

POS-MAIL

Januar 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

5.1 in Eins.

Loewe präsentiert:
Maßstäbe.

Der Loewe Individual Sound Projector erzeugt echten Raumklang mit nur einer einzigen Komponente. Durch Schallbündelung werden hier die Zimmerwände als Reflexionsfläche genutzt – für echten Cinema-Sound ohne Kompromisse. Mehr unter 0180 122 25 63 93 (3,9 Cent / Minute aus dem Festnetz der Telekom) oder unter www.loewe.de.

Produktgestaltung: Loewe Design

LOEWE.

Was bewegt in diesem Jahr
den Markt für
Consumer Electronics?

Trends 2008

Die CE-Branche blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2007 zurück. Das kumulierte Umsatzwachstum aller Produktbereiche betrug in den ersten drei Quartalen des Jahres, laut Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, im Vergleich zum Vorjahr 3,7 Prozent. Der Gesamtmarkt entwickelte sich in den ersten drei Quartalen positiver als erwartet. Weder die Erhöhung der Mehrwertsteuer zum Jahresstart noch die sehr positiven Zahlen des Vorjahres hemmten das Wachstum. Zur Erinnerung: 2006 profitierte die Unter-

Bereits in vier Jahren werden in Deutschland 90 Prozent des Umsatzes im Bereich der Consumer Electronics (CE) mit digitalen Produkten gemacht. Das prognostiziert der BITKOM in seiner neuen Trend-Studie „Die Zukunft der digitalen Unterhaltungselektronik“. Zusätzlich zur Digitalisierung werden zwei weitere Entwicklungen den CE-Markt maßgeblich treiben. „Neue Technologien

und damit verbundene Innovationen werden den Markt beleben – allen voran High Definition, IP-TV und Navigationssysteme“, beschreibt BITKOM-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer, einen der beiden Trends. „Zudem werden die Konvergenz und Vernetzung von Produkten und Systemen auf dem Weg zum Digital Home weiter zunehmen.“ Was die Geräte betrifft, so sind

haltungselektronik in besonderem Maße von der Fußball-WM. Im letzten Quartal erwarten die Marktforscher (Zahlen standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest) ein traditionell reges Weihnachtsgeschäft, das zusammen mit den ersten drei Quartalen zur erfreulichen Entwicklung des Marktes im Gesamtjahr 2007 beiträgt. Natürlich erwartet die Branche mit Spannung die Entwicklungen im Jahr 2008 – allein weil neben der Fußball-EM und den Olympischen Spielen wichtige Messen ihre Schatten vorauswerfen.

Flachbildfernseher derzeit das mit Abstand stärkste Segment. Bei den Dienstleistungen kann sich insbesondere die Heimvernetzung für den Fachhandel zu einem lukrativen Geschäftsmodell entwickeln. „In den USA werden mit der Einrichtung und Vernetzung von CE-Geräten in Wohnzimmern bereits rund 8 Milliarden Dollar pro Jahr umgesetzt. Auch in Deutschland bieten

sich für gut ausgebildete Fachhändler enorme Möglichkeiten“, sagt Scheer. Anspruchsvolle Kunden werden künftig schlüsselfertige Lösungen für zu Hause verlangen – einschließlich Elektrik, Installation, Vertrieb und Design. Der BITKOM beteiligt sich derzeit mit der Technischen Universität Berlin und renommierten High-Tech-Unternehmen an dem Heimnetz-Projekt „SerCHO“:

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

16380 und 16382 KidzCam

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

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

OLYMPIA WEB-RADIO 300

www.olympia-business.com

OLYMPIA DESIGNLINE

DAEWOO
ELECTRONICS

DIE NEUE G1-SERIE VON DAEWOO:
DLT-42G1 FH (MGDI plus Full HD-Technologie)
DLT-37G1
DLT-32G1

www.daewoo-electronics.com

Licht und Schatten

Nach einem hoffentlich guten Weihnachtsgeschäft sieht der High-Tech-Fachhandel mit vorsichtigem Optimismus in das Jahr 2008. Denn die Wirtschaftsdaten sind ja so schlecht nicht, und das könnte und sollte auch den privaten Konsum positiv beeinflussen.



Ein Rückblick auf das Jahr 2007 zeigt allerdings Licht und Schatten. Der Umsatz über den gesamten Consumer Electronics Bereich hinweg ist zwar gewachsen, was vor allem dem starken zweiten Halbjahr zu verdanken ist. Die erste Hälfte des Jahres war eher schwach – allerdings gab es eben keine Fußball-WM, die im Jahr zuvor die Kassen klingeln ließ.

Sorgen macht die Entwicklung der Marktanteile des Consumer Electronics Fachhandels. Diese gehen nämlich seit längerer Zeit zwar nicht dramatisch, aber kontinuierlich zurück. Gewinnen tun dabei nicht etwa die Fachmärkte, sondern andere Spezialisten, die aus der Foto-, IT- oder Telekommunikationsbranche kommen. Das Internet konnte dagegen im Jahr 2007 keine wesentlichen Anteile im Consumer Electronics Bereich gewinnen.

Der schrumpfende Marktanteil des Fachhandels erstaunt deshalb, weil der Beratungsbedarf bei den Konsumenten ausgesprochen groß ist. Eine Marktstudie der GfK ergab im Sommer, dass die TV-Formate der Zukunft für die meisten Kunden ein Buch mit sieben Siegeln sind. Viele Konsumenten wissen gar nicht, ob sie ein Fernsehgerät besitzen, mit dem man HDTV-Signale empfangen kann, und etwa ein Drittel konnte nicht sagen, ob zu Hause analoge oder digitale Signale aus dem Antennenstecker kommen. Würde man nach den Unterschieden von HD ready, Full HD in den verschiedenen Varianten fragen, sähe das Ergebnis sicher noch erschreckender aus.

Eigentlich ist das eine Chance für den Fachhandel, allerdings nur, wenn die Beratungskompetenz auch nach außen hin sichtbar wird. Es genügt eben nicht, ein Fernsehgerät ins Schaufenster oder in die Beilage zu setzen, und „HD ready“ sowie einen Preis daneben zu schreiben. Damit können die Konsumenten nichts anfangen. Das heißt nicht, dass man sie jetzt mit technischen Daten erschlagen sollte. Die Aussage sollte vielmehr lauten: Wir sagen Ihnen, mit welchem Gerät Sie auch in Zukunft zufrieden sind.

