

POS-MAIL

Januar 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612

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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Entdecken Sie ein neues Maß an Perfektion: Art SL.

Mit Loewe wird Fernsehen wieder zum Ereignis: der Art SL bietet vollen Fernsehkomfort ohne Kompromisse. Der schmalste Loewe, den es je gab, besticht dabei durch perfekten Sound, ausgezeichnetes Design und Bilder in voller HD-Qualität. Erfahren Sie mehr auf www.loewe.de

LOEWE.

6.000.000 sind sicher



Auch im nächsten Jahr: starkes TV-Geschäft

Nach wie vor sind TV-Geräte der Wachstumsmotor und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Hinzu kommt, dass seit mehr als 10 Jahren der Markt für Fernseher laut GfK konstant bei sechs Millionen Stück liegt (2008 = 6,8 Millionen Stück). Zu diesem enormen Verkaufspotential kommen jetzt auch noch, bedingt durch kleinere LC- und Plasma-Displays, Zweit- und Drittgeräte in Schlaf- und Kinderzimmern und auch Küchen der Konsumenten hinzu. In diesem Jahr werden die Verbraucher alleine in Deutschland rund 4,9 Milliarden Euro für Flachbild-Fernseher ausgeben. Für das kommende Jahr dürfte dieser Wert höher liegen. Und eins ist auch sicher: Bei Ausfall des TV-Gerätes ist eine Ersatzbeschaffung keine Diskussion.

Dieses Jahr stand im Zeichen von HD ready und LC-Displays. Rund 630.000 verkauften Plasma-Geräten dürften Ende des Jahres etwa 5,1 Millionen verkaufte LCD-Fernseher gegenüberstehen. Verbraucher kaufen verstärkt Geräte mit Bildschirmdiagonalen von über

einem Meter. Dies steigert auf das gesamte Jahr betrachtet den durchschnittlichen Preis aller verkauften TV-Geräte auf 789 Euro, was einem Plus von 3 Prozent gegenüber 2007 entspricht. Flachbildfernseher stehen derzeit für 38 Prozent des Umsatzes der ges-

samten Consumer Electronics. An diesem Übergewicht wird sich auch in 2009 nichts ändern.

Neben größeren Displays werden sich die Verbraucher im kommenden Jahr vor allem auf Full-HD-Geräte konzentrieren. Ab einer Bildschirmgröße von 37 Zoll wird Full-HD zur Standardausstattung gehören und auch 32 Zoll TV-Displays werden zunehmend mit Full-HD ausgerüstet. Auch bei den Konsumenten ist das Thema HD-TV mittlerweile angekommen und weckt Begehrlichkeiten.

Laut einer Studie von TechConsult im Auftrag des Bitkom wollen über 1,2 Millionen Verbraucher in den nächsten 12 Monaten einen HD-Receiver beziehungsweise eine HD-Set-Top-Box kaufen. Mehr als eine halbe Million Haushalte besitzt schon ein solches Gerät zum Empfang von Sendungen in

hochauflösender Qualität. Rund 320.000 Haushalte planen in den nächsten Monaten den Erwerb eines HD-Camcorders, gut 610.000 Haushalte den Kauf eines HD-Festplattenrekorders. Vom Trend zu hochauflösenden Bildern profitieren nicht nur die Hersteller von Fernsehern, sondern auch von Zusatzgeräten. Sehr dynamisch werden im kommenden Jahr auch die Bereiche digitale Set-Top-Boxen und Satellitensysteme wachsen. Hier steigt der Umsatz 2008 um knapp 18 Prozent auf 440 Millionen Euro. Nach dem Ende des Formatstreits um die DVD-Nachfolgetechnologie verdreifachen sich aller Voraussicht nach die Erlöse für Blu-ray-Player bereits in diesem Jahr auf 50 Millionen Euro.

Für den Handel bleibt das TV-Geschäft nach wie vor ein kalkulier-

010 56 mobile
vom Handy billiger telefonieren

vom Handy weltweit zu Festnetzpreisen telefonieren

- einfach
- sicher
- sparen

www.01056mobile.de

Internet für dich. Und von dir.

www.nokia.de/webstar

NOKIA Nseries

Nokia N96

© Nokia 2008.

tecXUS™

tecXUS Rebel Light:
→ brandneue Technologie
→ spektakulär verpackt!

Alles Schrott?

Der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) hat energisch gegen die geplante Revision der Altgeräte-Richtlinie (WEEE) durch die Europäische Kommission protestiert. Die Hersteller befürchten, in Zukunft die Kosten für die Sammlung von Elektro-Altgeräten übernehmen zu müssen, ohne diese kontrollieren zu können.



Bereits jetzt zahlt die Industrie für die Entsorgung von Altgeräten und hat dafür in Deutschland ein flächendeckendes Entsorgungssystem aufgebaut. Unbrauchbare Elektro-Geräte werden normalerweise von ihren Besitzern zum „Wertstoffhof“ der jeweiligen Gemeinde gebracht, wo der Elektro-Schrott dann in Verantwortung der Hersteller abgeholt und verwertet wird. Die Kosten für die Annahme tragen dabei die Gemeinden; Abtransport, Zerlegung und Verwertung der Geräte übernehmen die Hersteller und Importeure. Das, betont der ZVEI, funktioniere „bestens“. Mit der neuen Richtlinie sei dagegen zu befürchten, dass die Verbraucher zweimal zur Kasse gebeten werden: einmal über die Müllgebühren und noch ein zweites Mal über den Kaufpreis neuer Geräte. „Dass die Gemeinden die Müllgebühren senken, weil sie die Kosten der Sammlung an die Industrie weitergeben können, glaubt im Ernst niemand“, so Dr. Klaus Mittelbach, Vorsitzender der Geschäftsführung des ZVEI.

Einmal mehr schafft die Regulierungswut der Europäischen Kommission dort Probleme, wo es keine gibt. Damit, so der ZVEI, werde das Konjunkturpaket, mit dem dieselbe Kommission den Konsum ankurbeln will, konterkariert.

Vielleicht wäre es einfach besser, wirtschaftliche Prozesse dem Markt und nicht den Bürokraten in Brüssel zu überlassen. Denn in einer Zeit, in der das Gespenst der Rezession umgeht, können der High-Tech-Fachhandel und die Hersteller eines mit Sicherheit nicht gebrauchen: neue Belastungen, mit denen staatliche Behörden die Erträge aus Konjunkturprogrammen, die Konsumenten zum Kaufen motivieren sollen, am anderen Ende wieder abschöpfen. Es sei denn, die EU-Kommission will die Entstehung von Abfällen auf besondere Weise verhindern: Wenn die Belastungen hoch genug sind, hat in der Tat am Ende niemand mehr etwas wegzuschmeißen.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

barer Faktor. Seit über zehn Jahren haben wir in Deutschland einen Markt für Fernsehgeräte, der konstant um die 6 Millionen Stück liegt und in diesem Jahr sogar rund 6,8 Millionen verkaufter Fernsehgeräte beträgt. Unabhängig von allen konjunkturellen Schwankungen hat sich an dieser Größe kaum etwas geändert. Der Fernseher ist das Unterhaltungsmedium für die ganze Familie und ist den meisten Deutschen wichtig. Fällt dieser aus, wird in der Regel innerhalb kürzester Zeit über die Neuanschaffung nachgedacht.

Doch auch das Zweit- und Drittgeschäft wird im TV-Bereich immer interessanter. Im Zuge der Flat-TVs werden immer mehr Geräte mit kleineren bis mittleren Bildformaten zwischen 20- und 28 Zoll etwa für Kinder-, Schlaf- oder Gästezimmer gekauft. Ein weiteres wichtiges Segment ist auch die Ausstattung der Küchen mit einem kleinen, gutaussehenden TV-Display.

Blu-ray dreht auf

Um die Fähigkeiten der Full-HD-Displays ausnutzen zu können, bedarf es entsprechender Signalquellen. Die Blu-ray Disc ist momentan für den Massenmarkt der Contentlieferant Nummer 1. Pünktlich zum Jahresende sind die Filmhersteller aufgewacht und sorgen für viele neue Top-Filme in den Regalen. Damit steigt auch das Interesse an Blu-ray Playern, wobei der Kunde bei den aktuellen Geräten beruhigt in die Zukunft schauen kann. Die Technik der Blu-ray Disc-Player ist ausgereift, alle aktuellen Geräte-Modelle verfügen über eine umfassende Ausstattung, die das Qualitätspotential des Mediums uneingeschränkt erschließt.

Hierzu gehört unter anderem die Funktion „Bonus View“, welche Bild-im-Bild-Darstellungen erlaubt. So lassen sich während eines laufenden Films Zusatzinformationen oder Kommentare auf dem Bildschirm einblenden. Darüber hinaus erlauben alle aktuellen Player die Ausgabe der bewegten Bilder im Format 24p. Sie können die Filme also mit 24 Einzelbildern je Sekunde an den Bildschirm weiterreichen – exakt so, wie sie ursprünglich von der Filmkamera aufgenommen wurden. Der Vorteil: Moderne Fernsehgeräte, die diese Bildfrequenz verarbeiten können, bringen die Videos mit besonders flüssigen Bewegungsabläufen auf den Bildschirm.

In den Playern der jüngsten Generation ist die digitale Bild- und Tonschnittstelle HDMI in der Lage, sämtliche digitalen Tonformate ohne Qualitätseinbußen an ei-



Hochauflösende TV-Displays wie hier Philips Cineos begeistern vor allem in Bildformaten ab 37 Zoll mit einer Filmwiedergabe, die echtes Kinofeeling zu Hause aufkommen lässt. Zusatzfunktionen wie beispielsweise Ambilight verbunden mit attraktivem Design sorgen für die nötigen Kaufanreize.

nen Heimkino-Receiver weiterzuleiten, sogar den verlustfrei kodierten High-Definition-Sound aus 7.1 Kanälen. Darüber hinaus transportiert die Schnittstelle jetzt auch Bildsignale nach einem neuen Farbstandard, der ein wesentlich breiteres Farbspektrum erschließt. So kommen die Bilder mit noch feineren Farbnuancen auf den Schirm.

Besonders gut ausgestattete Player gehen sogar ins Internet. Über eine integrierte Netzwerkschnittstelle holen sie zusätzlich aktuelle Informationen zu dem gerade laufenden Film aus dem Internet und zeigen sie auf dem Fernsehschirm an. Geräte mit dieser Funktion erkennt man an der Kennzeichnung „BD Live“.

CE-Branche bringt neue Impulse

Die Consumer Electronics-Branche verleiht dem Markt durch ihre attraktiven Neuheiten ständig kräftige Impulse. Die dynamische Digitalisierung von Produkten, Diensten und Inhalten bietet den Kunden immer mehr und immer neue Nutzungsmöglichkeiten, speziell im mobilen Bereich. Egal, ob zuhause oder unterwegs, moderne CE-Geräte sind aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit und ihres Lifestyle-Charakters sehr beliebt, machen Spaß und fördern die Kaufbereitschaft der Konsumenten. Beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Business auch im kommenden Jahr.

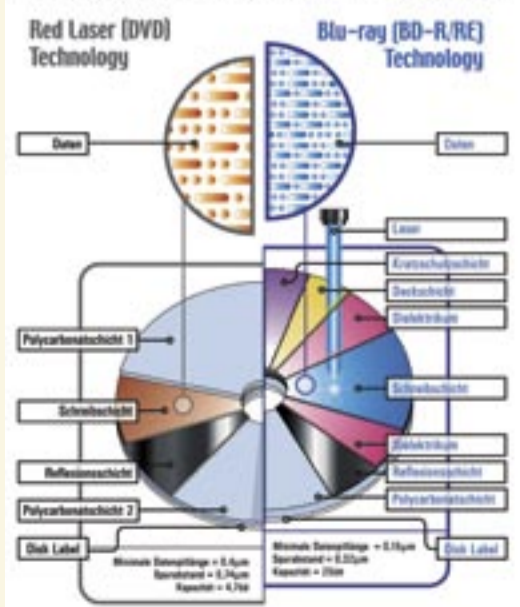
Mehr als 1 Millionen Kinofilme auf Blu-ray verkauft

Die Blu-ray Disc startet durch: Schon mehr als eine Million Exemplare der neuen Heimkino-Scheiben wurden in Deutschland verkauft – Tendenz immer schneller steigend. So lagen die Abverkäufe im Oktober und November mit Rekordmarken bis zu 80.000 Exemplaren in einer Woche weit über dem Durchschnitt der Vormonate. Die Veröffentlichung von Blockbustern wie „Sex and the City“ trug entscheidend dazu bei. Neben aktuellen Kino-Highlights bringt die Filmbranche auch immer mehr Klassiker auf Blu-ray Discs heraus, die in keiner Sammlung fehlen dürfen. So gibt es neben der neueren James-Bond-Episode „Casino Royale“ auch schon viele ältere Abenteuer des britischen Doppelnull-Agenten als Blu-ray-Editionen in feinsten High-Definition-Auflösung. Insgesamt wird es in Deutschland bis zum Jahresende etwa 700 deutschsprachige Filmtitel auf Blu-ray Disc geben.

Die Bild- und Tonqualität des neuen Mediums ist deutlich besser als die der DVD: Filme auf Blu-ray Disc zeigen jedes noch so feine Detail – wesentlich schärfer als DVD-Produktionen. Der Qualitätsvorsprung zeigt sich auf großformatigen, hoch auflösenden Flachbildschirmen besonders deutlich.

Und mit ihren Surround-Formaten übertrifft die Blu-ray Disc ihre Vorgängerin ebenfalls: Filme auf Blu-ray Disc bieten oft bis zu sieben verlustfrei kodierte Tonkanäle und einen zusätzlichen Tief-Ton-Effektkanal – für spektakuläre, unglaublich faszinierende Heimkino-Erlebnisse. Kein anderes Medium kann die Qualitätsreserven hochkarätiger Flachbild-Fernseher und leistungsstarker Heimkino-Anlagen derart konsequent ausschöpfen wie die Blu-ray Disc. www.gfu.de

Wie eine Blu-ray Disc funktioniert



Navigation wird dem Handel auch 2009 noch Spaß machen

Navigation wird auch im Jahr 2009 ein wichtiges Thema für den Handel bleiben. Insbesondere der Trend zu mobilen Geräten wird sich weiter fortsetzen – zu Lasten der nachträglichen Festeinbauten, von denen im Jahr 2008 nur noch rund 50.000 Exemplare in einem Fahrzeug installiert wurden. Demgegenüber zeigten die Absatzzahlen für mobile Navigationssysteme auch 2008 steil nach oben: Noch im November erwartete die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselek-

tronik der ersten Generationen inzwischen in die Jahre gekommen und an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gestoßen sind. Vor allem diejenigen Produkte, die mit bereits installiertem und nicht updatefähigem Kartenmaterial ausgeliefert wurden, dürften die letzte Phase ihres Lebenszyklus ange treten haben.

Wichtigste technische Weiterentwicklung bei mobilen Navigationssystemen dürfte die Verbesserung des Bildeindrucks und damit die optimierte Nutzung für den Anwender sein. Hier werden vor allem die fotorealistische und dreidimensionale Darstellung mit mindestens markanten Gebäuden oder Landmarken zunehmen, aber auch der Rückgriff auf „richtige“ Fotos oder Livebilder aus Videokameras in den Geräten wird größere Bedeutung erlangen. So wird etwa die Kombination von Livebildern mit automatisch generierten Richtungspfeilen zum Standard im höherpreisigen Segment werden.

Weitere Verbesserungen werden



Die Routendarstellung auf den mobilen Navigationsgeräten wird sich im Jahr 2009 deutlich verbessern. Dabei werden dreidimensionale oder fotorealistische Darstellungen ebenso optimiert wie der Einsatz von „echten“ Fotos oder gar Live-Videoaufnahmen, in die per System-Software die jeweiligen Richtungsanweisungen oder die wichtigsten Verkehrsschilder projiziert werden.

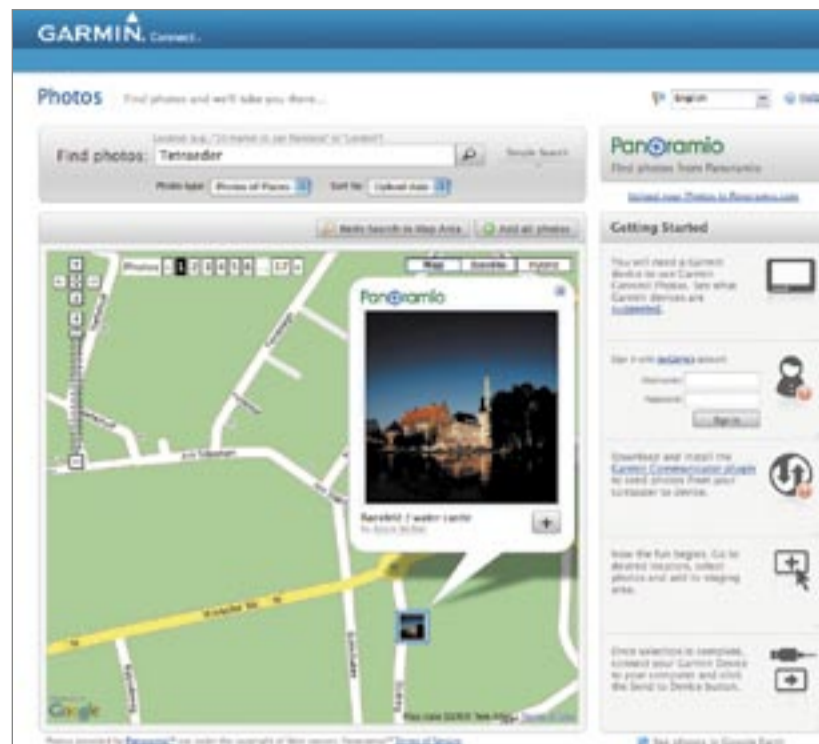


tronik gfu für das Jahr 2008 mit insgesamt rund 4,5 Millionen verkauften Geräten ein Plus von 24 Prozent gegenüber 2007. Wer sich in den vergangenen Wochen beim Fachhandel oder in den entsprechenden Fachabteilungen umgesehen hat, wird diese Zahl für realistisch halten, denn im Technikbereich gehörten mobile Navigationsgeräte ohne Zweifel zu den beliebtesten Produkten des Weihnachtsgeschäftes. Zahlreiche Innovationen bei der Ausstattung, die Verbesserung bereits existierender Features und weitere Unterstützung der Nutzer durch zusätzliche Softwareangebote werden dafür sorgen, dass die Kunden auch 2009 nach Navigationssystemen fragen werden. Außerdem wird die Zahl der Ersatzanschaffungen auf einem hohen Niveau bleiben, da die Geräte

sich darüber hinaus hinsichtlich der intelligenten Routenführung ergeben. Dabei werden die Hersteller die Möglichkeiten des interaktiven Handelns für den Nutzer verbessern, so dass vor allem durch Insiderwissen und aktive Mitarbeit einer Community die Streckenführung für jede Stunde des Tages und jeden Tag der Woche optimiert wird und kurzfristige Veränderungen der programmierten Strecken (beispielsweise Umwandlung von Streckenabschnitten in Einbahnstraßen, langfristige Baustellen etc.) sofort aufgegriffen werden können. Spannung verspricht die Antwort auf die Frage, inwieweit im Jahr



Die Möglichkeiten mobiler Navigation per Handy werden auch 2009 weiter zunehmen.



Mit Hilfe der Garmin PhotoNavigation können Nutzer, die bei „myGarmin“ registriert sind, mit der Google Map und Panoramio Technologie einfach zu interessanten Orten navigieren. Dazu müssen sie im Internet die Seite <http://connect.garmin.com/photos> besuchen, die gewünschte Sprache auswählen und sich bei „myGarmin“ anmelden. Anschließend müssen sie den gewünschten Ort eingeben und dort ein Foto auswählen. Über das „Pluszeichen“ wird das Foto zur Download-Liste hinzugefügt und nach dem Verbinden des Garmin Gerätes mit dem Computer auf das Gerät heruntergeladen. Dann wird das Foto im Garmin Gerät ausgewählt, und mit einem Klick startet die Navigation zu diesem Ort.

2009 die zur Verfügung stehenden Mobilfunkdaten genutzt werden, um realistische Bewegungsszenarien zumindest auf den Autobahnen erzeugen zu können. Erste Ansätze wurden 2008 bereits von Vodafone und TomTom realisiert – und wer die Unzuverlässigkeit der derzeitigen Verkehrsinfos kennt, kann nachvollziehen, dass es hier einen großen Handlungsbedarf gibt.

Weiterhin verbessert werden die Serviceleistungen der Gerätehersteller, die nach dem Kauf des Gerätes dessen Nutzungsmöglichkeiten erweitern und damit den Mehrwert für den Kunden steigern.

So wird es immer wieder spezielle Softwareerweiterungen geben, sei es zu aktuellen (Sport-)Großereignissen oder, wie zuletzt von Navigon, Garmin und Falk, Informationen zu Weihnachtsmärkten und Schlittschuhbahnen. Auch die Möglichkeiten, im Internet gefundene Informationen zu nutzen und auf das eigene Navigationsgerät herunterzuladen, wird zunehmen. Schließlich wird sich die Integration von Inhalten und Medien über die reine Navigation hinaus fortsetzen, so dass die kleinen mobilen Begleiter zum Beispiel als Alternative zu gedruckten Reiseinformationen oder als multimediale Entertainmentzentrale (zum Beispiel mit Fernsehempfang, Internetzugang per Mobilfunk, Freisprechfunktion, Games, Musik, Fotos und Videos) eingesetzt werden können.

Ein deutliches Plus werden darüber hinaus Mobiltelefone mit integriertem GPS-Empfänger und entsprechendem Kartenmaterial

erzielen. Dabei werden gleichermaßen Aktivitäten der Gerätehersteller selbst, hier ist beispielsweise Nokia mit seinem Internetportal „Ovi“ zu nennen, als auch zunehmende Angebote von Drittanbietern zu beobachten sein. Gleichzeitig werden die Möglichkeiten der navigationsbezogenen Individualisierung des Handys für den Nutzer (etwa durch Integration der Adressen von Freunden oder Geschäftspartnern) und die Möglichkeiten von Anbietern der unterschiedlichsten Art, in die Karten der Handys integriert zu werden (zum Beispiel bei der Suche nach einem CE-Händler in der Nähe), steigen.

Ein globaler Trend für das Jahr 2009 ist die Konsolidisierung des Marktes. Nachdem bereits vor einigen Wochen Panasonic seinen Rückzug aus dem Navigationssegment angekündigt hatte, kursieren in der Branche derzeit Gerüchte, dass weitere renommierte Hersteller in den kommenden Monaten diesem Beispiel folgen.

POS-MAIL INHALT

Aktuell	... 4
Sony: Vertrauen in die Marke schaffen	... 6
Displays	... 7
Philips: Wir bleiben ein berechenbarer Partner	... 8
Unterhaltungselektronik	... 9, 10
Toshiba Kombirekorder: Drei Geräte in einem	... 10
Satellitentechnik	... 11
MP3	... 12
Navigation	... 13
Nokia: Ausbau des Serviceportals mit Navigation und E-Mail	... 14

T-Mobile als Partner der Geschäftskunden ... 15



Telekommunikation ... 16

Innovative Ideen für ein positives Einkaufserlebnis: Neues Telekom-Shopkonzept ... 17



Die Zahl eigener Shops soll kräftig steigen: O2s Flagship-Store Nummer zwei ... 18



Informationstechnologie ... 19, 21
Samsung X460: Schlanke Silhouette – hohes Leistungspotential ... 20



Games ... 22
IFA bleibt weiter in Berlin zu Hause ... 23
No(?)sense ... 23
Impressum ... 23

Pos Aktuell

Lubnau ist Head of White Goods Samsung

Samsung erweitert seine strategischen Aktivitäten für den Produktbereich Weiße Ware und setzt dazu auch auf personelle Verstärkung. Frank Lubnau verantwortet seit Mitte November als Head of White Goods das Weiße-Ware-Segment von Samsung. In dieser Position wird er den Bereich der elektronischen Haushaltsgeräte weiter ausbauen und dabei noch enger mit bestehenden Handelspartnern zusammenarbeiten sowie neue Partner gewinnen. Er berichtet direkt an Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics. Vor seinem Eintritt bei Samsung war der gebürtige Berliner in seiner 20jährigen Karrierelaufbahn bei Sony zuletzt als Sales Director für Consumer Electronics und IT zuständig und zugleich Mitglied der Geschäftsführung.



Frank Lubnau

Er berichtet direkt an Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics. Vor seinem Eintritt bei Samsung war der gebürtige Berliner in seiner 20jährigen Karrierelaufbahn bei Sony zuletzt als Sales Director für Consumer Electronics und IT zuständig und zugleich Mitglied der Geschäftsführung.

www.samsung.de

Stefan Holländer leitet Sony IT-Business

Die Sony Deutschland GmbH organisiert den Geschäftsbereich IT (VAIO) neu. Stefan Holländer (36) fungiert ab sofort als General Manager IT Business und berichtet in seiner neuen Funktion direkt an Martin Winkler, Divisional Director Marketing Consumer Electronics & IT. Zuvor war der Diplom-Kaufmann vier Jahre lang bei VAIO of Europe in Brüssel tätig, wo er zuletzt als Senior Marketing Manager den Bereich VAIO Consumer Products für das Europa-Geschäft der VAIO Gruppe steuerte. Im Zuge dieser Neustrukturierung verlässt Peter Hollmann, bisheriger Head of IT Sales, auf eigenen Wunsch die Sony Deutschland GmbH. Hollmann zeichnete seit 1. Oktober 2006 als Gesamtvertriebsleiter für die Vertriebskanäle Retail und Reseller verantwortlich.



Stefan Holländer

Hollmann zeichnete seit 1. Oktober 2006 als Gesamtvertriebsleiter für die Vertriebskanäle Retail und Reseller verantwortlich.

www.sony.de

Jan Schneider ist neuer Sales Director bei Asus

Die Asus Computer GmbH hat die Position des Sales Directors neu besetzt. Jan Schneider (34) leitet den Vertrieb für Notebooks, Desktop PCs, Handhelds und die Eee Family in Deutschland und Österreich. Damit tritt er die Nachfolge von Oliver Barz an, der das Unternehmen Ende September verlassen hat. Zu seinen Aufgaben zählen unter anderem der Vertrieb des deutschen Notebook, Desktop PC und Handheld Business sowie die Kommunikation mit dem Hauptsitz in Taiwan. Darüber hinaus verantwortet Schneider das Eee



Jan Schneider

Family Geschäft in Deutschland. Er berichtet direkt an Eric Chen, Geschäftsführer Deutschland und General Manager Europe bei Asus.

www.asus.de

Ulrich Kemp ist neuer COO bei LG

Seit dem 1. Dezember hat Ulrich Kemp (47) die Funktion des Chief Operating Officers bei der LG Electronics Deutschland GmbH übernommen. Er hat somit die operative Verantwortung für Marketing und Sales für alle Produktbereiche inne (Information System Products, Unterhaltungselektronik, Mobiltelefone und Hausgeräte). In seiner Funktion berichtet Kemp direkt an den CEO der LG Electronics Deutschland GmbH, William Uk Jung. Vor seinem Einstieg bei LG verantwortete Kemp bei T-Systems neben dem Bereich Sales & Service Management das Geschäft von T-Systems Business Services als Chief Operating Officer. Davor fungierte er als Executive Vice President Central Europe und als Mitglied des Executive Council bei Fujitsu Siemens Computers.

www.lge.de

Metz bester CE-Hersteller des Jahres

Die Channel Champions Awards wurden von der Zeitschrift ChannelPartner an die besten Hersteller und Distributoren verliehen, wobei Metz mit der Traumnote 1,11 abschnitt. Die Ergebnisse resultieren aus 2.600 Interviews mit über 1.000 Händlern. Diese wurden über ihre Geschäftsbeziehungen zu den jeweiligen Herstellern befragt. In 12 Produkt-Kategorien durften die Fachleute ihre Favoriten wählen. Als bester Hersteller des Jahres im Bereich „Consumer Electronics“ wurde Metz mit der Traumnote von 1,11 ausgezeichnet. Zum ersten Mal in der achtjährigen Geschichte des Awards konnte ein so gutes Ergebnis erzielt werden – wobei die CE-Branche erst zum zweiten Mal an der Umfrage teilnahm. „Als Fernsehhersteller sind wir positiv überrascht, dass ChannelPartner als eher IT-geprägtes Medium im CE-Fachhandel so umfassende Recherchen durchführt. Dass Metz dabei von nahezu allen Händlern durchgängig auf Platz 1 gewählt wurde, ist für uns ein großer Erfolg“, so Robert Trapp, Metz CE Vertriebsleiter Inland und Österreich.



