 und erweitert die PlayStation 3 um neue Funktionen: Zum Beispiel die optimierte Zusammenarbeit mit der PlayStation Portable (PSP), eine Cross Media Bar (XMB) getaufte Bedienoberfläche, die sich im Design verändern lässt, die Erstellung von Playlisten ermöglicht und Anwender mittels einer Laufschrift aktuell über alle Neuheiten informiert und einen optional einschaltbaren Webseiten-Filter von TrendMicro zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor

nicht altersgerechten Internet-Inhalten, der bis zum April 2008 kostenlos ist und danach kostenpflichtig genutzt werden kann. TrendMicro Web Security teilt mit, dass Webseiten ausgefiltert werden, die „Pornografie/Sex, Alkohol/Tabakwaren, Kriminalität, Kulte/Okkultes, Glücksspiel, Hacken/Umgehen von Proxys, illegale Drogen, Sexualerziehung, Gewalt/Hass/Rassismus, Waffen/Militär usw.“ beinhalten. Der Filter lässt sich laut Angaben von TrendMicro nur „ganz oder gar nicht“ nutzen und nicht durch die Eltern individuell konfigurieren. Eine mit Sicherheit von vielen Anwendern begrüßte neue Funktion ist die verbesserte Fernbedienbarkeit über das Heim-Netzwerk oder von einem beliebigen Computer im Internet aus: Mit „Remote Start“ lässt sich die PS3 jetzt auch im völlig ausgeschalteten Zustand einschalten und die „Remote Play“-Funktion aktivieren. Mit Hilfe von „Remote Play“ kann im Heimnetz und vom Internet aus auf die auf der Festplatte der PS3 gespeicherten Bilder, Videofilme und Musiktitel zugegriffen werden. Der Anwender kann auf diese Weise von einem anderen Aufenthaltsort aus seine multimedialen Datenbestände nutzen und auch Verwandten und Freunden dieses Recht einräumen. In diesem Zusammenhang hilfreich: Mit der neuen Firmware lassen sich individuelle Playlisten für Audio-Titel und Foto-Dateien erstellen. Weiter wurde dem Menü unter „Controller-Einstellungen“ die Option „Vibrationsfunktion“ für den neuen, ab 2008 erhältlichen Dualshock 3 Wireless-Controller hinzugefügt, und die Eye-Kamera der PlayStation lässt sich jetzt auch für Sprach- und Video-Chats einsetzen.

Sonys SingStar-Compilation: „Karaoke Alpin“

Mit seiner neuesten SingStar-Compilation gibt Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) rechtzeitig zum Opening der angesagtesten Skigebiete den Startschuss in die diesjährige Skisaison ab und lässt, laut einem Sony Werbeslogan, „...bei der Après Ski Party die Hütte beben“.



Mit 30 brandheißen Gute-Laune-Tracks zum aktiven Mitsingen heißt „SingStar Après Ski Party“ für die PS3 bei zünftigen Hüttenfeiern ein.

Mit 30 brandheißen Gute-Laune-Tracks heißt die seit dem 7. November lieferbare SingStar Après Ski Party kräftig bei zünftigen Hüttenfeiern ein.

Mit dem SingStar Mikrofon in der Hand können Goldkehlchen und Freizeit-Tenöre wirkungsvoll in die Fußstapfen angesagtester Partykönige treten. Alles, was zwischen Ischgl, Ballermann und Moserwirt Rang und Namen hat, ist auf Sony SingStar vertreten, von DJ Ötzi bis hin zu Oli Pocher. Die witzig-frivolen Texte gehen ins Ohr, animieren zum Mitmachen und sorgen für ausgelassene Feierstimmung.

Ganz gleich, ob als Generalprobe für das anstehende Skiwochenende oder für die private Party im eigenen Wohnzimmer: Die Atmosphäre von Bergluft, Pulverschnee und Hüttenzauber war noch nie so nah und so bequem erreichbar.