Wenn der Fachhandel auf diese Weise Stärke zeigt, sollten seine Marktanteile auch wieder nach oben gehen. Das Potential ist jedenfalls da: Im Sommer besaßen gerade einmal 18 Prozent der deutschen Haushalte laut GfK einen Flachbildfernseher. In England waren es zu diesem Zeitpunkt schon 40 Prozent. In diesem Sinne: auf ein erfolgreiches Jahr 2008.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Eine Vier-Zimmer-Wohnung mitten in Berlin dient dabei als Versuchslabor und Showroom – vom Telefon übers Fernsehen bis hin zu Küchengeräten ist dort die gesamte Technik

vernetzt. Nach Berechnungen des BITKOM steigt der Markt für digitale CE in diesem Jahr um 6,7 Prozent auf 10,5 Milliarden Euro. 2006 wurden insgesamt 10,1 Milliarden Euro

in Deutschland umgesetzt, 16 Prozent mehr als 2005. Insbesondere die Umsätze mit Flachbildfernsehern und Spielekonsolen wachsen stark.

Prognosen der Hersteller

Zum Start ins Jahr 2008 hat PoS-MAIL den Entscheidern der wichtigsten Unternehmen im CE-Segment folgende Fragen gestellt:

- 1) Welche wichtigen Trends sehen Sie für die Consumer Electronics Branche insgesamt im Jahr 2008?
- 2) Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Umfeld setzen?
- 3) Wie soll sich Ihrer Meinung nach der High-Tech-Fachhandel im Jahr 2008 positionieren, um seine Möglichkeiten noch besser auszunutzen?
- 4) Welche Unterstützung kann Ihr Unternehmen dabei anbieten?
- 5) Im Jahr 2008 gibt es bekanntlich mehrere bedeutende Messetermine. Welche Veranstaltung wird für Ihr Unternehmen besonders wichtig sein?



Tolgar Akar,
Chief Sales Officer (CSO)
Grundig Intermedia GmbH

zu 1) Zum einen wird sich sicherlich das Nebeneinander von Blu-ray Disc und HD DVD verfestigen, wir erwarten zumindest für das Jahr 2008 keine Entscheidung. Dann wird sich der Trend zu LCD-TV-Geräten mit 100 Hz und Full HD fortsetzen, Neuentwicklungen der gehobenen Preisklasse und über 37 Zoll werden wohl über immer mindestens eine dieser beiden Technologien verfügen. Der Trend zum edlen Design wird sich weiter verstärken, das gleiche gilt für den Trend zur Integration der einzelnen UE-Bausteine in ein leistungsfähiges und hochwertiges Media-Center.

zu 2) Grundig wird diese Trends aufgreifen und beispielsweise zur Jahresmitte einen HD-DVD-Player auf den Markt bringen. Das darf allerdings nicht als Entscheidung für eine der beiden Technologien verstanden werden. Da wir zumindest mittelfristig noch beide Technologien im Markt sehen, arbeiten wir derzeit auch an einem Blu-ray-Disc-Player. Bei der TV-Technologie werden wir im Jahr 2008 zum einen unser 100-Hz-Angebot ausweiten und zudem mit einer neuen Plattform auf den Markt kommen, mit der wir die perfekte Kombination von 100 Hz und Full HD bieten. Hier kommt uns zugute, dass wir mit als erstes Unternehmen Full-HD-Geräte entwickelt haben und bei der 100-Hz-Technologie auf ein gewaltiges Know-how zurückgreifen können – immerhin waren wir einer der ersten 10-Hz-Anbieter im Markt überhaupt. Parallel dazu werden wir dem Thema Design einen noch breiteren Raum geben. Das Design der neuen TV-Reihe beispielsweise, die Mitte des Jahres auf den Markt kommen wird, hat auf der IFA bei den Händlern große Begeisterung ausgelöst. Mit der Audiorama bringen wir zudem ein wahres Design-Highlight auf den Markt, und auch der bereits verfügbare DVD-Player GDP 7700 ist ja ein echtes Schmuckstück. Im August schließlich werden wir dann unser neues Media-Center auf den Markt bringen, das zum einen technologisch ein absolutes Highlight ist und zudem auch richtig Klasse aussieht.

zu 3) Die gute Nachricht für den qualifizierten Fachhandel ist sicherlich, dass die Geiz-ist-geil-Mentalität deutlich nachgelassen hat. Das gibt ihm die Möglichkeit, mit

seinen Stärken wie etwa der persönlichen Beratung und dem Service zu punkten. Das muss man jetzt noch stärker in den Vordergrund stellen. Darüber hinaus kann der Fachhandel durchaus darauf verweisen, dass er durch seine Markenauswahl auch ein Wegweiser und Guide durch das inzwischen unübersichtliche Warenangebot ist. Dabei wäre es sicher vorteilhaft, wenn der Fachhandel seine eigenen Markenwerte stärker ausbaut und auch nach außen kommuniziert.

zu 4) Zum einen ist natürlich die Bekanntheit einer großen Marke etwas, von dem der Fachhandel profitieren kann, schließlich ist die Marke neben dem Design das wichtigste Kaufkriterium. Dann ist sicherlich unsere Fachhandels-Linie City Line eine Form der Unterstützung, da sie dem Fachhandel Exklusivität und Preisstabilität bietet. Darüber hinaus wollen wir im kommenden Jahr dem Fachhandel verstärkt POS-Displays und -Systeme anbieten, um ihn bei der professionellen Produktpräsentation zu unterstützen. Vor allem aber werden wir die direkte Kommunikation mit dem Handel weiter ausbauen, etwa durch verstärkte Schulungen und handelspezifische Aktionen, aber auch durch umfassende Produktinformationen und detailliert vorbereitete Verkaufsargumentationen.

zu 5) Für Grundig ist ohne Frage die IFA die wichtigste Messe, da sie die europäische Leitmesse ist und wir nun mal in erster Linie auf dem europäischen Markt vertreten sind. In diesem Zusammenhang kommt uns die Ausweitung der IFA auf die weiße Ware zugute, da wir ja auch bei den Hausgeräten ein beständig wachsendes Produktportfolio anbieten, das wir auf der IFA in einem angemessenen und aufmerksamkeitsstarken Rahmen präsentieren können. Darüber hinaus planen wir auch, an der HomeTech in Dubai teilzunehmen, da der mittlere Osten für uns ein sehr interessanter Wachstumsmarkt ist.