Robert Trapp

www.metz.de

Grundig verlagert Entwicklung nach Istanbul

Das Grundig Hauptquartier in Nürnberg wird sich künftig hauptsächlich auf Produktmanagement, Markenentwicklung und Vertrieb konzentrieren. Die Konzernzentrale in Istanbul hat beschlossen, dass dafür die in Nürnberg anstehenden Entwicklungsaufgaben an die Grundig-Entwicklung in Istanbul abgegeben werden. „Wir müssen angesichts des steigenden Wettbewerbs- und Kostendrucks unsere Ressourcen bündeln und uns innerhalb des Konzerns in Nürnberg

auf die Aufgaben konzentrieren, die im Rahmen der Konzernstrategie für das Unternehmen und die Marke am wichtigsten sind“, erläutert Grundig Geschäftsführer Şemsettin Eksert. „Für die Entwicklung der Marke ist es wichtig, hier in Nürnberg die Produktphilosophie zu steuern, die Produktbereiche und -felder weiterzuentwickeln sowie neue Produkte zu konzeptionieren und zu implementieren.“

Die durch die Verlagerung der Entwicklung frei werdenden Sachmittel stehen vollständig anderen Bereichen in Nürnberg zur Verfügung, um die Marke Grundig und somit das Unternehmen weiter voranzubringen. Insbesondere der Vertrieb, das Produktmarketing und die Kommunikation sollen davon profitieren, da dies die drei Bereiche sind, in denen Grundig direkt mit dem Kunden in Kontakt tritt. „Wir haben exzellente Geräte, und wir werden noch besser werden“, sagt Şemsettin Eksert.

„Unsere Hauptaufgabe muss es jetzt sein, diese Botschaft an unsere Kunden zu kommunizieren, um die Marke Grundig fest zu verankern.“ www.grundig.de

Consumer Electronics wächst 2008 um 2%

Trotz des schwierigen Umfelds erwartet die Consumer Electronics-Branche (CE) laut gfu ein gutes Weihnachtsgeschäft. Der Handel verzeichnet eine erfreuliche Nachfrage. Besonders beliebt sind die flachen Fernsehgeräte in LCD- und Plasma-Technik. Die gfu rechnet in diesem Jahr mit mehr als sechs Millionen verkauften Flat-TVs (LCD ca. 5,4 Mio. Stück, Plasma ca. 0,7 Mio. Stück). Bei den verkauften Flat-TV-Geräten hat sich der Trend zu größeren, höherpreisigen und zukunftssicheren Modellen, der im ersten Quartal 2006 erstmals verzeichnet wurde, fortgesetzt. Dies steigert auf das gesamte Jahr betrachtet den durchschnittlichen Preis aller verkauften TV-Geräte auf 789 Euro (+3 %). HDTV-taugliche Fernsehgeräte, erkennbar am Qualitäts-Signet „HD-ready“ und „Full HD“, dominieren das Geschäft bei den Flat-TVs über 26 Zoll Bildhöhe.

Besonders beliebt sind mobile Geräte. MP3-Player, digitale portable Videoplayer und digitale Kameras werden ebenso wie mobile Navigationsgeräte, Mobiltelefone und Notebooks zu den Umsatzrennern im Weihnachtsgeschäft gehören. Über vier Millionen MP3-Player und knapp vier Millionen portable Videoplayer werden 2008 gekauft werden, so die Einschätzung der gfu. Rund 8,9 Millionen digitale Kameras werden 2008 abgesetzt, davon rund zehn Prozent hochwertige digitale Spiegelreflexkameras. Der Absatz von mehr als 4,5 Millionen portablen Navigationsgeräten

(+ 24%) und mehr als 4,3 Millionen Notebooks (+ 45%) unterstreichen den Mobilitätstrend. Trotz eines leichten Rückgangs auf knapp 22 Millionen Stück gehören Mobiltelefone dennoch zu den Bestsellern der Branche. www.gfu.de

Umwelt-/Design-Preis für Loewe

Das Loewe Fernsehgerät Connect 37 ist mit dem Internationalen Designpreis Baden-Württemberg 2008, dem „Focus Green“, ausgezeichnet worden. Sein besonders geringer Energieverbrauch im Standby-Betrieb und die Integration vieler Funktionen ins Gerät sparen Strom. Eine spezielle Schaltung regelt im laufenden Betrieb die Helligkeit des Bildes in Abhängigkeit vom Umgebungslicht. Das spart bis zu 50 Prozent Energie. Und der Fernseher hat wie alle Loewe Geräte einen echten Ein-/Ausschaltknopf, mit dem man den Connect vom Stromnetz trennen kann. www.loewe.de



i-fidelity.net wird Plus X Award-Partner

Die Partnerriege des Plus X Awards bekommt Zuwachs durch i-fidelity.net, dem Internet Test- und News-Magazin für hochkarätige Unterhaltungselektronik. i-fidelity.net wird nicht nur die Vorteile ausgezeichneter Marken-Technologie an einen qualitäts- und markenaffinen Leserkreis kommunizieren, sondern auch die Reichweite des Plus X Awards in die entsprechend kaufkraftstarken Zielgruppen erhöhen. Die Nominierungsphase für den Plus X Award 2009 hat begonnen. www.plusxaward.de

Fernsehinhalte wandern ins Internet

Durchschnittlich 25,6 Millionen Internetnutzer schauten sich in den ersten neun Monaten dieses Jahres Online-Videos an. Der Trend zeigt dabei nach oben: Klickten im ersten Quartal noch durchschnittlich 25,1 Millionen Deutsche pro Monat Videos im Internet an, waren es im dritten Quartal schon 26,1 Millionen pro Monat. Für das vierte Quartal 2008 erwartet der Bitkom eine weitere Steigerung der Zahlen auf 26,6 Millionen Nutzer im Monat. „Schon lange wird über das Internet kommuniziert und auf Nachrichtenseiten informiert. Dank immer zahlreicherer und immer schnelleren Breitbandanschlüssen steigt die Beliebtheit von Online-Videos. Das Internet entwickelt sich auch zum Unterhaltungsmedium“, sagte Achim Berg, Vizepräsident des Bitkom.

Die Videos kommen gut an: Vom ersten bis dritten Quartal dieses Jahres wuchs die Zahl der monatlichen Nutzer um 4 Prozent. Aktuell schauen drei von vier Internetnutzern über 15 Jahren kurze Filme im Netz. Die Zahl der angeklickten Videos stieg im gleichen Zeitraum sogar um 13,5 Prozent auf 3,11 Milliarden Filme. Im dritten Quartal betrachtete also im Schnitt jeder Nutzer von Online-Videos täglich etwa vier Filme. In der Zuschauergunst führen mit großem Abstand die Angebote von Google, zu denen auch das prominente Portal YouTube gehört. In den ersten neun Monaten dieses Jahres verzeichneten die Google-Seiten im Schnitt 15,3 Millionen Nutzer, die im Monatsmittel 1,3 Milliarden Clips ansahen. Auf Platz zwei und drei der Anbieter mit den meisten abgerufenen Videos stehen die Online-Ableger der TV-Konzerne ProSiebenSat1Media AG mit 50 Millionen aufgerufenen Videos bei 4,8 Millionen Besuchern und die Internetseiten der RTL-Group mit 39,3 Millionen Abrufen und 3,7 Millionen Nutzern.

Mit dem traditionellen Fernsehen können die Online-Videos nicht verglichen werden. „Im Internet werden derzeit überwiegend kurze Videos angeschaut“, erläutert Berg. Gerade einmal vier Minuten Länge hatten die Internet-Filme im Neun-Monats-Durchschnitt. Aber auch hier ist die Tendenz steigend: Im Januar endeten die Videos im Schnitt nach 3:48 Minuten, im September erst nach 4:24 Minuten. Ein Indiz dafür, dass neben den zahlreichen lustigen Filmchen und Musikclips zunehmend längere Formate angeboten und aufgerufen werden. „Bereits in Kürze wird das Internet als Übertragungsweg für Fernsehangebote eine echte Alternative sein“, so Berg. „In den USA gibt es bereits einige erfolgreiche werbefinanzierte Websites, die professionelle Shows und Serien ins Netz stellen. Und auch in Deutschland sind die ersten Internetangebote dieser Art an den Start gegangen.“ www.bitkom.de





„Wir wollen Musik und Filme mit bester Klang- und Bildqualität genießen. Aber wir wollen keine 5 Lautsprecher in unserem Wohnzimmer.“

Die neuen BOSE® 3•2•1® DVD Home Entertainment Systems



Als Bose Partner 2000-Fachhändler bieten Sie Ihren Kunden das große Musik- und Home Cinema-Erlebnis zu Hause mit nur zwei sichtbaren Lautsprechern – ganz einfach auf Knopfdruck.

Dank des HDMI-Ausgangs ist es jetzt sogar noch einfacher, HD-Fernseher anzuschließen. Die neuen BOSE® 3•2•1® Systems können DVDs in Full HD (bis zu 1080p) mit bester Bildqualität wiedergeben.



Product designed by:



reddot design award
design team of the year 2008

Willkommen in der Audio-Zukunft!

BOSE[®]
Better sound through research[®]

Sony: Marktführer ohne Preisführerschaft

Vertrauen in die Marke schaffen

Mit neuen Produkten und einer neuen Vertriebsstrategie hat Sony das Vertrauen von Handel und Verbrauchern zurückgewonnen. Die neuen 200 Hertz LCD-TVs unterstreichen seit längerem auch wieder einmal den Anspruch, Technologieführer bei der Entwicklung neuer Geräte zu sein. Geschäftsführer Jeffrey van Ede will im kommenden Jahr die Marktanteile gemeinsam mit dem Fachhandel weiter ausbauen.

Sony hat den Tisch bereitet. In diesem Jahr sind nicht nur attraktive Produkte auf den Markt gekommen, sondern das Unternehmen hat einiges an Image- und Aufbauarbeit geleistet. Derzeit steht ein stimmiges, aufeinander aufbauendes Produktportfolio zur Verfügung, welches in 2009 noch interessanter wird.



Dabei lag die Maßlatte zumindest für das japanische Unternehmen mit Amtsantritt von Deutschland-Geschäftsführer Jeffrey van Ede Anfang dieses Jahres recht hoch. „Die Zielsetzung, die ich für dieses Jahr hatte, war einen Prozentpunkt Marktanteile zu gewinnen, was in etwa einem Umsatzwachstum von zehn bis 15 Prozent entspricht“, erläutert van Ede.

Doch noch immer ist viel zu tun, obgleich Sony dieses Jahr zwischen zwei und drei Punkten Marktanteile gewonnen hat. „Für die beiden Monate Juli und August waren wir sogar im AV-IT-Markt und im AV-IT-Recording-Media-Markt die Nr. 1“, so Jeffrey van Ede. „Für mich war dies eine Überraschung, innerhalb nur weniger Monate so erfolgreich agieren zu können. Im AV-Markt waren wir die Nr. 3 und sind ebenfalls stark im IT- und im Recording-Media-Segment. Auch unsere Mitbewerber waren überrascht, und unsere Kunden haben die positiven Zahlen unter dem Motto ‚Hey, da ist etwas los bei Sony‘ zur Kenntnis genommen.“

Marktanteile nicht um jeden Preis

„Was dann geschah, hatte ich im Grunde erwartet“, erklärt van Ede. „Einer unserer Mitbewerber wollte dies so nicht akzeptieren und hat mit Preissenkungen reagiert. Dementsprechend ist unser Marktanteil im Folgemonat wieder ein wenig gesunken. Ich habe immer gesagt, Marktführer sein zu wollen, jedoch kein Preisführer, weshalb ich auch nicht auf einen Preiskampf eingestiegen bin. Ich möchte Marktführer sein und gleichzeitig profitabel agieren. Marktführer zu sein ohne Profit zu erwirtschaften, ist nur schöner Schein, denn am nächsten Tag hat man kein Geld mehr in der Tasche. Unsere Strategie ist, Sony in Deutschland in den nächsten drei Jahren in eine profitable Company mit marktführender Position zu lenken.“ Dabei will van Ede dieses Ziel nicht mit allen Mitteln und um

„Marktführer bedeutet für mich nicht zwangsweise, auch immer die Nummer eins zu sein.“

jeden Preis erreichen: „Für mich bedeutend ‚marktführend‘ nicht immer nur Nr. 1 zu sein. Denn oft liegen die ersten drei nur 0,2 bis 0,4 Punkte auseinander. Wenn wir dann an zweiter oder dritter Stelle stehen, gehören wir noch immer zur Spitze und sind immer noch führend im Markt. Mittlerweile haben wir Anschluss an die Top 3 bekommen, gewinnen peu a peu an Marktanteilen und können unsere Produkte absetzen. Dafür bin ich dankbar, denn wie wir wissen, ist ‚Handel‘ auch ein Produkt, das abhängig von dem Wohlwollen der Händler, Endkunden sowie dem Wettbewerb ist. Und unsere Partner haben uns den Handel gegönnt.“

„Die gute Beziehung zum Handel ist ebenso wichtig für ein reibungsloses Geschäft wie gute Margen.“

Der Handel steuert die Nachfrage

Für Jeffrey van Ede spielt der Begriff „Gönnen“ eine wichtige Rolle im täglichen Geschäft. „Der Händler kann steuern, welche Produkte er verkauft und wohin er seinen Kunden berät. Wenn unsere Partner unsere Produkte nicht verkaufen wollen, dreht sich für Sony gar nichts. Natürlich ist der Preis ein wesentliches Element, doch darüber hinaus ist Vertrauen ebenso wichtig wie das Materielle.“

Eine Begebenheit aus jungen Jahren erklärt die Einstellung des Sony-Chefs. „Ich arbeitete früher in einem kleinen UE-Geschäft bei meinem Großvater, und es gab ein größeres Unternehmen in unmittelbarer Nähe. Unsere Kunden kamen zu uns und sagten, dass der andere Laden preiswerter sei. Da hat mein Großvater gesagt,

er könne nicht noch einmal 100 Gulden runter gehen. Trotzdem haben die Kunden weiterhin bei uns gekauft, weil sie immer fair beraten wurden. Das ist Gönnen und diese Einstellung ist auch heute noch bei vielen Partnern und Verbrauchern vorhanden“, ist sich van Ede sicher. „Viele unserer Handelspartner sind emotionale Menschen, mit denen ich reden kann. Natürlich müssen die Basisbedingungen gut sein. Wenn beides stimmt, ist da etwas von Gönnen und ein gutes Gefühl der Zusammenarbeit. Und ich bin dankbar dafür, dass unsere Partner uns die Chance gegeben haben, uns wieder zu beweisen.“

In diesem Zusammenhang ist Jeffrey van Ede auch der Kontakt zu den Sony-Partnern sehr wichtig. „Ich versuche, zu möglichst vielen unserer Kunden Kontakt zu bekommen und diese kennenzulernen. Natürlich spreche ich nicht nur mit den größeren Händlern und Einkaufskooperationen. Jeder

„Jeder Kunde ist mir wichtig und besonders die kleineren Händler liegen mir am Herzen.“

Kunde ist mir wichtig und besonders die kleinen Händler. „Wir sind als Unternehmen gefordert, unsere Handelskommunikation zu optimieren und unsere Partner über sämtliche Aktionen, eventuelle Lieferengpässe und auch über unsere Marketingaktivitäten zu informieren. Dies wird die Aufgabe des neuinstallierten Innendienstes sein – kundenorientiertes

und schnelles Agieren.“ Sony plant trotz Finanzkrise kein defensives Verhalten. Sowohl in der Werbung als auch auf der IFA 2009 wird das Unternehmen präsent und visibel sein. „Gleichzeitig werden wir jedoch auf die derzeitige schwierige Situation reagieren müssen und mit Einführung des neuen Lineups ab Februar 2009 die Preise über alle Produktkategorien



erhöhen“, so van Ede. In erster Linie werden die Preiserhöhungen aufgrund der enormen Schwankungen zwischen Yen, Dollar und Euro notwendig. Durch den starken Yen werden Produkte auf den Weltmärkten teurer. „Ob wir die neuen Preise erfolgreich und stabil im Markt etablieren können, hängt jedoch auch stark vom Verhalten unserer Mitbewerber ab. Alle Beteiligten sollten an Wertschöpfung interessiert sein und entsprechend Verantwortung übernehmen. Es kann und darf nicht sein, dass wir in Deutschland ausschließlich über Preis differenzieren“, so der Sony-Geschäftsführer. Im Rahmen einer Roadshow im Februar 2009 wird Sony seinen Handelspartnern das neue Produktportfolio und die Strategie für das kommende Geschäftsjahr vorstellen und auch die Preiserhöhungen möchte Jeffrey van Ede dort mit den Partnern besprechen.

www.sony.de

Besuchen Sie die SONY-Roadshow in folgenden Städten:
 Berlin 05. – 06. 02. '09
 Dortmund 10. – 11. 02. '09
 Frankfurt 13. 02. '09
 München 16. – 17. 02. '09
 Jeweils von 10 – 23 Uhr!



„Wir haben unser Ziel erreicht, 1 % Marktanteil bei bis zu 15 % Umsatzzuwachs zu erzielen.“

„Das Hauptziel für Sony Deutschland ist es gewesen, das Jahr 2008 mit diesem Umsatz und Marktanteil abzuschließen. Gleichzeitig war es wichtig, keine zu großen Erwartungen zu wecken sondern zu sehen, wie wir in den einzelnen Segmenten abschneiden. Wenn ich heute zurückschaue und die Ergebnisse sehe, haben wir viel erreicht. Im Moment erzielen wir Monat für Monat die Marktanteile, die wir haben wollten.“ Dabei hatte Sony dieses Jahr von Anfang an einen guten Start, denn bereits bei der Präsentation der neuen Strategie wurde der neue Kurs seitens des Handels honoriert.



Samsung: Tageslicht-Großdisplays bis zu 33 m Bilddiagonale

Auf einer Pre-Press Veranstaltung in New York, anlässlich der im Januar in Las Vegas stattfindenden Consumer Electronics Show, hat der Display-Weltmarktführer Samsung eine neue Technologie demonstriert, mit der sich riesige Display-Wände mit bis zu 35 Meter Bilddiagonale oder ultragroße TV-Bildschirme realisieren lassen, die auch bei hellem Tageslicht farbstärke und kontrastreiche Bilder darstellen. Gleichzeitig will Samsung auf der CES einen weiteren neuen Display-Typ zeigen, den der Hersteller als „das weltweit hellste in Massenproduktion hergestellte Display“ bezeichnete. Wie Yong Park, Samsung Director LCD Marketing, verkündete, wird das neue „46-Zoll super-narrow-bezel Digital Information Display (DID) Panel“ es den Herstellern erheblich leichter machen, extra-große LC-Displays zu konstruieren, als das mit der „DLP Lightbox“-Technologie möglich ist. „Der Lightbox Form Factor setzt unüberwindbare Limits bei der Größe“, erläuterte Park. Bei Gesprächen mit BetaNews während des „CES Unveiled@NY events“ prognostizierte Park, dass Hersteller zukünftig aus zahlreichen einzelnen 46-Zoll-Panels mit ultraschmalen Rahmen riesige Großdisplays unterschiedlichster Abmessungen zusammensetzen werden, die dann für öffentliche Fernsehübertragungen, Werbung, Computerspiele und Steuerungsanlagen genutzt werden können. Der schwarze, pulverbeschichtete Rahmen eines DID-Panels ist nur noch 10% so breit wie der Rahmen eines typischen LCD-TVs und nur 25% so breit wie der schmalste, bisherige LCD-Rahmen. Auf der oben erwähnten Presseveranstaltung hat Samsung bereits ein aus vier DID-Panels angefertigtes Display vorgeführt. Neben dem Einsatz als Anzeige- und Werbefläche in Einkaufszentren wurde das neue Outdoor-Display von Samsung auch als HDTV-Display mit 1.080p-Darstellung entwickelt, das bei unterschiedlichsten Umgebungslicht-Verhältnissen von Dunkelheit bis zu hellstem Sonnenlicht hervorragende Bildqualität liefert. Die erhöhte Leistungsaufnahme derartiger Super-Bright Displays wird, laut Park, durch die präzise gesteuerte temporäre partielle Abdunklung von nicht so hellen oder schwarzen Bildbereichen kompensiert. Durch dieses „Local Dimming“ ließe sich das Kontrastverhältnis bis zu 200.000:1 steigern, erklärte Park.

Taiwans LED-Industrie soll 2009 um 7% wachsen

Die taiwanische LED-Industrie erwartet für das Jahr 2009 ein Wachstum von 7%, während die LED-Industrie weltweit um 5% zulegen soll. Diese Prognose hat das Industrial Economics and Knowledge Center (IEK) des von der taiwanischen Regierung geförderten Industrial Technology Research Institutes (ITRI) erstellt. Das IEK schätzt, dass die globale LED-Industrie 2009 Produkte im Wert von 7,4 Milliarden US-Dollar herstellen wird. Die taiwanische LED-Industrie wird der Schätzung nach Produkte im Wert von 2 Milliarden US-Dollar herstellen. Als Folge der wegen der Finanzkrise abgeschwächten Konjunktur sehen die taiwanischen

LED-Packer eine Phase reduzierter Nachfrage, die sich jedoch im Verlauf des zweiten Quartals erholen soll. Pessimistischer sind die Chip-Hersteller, die im gesamten Jahresverlauf 2009 Gewinneinbußen erwarten und erst ab 2010 mit einer Erholung rechnen. Langfristig rechnet das IEK weltweit mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum der LED-Industrie von 16% auf 13,7 Milliarden US-Dollar. Die taiwanische LED-Industrie soll im gleichen Zeitraum um jährlich 15% wachsen.

Markt für LCD-Panels erholt sich im zweiten Halbjahr 2009

Den Prognosen des Marktbeobachters DisplaySearch folgend, wird der Markt für LCD-Panels ab der zweiten Hälfte des vor uns liegenden Jahres damit beginnen, sich zu erholen. Neben erhobenen Marktdaten bezieht sich DisplaySearch bei seiner Einschätzung auf die bisherige Geschichte der Display-Panel Industrie und auf die Erkenntnis, dass eine Überproduktion von LCD-Panels bisher nie länger als drei aufeinanderfolgende Monate andauert hat. In der Vergangenheit erhöhte sich der Absatz von LCD-TVs immer dann spürbar, wenn durch Absinken der Preise für LCD-Panels auch die Verkaufspreise für LCD-TV-Geräte gesunken sind. In 2008 entwickelte sich der Verkauf von TV-Geräten allerdings trotz kontinuierlichem Rückgang der Endverkaufspreise etwas schwächer als erwartet. Seine durch Fakten und detailliertes Zahlenmaterial unterfütterten Einschätzungen für den Display-Panel-Markt gab DisplaySearch im Rahmen der TV Supply Chain Conference 2008 im Taipei International Convention Center bekannt.

Taiwans LCD-Panel-Hersteller entert Panel-Markt für e-Books

AU Optronics (AUO), der größte taiwanische Hersteller von LCD-Panels, hat sich entschieden, ab 2009 auch Displays für

e-Books herzustellen. Laut der Entwicklungs-Roadmap von AUO will das Unternehmen nach einer bereits in 2008 erfolgten Einführung eines konvexen Displays ab 2009 mit der Massenproduktion von e-Book Displays beginnen. Ab 2010 will AUO dann auch flexibles e-Paper auf Plastic Substraten produzieren. Bei der Entwicklung von Electrophoretic Displays (EPDs) arbeitet AUO eng mit dem e-paper Entwickler E-Ink und dem auf Investitionen eines US-Unternehmens basierenden taiwanischen Unternehmen SiPix zusammen. Laut Berichten aus industrienahen Kreisen sollen bereits erste Produkte durch Kunden validiert worden sein. Nach Berechnungen von iSuppli erreicht die weltweite Produktion von e-Book Displays in 2008 die Stückzahl von 1 Million. In 2009 sollen es dann schon 3,6 Millionen Stück sein. Bis 2012 soll die jährliche Produktion auf 18,3 Millionen ansteigen. Die weltweiten Umsätze mit e-Book Displays

Resolution+
HD-Feeling jetzt erleben

Die Technologie „Resolution+“ verbessert in einem dreistufigen Prozess die Bildqualität von Standardsignalen. Damit erreicht „Resolution+“ ein mit HD vergleichbares Bild.

www.toshiba.de/consumer

REGZA™

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Mit Resolution+ Standard-TV

werden 2012 laut iSuppli den Betrag von 291,2 Millionen US-Dollar erreichen. Das entspricht, bezogen auf 3,5 Millionen US-Dollar in 2007, einem jährlichen Wachstum (compound annual growth rate/CAGR) von 143%. Die zur Zeit am häufigsten fragte e-Book Display-Größe ist 6 Zoll.

Samsung: LCD-Bildschirme sind keine Gewinnbringer mehr

Die Finanzkrise und die sich immer stärker abzeichnenden Auswirkungen auf die Realwirtschaft, die Beschäftigten-Anzahl

und die Kaufkraft haben in einigen Regionen der Welt schon zu einem verschärften Wettbewerb und zu spürbaren Gewinneinbußen bei dem koreanischen Elektronik-Konzern Samsung geführt. Wie Chu Woo Sik, Vizepräsident Samsung, vor Investoren in San Francisco erläuterte, sei es im vierten Quartal des auslaufenden Jahres außerordentlich schwer geworden, mit LCD-Bildschirmen, Flachbild-TV-Geräten und Produkten wie Speicherchips noch Geld zu verdienen. Als Reaktion auf die ungünstige Entwicklung beabsichtigt Samsung, neben anderen Maßnahmen, seine Investitionen spürbar zurückzufahren. Im vergangenen Jahr hatte Samsung zehn Milliarden Won (umgerechnet 5,4 Milliarden Euro) in neue Fabrikations-Anlagen investiert. Um den Bestand auf einem aktuellen technologischen Stand zu halten, müsse das Unternehmen im kommenden Jahr mindestens sechs Milliarden Won (umgerechnet 3,2 Milliarden Euro) ausgeben, deutete Sik laut der Finanznachrichtengagentur Bloomberg in einem Interview an, und gab damit eine ungefähre Vorstellung über das reduzierte Investitionsvolumen des Konzerns im kommenden Jahr.