Zur Auswahl stehen Hüttenkracher wie DJ Ötzis „Ein Stern, der Deinen Namen trägt“ oder der Klassiker „Dr Holzmechl“ von De Randfichten. Dabei sind auch Olaf Henning mit dem diesjährigen Oktoberfest-Superhit „Cowboy und Indianer“, Kult-Stars wie Mickie Krause, Guildo Horn, Wolfgang Petry oder Die Höhner. Für weltmeisterliche Hüttenstimmung im Wohnzimmer sorgt Oli Pochers WM-Hymne „Schwarz und Weiß“.

Die bewährten SingStar Multi-Player Modi für bis zu acht Spieler bieten Social Entertainment der Güteklasse A. Als Stand-alone-Version ist „SingStar Après Ski Party“ für PlayStation 2 zum UVP von 30,95 Euro erhältlich. Inklusive aller Mikrofone gibt es das Spiel für acht Player zum UVP von 61,95 Euro. *skyrocket*



Die Aktualisierung der Firmware auf Version 2.0 erweitert die PS3 um neue Funktionen wie z. B. die Cross Media Bar (XMB) Bedienoberfläche, die sich im Design verändern lässt.

PoS-MAIL-Leserbefragung 2007

Ihre Teilnahme lohnt sich!

**Die Gewinne
sind
eingetroffen!**



Ihre Meinung ist wieder gefragt.

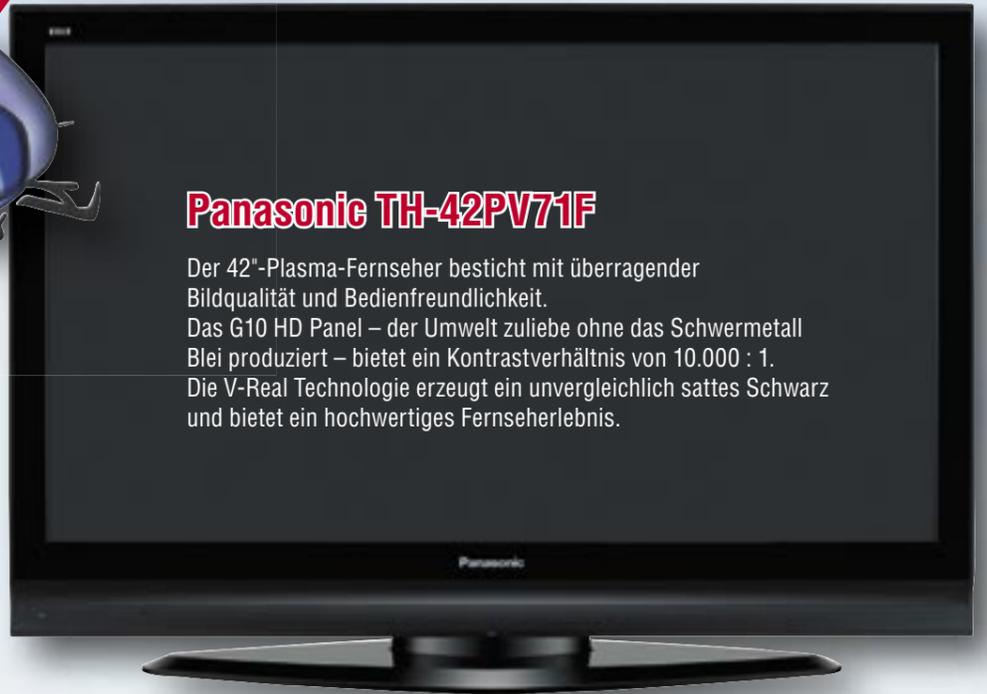
Mit der Teilnahme an unserer Leserbefragung helfen Sie uns, PoS-MAIL weiterhin informativ und innovativ für Sie zu gestalten.

Im Gegenzug können Sie einen der aufgeführten hochwertigen Preise gewinnen.

Jeder ausgefüllte Fragebogen nimmt an der Verlosung teil.