Dr. Rainer Hecker,
Vorsitzender des Vorstandes
der Loewe AG

zu 1) Flachdisplay-TVs, neue digitale Anwendungen insbesondere im mobilen Bereich, große Home-Cinema-Systeme und die zunehmende Vernetzung vieler multimedialer Anwendungen werden die wichti-

gen Trends der CE-Branche 2008 sein. Die Bildschirme werden einerseits immer größer, die Qualität von Bild und Ton – Stichwort HDTV – immer besser werden, und das Fernsehgerät wird immer mehr zum intelligenten Medienzentrum. Andererseits wird Fernsehen mobiler (Handy-TV) und vielfältiger (IPTV).

zu 2) Für Loewe wird die Premiummarke die Richtung vorgeben. Wir werden hochwertige Home-Cinema-Systeme genauso forcieren wie die Produktfamilie Loewe Connect. Sie kann viele digitale Anwendungen – von Fotos, Videos und Audio-Files vom PC bis zu Videogames – mit dem TV-Gerät vernetzen und in bester Qualität wiedergeben.

zu 3) Die zunehmende Zahl von Konvergenzprodukten, HDTV und die vernetzte Consumer Electronics eröffnen besonders für den qualifizierten Fachhandel in 2008 große Chancen. Kunden verlangen bei zunehmend vielfältiger werdender Unterhaltungselektronik eine erlebnisorientierte Produktpräsentation und perfekte Beratung sowie herausragenden Service. Qualität wird sich immer durchsetzen. Das können wir als Premiummarke in der Partnerschaft mit unseren Fachhändlern belegen.

zu 4) Wir bieten neben dem markttypischen Shop-in-Shop-System, Events und Direkt-Marketing-Aktionen eine breite Palette von Fachhandels-Schulungen an. Wir veröffentlichen die Händler-Adressen in unserer Werbung und bieten Support vor Veranstaltungskonzept bis zur Pressearbeit. Starten werden wir gleich im neuen Jahr am 24. Januar mit einer Marketingaktion zur europäischen Markteinführung des Loewe Connect.

zu 5) Die IFA 2008 wird alle anderen Messen wieder überragen. Sie ist mehr denn je zur internationalen Leitmesse der Consumer Electronics geworden. Mit ihrer einzigartigen Mischung aus Publikumsmesse, Medienereignis und Handelsplattform ist sie für uns unersetzlich. Wir werden besonders die internationale Ausstrahlung unseres Auftritts in Berlin weiter verstärken.



Dr. Norbert Kotzbauer,
Geschäftsführer der Metz-
Werke GmbH & Co. KG

zu 1) Der Trend heißt sicherlich „größer und schärfer“: zum einen rückt das Thema

„HDTV“ immer näher. Die Zusage der Öffentlich-Rechtlichen für hochauflösende Programme ab 2010 steht, der Einfluss auf die Kaufentscheidung für solch langlebige Produkte wie Fernseher ist offensichtlich. Gleichzeitig wird die Nachfrage nach größeren Bildschirmdiagonalen und damit nach noch mehr Fernseherlebnis noch deutlicher zunehmen.

zu 2) Mit der Integration und bei vielen älteren Modellen sogar der Nachrüstbarkeit des HDTV-Empfängers sind wir bestens aufgestellt. Der Zuschauer erhält so einen klaren Mehrwert: brillante Bildqualität und hoher Metz Bedienkomfort. Zusätzliche Beistellboxen und eine zweite Fernbedienung werden überflüssig. Im Großbildbereich haben wir aktuell mit der Auslieferung von zwei neuen Modellen mit 106 cm Bildschirmdiagonale begonnen, noch größere Geräte sind in Planung.

zu 3) Der Handel muss sich eigentlich nicht neu positionieren, aber kann seine Stärken und Vorteile noch deutlicher kommunizieren und darstellen und sich vor allem durch kompetente Beratung, attraktive Warenpräsentation und umfassenden Service profilieren. Aktuelle Umfragen belegen große Wissensdefizite bei den befragten Endkonsumenten. Die zahlreichen technologischen Neuerungen und die Digitalisierung eröffnen hier ein noch größeres Potential für den beratungskompetenten Fachhandel.

zu 4) Traditionell arbeiten wir sehr eng und sehr gut mit unseren Handelspartnern zusammen. Technologisches Know-how und Produktwissen werden dabei nicht nur kontinuierlich durch den Außendienst vermittelt – seit ca. 1/2 Jahr haben wir auch das Thema „Produkttraining“ in unser Maßnahmenpaket zur Unterstützung des Fachhandels fest integriert. Die bisher durchgeführten Schulungen von über 600 Teilnehmern stießen auf sehr positive Resonanz. Des Weiteren wurden seit Herbst letzten Jahres mehrere hundert Metz Händler mit dem attraktiven „fluctus“ Präsentationssystem ausgestattet. Und der Metz Kundendienst steht unseren Handelspartnern natürlich mit „Rat und Tat“, sprich wirklich kompetenter Hotline und regelmäßigen Technikerschulungen, zur Seite.

zu 5) Neben den traditionellen Metz Hausmessen, bei denen wir allen Händlern die Möglichkeit geben, die Metz Produkte „vor Ort“ zu begutachten, werden wir als Fachhandelspartner Nr. 1 natürlich auf den Kooperationsmessen präsent sein. Und alle zwei Jahre – so auch 2008 – steht für uns als weltweit bekannter Hersteller von Foto-Blitzgeräten die photokina auf der Agenda. Last, but not least wäre natürlich auch die IFA ein hochinteressantes Umfeld, um sich zu präsentieren.



Werner Graf,
Stellv. Geschäftsführer
Panasonic Deutschland

zu 1) Als Mega-Trend wird uns das Thema High Definition auch 2008 in vielen Kategorien beschäftigen und sich weiter im TV-, Camcorder- und DSC-Bereich ausdehnen. Blu-ray als HD-Medium wird weiter an Fahrt gewinnen, und hoffentlich werden sich auch die Fernsehsender noch zahlreicher zum hochauflösenden TV bekennen und das Angebot ausweiten. Im Flat-TV-Bereich wird Full HD weiter wachsen, die Ausstattung der Haushalte mit Full HD- oder HD Ready Geräten wird 2008 sprunghaft ansteigen. Die Bildschirme werden aber nicht nur schärfer, sondern auch größer. Der reguläre Nachfolger der 70er-Röhre

darf nicht 32 Zoll groß sein, sondern sollte mindestens 42 Zoll haben. Erst dann kann Fernsehen zum Erlebnis werden. Neben TV werden Digitalkameras und Car Navigation immer wichtigere Kategorien für die Zukunft. Hier wollen wir mit Lumix und Strada weiter punkten und Handel und Konsumenten auch weiterhin mit innovativen Qualitätsprodukten mit hervorragendem Design begeistern. Ein weiterer Trend ist sicher auch, dass die Produkte trotz der Funktionsvielfalt einfach zu bedienen sind und sich untereinander vernetzen lassen, wie wir es mit Viera Link über das HDMI Kabel realisieren. So kann man alle Viera Link-fähigen Produkte mit einer Fernbedienung einfach und komfortabel steuern.