Bei einer Fortsetzung der aktuellen Entwicklung müsse sich Samsung vorwiegend auf Gewinne aus seinem Mobilfunk-Geschäft konzentrieren, um Quartalsverluste zu vermeiden. Neben LCD-TVs und Speicher-Chips würden auch andere Geschäftsbereiche von der schwächeren Nachfrage im Verbund mit fallenden Preisen beeinträchtigt, merkte Sik an.

Samsung setzt bei Mobile Devices auf große OLED-Panels

„Die Garantiezeit gegen Image-Burn-In bei Active Matrix OLED-Panels wird bis 2010 wahrscheinlich auf 2.000 Betriebsstunden oder länger ausgeweitet werden“, erklärte Woo Jong Lee, Vize Präsident Mobile Display Marketing Team, Samsung SDI Co. Ltd., in einer Keynote zum 3. TSR Seminar (hosted by Techno Systems Research Co. Ltd.) in Tokyo. Lee referierte über die zukünftige Verfügbarkeit von Active Matrix OLED Panels in mobilen Geräten und zählte die zahlreichen Vorteile der OLED-Display-Technologie auf wie z. B. den weiten Betriebstemperaturbereich, die hervorragende Eignung für Touchscreen-Anwendungen, die geringe Umweltbelastung bei Betrieb und Herstellung und die hohe Recycling-Fähigkeit. Lee begründete die hervorragende Eignung von OLED-Displays für die Bestückung von Laptops und Notebooks. OLEDs, sagte Lee, entsprächen exakt den Anforderungen der Notebook-Hersteller, und es könne damit gerechnet werden, dass von diesem Produktbereich ab 2010 eine starke Nachfrage nach OLED-basierten Displays ausgehen werde.

Weil OLEDs über die optimalen Eigenschaften für Touchscreen-Panels verfügen, werden kapazitive Touchscreens in den kommenden fünf Jahren zum vorwiegenden Einsatzbereich für OLEDs werden. Lee erläuterte, dass Unterhaltungs- und Multimedia-Anwendungen, und hier speziell Videos, zur Killer-Applikation für Mobil-Phones mit hoher Bandbreite würden. Dadurch begünstigt, würden sich vor allem größere OLED-Displays in Smartphones und Netbooks durchsetzen. „Wir erwarten, dass OLEDs in 5 Zoll und größer schon 2009 oder aber 2010 zum Mainstream werden“, bekräftigte Lee.

Panasonic weitet Produktion von LCD-Flachbild-TVs aus

Wie die deutsche Niederlassung des Unternehmens in Hamburg bekanntgegeben hat, soll das von Panasonic zusammen mit anderen japanischen Industrie-Partnern unterhaltene Unternehmen IPS Alpha Technology ab Februar 2009 in einer neu errichteten Produktionsstätte in Malaysia pro Monat 50.000 LCD-Panels produzieren. Diese Kapazität soll laut Statements nach und nach auf bis zu drei Millionen Panels pro Jahr aufgestockt werden. Auch eine neue Produktionslinie für LCD-TVs soll als IPS Tochterunternehmen am Standort der LCD-Panel-Fertigung in Kuala Lumpur gebaut werden. Zusammen mit der TV-Gerätefabrik wird das malaysische Werk dann über ein lückenloses Produktionssystem, beginnend bei der Panel- und Modul-Herstellung bis hin zur Endmontage der TV-Geräte, verfügen. Panasonic rechnet weiterhin mit einer ansteigenden Nachfrage nach flachen Fernsehgeräten und LCD-Monitoren. Im Jahr 2007 hat IPS Alpha Technology bereits in der Tschechischen Republik eine LCD-Modulfabrik errichtet, um von dort aus den europäischen Markt optimal bedienen zu können.

Preiskrieg der Foto-Rahmen-Anbieter auf dem chinesischen Markt

Im Zuge der Preissenkungen bei Small-To Medium-Size LCD-Panels haben Samsung Electronics und andere lokale Anbieter von digitalen Fotorahmen in China einen Preiskrieg gestartet, nach Meinung der Marktbeobachter in dem Bemühen, Lagerbestände abzubauen. Während Samsung seinen 7-Zoll analog/digitalen Fotorahmen um mehr als 20% auf 699,- Yuan (102,- US-Dollar) reduzierte, haben die Mitanbieter AOC, Aigo and Gadmei ihren 7-Zoll-Fotorahmen um 20–30% auf 450–550 Yuan gesenkt. Einige markenfreie Anbieter reduzierten die Verkaufspreise für Fotorahmen sogar auf 399,- Yuan. Analog/digitale Fotorahmen stehen in China als Geschenk zur Jahresende-Saison ganz oben auf der Wunschliste. Die drastischen Preissenkungen sollen das Geschäft zusätzlich anregen und im Verlauf des saisonalen Geschäfts dabei helfen, in Zeiten drastisch fallender LCD-Panel-Preise die Lagerbestände schrumpfen zu lassen. Die Ab-Werk-Preise für 7-Zoll-Fotorahmen LCD-Panels sind in den letzten Wochen unter 20 US-Dollar gefallen, die Preise für kleinere Foto-Rahmen-Panels unter 15 US-Dollar.

Kurz vor Redaktionsschluss: Taiwans größte TV-Hersteller melden hohe Novemberumsätze

Die drei größten in Taiwan ansässigen Flach-TV-Gerätehersteller melden für den November starke Umsätze: Trotz weltweiter Finanzkrise, negativen Meldungen, pessimistischen Einschätzungen von Wirtschaftsexperten und die Krise heraufbeschwörenden Medien-Kommentaren ist es den drei Top TV-Produzenten Taiwans gelungen, ihre Umsätze auch im vergangenen November stabil zu halten: Bei jedem der Unternehmen BenQ, Chimei und Tatung verließen binnen Monatsfrist mehr als 10.000 LCD-TV-Geräte die Fabrikations-Bänder: BenQ und Chimei: 11.000–12.000 Stück, Tatung mehr als 10.000 Stück. Wie industrienahen Quellen berichten, haben Distributoren, Importeure und Handelspartner im November LCD-TVs besonders stark beworben. Günstige Preise und der Wunsch vieler potentieller Kunden, die Gelegenheit zu nutzen und den alten CRT-ZV gegen einen modernen Flach-TV zu ersetzen, haben zu dem guten Geschäftsverlauf beigetragen, heißt es aus Kreisen der drei Hersteller.

Philips: Wir bleiben ein berechenbarer Partner

Erlebniswelten für den Kunden

Seit vielen Jahren bereits ist Philips eine feste Größe in den Regalen der Händler. Selbst in turbulenten Wirtschaftszeiten hat das Unternehmen an seinen Grundsätzen festgehalten und das Hauptaugenmerk auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit gelegt. Gerade heute ist dies neben attraktiven Produkten einer der Eckpfeiler des Erfolgs.

Philips steht für Kontinuität, was nicht nur für die Produkte, sondern auch für die Personalpolitik der Niederländer gilt. Beide Segmente aber sind für eine andauernde Handelspolitik unumgänglich.

„Wenn man sich die Entwicklung der letzten 15 Jahre anschaut, hat Philips eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Handel entwickelt“, resümiert Henrik Köhler, Geschäftsführer Philips Deutschland. „Wir sind berechenbar, und das im positiven Sinne. Wenn ein Händler mit Philips arbeitet, kann er auf Kontinuität und Berechenbarkeit setzen. Besonders in wirtschaftlich komplizierten Zeiten, wie wir diese aktuell vorfinden, ist dies ein unschätzbare Vorteil. Dennoch sind wir immer für eine Überraschung gut, wenn es darum geht, den Kunden in die Läden zu bringen“, so Köhler.



Henrik Köhler: „Nur der Fachhandel strahlt das Vertrauen und die nötige Kompetenz aus, um hochwertige Geräte zu verkaufen.“

Im Mittelpunkt steht der Mensch

Aktuell ist Philips mit den drei Säulen Health and Wellness, Licht sowie Consumer Lifestyle im Markt aufgestellt. „Dabei sehen wir diese drei Segmente als Kreis, in dessen Mittelpunkt der Mensch, der Konsument, steht, um den sich alles dreht“, erläutert Henrik Köhler die neue Sichtweise von Philips Consumer Lifestyle. „Wir sehen nicht mehr nur unsere Produkte als solche, sondern betrachten die Geräte aus Sicht der Endkunden unter dem Gesichtspunkt 'Gesundheit und Wohlfühlen'.“ So sind die neuen Geräte nicht nur funktionell, sondern tragen dazu bei, das Wohnambiente

schöner und attraktiver zu gestalten. Durch die Fokussierung auf die Entwicklung von Produkten für den Menschen schafft das Unternehmen neue Märkte. Aktuelle Beispiele hierfür sind Wake Up-Light bei Radioweckern, Ambilight bei TV-Displays sowie Living Colors aus dem Bereich Licht.

Produkte müssen gefallen

„Wir wollen etwas herstellen, was der Mensch wirklich braucht“, so Köhler, „und wofür er Geld ausgeben möchte.“ Der Erfolg gibt dem Philips Deutschland-Chef Recht, denn immerhin konnte sich Philips Consumer Lifestyle in allen relevanten Bereichen behaupten. „Wir sind in allen Sparten, die diesen Geschäftsbe- reich betreffen, die Nummer 1“, unterstreicht Köhler die Position des Unternehmens. „Über das gesamte Jahr konnten wir uns kontinuierlich entwickeln und den Vorsprung vor den Wettbewerbern ausbauen. Der aktuelle Marktanteil, den Philips derzeit innehat, ist zwar toll, doch ist das für uns nicht die entscheidende Komponente.“ Die Marschrichtung gibt Henrik Köhler unmissverständlich vor: „Nur wenn das Geschäft für beide Seiten profitabel ist, machen wir unseren Job richtig. Wenn der Handel mit uns kein Geld verdienen kann, stehen wir nicht mehr bei ihm im Regal.“

Trotz der negativen Botschaften aus der Weltwirtschaft sieht Henrik Köhler aktuell kaum Anzeichen für rückläufige Umsätze. „Sieht man sich an, wie sich der Markt

trotz aller Berichte entwickelt, haben wir in Deutschland einen tollen und starken Markt, der vor allem durch TV getrieben wird. Die Stimmung der Konsumenten ist gut, und ich hoffe, dass die Konsumenten auch weiterhin diese einmalige „Protesthaltung“ behalten und sich ihr Leben schön machen.“

Dadurch bedingt stellt sich für Henrik Köhler die Gesamtsituation in Deutschland sehr positiv dar, denn besonders im TV-Bereich gibt es weiterhin einen sehr großen Ersatzmarkt. „In diesem Jahr werden ungefähr 5 Millionen TV-Displays verkauft werden, wobei die Konsumenten mittlerweile die zweite oder dritte Generation an Flat-TVs erwerben. Die Umstellung auf Flachdisplays hat höhere Preise und Umsätze mit sich gebracht. Der Preisverfall konnte durch gehobene Ausstattungen, Full-HD und über größere Bild diagonalen aufgefangen werden“, so Köhler. Philips stellt ein breites Portfolio unterschiedlicher Geräte, vom Einstiegs- bis hin zum Top-Gerät, um dem Kunden in allen Produktkategorien ein passendes Modell anbieten zu können.

Der aktive Händler gewinnt

„Ich glaube, dass diejenigen Händler, die sich im Markt intensiv mit dem Konsumenten beschäftigen und bereit sind, Innovationen und gute Qualität in guter Sortierung zu präsentieren, auch in Zukunft in der Lage sind, den Anwender zu begeistern“, ist sich Henrik Köhler sicher, „so dass er das Geld bei dem betreffenden Fachhändler lässt. Der moderne Kunde möchte in einer Erlebniswelt einkaufen und das Gefühl bekommen, gut beraten zu werden und die richtige Entscheidung zu treffen. Genau hier spielt



Bislang hat Philips über 800 Ambilight-Wände im Fachhandel aufgestellt, um die Wirkung der indirekten Hintergrundbeleuchtung richtig demonstrieren zu können. So kann der Kunde Philips Ambilight direkt am Display seiner Wahl sowie im Vergleich zu anderen Geräten erleben.



Erst in den eigenen vier Wänden entfaltet Ambilight seine Wirkung. Wo man früher in der Nähe des Fernsehers eine Lampe zur indirekten Beleuchtung aufgestellt hat, genügt jetzt der Tastendruck auf die Fernbedienung, um ein augenschonendes Filmvergnügen zu gewährleisten.

der Fachhandel eine große Rolle, da er das Vertrauen und die notwendige Kompetenz ausstrahlt. Der Verbraucher ist bei ihm willkommen, bekommt einen guten Service und hat auch nach dem Kauf einen Ansprechpartner. Wer dieses Paket gut beherrscht, neue Dinge frühzeitig aufgreift und sich an der Einführung von Innovationen beteiligt, wird Erfolg haben. Wer defensiv ist und wartet, um auf den Zug aufzuspringen, hat verloren.“

Aus diesem Grund setzt Philips verstärkt auf eine gute Schulung seiner Handelspartner. Dabei ist das Unternehmen durchaus auch zu höheren Investitionen bereit. Jüngstes Beispiel neben den permanent stattfindenden Trainings sind die in vielen Outlets zu sehenden Ambilight-Wände. „Wir haben bislang über 800 Ambilight-Wände in die Geschäfte gebracht, um dem Endkunden deutlich zu machen, welche Vorteile Ambilight bietet und wie augenschonend der Fernsehgenuss ist“,

unterstreicht Henrik Köhler. Für Philips wird das TV-Display das Kommunikationszentrum zu Hause. Mittlerweile haben die Händler das Thema Streaming verstanden, wobei die Geräte jetzt wirklich nach dem Plug and Play-Prinzip funktionieren. Und die Entwicklung geht weiter. So sind die aktuellen Displays bereits netzwerkfähig, und in Kürze kommt die WLAN-Funktionalität hinzu.

„Wenn der Handel bereit ist, sich diesen Dingen zu stellen und sie mitgestaltet, wird er erfolgreich sein“, untermauert Köhler. „Wir bieten heute und in Zukunft Lösungen an, um dem Anwender die neue Welt von Consumer Lifestyle zu erschließen. Auf diese Weise soll sich der Verbraucher stärker mit unseren Produkten identifizieren und sich für Philips begeistern. Mit Flat-TV als Motor haben wir vor allem unter dem Motto ‚Ambiente und Wohlfühlen‘ eine große Chance.“

www.philips.de



UE

Full-HD LCD-TV von TechniSat in 32 Zoll

TechniSat startet die Produktion und Auslieferung seines neuen Full-HD LCD-Digitalfernsehers HDTV 32. Mit 81 cm Bildschirmdiagonale bietet auch das kompakteste Modell der TechniSat HDTV LCD-Digitalfernseher mit integriertem Dual-HDTV-Multituner alle Ausstattungsmerkmale wie die Modelle HDTV 40 und HDTV 46. Das aktuelle Modell gibt es mit neuem Gehäuse und neuem Lautsprecherdesign. Das Gehäuse ist in der Farbe schwarz erhältlich, welches wahlweise mit den Farbapplikationen Silber-Metallic, Anthrazit-Metallic oder



Hochglanz-Schwarz kombiniert wird. Die Auslieferung startet mit der Farbkombination Schwarz/Schwarz-Hochglanz. Die Varianten Schwarz/Silber-Metallic und Schwarz/Anthrazit-Metallic folgen Anfang 2009. Der Stromverbrauch des neuen TechniSat 32-Zoll-LCD-Fernsehers liegt im Standby-Betrieb unter 0,2 Watt. Mit dem serienmäßig integrierten Dual-HDTV-Multituner können digitale und analoge TV- und Radioprogramme ohne zusätzlichen Digitalreceiver über sechs unterschiedliche Übertragungswege empfangen werden. Zum Empfang von verschlüsselten TV- und Radioprogrammen sind die TechniSat HDTV-Modelle mit zwei CI-Schnittstellen und einem Smartcard-Leser für das Entschlüsselungssystem Conax ausgestattet. Der HDTV 32 ist für 2.199,99 Euro erhältlich. www.technisat.de

Denon stellt neuen Blu-ray-Universalplayer vor

Denon bringt im März 2009 seinen lang erwarteten Blu-ray-Universalplayer DVD-A1UD auf den Markt. Der neue High-End-Spieler vervollständigt die Referenz-Heimkino-Serie, bestehend aus dem AV-Vollverstärker AVC-A1HDA sowie der Vor-/Endstufenkombination AVP-A1HDA und POA-A1HD. Als echter Universalplayer gibt der Denon DVD-A1UD nicht nur Blu-ray Discs in bester Bild- und Tonqualität aus. Er unterstützt zudem die Wiedergabe von Super Audio CDs (SACD), DVD-Audio, DVD-Video und CDs in höchster Güte. In Kombination mit dem völlig neu entwickelten Denon Link 4th und der bekannten HDMI-Übertragungstechnologie,



können erstmals digitale Signale von allen optischen Discs mit minimalem Jitter (zeitliche Fluktuationen bei der Datenübermittlung) übertragen werden. Darüber hinaus ist der neue Denon der erste Universalplayer, der analoge Signale über einen voll-symmetrischen 2-Kanal-Anschluss ausgeben kann. www.denon.de

Toshiba bringt sprechenden Projektor

Mit der Voice Guidance-Funktion stellt Toshiba eine neue Form der Bedienerfreundlichkeit bei den Projektoren x200 (XGA-Auflösung) und der wx200 (WXGA-Auflösung) vor. Das Handling wird dabei durch sprachgestützte Bedienungsanweisungen erleichtert, so dass auch für den weniger versierten Anwender die Nutzung zum Kinderspiel wird. Anhand von 27 voreingestellten Handlungsszenarien wird die Voice Guidance aktiv: Ist etwa der Notebook-Ausgang für die Projektoren-anbindung falsch eingestellt, wird der Nutzer durch gesprochene Hinweise darauf aufmerksam gemacht. Auch wenn das Gerät kurz nach dem Ausschalten noch in der Abkühlphase wieder gestartet werden soll, weist die Sprachinformation darauf hin, dass dies aufgrund der noch zu heißen Lampe ein wenig dauert. Als erste Modelle mit dieser Technikneuheit kommen die beiden Projektoren der Mobilkategorie x200 und wx200 auf den Markt. Der 3.000 Lumen starke x200 ist ab sofort zum Preis von 1.690 Euro im Fachhandel erhältlich; der wx200 mit einer Leuchtstärke von 2.200 Lumen folgt im Dezember für 1.090 Euro (jeweils UVPs zzgl. MwSt.). www.toshiba.de

Armani und Samsung gestalten Design-Display

Ab sofort gibt es einen besonders guten Grund, den Fernseher in den Mittelpunkt eines stilvollen Ambientes zu stellen: den Armani/Samsung TV. Der neue Luxusfernseher wurde vom italienischen Modedesigner Giorgio Armani entworfen und von Samsung entwickelt. Durch die Symbiose aus Spitzentechnologie und zeitlos elegantem Stil verbindet er das Beste aus zwei Welten. Das wahlweise in 46 oder 52 Zoll Bildschirmgröße erhältliche Luxusgerät ziert eine Frontscheibe aus schwarz gefärbtem Glas, die innen befestigt ist und ohne Rahmen auskommt. Die Rückseite des Geräts besteht aus schwarzem Acryl. Platziert wird der Fernseher auf einem Holzstandfuß aus



der Armani Casa-Kollektion. Der Full-HD LCD-Fernseher liefert brillante und dynamische Bilder in 1.920 x 1.080-Pixel-Qualität. Die „Digital Natural Image engine Pro“-Technologie sorgt für Details und Klarheit, während der „Wide Colour Enhancer“ natürliche Farben, mehr Tiefe und eine größere Intensität der Darstellung erzeugt. Das integrierte Lautsprechersystem, zu dem separate Tieftöner und die „Real Movie Downfiring Speaker“ gehören, verwöhnt den Zuschauer mit Klang in Kino-Qualität. www.samsung.de

Ultra-Wide-Sound für Displays

Winglet ist das erste Sound-System für Flachbildschirm-Fernseher. Fast unsichtbar hinter dem Bildschirm angebracht, ersetzt es HiFi-Lautsprecher und Home-Theater-Systeme. Die neue patentierte Technologie der akustischen Düsen erzeugt eine leistungsfähige und präzise Bass-Wiedergabe.



Ein zusätzlicher Subwoofer wird nicht mehr benötigt. Kabel und Lautsprecher verschwinden hinter dem Bildschirm und sind damit unsichtbar. Das Sound-System hängt einfach an der Rückseite des Flachbildschirms – mehr braucht es nicht für Kineton und Musik in Perfektion. Winglet wird direkt mit dem TV-Gerät verbunden, eine zusätzliche Bedienung ist nicht notwendig. Das Klangfeld aus den Surround-Flügeln bringt den Zuschauer und -hörer direkt in die Mitte des Ultra-Wide-Sounds.

Es müssen keine zusätzlichen Lautsprecher mehr in den Raumecken platziert werden. www.living-ce.de

Sharps neuer Blu-ray Player BD-HP21S

Der multifunktionale Blu-ray Player Aquos BD-HP21S liest Blu-ray, DVD oder CD. Mit Full-HD und 1.080p/24Hz-Ausgabe ausgestattet, liefert er flimmerfreie Bilder. Dolby True HD und DTS-HD sorgen für eine originalgetreue Tonwiedergabe. Darüber hinaus hat der neue Blu-ray Player einen Energieverbrauch von nur 26 Watt im On- und 0,5 Watt im Standby-Modus. Überall Anschluss findet das Gerät durch einen HDMI-1.3-Ausgang, einen Komponenten- und Videoausgang, einen Audio-Ausgang links und rechts sowie einen optischen digita-



len Audio-Ausgang. Im Lieferumfang sind eine Fernbedienung inklusive Batterien, ein ausführliches Bedienungshandbuch, ein AV- sowie ein Stromkabel enthalten. Der BD-HP21S ist ab sofort für 299 Euro im Handel erhältlich. www.sharp.de

Verbatim bringt Blu-ray DL 2x mit 50 GB

Rechtzeitig zu Weihnachten stellt Verbatim eine aufnahmefähige Dual Layer Blu-ray Disc mit 50 GB Speicherplatz und zweifacher Brenngeschwindigkeit vor. Die Verbatim BD-R 2x DL 50 GB ist ab sofort im 5er-Pack-Jewelcase für 89 Euro und in der 10er-Spindel für 169 Euro (UVP) erhältlich. www.verbatim.de

TECHNISAT HAT DIE HDTV-TESTSIEGER!

Qualität Made in Germany.

TechniSat HDTV 40
LCD-Digitalfernseher mit integriertem HDTV-Empfang und digitalem Videorekorder.
Der TechniSat HDTV 40 ist im autorisierten Fachhandel ab UVP 2.599,99 € erhältlich.

TechniSat DigiCorder HD S2
HDTV-SAT-Receiver mit integriertem digitalen Videorekorder.
Der TechniSat DigiCorder HD S2 ist im autorisierten Fachhandel ab UVP 599,99 € erhältlich.

TechniSat MADE IN GERMANY Arbeitsplatz sicher

3911/12/08

schärf DIGITAL

TESTSIEGER GUT (1,9) im Test DigiCorder HD S2

Stiftung Warentest

TechniSat

WWW.TECHNISAT.DE

TECHNISAT: DIE SUMME ALLER VORTEILE.

Sonys Bravia Zoetrop erklärt Motionflow 200 Hertz

Die Japaner setzen die älteste Filmtechnologie der Welt ein, um die neueste Bewegtbild-Technologie der Welt zu demonstrieren. Das Zoetrop ist ein im 19. Jahrhundert erfundenes Gerät, das aus einer Folge statischer Bilder kurze „Filme“ erzeugt. Für Sony bietet dieses Gerät die ideale Möglichkeit zu veranschaulichen, wie die Motionflow 200 Hertz-Technologie in unserer heutigen Fernsehwelt außerordentlich flüssige Bildfolgen entstehen lässt. Das Bravia Drome wurde eigens gebaut, um den Konsumenten die Funktionalität der Motionflow-Technologie zu demonstrieren. Gleichzeitig lanciert Sony zum ersten Mal eine weltweite Werbekampagne für seine neue TV-Marke. In dem TV-Spot, der derzeit in



Venaria in der Nähe von Turin gedreht wird, spielt der brasilianische Ausnahme-Fußballer Kaká die Hauptrolle, der mit dem Titel „FIFA-Weltfußballer des Jahres“ und dem Goldenen Ball ausgezeichnet wurde. Der FIFA World Cup-Gewinner erscheint in einer Serie von Bildern im Inneren des Bravia Dromes und gibt Kostproben seines Könnens. Das Thema Fußball demonstriert die Vorzüge der Motionflow 200 Hertz-Technologie am besten. Die innovative Technologie macht mit flimmernden Bildern Schluss und sorgt dafür, dass der Flug des Balls ins Netz extrem fließend wirkt. Auch schnelle Actionszene in Filmen werden wesentlich flüssiger und schärfer wiedergegeben. Die Kampagne umfasst jedoch mehr als einen Fernsehspot: Das Bravia Drome wird in Print-, Online- und Below-the-line-Elementen der Gesamtkampagne erscheinen. Sony hat zudem zahlreiche Inhalte exklusiv für Blogger, Websites und Social Networks entwickelt, die den Internetnutzern ihr ganz persönliches Bravia Drome-Erlebnis bieten werden. „Es geht darum, ein wirklich spektakuläres, dabei aber glaubwürdiges Erlebnis zu vermitteln“, so Giles Morrison, General Manager, Marketing Communications Sony Europe. www.sony.de



Toshiba: Kombirekorder mit VHS-, DVD- und Festplattenlaufwerk

Drei Geräte in einem

Die Glanzzeiten der VHS-Kassette sind vorbei, DVD und Blu-ray beherrschen die Szene. Dennoch stehen Millionen bespielter VHS-Kassetten voll mit Erinnerungen bei den Anwendern in Regalen oder Kartons. Diesen Markt bedient Toshiba jetzt mit seinen neuen Kombirekordern und schafft eine einfache Möglichkeit, Videomaterial zu kopieren.

Mit einem neuen Modell erweitert Toshiba sein Angebot an DVD-Rekordern: Der RDXV48KTE ist das Nachfolgemodell des erfolgreichen 3er-Kombi-Rekorders RDXV47KTE und vereint mit integrierter Festplatte, DVD-Brenner und VHS-Laufwerk alle aktuellen Aufnahmesysteme in einem Gerät.

Für die neue Auflage wurde der Alleskönner allerdings noch um zahlreiche Funktionen erweitert, so dass er nun zusätzlich mit einem integrierten DVB-T-Tuner, HDMI-Schnittstelle, Upscaling-Funktion bis zu 1.080p und einem DV-Eingang aufwarten kann. Ebenso neu im Portfolio ist der VHS-DVD-Rekorder DVR52KTF, der sich dank Komponentenausgang durch eine hohe Bildqualität

auszeichnet und mittels DVB-T-Receiver-Steuerung sowie Timeslip Bedienkomfort garantiert.

Einfache Bedienung

Neben Aufnahme- und Wiedergabemöglichkeiten für DVD, Festplatte und Videokassette punktet der Kombi-Rekorder mit kinderleichter Bedienung: Auf Knopfdruck (One-Touch-Copy) kopiert er nicht kopiergeschütztes Material in insgesamt sechs Richtungen – also von Festplatte auf DVD, von VHS auf Festplatte sowie von DVD auf VHS und umgekehrt. Die Festplatte umfasst eine Speicherkapazität von 160 GB, was für eine Aufnahmedauer von bis zu 272 Stunden reicht.