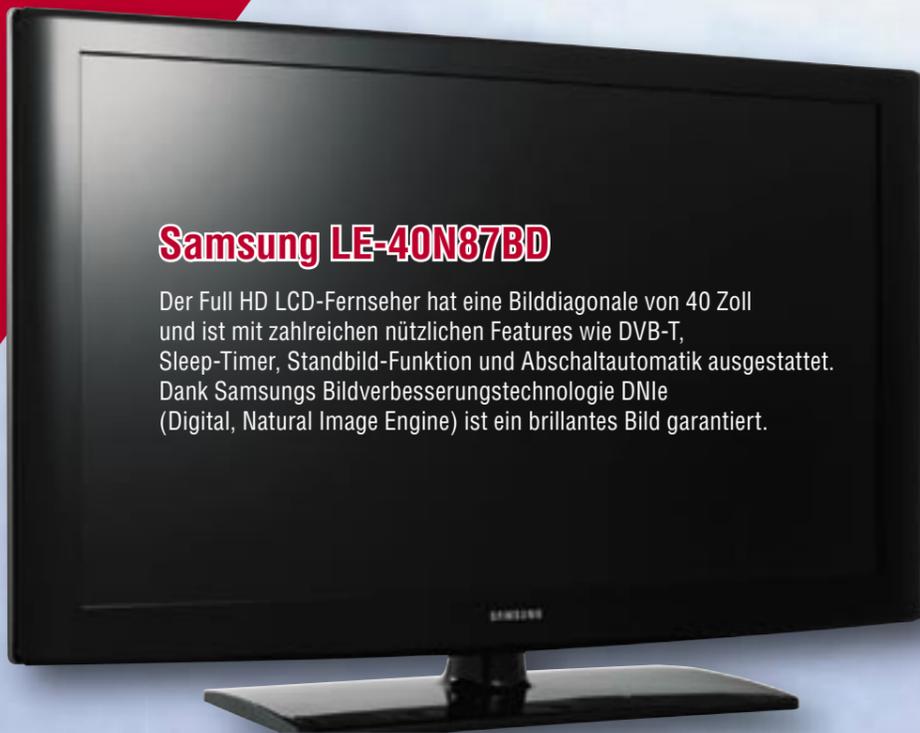
An dieser Stelle einen herzlichen Dank an alle Leser und an die großzügigen Sponsoren.

Ein fröhliches Weihnachtsfest und ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2008 wünscht Ihnen Ihr PoS-MAIL-Team.



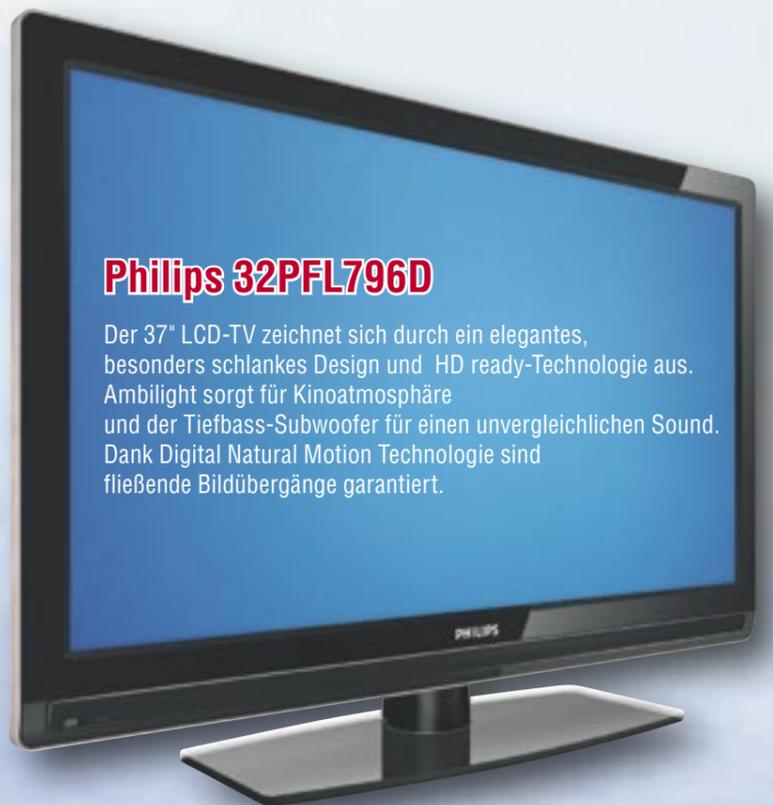
Panasonic TH-42PV71F

Der 42"-Plasma-Fernseher besticht mit überragender Bildqualität und Bedienfreundlichkeit. Das G10 HD Panel – der Umwelt zuliebe ohne das Schwermetall Blei produziert – bietet ein Kontrastverhältnis von 10.000 : 1. Die V-Real Technologie erzeugt ein unvergleichlich sattes Schwarz und bietet ein hochwertiges Fernseherlebnis.