zu 2) Wir werden auf die Trends mit einer deutlichen Stärkung des Flat TV- und Digitalkamera-Segments sowie weiterer HD-Produkte reagieren und als zusätzlichen Schwerpunkt die mobilen Strada Navigationsgeräte aufbauen. Im Flat-TV-Bereich werden wir das Full HD-Angebot in den wesentlichen Bildschirmgrößen weiter ausbauen. Wir werden aber auch das Design weiter verbessern und den Konsumenten Ausstattungsmerkmale bieten, die unsere Geräte aus der Masse herausheben. Gleichzeitig werden sie auch weiterhin für jedermann bedienbar bleiben, und die Familie der Viera Link-Produkte wird konsequent ausgebaut, um unkompliziertes Netzwerken zu forcieren.

zu 3) Der Trend zu Full HD, die Vernetzung der Geräte, große Bildschirme mit überwältigenden Bildern, diese Entwicklungen erfordern gut ausgebildete Mitarbeiter und eine perfekte Präsentation. Hier kann der Fachhandel seine Stärken ausspielen und dem Kunden das Erlebnis-TV in Verbindung mit Blu-ray, HD Camcorder, HD Sendern und HD Digitalkamerabildern auf großen Bildschirmen eindrucksvoll präsentieren. Neben den HD TV-Geräten gibt es also auch zahlreiche weitere Umsatzpotentiale, die man nicht vernachlässigen und damit anderen überlassen sollte.

zu 4) Wir bieten das volle Programm: Mit unserem Trainerteam vermitteln wir fundiertes Wissen über Technologien und Produkte und wie man sie argumentiert. Umfangreiches Informationsmaterial zu den Produkten, aber auch den vielen hervorragenden Testergebnissen und Testsiegen, die allein schon für einen guten Vorverkauf der Produkte sorgen, sowie massive Werbekampagnen, die wir auch für 2008 planen, werden den Abverkauf antreiben. Wir werden aber auch 2008 den Kundennutzen und die Qualität in den Vordergrund stellen, nicht den Preis.

zu 5) Für die Unterhaltungselektronik und den Fotobereich sind sicher die IFA und die photokina von besonderer Bedeutung. Dass beide Großveranstaltungen in einem Monat stattfinden, ist dabei sicher nicht die Wunschkonstellation von Herstellern, die in beiden Märkten eine führende Rolle spielen.



Ronald de Jong,
Leiter Consumer Lifestyle
Philips

zu 1) Das Jahr 2008 wird von den bereits 2007 eingeschlagenen Richtungen bestimmt sein. Wir werden eine anhaltende hohe Nachfrage bei Flat-TVs erleben, denn bisher ist nur ein relativ geringer Anteil der Haushalte mit den begehrten flachen TVs ausgestattet. Daneben nehmen Themen wie Vernetzung, Mobilität und besonders das Design eine stärkere Rolle ein.

zu 2) Bereits zur IFA haben wir gesagt, dass die Consumer Electronics zukünftig weniger auf die Electronics und stärker auf den Consumer setzen wird. Ein technisch höchstes Niveau wird von unseren Konsumenten zunehmend als selbstverständlich vorausgesetzt. Zukünftig geht es immer mehr darum, den Konsumenten in seinem Lebensstil „abzuholen“. Dabei spielt Design eine große Rolle, aber auch Themen, die wir unter dem Unternehmensmotto „Sense and Simplicity“ zusammenfassen, sprich sinnvolle und einfach zu bedienende und zu verstehende Produkte und natürlich auch Dienstleistungen und Services.

zu 3) Unser Eindruck ist, dass die Zeiten, in denen der Preis im Mittelpunkt der Diskussion stand, vorbei sind. Konsumenten orientieren sich wieder zunehmend auf Marke, Qualität und Service. Genau das sind die Faktoren, mit denen auch der Fachhandel punkten kann.

zu 4) Philips wird auch in Zukunft die Produkte liefern, mit denen sich der Fachhändler als Qualitätsanbieter positionieren kann: innovativ und konsumentenorientiert. Unsere Vertriebsstrategie und unsere Unterstützungsmaßnahmen werden genau das unterstreichen – so, wie man es vom Marktführer erwarten kann.

zu 5) Auch an unserer Strategie der Konzentration auf die für uns wesentlichen Messen wird es keine Änderung geben. So haben wir uns in den vergangenen Jahren immer auf die IFA konzentriert, und durch die Öffnung zur weißen Ware ist die IFA an Attraktivität für uns noch gestiegen. Auch wenn die finale Entscheidung über Messteilnahmen noch nicht getroffen ist, wird es von Philips keine Überraschung geben.



Werner Schilz,
Managing Director Home
Electronic, Pioneer Deutschland

zu 1) Die Akzeptanz aktueller Flat-TV-Technologien überschreitet 2008 den Schwellenwert zum Massenmarkt. Folglich ist mit einem verstärkten Preiskampf in der TV-Einstiegs- und -Mittelklasse zu rechnen. Die Verbreitung HDTV-fähiger TV-Geräte wird aber maßgeblich dazu beitragen, das Qualitätsbewusstsein des Verbrauchers zu schärfen und somit auch HDTV und Blu-ray schneller voranzutreiben.

zu 2) Pioneer hat 2007 den Wandel zur Premium-Marke vollzogen und trägt diesem Trend nicht nur bei der Produktqualität Rechnung. Auch unsere Vertriebspolitik bietet unseren Partnern ein attraktives Geschäft mit sicheren Margen. Pioneer ist nicht mehr das Unternehmen, das sein Geschäft mit der Masse macht, sondern ein Spezialist, der die technische Spitze im Markt markiert.

zu 3) und 4) Der qualifizierte Fachhandel wird immer unter den Großhandelsformen leiden, wenn er versucht, den Wettbewerbsdruck aufrechtzuerhalten. Besinnt er sich jedoch auf seine Stärke und baut seine Beratungskompetenz und sein Serviceangebot aus, so kann er nicht nur erfolgreich, sondern auch wesentlich profitabler vermarkten. Handelspartner, die dieses Konzept nicht nur verstanden haben, sondern es auch leben, unterstützen wir mit umfangreichen, individuell auf den Händler zurechtgeschnittenen Maßnahmen, die von lokalen Events über Werbeaktionen bis zur individuellen PoS-Gestaltung reichen.

zu 5) Als Home Entertainment Spezialist gewinnt die High End zunehmend an Bedeutung für Pioneer. Doch auch die IFA wird trotz der fragwürdigen Veränderungen, die für das Jahr 2008 angekündigt wurden, als europäische Hauptveranstaltung hoch gehandelt.