Toshiba legt großen Wert auf maximale Bildqualität und verlust-

freie Verarbeitung. Deshalb bringt der RDXV48KTE einen DVB-T Tuner mit, so dass digitales TV-Material direkt aufgezeichnet werden kann. Für die adäquate Signalweitergabe an den TV setzt Toshiba auf die HDMI-Schnittstelle. Aufgrund der zunehmenden Verbreitung Full-HD fähiger TVs verfügt der Kombirekorder nun auch über eine Upscaling-Funktion – die optimale Wiedergabe des Archivmaterials mit einer Auflösung von bis zu 1.080p ist damit sichergestellt. Für Freude bei Filmen wird zudem der DV-Eingang sorgen, dank dem sich digitale Camcorder perfekt anbinden lassen. So können die privaten Videos in sehr guter Qualität geschnitten werden.

Für erfreulich hohen Bedienkomfort sorgt neben der „One-Touch-Copy“-Funktion die Möglichkeit, den Aufnahmemodus des Rekorders via Satellite-Link von einem angeschlossenen DVB-Receiver zu steuern sowie das Timeslip-Feature für zeitversetztes Fern-



Toshibas Kombirekorder RDXV48KTE erlaubt das schnelle Umkopieren von VHS-Material auf DVD oder Festplatte und verarbeitet sämtliche +/- R(W)-Rohlinge. Archivmaterial wird dank der Upscaling-Funktion mit einer Auflösung von bis zu 1.080p dargestellt.

sehen. Besonderes Augenmerk hat Toshiba auf eine hohe Medienkompatibilität gelegt. Neben DVDs, VCDs und SVCDs können

daher auch DivX- beziehungsweise JPEG-Dateien sowie MP3s wiedergegeben werden.

www.toshiba.de

Neue Warenpakete von Duracell

Ab sofort bietet Duracell wieder attraktive Warenpakete für Fachhändler. Neben der Möglichkeit, ihren Kunden ein umfassendes Batterie- und Akkuportfolio von Duracell zu bieten, erhalten sie darüber hinaus eine attraktive Prämie. Im kleinen Warenpaket ist das leistungsstarke Samsung Handy SGH-760 enthalten, im großen der elegante Samsung Multiformat-DVD-Recorder HR749. Die Pakete mit Batterien der Typen Plus und Ultra sind zu einem Listpreis von Euro 1.037,00 beziehungsweise Euro 1.298,80 (exklusive Mehrwertsteuer) erhältlich. Eine Auswahl an Thekendisplays rundet das Angebot für Fachhändler ab. Das Duracell Thekendisplay Mobile Energiequelle mit Pocket und Instant Charger enthält je zwölf Pocket und sechs Instant Charger; das Duracell Thekendisplay mit Daylite Taschenlampen enthält je zwei große (AA) und zwei kleine (AAA) Daylite Taschenlampen. Hierzu gibt es eine Daylite mit drei AAA Plus Batterien gratis. www.duracell.de



Sagem: Bilderrahmen im XXS-Slim-Design

Der AgfaPhoto AF5135MS gehört mit seiner Bilddiagonale von 33,8 Zentimetern zu den größten seiner Klasse. Dank der Bildauflösung von 1.200 x 800 Pixeln werden Fotos, Videos und Musik auf dem 13,3-Zoll-LC-Display in hoher Qualität wiedergegeben. Die einfache Handhabung ermöglicht die mitgelieferte Fernbedienung. JPEG-Fotos sowie Videos im MJPEG- und



MPEG4-Format kann der Nutzer entweder über den internen 256 MByte großen Speicher, die USB-Schnittstelle oder den integrierten Speicherkartenleser abspielen. Für eine Diashow ist es außerdem möglich, die Fotos mit MP3-Musik zu hinterlegen. Zusätzlich verfügt der digitale Bilderrahmen über eine Uhrzeitanzeige, Kalender- und Weckfunktion. Die XXL-Bilderrahmen können in der Empfangshalle, in einem Schaufenster oder privat Zuhause als Blickfang eingesetzt werden. Die im Lieferumfang enthaltenen Wechselrahmen in Schwarz-, Alu- und Holzoptik sorgen dafür, dass sie sich optisch an jede Umgebung anpassen können. www.sagem.com

Flache HDMI-Kabel von G&BL

G&BL präsentiert eine neue Serie hochwertiger HDMI-Kabel. Die neuen Flachkabel erfüllen alle Parameter und Zertifizierungen für HDMI 1.3, Kategorie 2, und sorgen für ein deutlich ungestörtes Bild. Die HDMI-Kabel der 2. Kategorie von G&BL unterstützen Pixelraten von bis zu 340 MHz, der höchsten derzeit via HDMI möglichen Bandbreite. Damit können Videosignale im 1080p-Standard übertragen werden, selbst wenn diese mit erhöhter Farbtiefe oder gesteigerter Bildwiederholfrequenz arbeiten. Auch hohe Bildschirmauflösungen von bis zu 2.560 x 1.440 Pixeln lassen sich über HDMI-Kabel der 2. Kategorie generieren. G&BL bietet seinen Kunden inzwischen 10 verschiedene HDMI-Kabel-Serien, um jeder Qualitäts- und Preisstufe, jeden technischen Eigenschaften und jeder Anwendungsart gerecht zu werden. Die beiden Kabel-Serien für höchste Ansprüche sind die Luxury Flat und



Luxury Nitrogen-Reihe. Dank der hartvergoldeten, speziell geschirmten Metallstecker erreichen die Kabel aus der Luxury Flat Reihe Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 10,2 GB/s. Die Flachkabel umhüllt eine



Stoffummantelung, sie garantiert eine perfekte Schirmung, elegantes Design und maximale Flexibilität. Die flachen Kabel sind Kategorie 2 zertifiziert und zu Kategorie 1.1 und 2.1 abwärtskompatibel. Sie sind für LCD- und Plasma-Bildschirme mit einer hohen Auflösung bis Full-HD geeignet und können für HD-Leser wie Blu-Ray sowie DVD-kompatible Playstation 3 eingesetzt werden. Sie unterstützen Surround Sound Audio-Dolby TrueHD und DTS-HD 5.1/7.1. Die Silberkontakte sind gelötet. Das Kabel kann Auflösungen von 720p/1.080i/1.080p übertragen. Die Preise: 1 Meter: 99,99 Euro, 3 Meter: 129,99 Euro, 5 Meter: 159,99 Euro und 10 Meter: 249,99 Euro. www.gebl.net

ViewSonic zeigt lichtstarken LCD-Projektor

Mit dem PJL7201 stellt ViewSonic einen vielseitigen und lichtstarken LCD-Projektor vor, der auf die Bedürfnisse von Bildungseinrichtungen und Unternehmen abgestimmt ist. 2.700 Lumen und die XGA-Auflösung (1.024 x 768) sorgen selbst in hellen Umgebungen für klare, brillante Darstellungen. Verpackt in einem attraktiven Schwarz- und Silber-Design bietet das Modell die neueste Poly-Silizium-LCD-Technologie mit Microlens-Array für eine

brillante Farbwiedergabe und höchste Farbgenauigkeit. Aufgrund der seitlichen Zugänge zur Lampeneinheit und zum Luftfilter gestalten sich Wartung und Lampenaustausch leicht und kostengünstig. Ein RGB-VGA- und ein DVI-I-Anschluss (analog und digital mit HDCP) ermöglichen es, zwei Computer parallel mit dem Projektor zu verbinden. Komponenten-, S-Video- und Composite-Eingänge eröffnen viel Spielraum für dynamische Präsentationen. Ein integrierter VGA-Ausgang erlaubt es, die Präsentation auf einem separaten Monitor darzustellen. Das Weitwinkel-Zoomobjektiv projiziert bereits aus einer Entfernung von nur 1,7 m eine Bild-



diagonale von mehr als 1,5 m (60“) und ermöglicht große Präsentationen selbst in kleinsten Räumen. Der PJL7201 bietet zahlreiche spezielle Ausstattungsmerkmale, die auf den Einsatz in Unternehmen und im Bildungssektor ausgerichtet sind: beispielsweise ein vom Anwender definierbares Startbild etwa zur Einblendung des Firmenlogos und ein optionaler Passwortschutz gegen versehentliche oder unbefugte Änderungen. Zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 749,- Euro inkl. MwSt. ist das mobile Allroundtalent PJL7201 ab sofort im Handel erhältlich. www.viewsonic.de



SAT

DVB-T-Multimedia-Player von TechniSat

Der neue TechniSat TechniMax 2 vereint alle Funktionen eines Multimedia-Players mit einem leistungsfähigen DVB-T-Empfänger in einem Gerät. Der Multimedia-Player verfügt über ein Touchscreen-Display für eine intuitive Bedienführung. Auf der linken Seite des Gerätes ist ein Eingabestift zur Bedienung eingelassen. Das Gerät empfängt über seinen DVB-T-Tuner TV-Programme und stellt diese auf dem 4,3-Zoll-Display



dar. Auf der linken Seite lässt sich eine flexible und frei drehbare Teleskop-Antenne ausziehen. Die 4 GByte interner Speicher können über einen SD-Steckplatz durch die neuen 16-GByte SD-Karten bis auf 20 GByte aufgestockt werden. Nach dem Anschluss an einen Computer wird der TechniMax 2 als USB 2.0-Massenspeicher erkannt. Das Gerät kann fast 40 Stunden Musik und sieben Stunden Videos ohne Ladepause wiedergeben. 3,5 Stunden DVB-T-Laufzeit genügen auch für längere Spielfilme. Zum Lieferumfang gehören eine Halteschleife, ein Stecker-Netzteil, ein kleiner Ständer, passende Ohrhörer, ein USB-Datenkabel sowie eine Schutztasche.

www.technisat.de

Astra startet neuen Blucom-Browser

Die Astra Tochter APS (Astra Plattform Services) hat den interaktiven Dienst Blucom um neue technische Funktionalitäten erweitert. Neben den bisherigen Blucom-Anwendungen, beispielsweise ergänzende Informationen zeitsynchron zum laufenden TV-Programm oder die Teilnahme an Abstimmungen und weiteren Aktionen, ist die neue Browserversion in der Lage, Video- und Audiostreams auf einem handelsüblichen Handy abzubilden. Zur Nutzung der Playerfunktionen für das Mobiltelefon benötigen Endkunden lediglich ein Handy, das den neuen Blucom-Browser integriert hat. Mit der Erweiterung der Funktionalitäten und der damit verbundenen technischen Weiterentwicklung wurde auch die grafische Benutzeroberfläche des Blucom-Browsers neu gestaltet. Alle Funktionalitäten sind intuitiv abrufbar und einfach per Knopfdruck zu aktivieren. www.astra.de

Satspeed in Spanien

Den satellitengestützten Internetservice Satspeed gibt es ab sofort auch in Spanien. Schott hat dort eine Niederlassung eröffnet. Der monatliche Einstiegstarif für den

Breitbandzugang liegt bei 28,90 Euro. Dieser bietet Maximalgeschwindigkeiten von bis zu 2.048 kbit/s im Download und von 384 kbit/s im Upload. Kunden können von Spanien aus zudem mit einem VoIP-fähigen Endgerät über den www.satcall.de Gateway für eine monatliche Flatrate von 9,95 Euro ins gesamte Festnetz der 27 EU-Staaten telefonieren. Schott ist mit Breitbanddiensten bereits in der Schweiz, Griechenland und Lettland vertreten. Im Gegensatz zu anderen Anbietern verzichtet Schott auf Mindestvertragslaufzeiten. www.satspeed.de

DVB-S CI-Receiver OR 53D von Wisi

Wisi hat mit dem neuen OR 53D einen DVB-S CI-Receiver mit HDMI-Aus-

gang in den Handel gebracht. Das Gerät hat zwei Common Interface Slots für den Einsatz von CA-Modulen (Conditional Access). Für eine erstklassige Bildübertragung auf TV-Displays sorgen die HDMI-Schnittstelle und der interne Upscaler für



die Formate 576i, 576p, 720p und 1080i. Der OR 53D ist bereits PVR ready und ermöglicht über die USB 2.0-Schnittstelle Aufnahmen und Programm-Mitschnitte auf einer externen USB-Festplatte. Zusätzlich hat der Receiver einen optischen

Audio-Digital S/PDIF sowie einen analogen Audio L/R Ausgang. Zudem besteht die Wahl zwischen den Signalformaten FBAS, RGB, Y-C und YUV. Über die beiden Scart-Buchsen lassen sich ein TV-Gerät und ein Videorecorder anschließen. Der OR 53D ist vorprogrammiert und Astra Duo tauglich, unterstützt Dseq 1.2 und hat eine automatische Bildschirmdatumschaltung in 16:9 und 4:3 sowie Letterbox. www.wisi.de

Premiere-kompatibler HDTV-HD-Receiver

Humax und der Abosender Premiere liefern noch zum Weihnachtsgeschäft einen Premiere-geeigneten HDTV-Festplatten-Receiver aus der iCord-Produktfamilie aus. Der Humax PDR iCord HD empfängt digitales Fernsehen einschließlich HDTV sowie das gesamte Premiere Programm. Zum Empfang des Premiere Programms benötigt man nur die entsprechende Smartcard, denn das Premiere Zugangssystem ist integriert.

Ein zusätzlicher Common-Interface Schacht sorgt für Flexibilität beim Empfang weiterer Pay-TV-Programme. Die 250-GByte-Festplatte ermöglicht Aufzeichnungen in HD (ca. 30 Std.) und Standard-Auflösung (ca. 150 Std.). www.humax.de

sky vision mit neuem Internetauftritt

Ab sofort präsentiert sich der Vollsortimenter digitaler Empfangstechnologie im Internet in neuem modernem Design mit übersichtlicher und klarer Menüstruktur. Dabei hat man besonders auf die Bedürfnisse der Händler reagiert und vor allem das Shopsystem so gestaltet, dass der Fachhändler ohne Umwege schnell auf die gesuchten Informationen zugreifen kann. Der Shop verfügt ab sofort über eine Bestellhistorie für jeden angemeldeten Händler sowie ein RSS-Feed zur schnellen Information bei Neuerungen. Daneben können Produkt-Neuerscheinungen und Kaufempfehlungen eingesehen und die Geräte mit der größten Nachfrage ermittelt werden. www.sky-vision.de

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

STRONG SRT 6020

Ertrags- und leistungsstarker Bestseller für Ihr Weihnachtsgeschäft

Sofort lieferbar!

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

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

STRONG DIGITAL TV

90 Prozent DVB-T-Abdeckung in Deutschland bis Ende 2008

In gut fünf Jahren wurde die komplette Infrastruktur für das Fernsehen via Antenne in Deutschland auf digitale Technik umgestellt. Das Jahr 2008 entwickelt sich zum „DVB-T-Jahr“. Die Digitalisierung wird, wie von den Marktteilnehmern geplant, zum Ende dieses Jahres abgeschlossen sein. Über 90 Prozent der Einwohner Deutschlands können dann ihre Programme über Antenne digital empfangen. Der terrestrische Übertragungsweg ist mit DVB-T der erste, der die Digitalisierung bis 2010, die im Jahr 1998 beschlossen wurde, umgesetzt hat – sogar zwei Jahre vor diesem Zieldatum.

DVB-T ermöglicht den Fernsehzuschauern in vielen Ballungsräumen den Empfang von derzeit bis zu 30 Programmen der öffentlich-rechtlichen und privaten Programmanbieter. In Analogtechnik waren maximal zwölf Programme möglich, tatsächlich aber standen in den meisten Regionen höchstens fünf oder sechs Programme zur Wahl. Außerhalb der Ballungsräume lassen sich anstelle der drei öffentlich-rechtlichen in der Regel zwölf digitale Programme von ARD und ZDF in besserer Qualität empfangen. Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, erklärt: „Das digitale terrestrische Fernsehen DVB-T bietet für den Zuschauer einen Mehrwert. Neben der Programmvierfalt und besserer Qualität von Bild und Ton ist dies auch die zusätzliche Möglichkeit des mobilen Empfangs, beispielsweise im Auto oder mit dem Mobiltelefon.“

Wie die jüngsten Zahlen der gfu und der GfK belegen, wurden seit dem Start 2003 mehr als 16 Millionen DVB-T-Geräte verkauft. Waren es in der Anfangszeit überwiegend Set-Top-Boxen, so dominieren heute Flachbildschirme mit eingebautem DVB-T-Empfangsteil und Empfangslösungen für den Computer (DVB-T-USB-Sticks und PC-TV-Karten). Zudem gibt es andere Varianten wie portable Geräte, DVD-Recorder, Mobiltelefone und Einbaugeräte für Fahrzeuge. Der neue TechniSat TechniMax 2 vereint alle Funktionen eines Multimedia-Players mit einem leistungsfähigen DVB-T-Empfänger in einem Gerät. Der Multimedia-Player verfügt über ein Touchscreen-Display für eine intuitive Bedienführung. Auf der linken Seite des Gerätes ist zusätzlich ein Eingabestift zur Bedienung eingelassen. Insgesamt verzeichnet die Liste der in Deutschland im Fachhandel angebotenen Geräte derzeit über 800 verschiedene Gerätetypen.

Die Ursachen für diese dynamische Marktentwicklung sind die gemeinsame Strategie der Programmanbieter, Netzbetreiber und Geräteindustrie sowie der konsequente Netzausbau. Ein attraktives Programmangebot und kostengünstige Endgeräte überzeugten den Konsumenten. DVB-T konnte erfolgreich im Markt verankert werden und erfreut sich steigender Akzeptanz. Auch wenn der Umstieg auf das digitale Antennenfernsehen zum Jahresende abgeschlossen ist, wird die technische DVB-T-Versorgung hier und da noch verbessert werden. Daneben rechnen Insider nach wie vor damit, dass auch die privaten Sender ihre DVB-T-Verbreitung außerhalb der Ballungsräume erweitern werden. Auch im Gerätemarkt wird das Angebot weiterentwickelt und vergrößert, zum Beispiel für den DVB-T-Empfang in Automobilen. www.ueberall-tv.de



MP3



Neuer USB-Akkulader von Varta mit LC-Display

Haben die Akkus der Digicam noch ausreichend Power für den Wochenendtrip in den Schnee? Sind die Zellen des MP3-Players noch frisch genug für die Zugfahrt nach Frankfurt? Das neue LCD Ladegerät von Varta beantwortet Fragen dieser Art in zehn Sekunden. Dazu braucht man nur die Akkus in das Gerät einzulegen und das aktuelle Ladeniveau im Display abzulesen. Müssen die Zellen aufgeladen werden, können sie gleich im Charger bleiben und sind in zwei bis vier Stunden wieder fit für den nächsten Einsatz. Für das energiesparende Laden wurde Vartas Akku-Lader mit dem Energy Star-Gütezeichen versehen. Zudem sorgen die mitgelieferten Adapter für noch mehr Mobilität und Flexibilität überall dort, wo digitale Geräte im Einsatz sind. Denn der Charger kann sowohl über den Zigarettenanzünder im Auto als auch über seine USB-in Funktion am Laptop betrieben werden. Außerdem ermöglicht die Netzspannung von 100 bis 240 Volt den Einsatz des Laders auf der ganzen Welt.



Angeboten wird das neue LCD Ladegerät von Varta in drei Varianten. Die preisgünstigste Version beinhaltet nur den Charger nebst Zubehör. Ein attraktiver Kaufanreiz für alle Kunden, die sich bereits mit neuen Zellen eingedeckt haben, aber immer noch ein altes, energieintensives Ladegerät nutzen. Darüber hinaus gibt es den Lader im Paket mit vier AA-Zellen der Stärke 2500 mAh oder mit vier AA-Zellen der Stärke 2700 mAh. Mit diesen drei Angebots-Paketen schafft Varta zum Jahresbeginn – traditionell die Zeit, in der viele Kunden nach fehlendem Zubehör für ihre digitalen Weihnachtsgeschenke Ausschau halten – attraktive Kaufanreize am POS.

www.varta-consumer.de

iPod Soundstation von Boston Acoustics

Das i-DS3 ist eine iPod Soundstation mit Subwoofer. Dieser Subwoofer wird mittels WLAN Technik angesteuert. Das hochleistungsfähige Lautsprechersystem ist eine 2-Wege Konstruktion mit 100 Watt Leistung. Dank DSP und BassTrac Technologie wird eine sehr gute Klangqualität erreicht. Das System kann von allen Besitzern der gängigen iPod-, iTouch-, iPhone-Modelle eingesetzt werden. Darüber hinaus verfügt der i-DS3 über zahlreiche Ausstattungs- und Anschlussmöglichkeiten, die keine Wünsche mehr offenlassen.



Das Modell i-DS3 ist in Hochglanz Schwarz und Hochglanz Weiß erhältlich. Optional gibt es weitere Farbgrills in verschiedenen Farben.

www.bostona.eu

bazoo Odin 2.2 Speaker System

Ein kräftiger Sound und vor allem druckvolle Bässe geben manchem Song erst den perfekten Klang. Wer die harten Töne liebt, wird sich daher auch für das Odin 2.2 Speaker System von bazoo begeistern. Hier kommt erstmalig die neue 2.2 Bass Techno-

logy mit einem doppelten Basslautsprecher zum Einsatz. Zusammen mit einer Ausgangsleistung von 830 Watt entsteht ein satter Bass-Sound. Höhen und Bässe können außerdem getrennt geregelt und damit auf den individuellen Geschmack angepasst



werden. Über den 3,5 mm Klinkenausgang können vielfältige Signalquellen wie Soundkarten, MP3-Player oder HD-Player angeschlossen werden. Eine magnetische Abschirmung verhindert darüber hinaus mögliche Signalstörungen. Das moderne Design mit einer Hochglanzfront aus Klavierlack und chromfarbenen Bedienelementen steht dem Sound in nichts nach. Ein blauer Power-LED Streifen und zwei rote Bass-LED Streifen runden das Design ab.

www.vivanco.de

YP-Q1 mit Text-to-Speech Funktion

Samsungs flacher MP3-Player ist mit einem 2,4-Zoll-QVGA-Display für eine großzügige Foto- und Videowiedergabe ausgestattet. Die Text-to-Speech Funktion macht den Player zu einem mobilen Sekretär, der gespeicherte Textdateien in Audio-Files konvertiert.

DNSe 3.0 sorgt für einen Sound, der anspruchsvollen Musikliebhabern vom Rocker bis zum Klassiker gerecht wird. Der Player ist mit 4 GByte, 8 GByte und 16 GByte Speicherkapazität sowie in den Farben Schwarz, Weiß oder Silber erhältlich und bietet Platz für bis zu 4.000 Songs, 30 Stunden Video-Aufnahmen oder 21.000 Fotos. Mit einer Akkuladung liefert der YP-Q1 bis zu 30 Stunden ununterbrochenen Hörgenuss.

www.samsung.de

iPhone-Soundsystem mit Drehmechanismus

Logic3 stellt mit der i-Station Rotate ein iPhone Soundsystem vor, das mit einem neuartigen Drehmechanismus den Anschluss des iPhone im Hoch- oder Querformat ermöglicht. Der Dock Connector Anschluss des Soundsystems ist drehbar gelagert, so dass das iPhone (oder auch iPod touch und iPod nano 4G) zum Betrachten von Videos einfach ins



Querformat gedreht werden kann. Dieses kompakte und einfach zu bedienende Gerät verfügt über eine Leistung von 10 Watt RMS. Es ist mit einer TDMA Rauschunterdrückung ausgerüstet, so dass keine Störgeräusche zu hören sind, wenn das iPhone klingelt oder man im Web surft. Bei eingehenden Anrufen wird die Musik unterbrochen und der Anrufer kann über den Lautsprecher gehört werden. Der Video Ausgang

des Soundsystems ermöglicht den Anschluss an den Fernseher. Mit der Fernbedienung kann man sowohl das Soundsystem steuern als auch durch die Menüs des iPhone oder iPod navigieren. i-Station Rotate kann mit dem mitgelieferten Netzteil oder mit Batterien betrieben werden und ist dank Transporttasche ein perfekter Begleiter für jede Reise. Ein 3,5 mm Klinkeneingang ermöglicht den Anschluss anderer Audiogeräte.

www.logic3.de

dnt bringt Sound2Move

Das neue drahtlose Lautsprechersystem Sound2Move besteht aus 2 leistungsstarken akkubetriebenen Bassreflex-Lautsprecherboxen, die auch 40 m von der Ladestation entfernt ein volles und ausgewogenes Klangbild liefern. Das Design wurde mit dem iF product design award 2009 ausgezeichnet. Sound2Move ist die perfekte mobile Erweiterung eines jeden PCs, Radios, MP3 Players oder jeder HiFi-Anlage, sämtliche hierzu erforderlichen Kabel und Adapter, wie z. B. Cinch zum Anschluss an die Stereoanlage oder Audiokabel mit 3,5 und 6 mm Stecker, sind bereits im Lieferumfang enthalten. Die leistungsstarken Lithium-Ionen Akkus erlauben einen Funkbetrieb von bis zu 4 Stunden, eine intelligente Ladetechnik ermöglicht die Musikwiedergabe auch bei aktivem Ladevorgang;



dieser dauert nicht länger als 3 Stunden. Die Lautstärke ist individuell entweder direkt an den Lautsprecherkugeln oder auch an der Ladestation einstellbar. Die Funkübertragung des Sound2Move erfolgt im 863 MHz-Band, es stehen 3 verschiedene Kanäle zur Auswahl. Dies garantiert einen störungsfreien Empfang auch dann, wenn weitere zusätzliche Funk-systeme in unmittelbarer Nähe eingesetzt werden sollten.

www.dnt.de

TimeDomain-Lautsprecher für iPod von Maxell

Maxell erweitert die iPod Lautsprecherreihe um den MXSP-4000, den ersten iPod Lautsprecher mit Ladefunktion, der nach der TimeDomain akustik arbeitet. Das TimeDomain Prinzip basiert auf einer besonders natürlichen Klangreproduktion ohne Einfluß von Klangbeeinträchtigungen wie Vibrationen und Schwingungen. Tonale Wellen, die nicht von der Wiedergabe stammen, werden durch TimeDomain eliminiert. Als Ergebnis entsteht ein exaktes natürliches Klangbild. Der aktive Lautsprecher MXSP-4000 beinhaltet durchdachte Dämpfungsverfahren und bildet eine Einheit, die mehr auf eine besonders reine Klangreproduktion zielt. Klarer angenehmer Klang ist das Ergebnis. Besondere Ausstattungsmerkmale des Systems sind die Ladefunktion des iPods, die Kompatibilität mit dem iTouch und ein Eingang über 3,5 mm Klinke, der den Anschluß weiterer Geräte ermöglicht.



www.maxell.de

Designlautsprecher für PCs und MP3-Player von Sony

Mit einer neuen Lautsprecher-Generation will Sony sowohl Anwendern mobiler Geräte als auch PC-Nutzern besten Klang zum multimedialen Erlebnis liefern. Dabei setzen die Japaner nicht nur auf ihre jahrzehntelange Erfahrung im HiFi-Sektor, sondern verpacken die Speaker gleichzeitig in ein attraktives Äußeres. Insgesamt vier neue kompakte



Das SRS-D25 besitzt ein Gehäuse-design, welches das Zusammenstecken der Lautsprecher ermöglicht.