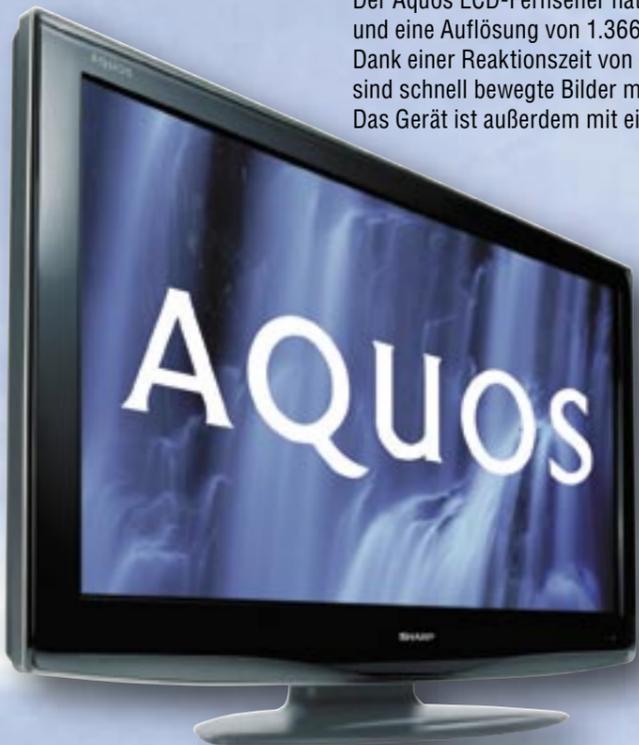
Samsung LE-40N87BD

Der Full HD LCD-Fernseher hat eine Bilddiagonale von 40 Zoll und ist mit zahlreichen nützlichen Features wie DVB-T, Sleep-Timer, Standbild-Funktion und Abschaltautomatik ausgestattet. Dank Samsungs Bildverbesserungstechnologie DNIe (Digital, Natural Image Engine) ist ein brillantes Bild garantiert.



Philips 32PFL796D

Der 37" LCD-TV zeichnet sich durch ein elegantes, besonders schlankes Design und HD ready-Technologie aus. Ambilight sorgt für Kinoatmosphäre und der Tiefbass-Subwoofer für einen unvergleichlichen Sound. Dank Digital Natural Motion Technologie sind fließende Bildübergänge garantiert.



Sharp LC-37WT1E

Der Aquos LCD-Fernseher hat eine Bilddiagonale von 93 cm und eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln. Dank einer Reaktionszeit von 6 ms und der Quick Shoot-Technologie sind schnell bewegte Bilder möglich. Das Gerät ist außerdem mit einem DVB-T-Tuner ausgestattet.



Funai LCD-D2717

Der 27" große LCD-Fernseher bietet eine brillante Bildqualität und Platz für 99 speicherbare Programme. Mit einer Helligkeit von 550 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 1.000:1 ermöglicht er detailgetreue Bildwiedergabe mit einer Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln.



Canon HV20

Der HD-Camcorder ermöglicht außergewöhnliche Videoaufnahmen in voller 1.920 x 1.080 HD Auflösung und erlaubt simultane Aufnahmen von 2,07-Megapixelfotos auf SD-Karte.



Hitachi DZ-HS301

Der Hybrid-Camcorder kombiniert eine 8-GB-Festplatte und ein Multi+ DVD-Laufwerk ideal miteinander. So können Filme auch ganz ohne PC gebrannt werden.



Toshiba HD-EP30

Der HD-DVD Player setzt neue Maßstäbe in Bild- und Tonqualität. Der Player ist in der Lage, 1.080p-Bildsignale zu verarbeiten und bietet damit die derzeit höchste Bildauflösung.