Hans Wienands,
Business Director Consumer
Electronics, Samsung
Electronics Deutschland GmbH

zu 1) Die Freude der Deutschen am neuen Design ihrer Wohnzimmer, in denen große, perfekt gestylte Flach-TVs den alten Fernsehkasten ablösen, bleibt ungebrochen – für mich weiter der Trend Nr. 1.

Trend Nr. 2: Der Anspruch an die Bildqualität steigt überproportional. Wer die Blu-ray Wiedergabe auf einem neuen Samsung F86 in 46-Zoll bei seinem Fachhändler gesehen hat, wird sich mit einem analogen Bildsignal zu Hause nicht mehr zufriedengeben wollen. Blu-ray/HD-DVD Player, 2.1 Home-Theater mit Hochskalierung auf 1.080p, HDMI-Hub und USB-Hosts, Spielekonsolen und digitale Set-Top-Boxen versprechen immer noch großes Potential für Zusatzgeschäfte.

Trend Nr. 3: Die Konsumenten aller Altersgruppen haben Freude an der durch die Digitalisierung so einfachen Erstellung eigener Bildinhalte. Dem Fachhandel bieten sich für das Frühjahr 2008 sehr gute Absatzchancen bei Full-HD Camcordern und hochwertigen Fotokameras.

POS-MAIL
INHALT

„Trio Optimal“ 3x Sharp ... 8



Bose ist Superbrand 2007/2008 ... 9

Loewe Connect Media: Das TV-Gerät als multimedialer Mittelpunkt ... 10



Metz Puros jetzt auch in Sat-Version ... 11

Flachdisplays: Markttrend ... 12

MEDIA@HOME - Qualifizierte CE-Spezialisten für das Premium-Segment ... 14



Toshiba LCD-TVs mit „Picture-Frame“ Designkonzept ... 18



Trend Nr. 4: Junge und technisch interessierte Konsumenten werden uns weiter fordern – die einen wollen Auswahl von MP3 Playern mit Bildwiedergabe z. B. für selbstgestaltete Inhalte oder TV-Website-Downloads, die anderen wollen technische Informationen und Lösungen für IP-TV oder Heimnetzwerke.

zu 2) Samsung hat in den vergangenen zwei Jahren den Anspruch der Technologie- und Designführerschaft im TV-Bereich sicher deutlich machen und dank unserer Handelspartner in einen großen Erfolg im deutschen Markt umsetzen können. Für das kommende Jahr werden wir im Thema TV-Design wieder einen Schritt voraus sein und dies auch in einer großen, über das ganze Jahr angelegten Werbemaßnahmen in allen Medien propagieren. Zur Zeit sind wir mit dem aktuellen Sortiment im LCD- und Plasma sehr erfolgreich, das LCD Full-HD Sortiment setzt Qualitätsmaßstäbe, die Test-erfolge (und der Verkauf) der F-Serie sprechen für sich. Im kommenden Jahr werden wir die Anzahl der Geräte im Full-HD-Sortiment mehr als verdoppeln und warten wieder mit vielen technischen Innovationen und Zusatzausstattungen auf. Schwerpunkt wird auch der Ausbau der Themen Audio und Blu-ray sein, ein qualifiziertes Sortiment bei den Camcordern ergänzt unser Vollsortiment rund um das Thema Full-HD. Die junge Zielgruppe erreichen wir mit unserem qualitativ hochwertigen MP3-Angebot, das in seiner Vielfalt alle Zielgruppen erreicht.

zu 3) Erstens: Platz schaffen! Zum Beispiel wird die Hochberatung bei großformatigem LCD-TV (z. B. von einem Samsung 46N87 auf einen 46F86) dann richtig erfolgreich, wenn der Kunde sich die Geräte

Sony PhotoTV HD-Technologie optimiert Fotos ... 20

Alpine auf der Essener Motorshow: Highlights 2008 ... 21

Ausblick in die Zukunft des mobilen Internets: Nokia World 2007 ... 22



HTC bietet Kommunikation auf hohem Niveau ... 25



Nonstop-Kino Philips mit neuer Harddisk-/DVD Recorder Generation ... 27



Sony NEC Optiarc Europe mit drei neuen Sony Blu-ray Disc Brennern ... 28



Games ... 29

TK-Nachrichten ... 24

TK-Neuheiten ... 26

Neuheiten ... 9,11, 19, 28

Aktuell ... 6

Kleinanzeigen ... 30

Impressum ... 30

nebeneinander im richtigen Betrachtungsabstand anschauen kann.

Zweitens: Vernetzung zeigen – passende Zuspieler, mindestens eine hochwertige Home-Theater Anlage im gleichen Design und ein Blu-ray-Player gehören in die Ausstellung zum TV-Gerät!

Drittens: Ausbildung. Einen Konsumenten davon zu überzeugen, ein größeres Bildschirmformat zu kaufen, ist nach meiner Auffassung heute nicht mehr die erste Herausforderung. Aber an praktischen Beispielen in der Vorführung die Vorteile von Full-HD 100 Hertz, von sofort einsetzbaren HDMI-Schnittstellen und der Hochskalierung von DVD-Inhalten zu erläutern, dabei Zusatzverkäufe von Peripheriegeräten vorzubereiten – und alles ohne den Durchschnittskonsumenten dabei hochgradig zu verunsichern – das ist die echte Herausforderung an den Handelsverkäufer.

zu 4) Wir haben mit dem Samsung WIN-Team eine hochqualifizierte Trainermannschaft, die mit sechs Trainern in Deutschland unterwegs ist. Für das Jahr 2008 werden wir (unabhängig von der Einführung neuer Produkte) zum oben genannten Themenkomplex spezielle Schulungen vor Ort anbieten. Anfang Januar werden wir eine detaillierte Information an unsere Partner herausgeben, die Termine können dann über die regionalen Verkaufsleiter angemeldet werden. Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr begonnen, Präsentationslösungen in verschiedensten Formaten anzubieten. Die Konzeption basiert auf flexiblen Modulen, die jeweils für TV und Peripherie-Präsentationen ausgelegt sind und beliebig erweitert werden können. Nach den ersten Erfahrungen in den vergangenen Wochen wird unser Marketing-Team Anfang 2008 im direkten Gespräch mit den Handelspartnern die notwendigen Modifikationen besprechen, bevor wir Ende Februar den Roll-Out starten. Auch bei der Installation einer MP3-Präsentation bieten wir eine bewährte Lösung an.

zu 5) Im Frühjahr konzentrieren wir uns auf Frühjahrsessen der Kooperationen, die uns eine gute Plattform für die Vorstellung neuer Produkte und Konzepte bieten. Die digitale Welt mit allen, mittlerweile komfortabel vernetzten, Komponenten aus den Bereichen der Audio/Video-, Informationstechnologie und Telekommunikation finden Verbraucher, Medien und vor allem die Handelspartner in der einzigartigen Präsentation der jährlichen IFA. Die Entscheidung der Messemacher, ab 2008 auf dem Gelände unter dem Funkturm zur IFA-Zeit auch Welt der Hausgeräte zu zeigen, freut uns bei Samsung CE ganz besonders. Die jährliche Veranstaltung in Berlin ist für Samsung international und national das wichtigste Messereignis des Jahres.