Soundsysteme bringt Sony jetzt auf den Markt. Das 2.1 System SRS-D25 mit 25 Watt Ausgangsleistung liefert einen klaren Surround-Sound, der ideal für die Wiedergabe von Musik, Filmsoundtracks oder Videospielen ist. Es beinhaltet einen Subwoofer im „Hutschachtel-Design“ und ist in Pink, Schwarz, Rot oder Weiß erhältlich. Gut erreichbare Bedienelemente und zwei Eingänge zum Anschluss des PCs und eines weiteren Gerätes, wie zum Beispiel eines MP3-Player sorgen für besonderen Komfort. Die interne magnetische Abschirmung schützt vor störenden Interferenzen anderer Geräte, wie zum Beispiel PC oder Display, und ermöglicht eine klare und lebendige Soundwiedergabe.

Das SRS-M50 ist für diejenigen konzipiert, die mit MP3-Playern und Notebooks unterwegs sind und unterwegs auf kräftigen Sound nicht verzichten wollen. Bei einem Gewicht von lediglich 270 Gramm lässt sich dieses 5-Watt Stereosystem leicht transportieren. Ein ausgeklügeltes Gehäuse-design ermöglicht das Zusammenstecken der Lautsprecher und bietet internen Stauraum für Kabel. Die mobile Stromversorgung übernehmen drei AAA-Batterien. Trotz seiner minimalen Größe liefert das SRS-M50 System maximale Lautstärke und kräftigen Bass. Auch dieses Modell ist in verschiedenen Farben, nämlich in Schwarz, Pink und Weiß erhältlich.

Das zweiteilige SRS-Z50 ist dünn und eignet sich besonders, wenn man viel Platz auf dem Schreibtisch haben möchte, aber trotzdem ein gutaussehendes PC-Audiosystem sucht. Jeder Lautsprecher beinhaltet einen 38 mm Neodym Treibsatz mit kraftvoller Basswiedergabe. Die magnetische Abschirmung begrenzt Interferenzen und ist die Basis für guten Klang. Wie auch das SRS-D25 verfügt auch die Z-Serie über zwei Eingänge, um ein weiteres Wiedergabegerät zusätzlich anschließen zu können. Bei dem zweiteiligen Aktivlautsprechersystem SRS-Z100 ist jeder Lautsprecher mit einem Mitteltöner mit Reflex-Port für verbesserte Basswiedergabe sowie einem Hochtöner für detailreiche und klare hohe Frequenzen ausgestattet. Mit seinen 20 Watt Ausgangsleistung hat das System genügend Reserve für spontane Partys.



Das SRS-Z100 ist im klassischen Design gehalten und liefert 20 Watt Musikleistung.

www.sony.de



Autogas-Nutzer können Standort-Informationen auf nüvi-Geräte laden

Garmin bietet ab sofort die Möglichkeit, Adressen von deutschen, österreichischen und schweizerischen Autogas-Tankstellen (LPG-Tankstellen) auf seine nüvi-Navigationsgeräte zu laden. Die entsprechenden Daten können kostenlos unter www.garmin.com/garmin/cms/site/de/intro/poi heruntergeladen werden. Das neue Angebot beruht auf der Kooperation mit ecoengines, einem der deutschen Marktführer in Sachen Autogas-Anlagen. Die Quelldaten stellt ecoengines über das Internetportal www.gas-tankstellen.de zur Verfügung, das in Autogaskreisen als eine der zuverlässigsten Quellen geschätzt wird. Neben einem quartalsweisen Update der Daten ist eine sukzessive Erweiterung auf alle europäischen Länder geplant. Ecoengines nimmt eine führende Rolle im deutschen Markt für Autogas-Anlagen ein und kooperiert mit namhaften Autoherstellern im Bereich des Einbaus von Gasanlagen. Um im wachsenden Markt für Gasanlagen den Informationsbedürfnissen der Endverbraucher noch besser zu entsprechen, hat sich das schwäbische Unternehmen entschlossen, aktuelle und umfassende Daten von LPG-Tankstellen den Nutzern der Navigationsgeräte der Garmin nüvi-Serie zur Verfügung zu stellen.

„Hochwertiger Content auf unseren Navigationsgeräten wird immer beliebter und sehr gut angenommen. Mit der zusätzlichen POI-Sammlung für Autogas-Tankstellen können die Autofahrer die umweltfreundliche LPG-Technologie noch schneller und gezielter finden und so unnötige Emissionen vermeiden, die zwangsläufig bei der Tankstellensuche entstehen“, so Olaf Meng, Produktmanager Automotive Garmin Deutschland GmbH.

Gleichzeitig werde durch die bessere Erreichbarkeit der Tankstellen die Akzeptanz für den Alternativkraftstoff weiter gesteigert. Ecoengines plant, zusätzlich zu den Autogasanlagen auch eine LPG-Edition der mobilen Navigationsgeräte über seine Partnerbetriebe zu vertreiben. Registrierte Käufer erhalten die Geräte mit den bereits installierten POIs und werden per Mail über Updates und Erweiterungen der „LPG-Tankstellen „powered by ecoengines“ informiert. Details dazu sind im Internet unter www.ecoengines.de abrufbar.

Navigon ernennt Robert Butz zum neuen Vorstand Technik

Robert Butz verstärkt jetzt den Vorstand der Navigon AG als neuer Chief Technical Officer (CTO). Er wird zukünftig die Bereiche Produktmanagement und Forschung & Entwicklung verantworten. Butz arbeitete zuletzt bei der European Computer Telecoms AG, einem Systemlieferanten für Mehrwertdienste, als Vice President Central Europe. Der gebürtige Münchner hatte zuvor bei Siemens Mobile

Devices das Produktmanagement für ODM-Geräte aufgebaut und geleitet. Er durchlief verschiedene ergebnisverantwortliche Funktionen in der Telco/IT und hat sich hierbei umfangreiche internationale Erfahrung erworben. Butz tritt die Nachfolge von Peter Scheufen an.

TomTom WORK Truck-Navigation ist ab sofort verfügbar

TomTom WORK hat die Verfügbarkeit seiner neuen Truck-Navigationslösung bekanntgegeben, die speziell für Lkws entwickelte Routeninformationen bietet. Dazu zählen Angaben zu Durchfahrthöhen und Gewichtsbeschränkungen. Die Software integriert neue Routing-Algorithmen, die es Lkw-Fahrern ermöglichen, das Durchfahren kleiner, innerstädtischer Straßen und enger Wohngebiete zu vermeiden. Typische Lkw-Geschwindigkeiten werden ebenso berücksichtigt, um Fahrern realistische erwartete Ankunftszeiten zu bieten. Fahrer können ein-

fach Fahrzeugparameter wie Maße, Achs- und Gesamtgewicht in die Software eingeben, die dann alles Übrige übernimmt, Routen optimiert und hilft, Hindernisse, die zu einer verzögerten Ankunftszeit führen, zu vermeiden.

Die Lösung wird als optionales Zubehör auf SD-Karte angeboten, so dass ein Nachrüsten kostengünstig möglich ist. Die SD-Karte wird mit Kartenmaterial für Zentral- und Westeuropa geliefert, wobei Truck-Navigation für Deutschland, Österreich, die Schweiz und die Benelux-Staaten sowie für Großbritannien verfügbar ist. Die Lösung ist über TomTom WORK Partner für 149 Euro, exklusive Mehrwertsteuer, erhältlich.

Navigon 7210 setzt sich beim ADAC gegen elf Konkurrenten durch

Der neue Navigon 7210 ist die Nummer eins im aktuellen ADAC-Test. Zwölf Navigationsgeräte wurden geprüft. Am Ende erhielten drei Geräte das Urteil „gut“. Auf Platz eins landete das Navigon 7210, das in allen Hauptkriterien – Lieferung, Handhabung, Navigation und Routenberechnung – das Testteam überzeugen konnte. Zu den Funktionen des Gerätes zählen Reality View Pro, Fahrspurassistent Pro und Landmark View 3D. Mitte des Jahres hatte bereits das Navigon 8110 einen Testsieg errungen.

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic
ideas for life

TMC
TRAFFIC MESSAGE CHANNEL

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

www.panasonic.de

Laut Nokia Studie haben Deutsche den besten Orientierungssinn

Die Wahrscheinlichkeit, sich in London zu verlaufen oder zu verfahren, ist höher als in Beijing oder Bangkok. Dies ist eines der Ergebnisse einer weltweiten Studie von Nokia zum Thema Navigation. 12.500 Menschen in 13 Ländern wurden hierfür zu ihren Navigationsgewohnheiten befragt. In Deutschland ist zwar Berlin die Stadt mit den meisten „Irrwegen“, im direkten Ländervergleich verfügen die Deutschen jedoch über den besten Orientierungssinn.

Die von Nokia in Auftrag gegebene Befragung ergab, dass jeder Zehnte sich in London nicht zurechtfindet. In Paris sind es neun Prozent, in Bangkok und Hong-Kong fünf Prozent und in Peking vier Prozent – dies sind die Top 5 der Städte, in denen Menschen sich leicht verlaufen oder verfahren. In London einen freundlichen Passanten nach dem richtigen Weg zu fragen, führt auch nicht immer zum Ziel. Denn jeder dritte Londoner gibt freiwillig zu, gerne mal bei Nachfragen eine falsche Richtung anzugeben. Mehr als 25 Prozent der befragten Personen verlassen sich auf Online- und mobile Navigationslösungen, um zu einem bestimmten Ziel zu gelangen. Dabei lassen sich bereits heute 13 Prozent von ihren Mobiltelefonen an das gewünschte Ziel navigieren. Vor ein paar Jahren gab es diese Kategorie der Navigationsgeräte über-

haupt noch nicht. Das Land, in dem die Menschen über den besten Orientierungssinn verfügen, ist Deutschland. Ein Drittel (34 Prozent) aller hier befragten Personen hat sich angeblich noch nie verfahren oder verlaufen. Es überrascht nicht, dass Deutschland gleichzeitig auch das Land ist, in dem sich die meisten Menschen auf Satellitennavigation verlassen. Insgesamt eine von zehn befragten Frauen gibt an, es schwierig zu finden, eine herkömmliche Karte zu lesen – zweimal so viel wie unter den männlichen Befragten. Dies lässt darauf schließen, dass das Ende herkömmlicher Navigation mit Karte und Kompass bald gekommen ist. Einen guten Orientierungssinn zu haben, scheint eher selten der Fall zu sein, und trotz der großen Fortschritte, die Online-Karten und mobile Navigationssysteme bieten, verfahren oder verlaufen sich nahezu alle Befragten (93 Prozent) regelmäßig.

Dabei gehen durchschnittlich 13 Minuten verloren. Dies wirkt sich in einigen Fällen enorm aus, da jeder zehnte Befragte angibt, dadurch schon zu spät zu einem Vorstellungsgespräch oder einem wichtigen Geschäftstermin gekommen zu sein oder seinen Flug verpasst zu haben. „Immer mehr Menschen setzen auf Auto-Navigationssysteme oder Lösungen auf ihren Mobiltelefonen. Sie sehen die direkten Vorteile, die diese Geräte in ihrem Alltag bieten“, so Torsten Wichura, Business Manager Navigation bei Nokia in Deutschland. „Die Navigationsfunktion im Mobiltelefon lässt sich an die Nutzungsgewohnheiten anpassen, und das Aktualisieren von Daten erfolgt schneller und einfacher als bei herkömmlichen Straßenkarten. Mit einem Mobiltelefon mit Navigationsfunktionen lassen sich auch Verkehrsstaus umgehen, die häufig dazu führen, dass sich Menschen verfahren.“ Wenn Menschen von Fremden nach dem Weg gefragt werden, erhalten sie oft Hinweise mit auffälligen Orientierungspunkten wie Statuen, Kirchen und Brücken, die als Wegweiser zum Ziel führen sollen. Briten bevorzugen dagegen eher Kneipen, um anderen den Weg zu erklären. In Deutschland werden hingegen Ampeln am liebsten als Orientierungspunkt genutzt, 42

Prozent der Befragten gaben dies an. Angesichts des schnellen Wachstums von Städten und der Entstehung neuer Straßen verlassen sich immer mehr Menschen auf mobile Navigationssysteme, die sie immer bei sich führen können. Die Entwicklung der Fußgängernavigation mit Richtungsanweisungen ist eine interessante Technik: „Sie hilft Menschen, auch nach dem Verlassen ihres Autos ihr Ziel mühelos zu finden“, meinte Wichura. Die Nokia Maps Lösung, die aktuelle Dienste mit Geräten wie dem Nokia 6210 Navigator verbindet, eignet sich dazu, den optimalen Weg zu finden. Menschen erreichen ihr Ziel mit Hilfe der Fußgängernavigation mit Richtungsanweisungen, hochsensiblen GPS-Empfänger und einem integrierten Kompass noch schneller. Die Karten von Nokia sind zudem perfekte Reisebegleiter – zu Hause und im Ausland. Weitere Ergebnisse der Umfrage in Deutschland und zwölf weiteren Ländern:

- 30 Prozent der Befragten machen ihren Partner dafür verantwortlich, wenn sie sich verfahren – entweder weil man sich über die Richtung gestritten hat oder weil der andere einem Richtungsanweisungen zugerufen hat.
- Der zunehmende Einsatz von

Technik zeigt sich heute darin, dass einer von vier Befragten angibt, sich ohne Online-Karten und mobile Satellitennavigation nicht mehr zurechtzufinden.

- Menschen in Hamburg haben einen besonderen Humor: 24 Prozent der befragten Hamburger finden es lustig, Menschen, die sich verlaufen haben, falsche Anweisungen zu geben.
- 13 Prozent der Kölner halten den fehlenden Orientierungssinn ihres Partners dafür verantwortlich, wenn sie sich verirren.
- Nahezu ein Viertel aller Italiener verlässt sich für die Suche nach dem Weg auf ein mobiles Navigationssystem.
- Die Hälfte aller Chinesen verlässt sich für Richtungsanweisungen im Auto auf die Interaktion mit anderen Menschen.
- Asiaten entschuldigen sich, wenn sie sich verfahren haben, am liebsten mit den schlechten Wetterbedingungen.
- Russen haben ein zusätzliches Motiv, das sie veranlasst, nach der Richtung oder einer Wegbeschreibung zu fragen: Jeder Zehnte nutzt das Gespräch als Gelegenheit zu einem Flirt.

Nokia: Ausbau des Serviceportals mit Navigation und E-Mail

Neue Dienste in Ovi

Mit Hardware alleine lassen sich im Mobilfunkbusiness in den nächsten Jahren nur noch geringe Wachstumssteigerungen erreichen. Nokia hat als erster auf den sich verändernden Markt reagiert und mit Ovi ein eigenes Internetportal ins Leben gerufen. Jetzt füllen die Finnen die Plattform mit ersten Applikationen rund um Navigation und Messaging mit Leben.

Angesichts des schnellen Wachstums von Städten und der Entstehung neuer Straßen verlassen sich immer mehr Menschen auf mobile Navigationssysteme, die sie immer bei sich führen können. Die Entwicklung der Fußgängernavigation mit Richtungsanweisungen läutet eine neue Ära der Routenführung ein. In Verbindung mit Mobiltelefonen wird Navigation so für einen sehr großen Anwenderkreis interessant und birgt enorme Wachstumspotentiale. Mit Nokia Maps 3.0 kommt nun eine neue Version des mobilen Karten- und Navigationsdienstes auf den Markt.

Kostenlos mobil navigieren

Die Kombination von Nokia Maps und Ovi ist der erste kostenlose Dienst, bei dem Anwender bereits am heimischen PC ihre Reise planen und anschließend mit ihrem mobilen Gerät synchronisieren können oder von unterwegs Zugriff auf geplante Routen und bevorzugte Orte haben. „Nokia Maps ist bislang der einzige Dienst, der die Synchronisation von Orten und Inhalten zwischen mobilem Gerät und PC ermöglicht“, so Michael Halbherr, Vice President, Nokia Location Based Experiences. „Die Integration der Online-Dienste von Ovi erweitert den Funktionsumfang um ein Vielfaches.“ Nokia Maps bietet außerdem in ausgewählten Ländern Zugriff auf Echtzeit-Informationen wie Radarfallen, Gefahrenpunkte und aktuelle Verkehrsmeldungen sowie auf die Veranstaltungsführer von Wcities, die Echtzeitinformationen zu Veranstaltungen und Filmen in mehr als 450 verschiedenen Zielorten liefern.

Im Zusammenspiel mit Nokias Internetportal Ovi kommen weitere Aspekte hinzu. Maps on Ovi ist mehr als nur eine Online Navigationshilfe. Durch zusätzliche Funktionen wird es zu einer Community-Plattform, über die der Anwender nicht nur Orte verwalten und Reisen im voraus planen

kann, sondern auch seine eigenen Inhalte mit Freunden austauschen und über den Dienst beispielsweise gemeinsame Aktivitäten koordinieren kann. Im Vergleich zur Vorgängerversion wurde die Navigationsfunktion für Fußgänger durch direkte Routenführung mit virtuellen Verbindungspunkten erweitert. Sie erlaubt das Gehen auf dem kürzesten Weg zwischen zwei Punkten. Während der Fußgängernavigation sorgen Warntöne und die Vibrationsfunktion dafür, dass der Nutzer Abbiegepunkte nicht versehentlich verpasst. Die Detailgenauigkeit der Karten wurde so weit verbessert, dass sogar die verschiedenen Eingänge einer U-Bahn-Station erkennbar sind.

E-Mail- und Messaging-Dienste

Ebenso wie Navigation rücken E-Mail- und Messagingdienste in den Mittelpunkt des Kundeninteresses. Mit Hilfe des Nokia Messaging Dienstes lassen sich private E-Mail- und Instant Messaging Konten auf einem Nokia Gerät mit nur wenigen Klicks einrichten und nutzen. „Wir glauben, dass mobile Messagingfunktionen für jedermann verfügbar sein sollten. Es handelt sich nicht um einen Premium-Dienst, der einem bestimmten Segment des Marktes vorbehalten ist. Mit Nokia Messaging ermöglichen wir einen



Das Nokia N97 wurde speziell für die mobile Internetnutzung entwickelt. Dank integriertem GPS-Empfänger mit Unterstützung für A-GPS sowie einem elektronischen Kompass erkennt das Gerät intuitiv, wo es sich befindet. Das Gerät besitzt eine vollständige QWERTZ-Tastatur und einen großen Touchscreen.

einfachen und kostengünstigen Zugriff auf E-Mail- und Instant Messaging Dienste“, weiß Tom Furlong, Senior Vice President, Consumer Messaging, Services & Software.

Nokia Messaging ist eine speziell für die mobile Nutzung von E-Mail-Funktionen konzipierte Anwendung. Sie ermöglicht müheloses Einrichten des E-Mail-Kontos. Der Nutzer muss lediglich seine Mail-Adresse und sein Passwort eingeben. Anschließend werden seine E-Mails auf sein mobiles Gerät zugestellt.

Ebenso vereinfacht die Anwendung das Lesen, Senden, Weiterleiten und Beantworten von E-Mails sowie das Herunterladen und Lesen von Anhängen und das Anhängen von Dateien an E-Mails.

Mail on Ovi verfügbar

Ungefähr 75 Prozent der Weltbevölkerung haben noch nie E-Mail-Funktionen genutzt, und ein Großteil dieser Personen wird diese künftig eher auf einem Handy als dem PC nutzen. Mail on Ovi bietet dem Anwender 1 GByte Speicherplatz inklusive Spam-Filter. Mit der Erstellung eines Kontos für Mail on Ovi können Nutzer zudem sowohl über ihr Mobiltelefon als

auch über den PC auf andere Ovi Dienste zugreifen. Die Betaversion von Mail on Ovi wird noch diesen Monat weltweit in zwölf Sprachen, darunter Englisch, Spanisch, Portugiesisch, Franzö-

sisch und Deutsch auf allen aktuellen Nokia Series 40-Geräten bereitgestellt. Weitere Sprachen werden folgen. Die webbasierte Version wird ab Februar 2009 verfügbar sein.



Immer mehr Personen verlassen sich auf Online- und mobile Navigationslösungen, um zu einem bestimmten Ziel zu gelangen. Insgesamt eine von zehn befragten Frauen im Rahmen einer Nokia-Studie gibt an, es schwierig zu finden, eine herkömmliche Karte zu lesen.



Das klassische Einsatzgebiet von Navigationssystemen im Auto wird ebenfalls durch mobile Navigationssysteme erweitert. Je nach Wunsch lassen sich so online schnell Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke ermitteln oder Informationen zu bestimmten Objekten aus den Datenbanken abfragen.



Ein relativ neuer Aspekt der Navigation ist die Führung auch für Fußgänger. Es lassen sich immer mehr Passanten bereits heute von ihren Mobiltelefonen in fremden Städten zu Fuß an das gewünschte Ziel navigieren. Ein Beweis dafür, dass das Interesse der Kunden an solch praktikablen Lösungen sehr groß ist.

T-Mobile als Partner der Geschäftskunden

Hervorragend positioniert

Zum Jahresabschluss hat T-Mobile im Rahmen eines Presse-Workshops in der Bonner Firmenzentrale die Entwicklung des Unternehmens in den vergangenen Monaten skizziert und einen Überblick über das aktuelle Portfolio für Geschäftskunden gegeben. Einen Schwerpunkt bildeten dabei erwartungsgemäß die Themen „mobiles Internet“ und „mobile E-Mails“.

Zu Beginn der Veranstaltung betonte Dr. Frank Wermeyer, Leiter Geschäftskundenmarketing T-Mobile Deutschland, dass das Unternehmen mit insgesamt rund 38 Millionen Teilnehmern und einem Marktanteil von zirka 36 Prozent derzeit hervorragend positioniert sei. Welche Rolle der Bonner Netzbetreiber im Segment Geschäftskunden spielt, zeigte ein Blick auf weitere Zahlen. Demnach liegt der Marktanteil bei den großen Geschäftskunden weit über 50 Prozent, während von den kleineren Betrieben etwa jeder zweite seine mobile Kommunikation über T-Mobile abwickelt.

„Insbesondere im Businessbereich werden unsere Leistungen als Innovationsführer, zum Beispiel durch die Einführung von

Netzes sind mobile Datenanwendungen bei T-Mobile massenmarktfähig geworden“, so der Leiter Geschäftskundenmarketing. Inzwischen seien nicht mehr Preise und die zur Verfügung stehende Bandbreite die wichtigsten Gründe für Nicht-Nutzer, sondern die für viele mögliche Kunden ungeklärte Frage, wie sie die Geräte nutzen könnten und wo für sie der Vorteil der mobilen Datenkommunikation liege.

„Hier kann der Handel auf ein enormes Potential zurückgreifen, wenn er zielgruppenorientierte Angebote mit Geräten, passenden Tarifen und zusätzlich vorhandenen Applikationen macht“, so Wermeyer. Wie einfach es sei, mögliche Kunden vom Mehrwert mobiler Datennutzung zu über-



Mobil im Internet surfen oder E-Mails schreiben und empfangen, wo immer man sich gerade befindet, ist mit den neuen Netbooks von T-Mobile kein Problem.

zahlreichen MDA- und Blackberry-Geräte, die vor allem für mobile E-Mails einsetzbar sind, auf die neuen Netbooks im T-Mobile Programm, zum Beispiel von Asus und LG, sowie auf die verschiedenen 3G Notebooks, zum Beispiel von Dell, Fujitsu Siemens, HP, LG, Toshiba oder Sony, die mit einem integrierten Mobilfunkmodul ausgeliefert werden und die mobile Datennutzung ohne weiteren Aufwand von Anfang an ermöglichen. Zusätzlich bietet T-Mobile web'n'walk Sticks, Karten und Boxen an, mit denen sich Notebooks zur Mobilfunktauglichkeit nachrüsten lassen.

Bedarfsgerechte Tarife

Ebenso individuell wie die Geräte lassen sich nach den Ausführungen von Claudia Walter, Leiterin Strategie, Planung und Tarife bei T-Mobile, die Tarife des Bonner Netzbetreibers an die Bedürfnisse der Nutzer anpassen. Das Tarifportfolio gliedert sich in web'n'walk Zubuchoptionen fürs Mobiltelefon und web'n'walk Datentarife und -optionen für Notebooks.

Walter: „Analog zu den Sprachtarifen sind die web'n'walk Tarife und Optionen nach der Good-Better-Best-Logik gestaffelt: Es gibt Angebote für Gelegenheitsnutzer, für regelmäßige Nutzer und für alle, die häufig und länger mobil online gehen oder große Datenmengen übertragen.“ Highlights seien dabei die Flatrates, die es Vielsurfern erlaubten, zum monatlichen Festpreis so oft und so

lange sie wollen mobil aufs Internet zuzugreifen oder eine unbegrenzte Zahl an E-Mails zu empfangen oder zu verschicken. Herauszuheben sei außerdem das Angebot Multi SIM. Dies richte sich an die Besitzer mehrerer Mobilfunkgeräte, die mit einer Rufnummer über alle Geräte erreichbar sein wollen, ohne die SIM-Karte wechseln zu müssen.

Ausgezeichnetes Netz

Darauf, dass sich T-Mobile nicht auf den Lorbeeren ausruhe, die durch zahlreiche unabhängige

Testsiege erreicht wurden, sondern auch zukünftig stetig weiter an einer Verbesserung des Mobilfunknetzes arbeite, wies Stephanie Meier-Herbring, Leiterin Business Marketing Very Small Enterprises & CRM bei T-Mobile Deutschland, hin. Sie stellte vor allem die Erhöhung der Upload-Geschwindigkeiten per HSUPA und das erfolgreiche Absolvieren des Tests der 4G-Technik Long Term Evolution im September als Meilensteine heraus. LTE soll später einmal mobile Bandbreiten bis zu 170 MBit/s ermöglichen.

Digitaler Bilderrahmen mit Mobilfunk-Modul wird bei T-Mobile zum Renner im Weihnachtsgeschäft

Zu einem Verkaufsschlager im Weihnachtsgeschäft hat sich der digitale Bilderrahmen entwickelt, den T-Mobile seit Anfang November im Sortiment hat. Das in den Rahmen integrierte Mobilfunk-



Modul unterscheidet das Gerät von den meisten anderen Produkten dieser Art und liefert gleichzeitig die Antwort darauf, warum ein Mobilfunknetzbetreiber überhaupt ein derartiges Produkt anbietet. Über das eingebaute Mobilfunkmodul und eine bereits eingelegte SIM-Karte bucht sich der Rahmen automatisch in das T-Mobile Netz ein. Anschließend können Fotos vom Handy per MMS oder über das Internet auf den Rahmen geschickt werden. Da Besitzer den Rahmen nicht zum Telefonieren oder „Simsen“ einsetzen können, entstehen ihnen keine Mobilfunkkosten; zum Empfang von Fotos ist auch kein Mobilfunkvertrag erforderlich.



Das mobile Blackberry E-Mail-Konzept und die dazugehörigen Geräte haben sich inzwischen vieltausendfach in der Praxis bewährt.

State-of-the-Art-Geräten wie dem MDA und Blackberry-Produkten vor einigen Jahren, der Einführung des iPhones und verschiedener Netbooks in Deutschland in diesem Jahr und der Entwicklung des neuen Android-Phones in den USA, von den Kunden anerkannt“, meinte Wermeyer.