Loewe BluTech Vision

Der BluTech Vision Player arbeitet mit Blu-ray Technologie, die dank hoher Speicherkapazität von bis zu 54 Gigabyte hochauflösende Full HD-Inhalte auf einer einzigen Disc ermöglicht.



3mal!

Siemens C475

Das schicke Siemens Gigaset C475 ist für lange Gespräche geeignet. Es hat eine Stand-by-Kapazität von 300 Stunden und ermöglicht 12 Stunden Sprechzeit.



EGO CUP Freisprechanlage

EGO CUP von Funkwerk Dabendorf ist die ideale Plug&Play-Lösung für das Telefonieren im Auto. Da keine feste Installation notwendig ist, kann die Freisprechanlage in jedem Fahrzeug genutzt werden.



Pioneer DV-600AV

Der Multiformat DVD-Player spielt neben sämtlichen Formaten auch SACD und DVD-Audio ab und hat einen USB-Eingang über den Musik, Bilder und DivX-Filme abgespielt werden können. Kurz: Ein absoluter Allespieler!



Die Gewinne sind eingetroffen!

Das Mitmachen lohnt sich!



5mal!

T-Home Sinus A501

Die Sinus-Cordless-Reihe ist eine neue Generation von Schnurlostelefonen, die sich durch ihre Energieeffizienz und Klimaneutralität auszeichnen und nach einem neuen Designkonzept gestaltet sind.



Nokia 6500 Slide

Das mit einer hochwertigen 3,2-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss ausgestattete Mobiltelefon ermöglicht einfaches Aufnehmen und Austauschen von Fotos und Videos.



Nokia N95 8GB

Das Super-Smartphone ist mit einem internen 8-GB-Speicher ausgestattet und hat ein besonders übersichtliches Display mit einer Diagonale von 7,1 Zentimetern.

Teilnahmebedingungen:

Mitmachen kann jede Person ab 18 Jahren, außer C.A.T.-Verlag-Mitarbeiter und deren Angehörige. Beantworten Sie bitte die rechts aufgeführten Fragen. Durch Ihre Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, dass die eingegangenen Antworten anonym und von der Adresse des Einsenders getrennt aufbewahrt und ausgewertet werden. Die Gewinner werden unter allen vollständig ausgefüllten Einsendungen ausgelost.

Einsendeschluss: 31.12.2007 (Datum des Poststempels bzw. der Fax-Bestätigung).

Die Einsendung kann per Post an: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen oder per Fax unter der Fax-Nr.: 0 21 02 / 20 27 90 erfolgen. Die Gewinner werden in der Februar-Ausgabe 2008 bekanntgegeben.

Ihre Meinung zählt!

Allgemeine Fragen Faxen an: 0 21 02 - 20 27 90

Zu welcher Handelsform zählt Ihr Unternehmen?

- Einzelhandel Filialbetrieb (Kette) Kooperations-Händler Distributor

Welche Fachzeitschriften lesen Sie außer PoS-MAIL?

- Branchen Anzeiger CE CE-Business CE-Markt CE&TRADE Channel Partner CRN digital living High-Tech Handel MediaSeller Telecom Handel Sonstige

Welche Themenbereiche interessieren Sie?

Zutreffendes bitte ankreuzen

- Audio/HiFi/MP3 Branchen-News Car Entertainment/Navigation Computer/Peripherie/Software Digitalfotografie/Camcorder DVD-Player/Recorder E-Commerce/Internet Heimkino/Projektoren LCD-TV Plasma-TV Telekommunikation Games Mobile Computing/PDA

In welcher Branche sind Sie tätig?