Frank Bolten,
Geschäftsführer Germany
Austria Sharp Electronics

zu 1) Zwei Themen werden im Jahr 2008 die CE-Branche aus Sharp Sicht prägen: Qualität, umweltfreundliche Produkte und HDTV. Die Rückbesinnung auf qualitativ hochwertige Produkte und dem dazugehörigen Service ist schon seit geraumer Zeit zu beobachten. Die Kunden sind zunehmend bereit, wieder mehr Geld für entsprechende Leistung und damit verbundene Qualität auszugeben. Gerade bei LCD-TV's können wir das feststellen, denn unsere Strategie, auf das Premium-Segment der Full-HD LCD-TV's mit Diagonalen ab 42 Zoll zu setzen, hat sich ausgezahlt. Im Segment dieser Geräte in Größen von 46 und 52 Zoll

sind wir klarer Marktführer und profitieren vom neuen Qualitätsbewusstsein unserer Kunden. Eng damit verbunden ist auch der Trend hin zu umweltfreundlichen Produkten. Hört bislang das Umweltbewusstsein bei CE-Produkten an der Ladenkasse auf, beeinflusst nun dieses Thema zunehmend die Kaufentscheidung. Niedriger Energieverbrauch ist da ein zentrales Thema. Wichtiger wird jedoch auch das grundsätzliche Umwelt-Image einer Marke, eines Herstellers und damit verbunden seine Glaubwürdigkeit. Energiesparende Geräte zu produzieren ist das eine, diese aber auch umweltfreundlich herzustellen, einen geschlossenen Recyclingkreislauf zu haben, grüne Fabriken und eine ernstzunehmende Umweltstrategie nach ISO Norm, ist das andere. Wichtig dabei ist, dass Sharp sich dabei an etablierten, anerkannten Standards orientiert und sich selbst hohe Ziele setzt. Durch diese Nutzung von Industriestandards ermöglichen wir unseren Kunden eine gute Orientierung und geben ihnen die größtmögliche Sicherheit. Eigene Normen oder Standards zu definieren, ist in unseren Augen nur kontraproduktiv.

Das dritte Thema ist HDTV. Hier erhoffen wir uns als Hersteller eine schnellere Entwicklung und mehr verbindliche Aktivitäten seitens der deutschen Fernsehsender, auf das hochauflösende Fernsehen umzustellen. Gerade 2008 ist prädestiniert dafür: Die großen Sportereignisse Fußball-EM und die Olympischen Spiele werden für eine hohe Nachfrage nach Flat-TV's sorgen. Ein Trend ist klar: Gerade im Premiumsegment will der Konsument umfangreich ausgestattete Geräte – ganz oben auf der Wunschliste steht dabei die 100-Hz-Technologie, gefolgt z. B. von einer integrierten HardDisk. Unser Aquos HD1 E ist hier das Paradebeispiel. Besonders bei Full HD LCD-TV's mit Schwerpunkt auf großformatigen Premiumgeräten rechnen wir daher mit hohen Abverkaufsraten. Hier bieten wir echte Werthaltigkeit, Zukunftssicherheit und auch Mehrwert, den der Kunde bereits jetzt schon honoriert.

zu 2) Neben neuen technologischen Entwicklungen im LCD-Sektor werden wir mit neuen Produkteinführungen punkten. Im Fokus stehen dabei unsere Premium-LCD-TV's, die neben hochauflösenden, großen Panels und einem anspruchsvollen Design auch über technologische Neuerungen verfügen. Stichworte hier: Noch schmalere Rahmen, noch geringere Bautiefe und ein weiter verringerter Energieverbrauch. Im Hinblick auf diese Trends haben unsere beiden Slim-Line Geräte-Serien X20E und XL2E bereits Maßstäbe im Markt setzen können. Die aktuellen Geräte messen nur noch vier Zentimeter am Geräterahmen und acht Zentimeter in der Gerätetiefe und überzeugen zudem im klassisch-schwarzen Klavierlack-Design.

Unsere Strategie für 2007 war klar: Wir wollen den Markt für noch größerformatige LCD-TV's in Deutschland entwickeln!

Und: In 2007 konnten wir den Markt für LCD-TV's oberhalb von 40" von der Spitze weg entwickeln. Genau in diese Richtung werden wir auch in 2008 gehen. Einmal gut über die Vorzüge von großformatigen LCD-TV's informiert, ist das Interesse der Konsumenten daran geweckt, sie haben Spaß mit und finden Gefallen an großformatigen LCD-TV's und fragen diese gezielt nach. Unser Produktsortiment wird umfangreich bleiben, aber ganz klar fokussiert auf Premium-TV. Darüber hinaus sehen wir noch einen Trend: Der gute Ton zum guten Bild. Sharp erweitert sein Portfolio im Segment Audio und wird im Jahr 2008 neue Heimkino-Systeme präsentieren.

zu 3) Der Fachhandel ist besonders qualifiziert und verkauft am besten über seine exzellente Beratung und den guten Service. Gerade diese Aspekte gewinnen im Premium-TV Segment eine immer größere Bedeutung. Gute Schulungen und starkes Verkaufsmaterial sowie der direkte und ständige Kontakt zu den Ansprechpartnern der Hersteller sind daher hier unabdingbar. Dreh- und Angelpunkt sind dabei ganzheit-

liche Lösungen. Moderne Video-Audio Installationen sind komplex geworden. Konkret heißt das: Wer im qualifizierten Fachhandel kauft, braucht sich in der Regel keine Sorgen mehr zu machen um Verkabelung, Signalquelle, Sound, Aufbau etc. Ansprechend designte Produkte schlicht präsentiert? Das passt nicht zusammen, und das wird zunehmend erkannt. Abhilfe schaffen hier die von uns entwickelten Shop-in-Shop-Displays, die den eleganten Rahmen für Premiumprodukte liefern.