Als erfreulichste Entwicklung der vergangenen Monate bezeichnete Wermeyer das deutliche Plus bei der Datenkommunikation. „Dank attraktiver Tarife und Geräte sowie des immer wieder von unabhängigen Testern ausgezeichneten

zeugen, habe die Einführung des iPhone bewiesen, denn die iPhone Besitzer nutzen das mobile Internet derzeit rund 30mal häufiger als der Durchschnitt der T-Mobile Kunden.

Breites Gerätespektrum

Dass sich im Portfolio des Bonner Unternehmens für jeden Geschäftskunden und jede gewünschte Anwendung das richtige Produkt findet, erläuterte Gunnar Schaening, Leiter Business Propositions bei T-Mobile Deutschland. Er verwies auf die

TK



ENO legt Produkt-Flyer für die Zielgruppe Landwirtschaft auf

ENO hat einen Flyer entwickelt, der mit Produkten gefüllt ist, die besonders für die Ansprache der speziellen Zielgruppe Landwirtschaft geeignet sind. Dort sieht das Nordhorner Unternehmen ein großes ungenutztes Potential, das zum Beispiel über Netzwerke wie landwirtschaftliche Verbände angesprochen werden kann. Geprüft nach weltweiter Norm haben alle im Flyer dargestellten Geräte eine IP-Zertifizierung, die über die Schutzklasse im Bereich Staub- und Wasserschutz Auskunft gibt. Den Flyer kann der Handel entweder nutzen, um seine Kunden gezielt anzusprechen, die Information an Verbände in seiner Region weiterzugeben oder auch eine Beilage in einer Zielgruppen-Zeitschrift zu machen. Hier ist es oft möglich, die Teilaufgabe für das eigene Einzugsgebiet zu buchen. Die Flyer sind als PDF, gedruckt ohne Eindruck oder mit Firmeneindruck gegen eine kleine Gebühr zu bestellen. Informationen zum Ablauf gibt es telefonisch bei ENO oder unter www.eno.de. Dort können die Flyer auch direkt bestellt werden.

Die E-Plus Gruppe eröffnet ihren 300. Shop in Lüdenscheid

Die E-Plus Gruppe hat ihren 300. Shop in Lüdenscheid eröffnet und damit ihren Expansionskurs fortgesetzt. Die neue Filiale befindet sich im Einkaufszentrum „Stern-Center“ und damit – wie alle E-Plus Shops – in einer Top-Lage. Auch der Look knüpft an den Wiedererkennungswert anderer Filialen an: Das Innen- und Außen-Design entspricht den aktuellen Markenfarben, ansonsten dominiert elegantes Weiß. Drei Mitarbeiter bieten im neuen E-Plus-Shop ihre

Beratungskompetenz zu den Eigenmarken Base, E-Plus, vybemobile und Ay Yildiz sowie Kooperationsmarken wie Viva an. Seit 2006 konnte die E-Plus Gruppe ihre deutschlandweite Präsenz nahezu verdoppeln. Vor zwei Jahren arbeiteten rund 600 Mitarbeiter und 24 Auszubildende im Filialvertrieb des Mobilfunkunternehmens. In den aktuell 300 E-Plus Shops sind rund 1.200 Mitarbeiter und 70 Auszubildende tätig. Darüber hinaus sind E-Plus Produkte in rund 400 Partnershops verfügbar.

Herweck AG und Arcor starten gemeinsam neue Prämienaktion

Der saarländische Distributor Herweck stellt in Kooperation mit Arcor eine neue Prämienaktion vor: Seit Anfang Dezember erhält jeder Fachhändler pro freigeschaltetem Arcor DSL-Vertrag 15 virtuelle Points, die gegen Navigationsgeräte und Zubehör eingetauscht werden können. Alle Informationen zu der Aktion finden Fachhändler auf der Herweck Website (www.herweck.de/navigation). Das Konto wird automatisch bei der Freischaltung der ersten DSL-Verträge eröffnet. Die Aktion läuft bis zum 28. Februar.

21 freenet-mobilcom Partner erhalten das Zertifikat des TÜV-Süd

Erfolgreiches Verkaufen will gelernt sein. Deshalb hatten sich in diesem Jahr erneut 21 Shop- und Fachhandelspartner von freenet-mobilcom zur TÜV-Prüfung angemeldet. Für dieses Engagement wurden sie jetzt belohnt: Alle Teilnehmer, sechs Frauen und 15 Männer, erhielten von Reinhard Böhm, Prüfer TÜV-Süd, das Zertifikat zum „Mobile Multimedia Vertriebspartner“ verliehen. Die TÜV-Prüfung der freenet-mobilcom ist

Vodafone für das beste Corporate Responsibility-Engagement ausgezeichnet

Nach Ansicht der unabhängigen CR-Experten von „Accountability“ und „csr network“ ist Vodafone weltweit das Unternehmen mit dem besten Corporate Responsibility (CR) Engagement. Zu diesem Ergebnis kommen „Accountability“ und „csr network“ nach der Bewertung der 100 umsatzstärksten Konzerne der Welt – die sogenannten Fortune Global 100 – nach vier Kriterien: Stakeholder Engagement, CR-Strategie, Unternehmensführung und Verantwortungsstruktur sowie Umsetzung und Messbarkeit. Vodafone siegte mit 77,2 von maximal 100 möglichen Punkten vor dem US-Mischkonzern General Electric, dem Finanzdienstleister HSBC und France Telecom. Dabei gelang Vodafone gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um mehr als zehn Punkte und der Sprung von Platz 5 an die Spitze. Vodafone konnte erstmals den Gesamtsieg erringen.



Dr. Mark Speich

„Diese Bewertung bescheinigt uns das beste Engagement für Umwelt und Gesellschaft, verglichen mit den anderen großen internationalen Konzernen und ist sowohl eine Auszeichnung für Vodafone weltweit als auch Vodafone Deutschland“, sagte Dr. Mark Speich, Leiter Corporate Responsibility bei Vodafone Deutschland. Die Studie stellte heraus, dass Vodafone in vier Bereichen am besten abschneidet: Das Telekommunikationsunternehmen hat demnach eine ambitionierte und

nachvollziehbare CR-Strategie, die die zentralen gesellschaftlichen Herausforderungen (Strategic Intent) adressiert. Zudem werden die gesellschaftlichen Herausforderungen wie Klimawandel oder Jugendschutz in konkrete Ziele und Programme überführt und durch eine klare Verantwortungsstruktur umgesetzt (CR-Governance and Management). Darüber hinaus werden diese Programme nicht nur effektiv implementiert, sondern auch durch messbare Ergebnisse belegt (Operational Performance). Schließlich steht Vodafone in engem Austausch mit seinen Stakeholdern und berichtet über sein CR-Programm transparent und überprüfbar (Stakeholder Engagement).

Großen Anteil am Erfolg haben die CR-Aktivitäten in Deutschland: Sowohl bei Vodafone Deutschland als auch bei Arcor wird in den drei Bereichen Corporate Responsibility, Corporate Citizenship und Vodafone Stiftungen aktiv Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft gelebt. Zu den zahlreichen Themen, Projekten und Initiativen von Vodafone Deutschland und Arcor gehören neben dem „Klimaschutz 2020“ auch Jugendschutzkampagnen mit einer speziellen Jugendschutz-Hotline, einem Eltern-Ratgeber und Jugendschutz-Handys. Auch die Themen Handy-Recycling oder Aktivitäten rund um „Beruf und Familie“ gehören dazu.

einmalig auf dem deutschen Mobilfunkmarkt und weist freenet-mobilcom Partner seit nunmehr sechs Jahren nach erfolgreicher Absolvierung als qualifizierte Ansprechpartner in Mobilfunk und DSL aus.

freenet-mobilcom bietet fünf Schulungsmodulen an, über die sich die Partner speziell für die TÜV-Prüfung qualifizieren können. Darüber hinaus erkennt der TÜV-Süd seit zwei Jahren auch die bewährten Workshop Camps (Clever am Point of Sale) als mögliche Qualifizierung an. „Das TÜV-Siegel ist bei uns zum unverzichtbaren Qualitätsmerkmal geworden“, betonte Christoph Preuß, Leiter Shop

Vertrieb, Franchise und Schulungen. „Es weist unsere Partner für die Kunden zu Recht als vertrauenswürdig und serviceorientiert aus. Mittlerweile besitzen insgesamt 300 unserer Shop- und Fachhandelspartner das TÜV-Zertifikat.“

Bereits 2005 hat freenet-mobilcom zusätzlich zu den TÜV-Schulungsmodulen und den Produktschulungen die Camps mit in das Schulungsprogramm aufgenommen. Die freenet-mobilcom Vertriebspartner können an drei verschiedenen Camps teilnehmen: dem Verkauf-, Fachwissen- und dem Live-Camp. Das Verkauf-Camp schult die Teilnehmer in

Verkaufs- und Abschlusstechniken, das Fach-Camp zielt darauf ab, nicht nur die Komplexität des Produkts zu vermitteln, sondern auch den Nutzen für den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Beim Live-Camp sind Testkäufe ein fester Bestandteil, die das Trainerteam dann im nachhinein auf Gesprächsführung, Service-Orientierung sowie auf Erkennen und Einbringen von Möglichkeiten für Cross- und Up-Selling analysiert.

Neues Brightpoint Konzept soll Impulskäufe bei Mobiltelefonen fördern

Impulskäufe sollen zukünftig auch bei Mobiltelefonen möglich sein, und zwar mit dem neuen Blisterkonzept von Brightpoint. Der Trierer Distributor liefert zukünftig Mobiltelefone aus dem unteren und mittleren Preissegment in attraktiv gestalteten Blisterverpackungen. Diese kann der Händler ganz einfach aus dem Versandkarton direkt an der Verkaufswand platzieren. Aktionsflächen im Bereich des Zubehörs oder direkt in Kassennähe werden den Kunden dazu anregen, das Gerät „einfach mal mitzunehmen“. Hier leistet die neue Blisterverpackung mit ihrer auffälligen Gestaltung einen großen Beitrag. Neben den Vorteilen in der Gestaltung bietet Brightpoint seinen Kunden die Option, die Ware mit einer Quellensicherung zu versehen. Die Produkte sind ab sofort verfügbar.

Brightpoint bietet vom Start weg gleich ein breites Sortiment verschiedener Geräte namhafter Hersteller (zum Beispiel Nokia, Samsung und Sony Ericsson) in diesem neuen Verpackungskonzept an. Weitere Informationen erhalten Händler beim Brightpoint Vertriebsteam unter Telefon 0651-8245-333.

Vodafone Test & Innovation Center erhält Auszeichnung als „Ausgewählter Ort“ im Land der Ideen

Am Standort Düsseldorf testet Vodafone auf 7.000 Quadratmetern schon heute die Technologien von morgen. Die Leistungen seines Test & Innovation Centers stellt Vodafone auch anderen Unternehmen der IT & Telekommunikationsbranche zur Verfügung. Diese Tatsache stellt einen der Gründe dar, weshalb Friedrich Joussen, Vorsitzender der Geschäftsführung von Vodafone Deutschland und Vorsitzender des Vorstands der Arcor AG, für das Vodafone-Zukunftslabor von der nordrhein-westfälischen Ministerin für Wirtschaft, Mittelstand und Energie, Christa Thoben, die Auszeichnung als „Ausgewählter Ort“ im Land der Ideen übergeben worden ist.

Ziel der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ ist es, Deutschland im In- und Ausland als innovativ und weltoffen zu präsentieren. Die Wahl fiel auf insgesamt 365 besonders engagierte und innovative Projekte aus Bildung, Kultur, Sport, Wissenschaft, Politik, Umwelt und Wirtschaft.

Unter 1.500 Kandidaten machte das Vodafone Test & Innovation Center das Rennen, unter anderem weil es seine Leistungen anderen Unternehmen zur Verfügung stellt. Fachleute von Mobilfunknetzausrüstern wie Ericsson, Huawei und Nokia Siemens, aber auch Mess- und Endgerätehersteller wie der BlackBerry Hersteller RIM oder die Handy-Produzenten Samsung, Sony

Ericsson oder LG nutzen das Vodafone-Zukunftslabor bereits jetzt regelmäßig. Insbesondere auch Groß- und Mittelstandsunternehmen aus der Logistik-, Energie- und Automobilbranche verwenden die vielfältigen Möglichkeiten des Testzentrums, um innovative Produkte und Lösungen zu entwickeln. Alle Kunden profitieren von der langjährigen Erfahrung der Mitarbeiter sowie den hervorragenden Testdienstleistungen und Testbedingungen des Vodafone Test & Innovation Centers. Das High-Tech-Labor bietet beispielsweise alle Komponenten eines Mobilfunknetzes, dessen Kapazität und Leistung vergleichsweise für den Betrieb eines Mobilfunknetzes in der Schweiz notwendig wäre. Zusätzlich sind neben vielfältigen Testmöglichkeiten für die IT-Branche wie Last & Performance auch Testumgebungen für Tests von Festnetzkomponenten und Festnetzlösungen vorhanden.

„Wir investieren in Düsseldorf in die Zukunft der Kommunikation. Die Erfolgsgeschichte des Mobilfunks ist eng mit Vodafone und Düsseldorf verknüpft und damit dem Medien- und Telekommunikationsstandort NRW“, so Joussen. „Vodafone Deutschland gilt heute als Technik- und Innovationszentrum für die ganze Vodafone Gruppe. Mit dieser Auszeichnung der Bundesregierung wird das nun anerkannt.“



Christa Thoben, Ministerin für Wirtschaft, Mittelstand und Energie in Nordrhein-Westfalen, übergibt dem Vorsitzenden der Geschäftsführung von Vodafone Deutschland und Vorsitzenden des Vorstands der Arcor AG, Friedrich Joussen, die von Bundespräsident Horst Köhler unterzeichnete Urkunde der Initiative „Land der Ideen“.

Innovative Ideen für ein positives Einkaufserlebnis

Neues Telekom-Shopkonzept

Die Deutsche Telekom hat Anfang Dezember 2008 mit der Wiedereröffnung ihrer umgestalteten Shops in Hof und Dessau den Startschuss für ein neues Shopkonzept gegeben. Die Umgestaltung soll die Attraktivität der Läden durch bessere Produktpräsentation, stärkere Erlebnisorientierung und neue Technologien steigern. So bietet die Telekom ihren Kunden den europaweit ersten multitouchfähigen Beratungstisch am Point of Sale.

Als ein wichtiger Baustein des neuen Konzepts wertet der Multitouch mit integriertem Touchscreen das Einkaufserlebnis in Bezug auf Innovation, Design und Servicequalität auf. Die neuartige Darstellung und Bedienung erleichtern die Beratung und unterstützen das positive Einkaufserlebnis bei der Wahl des richtigen Handys und Tarifs. Bis 2010 will die Telekom bis zu 150 Shops in ganz Deutschland nach dem neuen Shopkonzept umgestalten. „Mit dem neuen Ladendesign werden wir unseren Wettbewerbsvorsprung weiter ausbauen“, zeigte sich Thomas Freude, Vorsitzender der Geschäftsführung der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft, im Rahmen der Wieder-

der Hand auf dem Touchscreen steuerbaren Inhalte fördern die Interaktion von Berater und Kunde. Über den Multitouch kann direkt auf die Tarife und Endgeräte von T-Home und T-Mobile zugegriffen werden. Zusätzlich ist es möglich, Kunden schnelle Informationen an „Self Service Terminals“ zu ermöglichen. Ein weiteres Highlight der neuen Shops sind die modernen „Lounge-Cubes“. Hier haben Kunden die Möglichkeit, Spiele zu testen, Musik anzuhören oder Videos anzuschauen. Auf sogenannten Experience Walls präsentiert die Telekom aktuelle Angebote mittels LED-Modulen. „Wir setzen in den neuen Shops auf innovative Technik zur Ver-



Die Telekom-Shops in Hof und Dessau präsentieren sich seit Anfang Dezember mit einem neuen Shopkonzept.

klare Kundenführung und erlebnisorientierte Produktpräsentationen sorgen hier für Orientierung. Die einzelnen Servicebereiche sind eindeutig zugeordnet und übersichtlich gestaltet: von der Schnellinformation zu Tarifen und Endgeräten über erlebnisorientierte Produkt- und Themenpräsentationen bis zu ausführlichen Beratungsgesprächen.

Repräsentative Erprobungsplattformen

Hof und Dessau, die Städte, in denen das neue Konzept startete, haben eine hohe Bedeutung für die Service- und Beratungsaktivitäten der Telekom. „Die Telekom Shops in diesen beiden Städten

sind repräsentative Erprobungsplattformen für verschiedene Shopmodule“, so Freude. „In diesen Shops ermitteln wir kontinuierlich die Kundenbedürfnisse und entwickeln so die Servicequalität weiter.“

Rund 150 Shops sind bis 2010 geplant

Die Erkenntnisse sollen helfen, die Shops genau auf die Kundenbedürfnisse zuzuschneiden. „Die Deutsche Telekom plant für das kommende Jahr die Neugestaltung von rund fünfzig Filialen“, meinte Freude. „Bis Ende 2010 will die Telekom ein flächendeckendes Angebot innovativer Telekom Shops erreichen.“



Der neue Multitouch mit integriertem Touchscreen wertet das Einkaufserlebnis auf.



Projektleiterin Sarah Kiewall präsentiert in Hof das neue Shopkonzept.

eröffnung des Hofer Shops optimistisch. „Wir wollen so unser Markenversprechen ‚Erleben, was verbindet‘ greifbar machen.“

Vergleichen, probieren, programmieren

Kunden sollen in den neuen Telekom Shops die Beratung der Zukunft erleben. Der Multitouch integriert die digitale Kommunikation auf spielerische Weise in die Kundenberatung. Intuitiv sind so Informationen über Produkte und Services zu erschließen und übersichtlich zu vergleichen. Die mit

besserung des Einkaufserlebnisses“, sagte Carlo Bewersdorf, Executive Vice President Trade Marketing & Shop Design der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft. „Auch wollen wir durch individuelle Beratungs- und Erlebnis zonen in Zukunft noch besser auf die spezifischen Wünsche unserer Kunden eingehen.“

Serviceorientierte Führung und Beratung

Das neue Konzept der Telekom Shops unterstützt die schnelle und kompetente Beratung. Eine

Dr. Georg Pözl wird Nachfolger von Philipp Humm als Sprecher der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland

Dr. Georg Pözl wird zum 1. Januar 2009 neuer Sprecher der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland. Er tritt die Nachfolge von Philipp Humm an, der sein Amt als Sprecher der Geschäftsführung Anfang November niedergelegt hatte. Der 51-jährige Österreicher Pözl war vorher als Sonderbeauftragter des Vorstands der Deutschen Telekom für das Programm Save for Service verantwortlich. Davor leitete er neun Jahre lang die Geschäftsführung von T-Mobile Austria in Wien. Pözl wird in seiner neuen Funktion als Sprecher der Geschäftsführung neben der Gesamtverantwortung für T-Mobile Deutschland die Ressorts Datenschutz, Recht und Compliance in seinem Bereich bündeln. Ähnlich wie im Konzernvorstand der Deutschen Telekom wird das Thema Datenschutz damit auch bei der deutschen Mobilfunktochter aufgewertet.

„T-Mobile ist in Deutschland als Marktführer hervorragend positioniert. Mit Georg Pözl gewinnen wir einen erfahrenen Manager für die Gesamtverantwortung des Unternehmens, um den erfolgreichen Kurs in diesem wichtigen Markt fortzusetzen“, betonte Hamid Akhavan, Vorsitzender des Aufsichtsrats T-Mobile Deutsch-

land. „Mit der neuen Struktur haben wir uns entschieden, den Themen Datenschutz, Sicherheit und Recht durch die Zuordnung beim Sprecher der Geschäftsführung eine noch höhere Aufmerksamkeit und ein stärkeres Gewicht zu verleihen.“

Vor seinem Wechsel nach Bonn war Pözl Vorsitzender der Geschäftsführung von T-Mobile Austria. Zuvor war er Vorstandsvorsitzender des Maschinen- und Anlagenbauers Binder & Co. AG. Er startete seine berufliche Laufbahn bei McKinsey & Co. Pözl studierte an der Montanuniversität in Leoben (Österreich). Er ist Diplomingenieur und Doktor für Erdölwesen.

Philipp Humm konzentriert sich jetzt auf die Führung des integrierten Vertriebs bei der Deutschen Telekom und ist neben seiner bisherigen Verantwortung für den Mobilfunk- und Festnetzvertrieb in Zukunft auch für die Integration des Geschäftskundenvertriebs zuständig. „Unter der Führung von Humm hat sich T-Mobile in Deutschland hervorragend entwickelt“, sagte Akhavan. „Ich freue mich, dass er als Vertriebschef der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland weiter angehören wird.“

Die Zahl eigener Shops soll kräftig steigen O₂s Flagship-Store Nummer zwei

Vier Jahre nach der Eröffnung des ersten Flagship-Stores am Münchner Marienplatz hat Telefónica O₂ Germany am 4. Dezember seinen zweiten Flagship-Store in Deutschland eröffnet: An der Straße Unter den Linden, im Herzen Berlins, einen Steinwurf vom Brandenburger Tor entfernt, stehen dort jetzt 25 Mitarbeiter im modernsten und größten O₂ Shop zur Beratung der Kunden und zum Verkauf von Tarifen und Geräten bereit.

Im neuen Vorzeigegeschäft des Münchner Netzbetreibers arbeitet O₂ erstmals nach dem Vorbild von Hotels mit einem Concierge. Er soll den Kunden vom Ausfüllen eines Vertrages, über allgemeine Informationen zu Berlin bis zur Bestellung von Tickets für sportliche oder kulturelle Veranstaltungen in der kürzlich eingeweihten O₂ World am Berliner Ostbahnhof zur Seite stehen und ihnen bei Bedarf den richtigen Ansprechpartner im Geschäft vermitteln.

„Mit dem Flagship-Store bauen wir unsere Präsenz in der Hauptstadt weiter aus“, sagte Lutz Schüler, Geschäftsführer Marketing und Sales von Telefónica O₂ Germany, in einem Pressegespräch in der O₂ Hauptstadtreprä-

sentanz. „Als junge Weltstadt und Metropole ist Berlin neben München einer der wichtigsten Märkte für O₂ in Deutschland.“ Der neue Flagship-Store in Berlin bietet eine Verkaufsfläche von 270 Quadratmetern auf zwei Ebenen. Das Konzept für den Berliner Store entwickelte das Münchner Unternehmen gemeinsam mit der renommierten Berliner Design-Agentur hartmannvonsiebethal. Als zentrales Gestaltungselement leiten Bewegungslinien und ein eigens entwickelter Tresen die Besucher ins Innere des Shops. Die klare Formensprache weckt Neugier und lädt die Besucher ein, in die Welt der Kommunikation einzutauchen. Ein Wechselspiel aus weißem und blauem Licht schafft dabei die typische O₂ Atmosphäre.

Zu den Besonderheiten des neuen Flagship-Stores gehört, dass keine Dummies verwendet werden, sondern sämtliche ausgestellten Mobilfunk- und DSL-Produkte funktionsfähig sind, dass es sieben Surfstationen gibt, die von den Kunden kostenlos genutzt werden können, und dass eine Reihe der präsentierten Handys medial unterstützt wird: Nimmt der Kunde eines dieser Geräte aus dem Display, erscheinen auf einem daneben befindlichen Monitor automatisch die wichtigsten Produkteigenschaften.



Der O₂ Flagship-Store in Stichworten

- Exklusive Lage im Upper East Side Berlin, Unter den Linden/Ecke Friedrichstraße.
- 25 Mitarbeiter für Beratung und Verkauf.
- Ein Concierge.
- Mit 270 Quadratmetern Verkaufs- und Beratungsfläche der größte O₂ Shop in Deutschland.
- Es werden ausschließlich funktionsfähige DSL- und Mobilfunkgeräte präsentiert, einige medial unterstützt.



Bild oben: Erstmals arbeitet in einem O₂ Shop auch ein Concierge, der den Kunden bei Bedarf mit Rat und Tat zur Seite steht.

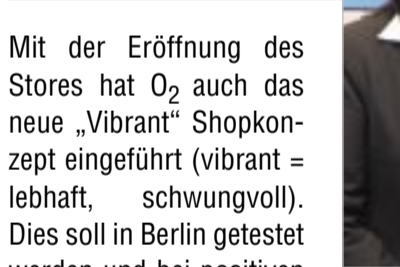


Bild links: Insgesamt sieben Surf-Stationen stehen in dem Shop bereit, die von allen Kunden kostenlos genutzt werden können.



Bild oben: Alle im Flagship-Store gezeigten DSL- und Mobilfunkprodukte sind voll funktionsfähig. Dadurch können die Kunden nicht nur ihre Kaufentscheidung leichter treffen, auch die Beratung durch die Shopmitarbeiter wird so unterstützt.

Bild links: Einen Tag vor der Eröffnung erläuterten Carmen Bzik, Managerin O₂ Flagshipstore Berlin, und Michael Heim, Regional Sales Manager Shops East bei Telefónica O₂ Germany, den Pressevertretern das neue „Vibrant“-Shopkonzept, das erstmals in Berlin zu finden ist.

Mit der Eröffnung des Stores hat O₂ auch das neue „Vibrant“ Shopkonzept eingeführt (vibrant = lebhaft, schwungvoll). Dies soll in Berlin getestet werden und bei positiven Reaktionen der Kunden nach und nach sowohl in den existierenden als auch in den weiteren noch zu gründenden O₂ Shops eingesetzt werden. Mittelfristig soll sich die Zahl der O₂ Shops laut Schüler auf 1.100 erhöhen. Derzeit betreibt das Unternehmen in Deutschland nahezu 700 Shops. Gleichzeitig werde das Unternehmen den indirekten Vertrieb ausbauen und 350 neue Premium Partner gewinnen, so Schüler. Premium Partner betreiben eigenständig Shops, die in erster Linie O₂ Produkte und Services vermarkten.

In Berlin ist O₂ derzeit mit 54 Shops vertreten. In den 14 eigenen und 39 Partnershops sowie im neuen Flagship-Store können Kunden das passende Angebot auswählen. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen in Berlin und Teltow 525 Mitarbeiter in den Shops sowie im Service- und Technikbereich.



Bild rechts: Eine der Besonderheiten des neuen Shopkonzepts ist die mediale Unterstützung der Produktpräsentation: Nimmt der Kunde eines der Geräte aus dem Display, erscheinen auf dem daneben befindlichen Monitor sofort die wichtigsten Produkteigenschaften.

O₂ startet neues Festnetz-Preselection-Produkt mit sekundengenaue Abrechnung für Unternehmen

Telefónica O₂ Germany hat ein neues Festnetz-Telefonie-Portfolio für Unternehmen gestartet. Als erstes Produkt geht O₂ Preselection mit einem einfachen Tarifschema und sekundengenaue Abrechnung an den Start. O₂ Business Preselection ist nach Meinung des Münchner Netzbetreibers das ideale Produkt für Unternehmen, die ohne großen Aufwand Telefoniekosten sparen wollen. Mit der festen Voreinstellung auf O₂ als Verbindungsnetzbetreiber laufen automatisch alle abgehenden Orts- und Ferngespräche sowie alle Mobilfunkverbindungen über O₂. Technische Anpassungen an der TK-Infrastruktur sind nicht notwendig, denn O₂ Business Preselection basiert auf einem beim Kunden bereits vorhandenen Analog- oder ISDN-Telefonanschluss. Kunden

behalten dabei ihre bekannte Rufnummer, und auch die alte TK-Anlage bleibt weiter im Einsatz. O₂ Business Preselection ist deutschlandweit verfügbar und eignet sich für Unternehmen jeglicher Größe. Der O₂ Business Preselection Basistarif hat keine Mindestvertragslaufzeit, und es fällt keine monatliche Grundgebühr an. Die Nettopreise gelten rund um die Uhr, die Abrechnung erfolgt sekundengenaue. Mit zubuchbaren Minutenpaketen, erhältlich für Gespräche in unterschiedliche Netze, zum Beispiel ins Mobilfunknetz oder ins deutsche Festnetz, die untereinander kombinierbar sind, können Unternehmen das Angebot auf ihr individuelles Telefonieverhalten flexibel anpassen. Detailinformationen zum neuen Business-Angebot sind unter www.o2online.de/goto/business zu finden.