- UE Foto Telekommunikation IT Games Andere

Name / Vorname:

Firma:

Straße:

Postleitzahl: Ort:

E-Mail Adresse:

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung den IT Anwendungssupport (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:

- Abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
- Erste Erfahrungen in ERP-Systemen (Software-unterstützte Abbildung und Planung von Geschäftsprozessen)
- Sehr gute Kenntnisse in MS-Windows/ MS Office und Internet
- Programmierkenntnisse in SQL
- Sehr gutes Englisch
- Reisebereitschaft

Kennziffer 283

Weltweit bedeutendes Unternehmen mit Sitz im Raum München, spezialisiert auf dem Gebiet der Systemintegration kundenspezifischer maritimer Kommunikationsanlagen, sucht:

a) für den Bereich Vertrieb zum nächstmöglichen Termin eine(n) Vertriebsingenieur (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Vertrieb von kundenspezifischen Funkkommunikationssystemen
- Akquisition von Neukunden und Betreuung des bestehenden nationalen bzw. internationalen Kundenstammes
- Ausschreibungsmanagement und Angebotserstellung
- Kalkulation und Erstellung des detaillierten Systemangebots in technischer und kommerzieller Hinsicht
- Preis- und Vertragsgestaltung mit dem Kunden
- Erstellung von Forecasts und Projektplanungen für die zugeordneten Länder
- Marktbeobachtung und Wettbewerbsanalyse

Ihr Profil:

- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik)
- Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung
- Mehrjährige Berufserfahrung mit nachrichtentechnischen Anlagen als Systemingenieur
- und/oder internationale Vertriebs Erfahrung im Projektgeschäft
- Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Nachrichten- und/oder Hochfrequenztechnik sowie rechnergestützte Signalverarbeitung
- Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Ausgeprägtes Verhandlungsgeschick, Eigeninitiative und Flexibilität
- Reisebereitschaft im In- und Ausland
- Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift, Sprachkenntnisse in Französisch und/oder Spanisch sind von Vorteil

Kennziffer 285

b) für den Bereich Systems Engineering zum nächstmöglichen Termin eine(n) Senior Systems Engineer (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Entwicklung von Systemkonzepten (System-Architektur, funktionale und technische Spezifikationen) für komplexe Kommunikations-Systeme
- Führung des Systementwicklungs-Prozesses unter Nutzung moderner Vorgehensmodelle des System-Engineering
- Erstellung von Feinspezifikationen für hard- und softwarelastige Subsysteme als Vorgabe für interne und externe Entwicklungsaufträge
- Planung und Begleitung der Systemintegration
- Mitwirkung bei der Akquisition von Neuaufträgen (Auswertung der Spezifikationen; vorläufiger Systementwurf, Aufwandsschätzungen etc.)

Ihr Profil:

- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik, Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung)
- Umfangreiche Erfahrungen in modernen Methoden und Prozessen des Engineerings (Vorgehensmodelle wie z. B. V-Modell XT, Anforderungsmanagement, modellbasierte Entwicklung)
- Fähigkeit, auf kreative Weise innovative und zukunftsfähige Kommunikations- und IT-Architekturen zu definieren
- Kenntnisse aktueller Kommunikations- und Netzwerk-Technologien, idealerweise im Umfeld von C2, C3, C4ISR Systemen sowie Kenntnisse moderner Software-Architekturen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)
- Erfahrung in der Steuerung von Systems-Engineering Prozessen
- Eigeninitiative und analytisches Denkvermögen
- Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit
- Sehr gute Englisch-Kenntnisse, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch oder Spanisch sind von Vorteil

Kennziffer 286

c) zum nächstmöglichen Termin eine(n) Projektmanager (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Technische und kaufmännische Steuerung und Realisierung von Projekten
- Führung der Mitarbeiter des Projektteams
- Analyse der spezifischen Kundenanforderungen
- Definition der Projektziele für die jeweiligen Kundenaufträge hinsichtlich Terminen, Kosten, Leistungen und Qualität
- Organisation des Einsatzes von Ressourcen im Projektteam und Definition der Aufgabenpakete
- Projektcontrolling
- Aufbau und Pflege der Projektorganisation und der Projektstrukturen innerhalb des Unternehmens und nach außen zu Kunden und Lieferanten
- Regelmäßiges Projektreporting zu den Auftraggebern und zur Geschäftsleitung
- Einsatz und Weiterentwicklung von Projektmanagementinstrumenten

Ihr Profil:

- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik)
- Wirtschaftsingenieurstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Erste Erfahrungen im Projektmanagement im elektro- oder nachrichtentechnischen Umfeld wünschenswert
- Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Nachrichtentechnik und/oder Hochfrequenztechnik sowie rechnergestützter Signalverarbeitung
- Präsentations- und Kommunikationsstärke, Durchsetzungsvermögen
- Ausgeprägte Ergebnisorientierung und Organisationstalent
- hohe Kundenorientierung und sicheres Auftreten
- Reisebereitschaft im In- und Ausland
- Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch und/oder Spanisch sind willkommen

Kennziffer 287

Sind Sie an einer dieser Positionen 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: 0211 - 370601 • Fax: 0211 - 379468

E-Mail: info@bestjob.de • Internet: http://www.bestjob.de

MADEIRA • MARC • MIXGETRÄNKE • OBSTBRAND • PUNSCH • RUM • SEKT • SHERRY
 LIÖR • KORN • NORN • GIN • GRAPPA • BENEFYER • GIN • GRAPPA • NORN • LIÖR
 ANIS • APERTIF • ARMAGNAC • BITTER • BRANDY • CALVADOS • CHAMPAGNER • COGNAC • BENEFYER • GIN • GRAPPA • NORN • LIÖR
 WEINE AUS AUSTRALIEN, ITALIEN, ÖSTERREICH, SCHWEIZ, SPANIEN, SÜDAFRIKA, USA, ...

Planen Sie Ihre Weihnachtspräsente schon jetzt!

Wir bieten Ihnen ein überaus großes Sortiment an Spirituosen - auch ausgefallene Produkte - in allen Preislagen.

Zudem bieten wir Ihnen unsere jahrzehntelange Erfahrung in der Abwicklung individueller Kundenaufträge.

Nehmen Sie Kontakt mit unserer Frau Greiner auf: Tel. 0 21 33 / 9 75 60, die Sie gerne berät und Ihnen ein Angebot unterbreitet, das Ihren Wünschen entspricht.

HGG Handelsgesellschaft mbH
 Otto-Schott-Str. 4
 41542 Dormagen (Delrath)

Tel. 02133-97560 • Fax 02133-975623
 E-Mail: HYPERLINK mailto:hgg@hgg-online.de
 cornelia.greiner@hgg-online.de
 www.hgg-online.de



Was ich (25 Jahre, männlich)

- in über vier Jahren Tätigkeit als Werkstudent in der Marketing- und Kommunikationsabteilung bei einem international tätigen Großkonzern (Automotive & Consumer Electronics)
- in der freien Mitarbeit bei einer Tageszeitung
- sowie in einer Event-Agentur

in der Praxis gelernt habe,

was ich

- in meinem Studium der Germanistik, Psychologie und Wirtschaftswissenschaften (Magister Artium, Abschluss zum Jahreswechsel)
- und bei meinem Fernstudium zur PR-Fachkraft Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Fernschule Weber) in der Theorie gelernt habe,

möchte ich

mit Beginn des nächsten Jahres in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Marketing oder Event-Management im Berufsleben umsetzen.

Chiffre 42770011

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
 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; Dipl. rer. pol.
 Karla Schulze; Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 8 v. 1. Januar 2007

Layout und Herstellung:
 Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter
 Heilenbach, 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

SHARP

AQUOS



„Wenn andere dich kopieren,
bist du deiner Zeit einen großen
Sprung voraus.“

Ludger Beerbaum, Springreiter

XL2E Ludger Beerbaum gönnt sich was Großes: den AQUOS XL2 von Sharp. Durch das elegante Slim-line Design erleben Ihre Kunden jetzt 46 Zoll mit 1080p und 100Hz auf dem gleichen Platz, den bisher ein 42 Zoll Gerät brauchte. Mit Ludger Beerbaum kommt große Unterstützung an Ihren POS. Freuen Sie sich auf großartige Geschäfte und einen riesigen Erfolg.



Gönn dir was Großes. **DIE GROSSEN VON SHARP.**

„Sony“, „BRAVIA“ und „like.no.other“ sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.



Die neuen BRAVIA X3500 LCD-Fernseher von Sony: Erleben Sie brillante Farben und atemberaubende Details in High Definition und genießen Sie dank Motionflow + 100 Hz absolut ruckelfreie Sport- und Actionszenen.

Full HD
1080

BRAVIA

SONY

colour like.no.other™