zu 4) Wir unterstützen unsere Handelspartner sehr aktiv. Momentan steht unsere sehr erfolgreiche POS-Kampagne „Gönn Dir was Großes“ in den Bereichen Schulung, Materialien und Präsentationssysteme direkt am POS im Vordergrund. Wir planen, diese sehr erfolgreiche Kampagne auch in 2008 fortzusetzen. Es macht einfach Spaß zu erleben, wie positiv unsere Handelspartner und auch die Konsumenten auf diese klar wert- und nutzenorientierte Kampagne reagieren. Zu den Produkten: Wir haben ja gerade erst unser neues Sortiment mit einem tollen Starterfolg in den Markt eingeführt. Jetzt mehr zu den Highlights zu sagen, ist leider zu früh. Nur soviel: Sharp wird seine Technologie-Kompetenz bei LCD-TV's eindrucksvoll unter Beweis stellen.

zu 5) Neben der CES, wo ja die ersten CE-Trends des Jahres gesetzt werden, ist für uns natürlich die IFA das Highlight des Jahres. Diese Messe passt zeitlich perfekt zum Jahresendgeschäft, die Zusammenarbeit mit den Weiße Ware Herstellern wird die Besucherzahlen und auch die Medienpräsenz sicher positiv beeinflussen. Im Mittelpunkt werden auf der IFA 2008 natürlich unsere dann brandneuen Aquos LCD-TV's stehen. Insgesamt stellen wir aus den unterschiedlichen Geschäftsbereichen in Deutschland und Österreich auf ca. zwei Dutzend weiteren Messen aus. Hier die wichtigsten aus den anderen Geschäftsbereichen: Die Drupa in Köln für den Bereich der digitalen Druck- und Kopiersysteme und die Paperworld für den Bereich Small Office/Home Office, die Internorga im Bereich der Kassensysteme und der weißen Ware, die Electronica für die elektronischen Bauteile, die MOW, die exemplarisch zeigt, wie sich moderne LCD-TV's harmonisch ins heimische Wohnumfeld integrieren. Oder die ISE in Amsterdam als die Leitmesse für den Visual Bereich. Die weltweit größte Solar-Messe ist die Intersolar 2008. Hier stellen wir als Weltmarkt- und Technologieführer in Sachen Photovoltaik, Solarzellen und -module aus. Der Geschäftsbereich Solarenergie gehört derzeit zu den am stärksten wachsenden Unternehmensbereichen, und Deutschland ist der mit Abstand weltweit größte Markt für Solarstromanlagen.



Oliver Kaltner,
Divisional Director Marketing
Consumer Electronics & IT
Sony Deutschland GmbH

zu 1) Der ganz große Trend 2008 wird sicherlich das Thema High Definition in seiner gesamten Bandbreite sein. Beschränkte sich das Interesse der Kunden bis dato hauptsächlich auf HD ready-Fernsehgeräte, so rücken 2008 auf der Hardwareseite vermehrt die Begriffe Full HD und Blu-ray wie auch Möglichkeiten zur Wiedergabe der neuen High Definition Audioformate in den Fokus der Consumer. Zusätzlich wird mit zunehmender High Definition-tauglicher Ausstattung in den Haushalten auch die Nachfrage nach hochauflöstem

Content stark ansteigen. Die Kunst für uns CE-Hersteller wird es sein, die neuen Technologien möglichst einfach bedienbar zu machen und im Hinblick auf Herstellung und Energieverbrauch so umweltverträglich wie möglich zu arbeiten. Überdies werden wir unsere Kommunikation in Richtung Endverbraucher weiter auf Kundenvorteile und weniger auf technische Hintergründe ausrichten müssen. Alleamt Themen, die zunehmend an Bedeutung bei der Kaufentscheidung gewinnen.

zu 2) Mit der einzigartigen Sony HD World sind wir die Treiber der High Definition Thematik. Ob unsere Bravia Full HD LCD-Fernseher, unsere Blu-ray Player, unsere Vaio Notebooks mit integrierten Blu-ray Disc Laufwerken oder unsere High Definition-fähigen Cyber-shot Digitalkameras und Handycam Camcorder: Die Möglichkeit, in höchster Auflösung Content selbst zu generieren, ihn zu bearbeiten und ihn in unvergleichlicher Qualität darzustellen, gehört zu den zentralen Kaufargumenten für Sony Produkte. Wie kein zweites Unternehmen, sind wir im Zusammenspiel mit unseren Schwestergesellschaften in der Lage, Hardware mit begeisterndem HD Content zu verknüpfen. Wie bereits bei unseren aktuellen Blu-ray Playern bewährt, werden wir auch weiterhin attraktive Bundles aus Hard- und Software anbieten und auf hochwertige Kooperationen wie die aktuelle Premiere-Aktion setzen, um zusätzliche und dauerhafte Kaufanreize zu schaffen. Zusätzlich werden wir 2008 viel Energie investieren, unsere potentiellen Kunden sehr viel besser kennenzulernen, um bereits bei der Produktentwicklung sehr zielgerichtet auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden in Bezug auf Features, Design oder Ease of Use eingehen zu können.

zu 3) Der Fachhandel ist geradezu prädestiniert, High Definition Produkte über Produktkategorie-Grenzen hinweg zu verkaufen. Dabei erhoffen wir uns als Hersteller, dass er sein angebotenes Produktportfolio dementsprechend sukzessive ausbaut und mit einer durch Schulungen optimierten Beratungsqualität den Nutzen und Mehrwert der einzelnen HD Produkte kommuniziert. Daneben sollte die Service-Kompetenz des Handels weiter steigen, um dem Kunden im Rahmen einer Beratung nicht nur die Vorzüge von High Definition erklären zu können, sondern ihm auch kompetent und komfortabel zu seinem persönlichen HD-Erlebnis zu verhelfen.