Über 10.000 Schlecker Drogeriemärkte nehmen eigenes O₂ Mobilfunkprodukt ins Programm

Die Schlecker Drogeriemärkte bieten ihren Kunden ab sofort in Zusammenarbeit mit Telefónica O₂ Germany das Produkt Schlecker Prepaid an. Mit über 10.000 Märkten gehört Schlecker zu den stärksten Vertriebs-Organisationen in Deutschland. Die Kunden zahlen bei Schlecker Prepaid pro Gesprächsminute und pro SMS neun Cent in alle deutschen Netze.

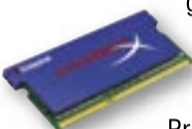
Das Starterpaket bei Schlecker kostet einmalig 5,99 Euro. Es enthält eine SIM-Karte und umfasst einen Euro Startguthaben. Schlecker Prepaid-Kunden zahlen keine Grundgebühr und keinen Mindestumsatz. Sie haben keine feste Vertragslaufzeit und volle Kostenkontrolle. Der Erwerb von Vouchern für Schlecker Prepaid ist in allen der über 10.000 Drogeriemärkten von Schlecker möglich.

IT



HyperX DDR3 SO-DIMMS: Kingston High-Performance-Speicher für Notebooks

Der bekannte Speicherspezialist Kingston Technology hat als erstes Unternehmen Ultra-Low Latency HyperX DDR3 SO-DIMMs mit höherer Performance und optimaler Hitzeableitung angekündigt. Das neue Speichermodul ist als Upgrade-Lösung für Notebooks konzipiert und ermöglicht einen schnelleren Datentransfer als herkömmliche Standard-Speicher. Der hochperformante, Ultra-Low-Latency-Speicher ist mit einem neuen Hitzeschild aus Aluminium ausgestattet, das die Wärme besser ableitet als die meisten anderen Metalle und kontinuierliche Leistung garantiert. „Anwender benutzen auf ihren Notebooks immer mehr speicherintensive Anwendungen wie beispielsweise Video-Editing, Fotobearbeitung oder lassen verschiedene Programme gleichzeitig laufen. Dadurch wird der Computer langsam. Abhilfe kann durch eine hochperformante und schnelle Speicherkonfiguration geschaffen werden“, erklärt Christian Marhöfer, Geschäftsführer Kingston Technology GmbH. „Das HyperX DDR3 Modul ist einfach zu installieren, und der Anwender kommt bei allen Programmen und Anwendungen sofort in den Genuss höherer Performance.“ Auf das neue HyperX-Modul leistet Kingston wie auf alle seine Speicherprodukte lebenslängliche Garantie und Kingstons 24 x 7 technischen Support. Das Kingston HyperX DDR3 SO-DIMM 4GB Ultra-low latency 1066MHz (CL5-5-5-15 @ 1.5v) Kit mit der Produktnummer KHX 8500S3ULK2/4G besteht aus zwei Modulen und ist zum UVP von 202,- Euro lieferbar. www.kingston.de



2 Zoll Upgrade Kit für Notebooks von Acer

Für Anwender, die ihr Notebook für die effektive Arbeit zu Hause zu einem vollwertigen Desktop-Ersatz ausbauen möchten, bietet Acer das neue 22 Zoll Upgrade Kit an. Es besteht aus einem qualitativ hochwertigen 22 Zoll Widescreen LC-Display und einem kabellosen Tastatur- und Maus-Set. Um den speziellen Anforderungen unterschiedlicher Benutzergruppen gerecht werden zu können, bietet Acer das Upgrade Kit in zwei Ausführungen jeweils für Heim- oder für Business-Anwender an. Die Kombination aus einem Notebook und einem Acer Upgrade Kit verhilft dem Anwender zu einer PC-Lösung mit komfortabler Ergonomie und ist eine hervorragende Alternative zu Desktop-PCs, weil das Notebook weiterhin als mobiles Rechner-System zur Verfügung steht. Der Anschluss des Upgrade Kits an das Notebook erfolgt über einen einzigen USB-Stecker. Maus und Tastatur werden kabellos mit dem Display verbunden. Zusätzlicher Kabelsalat am Arbeitsplatz wird auf diese Weise vermieden. Bei

Bedarf lassen sich über eine Ketteninstallation bis zu fünf an das Notebook angeschlossene LC-Displays miteinander vernetzen. Obwohl der Energiebedarf der Kombination im Betriebszustand und im Standby-Modus unter den Durchschnittswerten eines Desktop-PCs liegt, ist das Notebook Upgrade Kit mit einem Schalter für die vollständige Trennung vom Wechselstromnetz ausgestattet und hat im ausgeschalteten Zustand eine Leistungsaufnahme von 0 Watt. Das 22 Zoll Widescreen-Display besitzt ein Seitenverhältnis von 16:10 bei einer Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten. Die kurze Reaktionszeit von nur 5 ms ist nicht nur für Büroanwendungen, sondern auch für die Nutzung multimedialer Anwendungen von Vorteil. Bei einem Kontrastverhältnis von 10.000:1 und einer Helligkeit von 300 cd/m² stellt das Display auch in hellen Büros scharfe und kontrastreiche Bilder dar. Dank der weiten Betrachtungswinkel von 170 Grad (horizontal) und 160 Grad (vertikal) lassen sich z. B. Firmenpräsentationen von mehreren Personen gleichzeitig betrachten. Für die Audio-Wiedergabe sind zwei Lautsprecher mit je einem Watt Leistung integriert. Das Display des Upgrade Kits für Büroanwender lässt sich in der Höhe verstellen, kippen und mittels der integrierten Pivot-Funktion nach rechts oder links um 90 Grad schwenken. Die beiden 22-Zoll Acer Upgrade Kits für Notebooks werden mit einer Garantie von 2 Jahren Bring-in ausgeliefert. Das Upgrade Kit für Business-Anwender ist ab sofort zum UVP von 349,- Euro, das Upgrade Kit für Heimanwender zum UVP von 279,- Euro im Handel erhältlich. www.acer.de

Edimax WLAN-Zwerg mit großer Reichweite

Der Netzwerk-Spezialist Edimax Technology bringt mit seinem USB-Adapter EW-7711UAN einen kabellosen nLite WLAN-Adapter auf den Markt, der ab sofort erhältlich ist. Der EW-7711UAN ist eine handliche und komfortable Lösung für mobile Nutzer und verbindet einfach und komfortabel einen stationären PC oder Laptop mit einem kabellosen Netzwerk und stellt den schnellen Zugang zum Internet bereit. Der EW-7711UAN von Edimax ist mit einer schwenkbaren Funkantenne ausgestattet und der derzeit kleinste USB-WLAN-Adapter auf dem Markt. www.edimax.com

MSI Wind NetBox macht Monitor zum Client-PC

Mit der „Wind NetBox“ stellt MSI eine hochintegrierte Desktop-Einheit für die einfache Installation an einem LC-Display auf den Markt. Das Display Attached Device (DAD) ist mit seiner hohen Systemstabilität und den kompakten Abmessungen von 180 x 255 x 19 mm optimal für die Integration in öffentliche Bild-

POs Aktuell

Führt Lenovo Übernahmegeräche mit Fujitsu?

Der chinesische PC-Hersteller Lenovo hat Meldungen bestätigt, laut denen das Unternehmen Gespräche mit anderen Unternehmen über Beteiligungen oder Übernahmen führt. Es haben bisher allerdings noch keine konkreten Verhandlungen mit dem Ziel eines Vertragsabschlusses stattgefunden, verlautet in einer offiziellen Erklärung von Lenovo. Das eröffnet breiten Spielraum für unterschiedlichste Spekulationen. Als sinnvolle Partner oder Übernahme-Kandidaten für Lenovo sehen Wirtschaftsexperten vor allem zwei Unternehmen: Durch eine Übernahme des größten brasilianischen PC-Herstellers „Positivo Informatica“ könnte sich Lenovo eine stärkere Position auf dem noch entwicklungs-fähigen lateinamerikanischen Markt verschaffen. Eine deutliche Stärkung der Marktposition von Lenovo wäre die Eingliederung des Privatkunden-Segments des bis vor kurzem größten europäischen PC-Herstellers Fujitsu Siemens Computers (FSC). Nachdem Siemens sich aus dem gemeinsam betriebenen Unternehmen Fujitsu Siemens Computers verabschiedet hat, ist Fujitsu jetzt alleiniger Inhaber und hat bereits erklärt, sich künftig stärker auf den Geschäftskundenbereich konzentrieren zu wollen. Der Verkauf des Privatkunden-Segments an Lenovo würde den Plänen Fujitsus wahrscheinlich nicht im Weg stehen.

Google will sparen

Auch Google, die marktführende Internet-Suchmaschine, hat Sparmaßnahmen angekündigt: Das Unternehmen, das in den vergangenen Jahren durch Werbeeinnahmen immer über reichlich Geld verfügen konnte, sieht sich von der Finanzkrise und ihren Auswirkungen auf die Realwirtschaft eingeholt und will mehrere Online-Projekte stoppen und seine finanziellen Mittel in der nächsten Zeit wesentlich zurückhaltender einsetzen, erklärte Google-Chef Eric Schmidt gegenüber dem Wall Street Journal. Google hat bereits seinen Dienst „SearchMash“ eingestellt, bei dem man mit der Anzeige von Suchergebnissen experimentieren konnte. In Kürze soll auch die virtuelle Welt „Lively“ geschlossen werden. Man werde Googles Kapazi-

täten stärker auf Kernbereiche konzentrieren, verlautet es aus Kreisen des Suchdienstes: Werbung im Internet und auf Mobiltelefonen sowie online nutzbare Software für Unternehmen (Cloud Computing). Man werde Software-Entwicklern auch nicht mehr ein Team von 20 Leuten zur Verfügung stellen, um ein neues Projekt zu entwickeln, erläuterte Google-Chef Eric Schmidt. Sobald sich wieder ein Aufschwung einstelle, werde Google die Verwirklichung seiner brillanten Vision fortführen. Bei der Bekanntgabe der Geschäftszahlen für das dritte Quartal sagte Google-Chef Eric Schmidt: „Wir sind uns des schwachen Zustands der Weltwirtschaft bewusst.“ Google werde trotzdem am weiteren Ausbau der Such- und Werbefunktionen arbeiten und in Wachstumfelder der Zukunft investieren wie z. B. den Mobilbereich und ein wachsames Auge auf die Unternehmenskosten haben.

www.google.com

Bitkom: ITK-Markt bleibt 2009 auf Vorjahresniveau

„Der deutsche High-Tech-Markt stemmt sich gegen den Abschwung und bleibt 2009 mit 145 Milliarden Euro voraussichtlich auf dem Niveau des Vorjahres.“ Das ist die Aussage des High-Tech Branchen-Verbandes Bitkom über die Umsatzerwartung im vor uns liegenden Jahr. Angesichts der wirtschaftlichen Eintrübung hat Bitkom eine frühere Prognose nun leicht nach unten korrigiert. Nach der aktuellen Bitkom-Prognose wird der Markt für Informationstechnik im Jahr 2009 um 1,5 (vorher: 1,9) Prozent auf rund 66 Milliarden Euro zulegen. „Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die High-Tech-Industrie drücken in einigen Marktsegmenten die Umsatzerwartungen nach unten“, sagte Bitkom-Präsident Prof. August-Wilhelm Scheer. Während die IT-Nachfrage weiter wächst, müssen die Märkte für Telekommunikation und Unterhaltungselektronik Einbußen hinnehmen. Laut einer aktuellen Bitkom-Umfrage wollen im kommenden Jahr 39 Prozent der ITK-Firmen trotz der Krise zusätzliche Arbeitsplätze

schaffen, ein Drittel will die Zahl der Beschäftigten stabil halten, und 28 Prozent planen einen Stellenabbau.

Bitkom-Präsident Scheer forderte die Bundesregierung mit Blick auf die wirtschaftliche Krise auf, überfällige Investitionen in die öffentliche High-Tech-Infrastruktur zu tätigen und forschende Unternehmen steuerlich zu entlasten. „Die IT-Ausgaben dürften trotz der konjunkturellen Turbulenzen weiter leicht wachsen“, sagte Scheer. „Die Informationstechnik ist für Unternehmen in einer Krisensituation von strategischer Bedeutung, weil sie die Betriebe effizienter und leistungsfähiger macht.“ Mit einer wachsenden IT-Nachfrage sei auch von der öffentlichen Hand zu rechnen, deren Investitionen kaum von konjunkturellen Schwankungen abhängig sind. Ein Fünftel der IT-Ausgaben entfallen auf öffentliche Kunden. Getragen wird das Wachstum im IT-Sektor von den Anbietern von Software und IT-Services, die im Jahr 2009 voraussichtlich um 3,1 Prozent auf 48,5 Milliarden Euro zulegen können. Der Umsatz mit IT-Hardware geht dagegen um 2,4 Prozent auf knapp 19 Milliarden Euro zurück. Der Umsatz mit Telekommunikationsdiensten und Kommunikationstechnik wird laut Bitkom im kommenden Jahr um 1,2 Prozent auf 65,4 Milliarden Euro sinken. „Der Telekommunikations-Markt steht unabhängig von den wirtschaftlichen Turbulenzen unter starkem Preisdruck“, sagte Scheer. Eine Trendwende deutet sich auf dem Markt für digitale Unterhaltungselektronik an. Nach einem erneuten, kräftigen Umsatzplus von 4,4 Prozent auf 12,2 Milliarden Euro im Jahr 2008 dreht der Markt im kommenden Jahr mit 2,5 Prozent ins Minus. „Die Sonderkonjunktur durch die Fußball-EM und die Olympischen Spiele geht zu Ende“, sagte Scheer. Davon habe im auslaufenden Jahr insbesondere der Verkauf von Flachbildfernsehern profitiert. www.bitkom.org



schirmsysteme, als informative „Digitale Beschilderung“ am Point of Sale oder als durchaus performanter Mini-Client-PC einsetzbar. Ausgestattet mit der stromsparenden Intel Atom Prozessortechnologie kommt das DAD komplett ohne Lüfter aus und arbeitet mit weniger als 20 dB Betriebsgeräusch nahezu lautlos. Ausreichender Speicherplatz für Präsentations-Videos oder Bilder steht auf der 120 GB fassenden 2,5-Zoll SATA-Festplatte zur Verfügung. Die integrierte Intel GMA 950 Grafiklösung unterstützt die maximale Auflösung von 2.048 x 1.536 Bildpunkten und sorgt für hohe Flexibilität

beim Anschluss an fast alle handelsüblichen Displays. Als Schnittstellen bieten drei USB 2.0 Ports, ein 3-in-1-Kartenleser, WLAN-Modul nach 802.11b/g und 10/100 Mbit Ethernet universelle Anschlussmöglichkeiten für Online-Zugänge, Drucker, USB-Speicher, externe CD/DVD/Blu-ray-Laufwerke, externe Festplatten oder Audio/Video-Geräte wie Kameras und MP3-Player. Als Betriebssystem bietet MSI dem Käufer wahlweise Suse Linux oder Windows XP Home an. Für die einfache Installation hinter einem Monitor oder Display wird die MSI Wind NetBox serienmäßig mit einer Vorrichtung zur

Montage an jeden Bildschirm mit Vesa-Vorbereitung als Standardzubehör ausgeliefert. Auch bei der Wind NetBox setzt MSI das leichte und stromsparende Design der Wind-Serie ein, um den im Trend liegenden Ansprüchen zu genügen. Die Garantiezeit beträgt 2 Jahre. Dem Kunden steht unter der Support- und Servicrufnummer 01805-5215521 (0,14 €/Minute aus dem deutschen Festnetz) geschultes Personal bei der Einrichtung und Fehlerdiagnose zur Verfügung. Die NetBox von MSI ist ab Ende Januar 2009 zu (je nach Konfiguration) UVPs ab 269,- Euro erhältlich. www.MSI.com

Samsung X460:

Schlanke Silhouette – hohes Leistungspotential



Die Oberfläche des Samsung X460 ist wahlweise in hochglänzendem roten oder schwarzen Klavierlack, kombiniert mit gebürstetem Aluminium, erhältlich.

Nachdem Samsung auf der IFA 2008 bereits mit dem Schwestermodell X360 für Überraschung und Aufsehen gesorgt hat, stellt der koreanische Elektronikkonzern mit dem Ultraleichtgewicht X460 jetzt das zweite Modell der neuen Notebook-Serie vor: Neben der gleichen umfangreichen Ausstattung des X360 verfügt das mit einem 14,1-Zoll-Display ausgestattete Notebook zusätzlich über ein optisches Laufwerk und empfiehlt sich mit seinem geringen Gewicht von nur 1,84 kg und flachen 2 bis 3,2 Zentimetern Höhe für den anspruchsvollen mobilen Einsatz.

Neue Standards bei Leistung und Anschlussmöglichkeiten

Das auf der neuesten Intel Centrino 2 Prozessor-Technologie basierende X460 setzt mit der verfügbaren Leistung und Anzahl unterschiedlicher Anschlussmöglichkeiten neue Maßstäbe für Notebooks dieser Gewichts- und Größenklasse. Das Samsung X460 erfüllt beispielhaft die hohen Anforderungen der mobilen Anwender-Generation, die bei Bedarf zu jeder Zeit und an jedem Ort über die Möglichkeit verfügen möchte, mit einem leistungsfähigen Notebook professionell arbeiten zu können. Leicht und elegant kaschiert die schlanke Silhouette des X460 das starke Innenleben mit schnellen Festplatten S-ATA von 120 bis zu 320 GB Speichergröße (5.400 Umdrehungen pro Minute) und einer hochperformanten nVIDIA GeForce Go 9200M GS Grafikkarte.

„Wir wussten, dass wir ein außergewöhnliches Produkt entwickeln müssen, um die durch das X360 ausgelöste Begeisterung weiterhin aufrechtzuerhalten. Das ist uns mit dem X460 hervorragend gelungen. So konnten wir trotz der komfortablen Ausstattung mit integriertem Laufwerk und 14-Zoll-Display das Gewicht sehr gering halten“, erklärt Keith Wrampling, Product Marketing Manager Samsung Notebooks Deutschland.

Samsung verbaut auch beim X460 seine eigenen Speicher-, Akku-, Laufwerk- und Bildschirm-Komponenten, um hohe Qualität und Zuverlässigkeit bei wettbewerbsfähigen Herstellungskosten zu gewährleisten. Als CPU kommt ein Intel Core 2 Duo Prozessor P8600 mit 2,4 GHz, 3 MB Cache, 1.066 MHz FSB und 4 GB Arbeitsspeicher (2 x 2 GB) DDR3 zum Einsatz. Als optisches Laufwerk ist ein DVD Super Multi Double Layer (SATA) integriert. Als Betriebssystem wird OEM Original Windows Vista Business installiert.

Protect-o-Edge Gehäuse mit SilverNano-Tastatur

Das trotz seiner eleganten Linienführung äußerst robuste Protect-o-Edge Gehäuse des X460 besteht aus widerstandsfähiger Magnesiumlegierung und vereint hohe Ergonomie mit edlem Design. Die Alltagstauglichkeit von Notebooks wird maßgeblich durch ihr Verhalten bei rauher Beanspruchung und ungünstigen Umgebungsbedingungen bestimmt. Das Protect-o-Edge Gehäuse des X460 wurde speziell dafür entwickelt, wiederkehrenden starken Belastungen problemlos standhalten zu können und schützt die Notebooks weitgehend vor unschönen Kratzern und Beschädigungen. Wie alle modernen Notebook-Modelle von Samsung ist auch das X460 mit SilverNano-Technologie ausgestattet: Durch Beschichtung der Tastatur mit Silberionen-Partikeln in Nano-Größe werden die Oberflächen des Notebooks zu 99 Prozent bakterienfrei gehalten. Alle auf die Tastatur gelangenden Bakterien werden innerhalb von 24 Stunden abgetö-

tet. Dieses auch in der Medizin angewandte Verfahren garantiert dem Anwender jederzeit eine hygienische Arbeitsumgebung. Mit seinem Design steht das X460 dem attraktiven Schwestermodell in nichts nach. Die Oberfläche der gleichzeitig als Gehäusedeckel dienenden Display-Rückwand ist wahlweise in hochglänzendem roten oder schwarzen Klavierlack, kombiniert mit gebürstetem Aluminium, erhältlich.

Umfangreiche Schnittstellen-Auswahl

Auch bei der Anzahl der zur Verfügung stehenden Schnittstellen ist das X460 vorbildlich: Für den Anschluss von externen Speicherquellen und Peripheriegeräten stehen drei USB 2.0 Ports, HDMI- und VGA-Schnittstelle, 34 mm Express-Card-Anschluss, 7-in-1-Kartenleser, Bluetooth 2.0+EDR (Enhanced Data Rate), 802.11n (Draft 5.0) Wireless-LAN-Technologie von Intel und Gigabyte Ethernet LAN 10/100/1000 für schnelle Internet-Verbindungen

Als CPU kommt ein Intel Core 2 Duo Prozessor P8600 mit 2,4 GHz, 3 MB Cache, 1.066 MHz FSB und 2 x 2 GB DDR3 Hauptspeicher zum Einsatz. Ein DVD Super Multi Double Layer (SATA) ist integriert.



bereit. Die integrierte Digitalkamera lässt sich auch als Webcam mit 1,3 Megapixeln für Videokonferenzen und Live Messaging einsetzen. Als hochwertiges Business-Notebook ist das X460 mit einem Anschluss für die Samsung P-Dock Docking Station ausgestattet. Mit einem Klick lässt sich das Notebook um eine Vielzahl weiterer Schnittstellen erweitern.

Sicherheit durch Finger-Print-Leser und Trusted-Plattform-Modul

Wie alle neuen Samsung Notebooks der Premium-Serie ist das

X460 als ergänzendes Sicherheits-Feature mit einem biometrischen Fingerabdruck-Sensor und einem Trusted-Plattform-Modul Authentifizierungssystem ausgestattet, um auf diese Weise den größtmöglichen Schutz sensibler Daten zu garantieren: Software-Applikationen, Netzzugänge und gespeicherte Daten sind durch Administrator-Passwort und User-Passworte geschützt. Die biometrische Fingerabdruck-Erkennung kann die Eingabe von Passwörtern bei gleich hoher Sicherheit durch einen bequemen Fingerabdruck-Scan ersetzen.

Das Trusted Platform Module (TPM) schützt das Rechner-System gegen Hacker-Angriffe, Virus-Attacken, Phishing-Versuche und Trojaner. Potentielle Gefahren werden durch das System-Management identifiziert und gemeldet. Zum größtmöglichen Schutz von System und

Daten sind Software-Applikationen vorinstalliert: OEM Samsung Recovery Solution III, Omnipass 5.01.10, McAfee Virus Scan und Cyberlink DVD Suite. Das Diebstahlsrisiko lässt sich durch die Benutzung des vorhandenen Kensington Lock Slots vermindern.

14,1-Zoll SuperBright LED Widescreen-Display

Das 14,1 Zoll große WXGA SuperBright Widescreen-Display mit F-LED Hintergrundbeleuchtung, 1.280 x 800 Bildpunkten und dem Helligkeitswert von 300

cd/m² bietet bis zu 30 Prozent mehr Sichtfeld als ein traditioneller Monitor. Durch Einsatz der LED-Technologie erreichen Displays höhere Helligkeits- und Kontrastwerte, können flacher konstruiert werden und verbrauchen weniger Energie. Zum Anschluss eines externen Bildschirms steht das Videosignal am VGA-Ausgang mit maximal 2.048 x 1.536 Bildpunkten oder der HDMI-Schnittstelle mit Auflösungen von 480p, 720p, 1.080i und 1.080p zur Verfügung.

LED-Technologie hilft Strom sparen

Das X460 wird mit einem abnehmbaren 6-Zellen-Akku ausgeliefert und erreicht mit einer Akkuladung eine vom Stromnetz unabhängige Laufzeit bis zu 4,5 Stunden. Die Ladezeit für einen leeren Akku beträgt zwei Stunden. Optional kann ein 9-Zellen-Akku eingesetzt werden, der die Laufzeit auf bis zu 7,5 Stunden erhöht. Der Stromverbrauch des Notebooks wird durch den geringen Energiebedarf des 14,1 Zoll WXGA LED-Displays reduziert, das 33 Prozent mehr Helligkeit als ein herkömmliches LCD-Display erreicht. Das dünne Hochglanz-Display eignet sich dank der integrierten LED-Backlight Technologie auch für das Arbeiten im Freien.

Abmessungen und Verkaufspreis

Die Abmessungen des X460 betragen 330 x 245,7 x 21,2 – 32,2 mm. Auf seine Notebooks leistet Samsung 24 Monate Garantie mit Vor-Ort-Abholservice. Als zusätzliche Service-Erweiterungen werden angeboten: Vor-Ort-Abholservice, 1 Jahr NPC-DP1AA, 2 Jahre NPC-DP2AA. Vor-Ort-Reparaturservice, 2 Jahre NPC-DNNA1 oder 3 Jahre NPC-DNAA1. Das neue Samsung Notebook X460 ist zum UVP von 1.499,- Euro verfügbar.



Die schlanke Silhouette des X460 verbirgt das starke Innenleben mit S-ATA Festplatten von 120 bis zu 320 GB Speichergröße, hochperformanter nVIDIA GeForce Go 9200M GS Grafikkarte und DVD-Multi-Laufwerk.

IT



Samsung 2342BW: Kino im 16:9-Format auf dem Schreibtisch

Immer mehr Filme und Spiele werden im 16:9-Format produziert. Deshalb werden moderne Flachbild-TV-Geräte fast nur noch im 16:9-Seitenverhältnis hergestellt. Breitbild-Monitore hatten bisher fast immer Bildflächen mit dem Seitenverhältnis 16:10. Das soll sich grundsätzlich ändern. Bei fast allen Anbietern tauchen im Angebot jetzt erste Monitor-Modelle mit dem gleichen 16:9-Seitenformat wie bei TV-Geräten auf. Das hat seine Vorteile: Bei Computerspielen werden die Bilder nicht mehr wie bei 16:10- oder 4:3-Displays an den Seiten abgeschnitten, und bei Spielfilmen entfallen die lästigen schwarzen Balken am oberen und unteren Rand. Mit den neuen Displays kann jeder Film und jedes Spiel in seiner vollen Auflösung genossen werden, wie bei dem neuen Samsung SM 2343BW: Samsungs neuer Widescreen-Monitor SyncMaster 2342BW hat eine Bildschirmdiagonale von 23 Zoll und verfügt im Vergleich zu den gewohnten 1.920 x 1.080 oder 1.920 x 1.200 über eine größere Auflösung mit 2.048 x 1.152 Bildpunkten, die mit dem Seitenverhältnis von 16:9 dem Seitenformat von Breitformat-Flach-TV-Geräten entspricht. Auf der Bildfläche des Sam-



sung SyncMaster 2342BW finden neben der Vista Sidebar zwei DIN A4-Seiten Platz und ersparen bei diesen und ähnlichen Aufgaben den zweiten Bildschirm. Das Kontrastverhältnis liegt bei 1.000:1, der dynamische Kontrast bei 20.000:1. Die Helligkeit beträgt 300 cd/m². Als Eingangsschnittstellen stehen D-Sub und DVI zur Verfügung. Der Bildschirm bietet mit 23 Zoll (58,42 cm) Bildschirmdiagonale besonders viel Platz. Um eine optimale Ergonomie zu ermöglichen, bietet der SyncMaster diverse Einstellungsmöglichkeiten: Der höhenverstellbare Fuß erlaubt die Anhebung oder Absenkung des Displays um 10 cm. Mittels Tilt-Funktion lässt sich das Display um 10 Grad nach vorne oder hinten kippen. Dank der im Standfuß eingebauten Drehplatte und der Portraitfunktion lässt sich der Bildschirm um 90 Grad vertikal schwenken und horizontal drehen. Für die hohe Qualität der dargestellten Bilder sorgt ein hochwertiges TN-Panel. Die QWXGA Auflösung beträgt 2.048 x 1.152 Bildpunkte, die Helligkeit 300 cd/m², das dynamische Kontrastverhältnis 20.000:1. Der SyncMaster 2343BW ist zum UVP von 269,- Euro erhältlich. www.samsung.de

Google Internet-Browser Chrome 1.0 ist fertig

Google hat seinen Internet-Browser Chrome als Version 1.0 fertiggestellt und zum Download bereitgestellt. Im Vergleich zu der bisher öffentlich verfügbaren Betaversion ist der Browser deutlich schneller geworden und um einige Funktionen ergänzt worden. Laut Angaben von Entwicklern und Beta-Testern soll Chrome in der Version 1.0 wesentlich stabiler laufen und kann jetzt mit Plugins wie Flash auch Videos in normaler Geschwindigkeit abspielen. Die Probleme der Beta Version beim Abspielen von Web-Videos wurden offensichtlich beseitigt. Laut eigenen Angaben haben die Chrome-Entwickler die JavaScript-Engine V8 weiter beschleunigt. Den Benchmark „SunSpider“ durchläuft die Version 1.0 den Angaben nach um rund 40 Prozent schneller als die erste Beta-Version. Weitere Entwicklungsarbeiten sind jedoch erforderlich, so die Google-Entwickler. Unter anderem vermissen Anwender komfortable Funktionen wie automatisches Ausfüllen von Formularen und RSS-Unterstützung. Zur Zeit steht Chrome 1.0 nur für das Betriebssystem Windows zur Verfügung. Versionen für Mac OS X und Linux sollen folgen und sind bereits in Arbeit. Chrome 1.0.154.36 kann unter der Adresse www.google.com/chrome heruntergeladen werden.

Asus Business Notebooks: Asus B80A und B50A mit 14,1 und 15,4 Zoll

Mit dem B80A mit 14,1-Zoll-Display und zwei B50A-Modellen mit 15,4-Zoll-Displays stellt Asus drei neue Business Notebooks vor, die besonders auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden im mobilen Alltag ausgerichtet sind. Neben Docking-Kompatibilität, langer Plattformstabilität und sehr langen Akkulaufzeiten überzeugen die neuen Notebooks durch ein Anti-Glare Display mit matter Oberfläche. Dadurch wird das mobile Arbeiten auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen wie starker Sonneneinstrahlung zu einer komfortablen Tätigkeit. Die neuen Modelle sind mit leistungsfähigen und zuverlässigen Hardware-Komponenten bestückt. Dazu zählen Intel Core2 Duo Prozessoren, integrierte Grafik mit geringem Energiebedarf,



bis zu 350 GB Festplattenkapazität und bis zu 4 GB erweiterbarer Arbeitsspeicher. Kabellosen Datentransfer ermöglichen die integrierte Intel Wireless WiFi Link 5100 AGN und eine Bluetooth 2.1-Schnittstelle. Dank ihrer robusten Bauweise und der Ausstattung mit einer spritzwasser-

geschützten Tastatur, die bei Dunkelheit durch eine LED-Lichtquelle beleuchtet wird, sind die drei neuen Notebooks den Anforderungen des rauen Geschäftsalltags voll gewachsen. Als Schnittstellen stehen HDMI, Bluetooth 2.1, Gigabit-LAN, 56-KBit/s-Modem, 4x USB 2.0, 1x E-SATA, IEEE1394, 1 Express Card Slot, VGA Out, Audio in/Mic, Kopfhörer + SPDIF, 8-in-1 Card Reader und Docking Port Anschluss zur Verfügung. Die schicken schwarzen Notebooks sind ideale Begleiter für beruflich tätige Anwender, die oft unterwegs sind und trotzdem nicht auf eine komfortable Display- und Tastaturgröße verzichten möchten. Zurück im Büro oder Home Office, lassen sich die mobilen PCs über die optionale Docking Station einfach an das heimische oder Firmen-Netzwerk anschließen, und Peripheriegeräte wie Drucker, Maus oder Tastatur sind innerhalb kürzester Zeit betriebsbereit. Die UVPs für die neuen Modelle liegen je nach Konfiguration zwischen 899,- Euro und 1.099,- Euro. In Deutschland und Österreich leistet Asus zwei Jahre inklusive Pick-Up & Return Service, die mit dem optionalen Asus Garantie Erweiterungspaket auf drei Jahre verlängert werden können. www.asus.de

JVC Full-HD D-ILA Projektoren für Home Cinema und kleine Kinos

Mit dem DLA-RS10 und DLA-RS20 stellt JVC zwei neue Projektoren mit D-ILA-Technik (Direct Drive Image Light Amplifier) und einem Kontrastverhältnis von bis zu 50.000:1 vor. Die Auflösung beider Projektoren DLA beträgt 1.920 x 1.080 Pixel (Full-HD). D-ILA ist JVCs technologische Variante der LCoS-Technologie (Liquid Crystal on Silicon), einer Reflexionstechnik, die eine wesentlich höhere Pixeldichte als bei DLP-Paneln ermöglicht. Beide Geräte sind mit einem Zoomobjektiv ausgerüstet, um ohne jede Positionsveränderung des Projektors unterschiedliche Projektionsgrößen zu ermöglichen. Ebenfalls motorisiert ist der Lensshift, der Bildschwenks von 80 Grad vertikal und 34 Grad horizontal ermöglicht.

Die möglichen Projektionsdiagonalen reichen von 1,52 bis 15,2 Meter. Die erzielten hohen Schwarzwerte lassen sich nur bei einer vergleichsweise geringeren Leuchtleistung von 1.000 ANSI-Lumen (DLA-RS10) beziehungsweise 900 ANSI-Lumen (DLA-RS20) erreichen. Deswegen sollte der Vorführraum weitgehend abgedunkelt werden. Die Geräte sind mit einer festen, 3- oder 16-stufigen Blende (DLA-RS10/DLA-RS20) ausgestattet. Der DLA-RS10 verfügt über ein Kontrastverhältnis von 32.000:1, das Modell DLA-RS20 über 50.000:1. Das Betriebsgeräusch gibt JVC mit 19 dB (A) an.

Beide Projektoren sind mit je zwei HDMI-1.3-Anschlüssen ausgerüstet, für Front- oder Rückprojektion geeignet und können auch hochkant montiert werden. Letzteres ist vor allem zur Darstellung von Röntgenbildern wichtig. Der JVC Projektor DLA-RS10 ist zum UVP von 4.350,- Euro, der DLA-RS20 zum UVP von 5.930,- Euro lieferbar. www.jvc.de

Hyundai 16:10 Multifunktions-Displays mit HDMI und DVB-T

Mit den beiden neuen Multifunktionsdisplays M90W und M220W erweitert der koreanische Displayhersteller Hyundai IT seine Produktlinie und unterstreicht konsequent seine Kompetenz als Display-spezialist. Mit den neuen Modellen führt Hyundai IT die Erfolgsgeschichte der Vorgängermodelle L17T+ und L19T+ fort, die als erste Produkte ihrer Art die Funktionalität eines High-End-Monitors mit denen eines Fernsehgerätes verbunden haben. Verpackt in schwarzes Hochglanz-Design, vereinen die neuen Multimediale M90W und M220W kompromisslos Monitor- und Fernseh-Funktionalität. Dem ursprünglichen Konzept der Multifunktionsdisplays folgend, sind auch der M90W und der M220W mit einem schnellen A-Si TFT TN-Panel ausgestattet. Durch die Reaktionszeit von nur 5 ms werden Schlierenbildung und Nachzieheffekte auch bei schnell bewegten Bildinhalten sowohl im Monitor- wie im TV-Betrieb ausgeschlossen. Das hohe Kontrastverhältnis von 1.000:1 und 2.000:1 (M90W/M220W) und der Helligkeitswert von 300 cd/m² garantieren scharfe und homogene Bilder. Der Betrachtungswinkel der nach ISO 13406-2 (Pixelfehlerklasse II) zertifizierten A-Si TFT Panels beträgt in horizontaler und vertikaler Sicht 160 Grad. Die native Auflösung liegt bei 1.440 x 900 Bildpunkten für den M90W und bei 1.680 x 1.050 Bildpunkten für den M220W. Der Grafik-Ausgang des Computers kann über den ana-



logischen D-Sub Anschluss mit dem Monitor verbunden werden oder digital über HDMI- und DVI-Adapter. Die HDMI-Schnittstelle und die Scart-Buchse ermöglichen den Anschluss zahlreicher multimedialer Zuspelgeräte wie z. B. DVD-Player, Spielekonsolen oder Digitalkameras. Die Displays sind auch hervorragend für den Einbau in Wohnmobile und Schiffe geeignet, denn sie können über ein externes 12-Volt-Netzteil mit max. 54 Watt Energieverbrauch im Betrieb und nur 2 Watt im Stand-by-Modus auch ohne 220 Volt Wechselstromnetz betrieben werden. Der Fernsehempfang kann über den integrierten analogen und digitalen (DVB-T) Hybrid-Tuner mit Teletext-Funktion erfolgen, der bequem über die mitgelieferte Infrarot-Fernbedienung gesteuert wird. Als Multimedia-Spezialisten verfügen beide Geräte über zwei integrierte Lautsprecher mit einer Ausgangsleistung von 3 Watt. Der Hyundai M90W und der Hyundai M220W sind ab sofort zum UVP von 259,- Euro für den M90W und 329,- Euro für den M220W lieferbar. Die Abmessungen betragen 529 x 456 x 205 mm, das Gewicht liegt bei 6,3 kg. Hyundai leistet 3 Jahre Garantie mit Pick-up, Repair & Return. www.hyundai.com

Sechs Millionen Euro für Computer an Brandenburgs Schulen

Bis 2013 sollen rund 6 Millionen Euro für die Erhöhung des Computer-Bestandes in den Schulen des Bundeslandes Brandenburg ausgegeben werden. Für diesen Betrag werden Computer für die gymnasiale Oberstufe angeschafft. Landes-Bildungsminister Holger Rupprecht erklärte in Potsdam beim offiziellen Start der Pilotphase für das neue IT-Programm: „Es geht um die Integration neuer Medien in den Fachunterricht, es geht um die grundsätzliche Öffnung von Schule und Unterricht in einer vernetzten, offenen, interaktiven Welt.“ Das neue Förderprogramm wird durch EU-Zuschüsse aus Brüssel finanziert und ersetzt das vorherige Projekt „Medienintegration an Schulen im Land Brandenburg“.

Toshiba will Solid State Disk Produktion um Faktor 15 steigern

Laut Berichten in asiatischen Fachzeitschriften und Online-Portalen will der japanische Chip- und Elek-

tronik-Hersteller Toshiba die Produktion von Flash-Speicher-basierten Festplatten bis März 2011 im Vergleich zu den aktuellen Zahlen um das 15fache steigern. Das erklärte Ziel von Toshiba ist es, nach einer Frist von maximal zwei Jahren die Hälfte des Weltmarktes für SSD-Laufwerke zu kontrollieren. Solid State Disks gehören zur Zeit zu den wenigen Produkten der Speicherchiphersteller, die nicht von Überproduktion und unprofitablem Preisverfall bedroht sind und dazu noch lukrative Margen und deutliche Zuwächse ermöglichen. Die Speicherkapazität von SSD-Laufwerken erreicht inzwischen Größenordnungen, wie sie mit magnetischen 2,5-Zoll-Festplatten erzielt werden. SSDs erreichen aber deutlich kürzere Zugriffszeiten, arbeiten lautlos, sind unempfindlicher gegen Stoß und Fall und haben einen geringeren Energiebedarf als herkömmliche Festplatten. Noch wichtiger ist jedoch, dass die erzielbaren Gewinne stimmen. Toshiba hat bereits zeitlich abgestimmte Pläne für den Ausbau der Fertigungskapazitäten ausgearbeitet. In der japanischen Fabrik Yokkaichi soll der monatliche Produktions-Ausstoß bis März 2011 von 40.000 Stück heute auf 600.000 Einheiten erhöht werden. www.toshiba.com

Spielekonsolen • Software • Games

Neue Spielekonsole von Yuraku

Die neue Spielekonsole Yur.Gaming V-MAX32 aus dem Hause Yuraku wird mit elf festinstallierten Sport- und Arcade-Games sowie 25 Arcade-Games auf einer separaten Spielkassette ausgeliefert. Der kabellose Handcontroller sorgt dank einer Signalreichweite von 8 Metern und 360 Grad Spielradius für reichlich Action. Der Controller ist mit der 2,4 GHz Wireless Technologie ausgestattet, so bleibt kein Aufschlag beim

Die Verbindung der Spielekonsole erfolgt über den RCA-Anschluss des Fernsehers. Ein Erweiterungslot für Spielkassetten ist vorhanden. Optionale Spielkassetten von Yuraku werden ebenfalls erhältlich sein. Die Yur. Gaming V-MAX32 ist ab Januar 2009 in den Farben Weiß, Blau und Rot erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 99 Euro.

www.yuraku.de

Mindscapes „Horseland“ für Nintendo DS

Mindscope bringt erstmals eine Umsetzung der beliebten Zeichentrickserie Horseland, die sehr erfolgreich auf KiKa und im ZDF läuft, für den Nintendo DS. Mit viel Liebe zum Detail erobert der Publisher Mindscope in Zusammenarbeit mit dem Entwicklerstudio Sarbakan damit die Herzen aller Mädchen und Pferdenarren ab 6 Jahren. Die vier Freunde Sarah, Molly, Alma und Benny treffen sich jeden Tag auf der Pferderanch Horseland. Die kleinen Spielerinnen und Spieler müssen sich sorgsam um ihre Pferde kümmern, sie füttern, bürsten, kleine Unbefindlichkeiten heilen und natürlich für Ordnung im Stall sorgen. Und auch die Freundschaft zwischen den vier Freunden muss gepflegt werden, denn nur zu gern streuen die Schwestern Chloe und Zoe Zwietracht auf



Horseland. Und natürlich kommt auch der Pferdesport nicht zu kurz, denn die kleinen Reiter müssen fleißig für viele Turniere trainieren, in denen sie in den Bereichen Dressur, Springen und Schnelligkeit gefordert werden.

www.mindscope.com

G13 Advanced Gameboard von Logitech

Mit dem G13 Advanced Gameboard präsentiert Logitech eine Hybridtastatur speziell für Gamer, die in Verbindung mit der Logitech Tastatur und Maus genutzt wird und die für mehr Komfort und perfekte Kontrolle auf PC oder Mac sorgt. Das Gameboard ergänzt die G15 Gaming-Tastatur und weitere Produkte der G-Serie. Mit drei Spielmodi und 25 programmierbaren Tasten sowie einem programmierbaren Analog-Stick bietet das G13 insgesamt 87 Möglichkeiten zur Steuerung des Spiels (Installation von Software erforderlich). Es ist möglich, eigene Tastenprofile für jedes Lieblingsspiel zu programmieren. Makros können direkt ohne jegliche Spielunterbrechung erstellt werden. Ein weiterer taktischer Vorteil ist die 160 x 43 Pixel große GamePanel LCD-Anzeige, auf der aktuelle Spielstatistiken, Systeminformationen und sogar Nachrichten anderer Spieler eingeblendet werden.



www.logitech.de

„Rise of the Argonauts“ endlich erhältlich

Das lang erwartete Action-Rollenspiel „Rise of the Argonauts“ von Codemasters für PC, Xbox 360 und PlayStation 3 ist endlich verfügbar. Rise of the Argonauts entführt Spieler in das antike Griechenland, eine Welt voller Helden, Sagen und Götter. Inspiriert durch eine der größten Mythen der Menschheitsgeschichte erzählt Rise of the Argonauts von der abenteuerlichen Suche nach dem sagenumwobenen Goldenen Vlies. Im Gegensatz zu bisherigen Action-Rollenspielen verzichtet das intuitive Echtzeit-Kampfsystem von Rise of the Argonauts auf komplexe und verschachtelte Menü-Systeme und



bietet zugängliche, spektakuläre Duelle. Als wahrer Krieger trägt Jason, die Hauptfigur, vier aufrüstbare Waffen mit sich: Schild, Schwert, Streitkolben und Speer. Per Tastendruck lassen sich die Waffen im Kampf jederzeit wechseln. Rise of the Argonauts erscheint in Deutschland in einer unmodifizierten, ungeschnittenen Version.

www.codemasters.de

Fitness mit EA Sports Active

Electronic Arts wird im Frühjahr 2009 mit EA Sports Active ein innovatives und individuell anpassbares, persönliches Fitnessprodukt veröffentlichten. Das Spiel wird exklusiv für die Wii-Konsole erscheinen und für viel Bewegung in den eigenen vier Wänden sorgen. Das in Zusammenarbeit mit Fitnessexperten entwickelte Programm ist perfekt für die ganze Familie geeignet. Es richtet sich jedoch in erster Linie an Frauen, die auf einfache, unterhaltsame und kostengünstige Weise etwas für einen gesunden Lebensstil tun möchten. Es wird das erste einer neuen Reihe von EA Sports Fitness- und Sportprodukten sein, die derzeit entwickelt werden.

www.electronic-arts.de



LIPS auf Xbox 360 sorgt für Partystimmung

Jetzt hat Microsoft LIPS, das langerwartete Sing- und Partygame, exklusiv auf Xbox 360 auf den Markt gebracht. Als erstes Singspiel wird die Software mit zwei kabellosen, bewegungssensitiven Mikrofonen ausgeliefert. So wird nicht nur die sängerische Darbietung, sondern es werden auch die Bewegungen des Spielers bewertet. Damit wird die Wohnung zur eigenen Showbühne: Singen, tanzen, feiern, ohne dabei über lästige



Kabel zu stolpern. Das Paket beinhaltet vierzig Songs mit einer großen Bandbreite an Genres. Zahlreiche Spielmodi, gegeneinander oder zusammen im Duett, laden zum Spielen mit bis zu sechs Freunden ein. Die eigene Jukebox lässt sich darüber hinaus auch noch erweitern: Für alle, die ihre Musiksammlung ausbauen wollen, gibt es die Möglichkeit, neue Songs über den Xbox Live Marktplatz herunterzuladen. Als erste Titel stehen hier die Hits „Chasing Pavements“ von Adele, „No Substitute Love“ von Estelle, „The Remedy (I Won't Worry)“ von Jason Mraz sowie „Violet Hill“ von Coldplay zur Verfügung.

www.xbox.com/lips



LittleBIGPlanet™



No creative limits ...



IFA bleibt weiter in Berlin zu Hause

Die IFA wird weiterhin und auf längere Sicht in Berlin stattfinden. Die gfu und die Messe Berlin bekräftigen erneut ihre Partnerschaft. Der Veranstalter der IFA, die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu), hat die bestehenden vertraglichen Vereinbarungen mit der Messe Berlin über die Durchführung der IFA verlängert.

Zu dieser Vereinbarung erklärt Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu: „Mit der erneuten Bindung an den Messestandort Berlin schaffen beide Seiten Planungssicherheit für die nächsten Jahre. Zudem unterstreicht die Vereinbarung den Erfolg jahrelanger konstruktiver Zusammenarbeit. Mit der Messe Berlin haben wir einen verlässlichen und starken Partner für unsere Erfolgsgeschichte IFA, die wir konsequent in der Zukunft fortsetzen werden.“ Und Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, bekräftigt: „Die positive Entwicklung der IFA ist das Ergebnis einer vertrauensvollen Partnerschaft. Wir freuen uns sehr, dass die gfu langfristig ihre Partnerschaft bekräftigt hat. Gemeinsam werden wir die Positionierung als weltweit führende Messe für die CE und Hausgeräte-Branche ausbauen und stärken.“

Aufstieg zur internationalsten und flächengrößten IFA

Mit rund 122.000 Quadratmetern vermieteter Ausstellungsfläche hat die IFA 2008 die flächengrößte Ausdehnung ihrer bisherigen Geschichte erreicht und wurde von rund 220.000 Teilnehmern aus dem In- und Ausland besucht. Mit dem erzielten Ordervolumen von

mehr als 3 Milliarden Euro wurden die Erwartungen von Handel und Industrie weit übertroffen. Zuwächse von mehr als zehn Prozent bei der Anzahl der Aussteller, zehn Prozent mehr Ordervolumen und 24 Prozent mehr registrierte Fachhändler sind nur einige der aussagekräftigen Kennzahlen der weltweiten Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances. Mit einer Rekordbeteiligung von 1.245 Ausstellern aus 63 Ländern ist die IFA internationaler als je zuvor. Der Anteil der ausländischen Aussteller an der Gesamtzahl der Aussteller lag bei 66 Prozent und jeder dritte Fachbesucher reiste aus einem von 126 Ländern im Ausland an. Die IFA 2008 wurde von 6.560 akkreditierten Journalisten aus 67 Ländern besucht. Neben nationalen und internationalen Fachzeitschriften berichteten mehr als 330 nationale und 125 internationale Tageszeitungen über die IFA.

Die IFA als maßgeblicher Impulsgeber für die Konjunktur

Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverband Consumer Electronics im ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.) und Vizepräsident des

ZVEI, erklärt zur aktuellen Marktsituation: „Das Jahr 2008, und vor allem das erste Halbjahr 2008, war für Consumer Electronics-Produkte europaweit sehr erfolgreich. Maßgeblichen Anteil daran hat die klassische Unterhaltungselektronik, allen voran die innovativen Flat-TVs. Zugleich haben auch die Sportereignisse Fußball-EM und Olympia für kräftige Umsatzsteigerungen gesorgt. Von dem jährlichen Branchenhöhepunkt der IFA, als weltweite Leitmesse für Consumer Electronics und wichtigster Orderplatz der Branche, werden auch zukünftig entscheidende Impulse für den Markt ausgehen, so dass trotz schwieriger Zeiten mit einer positiven Entwicklung des Marktes für Consumer Electronics gerechnet werden kann.“ Digitale Produkte sind die Wachstums-träger der CE-Branche und liegen auch bei einer Konjunkturabschwächung in der Anschaffungsneigung der Konsumenten vorn. Europaweit stehen noch mehr als 170 Millionen Röhrengeräte in Haushalten. Das wird in den kommenden Jahren für einen starken Ersatzmarkt sorgen. Als weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics zeigt die IFA jeweils das ganze Neuheitenspektrum einer dynamischen, innovativen Branche vom Flachbild-Giganten bis zum winzigen TV-Handy, vom mobilen



Dr. Rainer Hecker (l.), Vorsitzender des Aufsichtsrates der gfu und Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, und Dr. Christian Göke (r.), Geschäftsführer der Messe Berlin: „Mit der erneuten Bindung an den Messestandort Berlin wird Planungssicherheit für die nächsten Jahre geschaffen.“

Medienplayer bis zum kompletten Heimkino.

Consumer Electronics und Home Appliances unter einem Dach

Seit der IFA 2008 präsentieren sich unter dem Berliner Funkturm die Top-Marken der Consumer Electronics und der Elektro-Hausgeräte-Industrie gemeinsam. Die IFA bietet damit eine einzigartige Kombination der Märkte und die ideale Plattform für internationale Händler, Einkäufer, Konsumenten und für die Industrie. „Von den wichtigsten zehn elektrischen Geräten im Alltag sind jeweils fünf den Bereichen Haushaltsgeräte und Consumer Electronics zuzuordnen“, stellt Dr. Göke fest. „Mit der engen Verzahnung der einzelnen Angebotsbereiche von Consumer Electronics bis hin zu Home Appliances entsprechen wir den

Strukturen des Marktes und erschließen weitere Potentiale für Handel und Industrie. Die IFA spricht damit alle Sinne an und schafft das optimale Umfeld für eine emotionale Präsentation der Marken.“

„Das erfolgreiche Konzept der IFA ist die exzellente Basis für den nachhaltigen geschäftlichen Erfolg für Industrie und Handel“, kommentiert Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Aufsichtsrates der gfu und Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, die umgesetzte thematische Ausweitung um das Segment Home Appliances. „Zusätzlich zu der erfolgreichen Präsentation der dynamisch wachsenden Consumer Electronics-Branche können jetzt auch Aussteller der Elektrohausgeräte-industrie die Stärke ihrer Marken durch begeisternde Präsentationen demonstrieren und bereichern das Portfolio der Leitmesse der Consumer Electronics.“

POS-MAIL

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

IMPRESSUM

POS-MAIL
Informationen für
High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH;
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

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

Layout und Herstellung: Susanne Blum,
Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

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

POS-MAIL
ist offizieller
Partner des
Plus X Awards



Musik zum Essen

Auch in der digitalen Welt gibt es immer wieder analoge Durchbrüche. Der neueste ist eine „Schallplatte“ (Leser, die jünger als 30 Jahre sind, fragen bitte ihre Eltern) und besteht aus Schokolade. Erfunden hat sie, wen wundert's, ein Belgier: Roland Landuyt ist es nach 15 Jahren Forschung gelungen, „It's Now or Never“ von Elvis Presley auf einen kalorienhaltigen Tonträger zu pressen.

Schade, dass das Produkt nicht auf den Markt kommen

soll – der Erfinder hält 50 Euro Verkaufspreis für zu teuer. Dabei könnte die süße Scheibe doch den Absatz von USB-Plattenspielern ankurbeln: Wenn die Scheibe abgespielt und digitalisiert ist, isst man sie einfach auf. Davon wäre mit Sicherheit auch die Europäische Kommission begeistert (siehe Seite 2). Denn um die Entsorgung von Tonträgern bräuchte man sich keine Sorgen zu machen, wenn man diese verspeisen könnte.

Höchste Zeit, dass jemand ein Fernsehgerät aus Schokolade erfindet.

SONY

BRAVIA

Full HD
1080

Motionflow
200Hz

Action, wie man sie noch nie erlebt hat.



Der weltweit
erste 200 Hertz
LCD-Fernseher.

Der neue BRAVIA™ Z4500
40"-52" mit unglaublicher
Bewegungsschärfe
und herausragender
Bildqualität.

www.sony.de/bravia

007
EIN QUANTUM TROST

JETZT IM KINO

Quantum of Solace © 2008 Danjaq, United Artists, CPII. 007 and related James Bond Trademarks, TM Danjaq. „Sony“, „like.no.other“ und „BRAVIA“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Alle anderen Marken sind eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.