zu 4) Für ein gemeinsames erfolgreiches Agieren mit unseren Handelspartnern im Markt unterstützen wir den Handel mit unserem anspruchsvollen POS-Konzept. Es ist die Grundlage, die hochwertigen Sony Premium-Produkte kategorienübergreifend zu marktgerechten Preisen, mit attraktiven Margen und klaren Botschaften an die Konsumenten zu verkaufen. Flaggschiff ist unser neues Shop-in-Shop System, geeignet im besonderen für Eingangsbereiche stark frequentierter Outlets mit einer exklusiven Platzierung auf etwa 25 Quadratmetern. Im Fokus stehen sowohl Märkte und Ladengeschäfte der Fachhandels-Kooperationen als auch Großflächenmärkte. Bis zum Ende des Geschäftsjahres im März 2008 werden wir etwa 50 Shop-in-Shop Systeme im Handel installiert haben. Ergänzend bieten wir auch für Geschäfte mit kleinerer Ladenfläche eine attraktive Ausstattung für Kategoriepräsentationen. Zum Beispiel sind unsere sogenannten Bravia Islands verkaufsunterstützende Subbrand-Flächen, die hinsichtlich des Designs und der Funktionalität komplett einheitlich gestaltet sind und für eine hohe Sony Marken-Wiedererkennung sorgen. Auch künftige Produkt-Zweitplatzierungen sowie innovative Lösungen bei der Erstplatzierung am Regal werden dem neuen Sony POS-Auftritt folgen. Weiterhin ist es unser Ziel, durch eine für unsere Partner leicht verständliche Kommunikation die fachliche Qualifikation des Handels zu verbessern und damit eine gesteigerte Beratungskompetenz zu sichern. Ob Präsenzschulungen, Online-Schulungen oder Offline-Trainings – mit der Sony Academy bietet Sony sehr flexibel an die Bedürfnisse des Handels anzupassende Schulungen an.

zu 5) Prinzipiell sind für Sony alle Veranstaltungen von Bedeutung, sofern sie in uns bei der Erfüllung unseres Geschäftsplans unterstützen und – noch wichtiger – uns durch ihre Qualität eine Plattform auch für Extraorders durch den Handel geben. Eine präzise Analyse des Return-on-Investments aller Projekte ist gängige Praxis auf der Herstellerseite geworden. Eine Messebeteiligung ist für uns immer dann sinnvoll, wenn wir durch eine Teilnahme intensiven Zugang zu unseren Geschäftspartnern bekommen, die Möglichkeit haben, neue Partner zu akquirieren und/oder dort auf die für uns relevanten Endkunden-Zielgruppen treffen. Wir wissen um die Bedeutung, die unsere Messe-Teilnahmen für die Veranstalter, den Handel und die interessierten Verbraucher haben, können unseren Messe-Fahrplan für 2008 zu diesem Zeitpunkt jedoch noch nicht abschließend kommunizieren. Wie in den letzten Jahren geschehen, werden wir dies auch 2008 rechtzeitig Messe für Messe entscheiden.



Klaus Dieter Dahl,
General Manager Toshiba
Europe GmbH

zu 1) Mehr als 50 Prozent des Flatpanel-Marktes ab 37 Zoll werden nächstes Jahr Modelle in Full HD einnehmen. Der Trend geht also klar zum größeren Bild, das die überwältigende HD-Qualität erst richtig zum Ausdruck bringt. Durch die steigende Nachfrage von Großbild-TV's ist zu erwarten, dass auch HD-Zuspielergeräte wie HD DVD-Player eine sehr wichtige Rolle spielen. Schlanke Gehäusemaße durch extrem schmale Rahmen werden darüber hinaus im Fokus stehen, ebenso High-end-Techniken wie 100 Hz.

zu 2) Getreu dem Toshiba-Slogan „Leading Innovation“ sind wir mit unserem Produktportfolio für die Trends in 2008 bestens gerüstet. Zwar werden TVs mit größeren Bildschirmdiagonalen immer beliebter, aber nach unserer Erfahrung bedeutet das nicht, dass auch mehr Platz im Wohnzimmer vorhanden ist. Durch den äußerst schmalen Rahmen unseres preisgekrönten Designkonzepts „Picture Frame“ bieten wir dem Konsumenten mehr Bild als herkömmliche TVs mit gleicher Bildschirmdiagonale. Wegen des großen Erfolgs in diesem Jahr werden wir unsere „Picture Frame“-Serien 2008 erweitern und Größen von 40 bis 52 Zoll anbieten, auch mit 100-Hz-Technologie. Als Zuspielergerät für den Filmgenuss in High Definition starten wir mit fünf HD DVD-Playern ins neue Jahr, die für eine atemberaubende Bild- und Tonqualität sorgen.

zu 3) Die Nachfrage nach HD-Unterhaltungselektronik ist überwältigend, aber noch immer besteht ein großer Aufklärungs- und Informationsbedarf rund um das Thema „High Definition“. Der Fachhandel sollte deshalb noch mehr auf aktuelle Trends und Innovationen wie HD DVD-Player setzen. Dies ist eine enorme Chance für den Fachhandel mit seiner Beratungskompetenz.

zu 4) Neben diversen POS-Materialien bietet Toshiba dem Fachhandel intensive Schulungen zu aktuellen Trends und Zukunftsthemen. Zur Sicherung von Margen werden wir auch im Jahr 2008 wieder Fachhandels-exklusivmodelle im Programm haben.

zu 5) Da die CES die Messe ist, auf der Trends gesetzt werden, wird Toshiba als führender Unterhaltungselektronikhersteller natürlich in Las Vegas vertreten sein. International, aber speziell für Toshiba Europe in Deutschland, ist die IFA dieses Jahr besonders wichtig.

Your next Top-Model.

Das neue Microsoft® Wireless Entertainment Desktop 8000.

Immer wieder eine Freude für das Auge und vor allem ein Genuss für die Hände. Wer hätte gedacht, dass kabellose Freiheit so fesseln kann.



Das neue Wireless Entertainment Desktop 8000. Jetzt im Handel oder auf www.microsoft.com/germany/hardware

- Entertainment
- Produktivität
- Kommunikation
- Mobilität

Microsoft®

Pos Aktuell

Sony Deutschland mit neuem Geschäftsführer

Sony Europe hat die Ernennung von Jeffrey van Ede (41) zum neuen Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH ab 1. Januar 2008 bekanntgegeben. Van Ede tritt die Nachfolge von Manfred Gerdes an, der sich entschieden hatte, das Unternehmen zum 30. November 2007 zu verlassen. Nach intensiver Berufserfahrung



Jeffrey van Ede

im Handel ist Jeffrey van Ede seit 1991 für Sony tätig. Seine Karriere begann er bei Sony Niederlande, von dort wechselte er 1996 in das europäische Audio- und Videobusiness. 2003 kehrte er zu Sony Benelux als Director Finance & Operations zurück, wo er eine Reihe bedeutender Transformationsprojekte zum Erfolg führte. Seit seiner Ernennung zum Vice President, Audio Marketing Europe im Jahr 2006 hat er maßgeblich zur Revitalisierung dieses Geschäftsbereichs durch strategische Einführungen von Fokusprodukten im Hardware- und Software-Bereich auf dem europäischen Markt beigetragen, heißt es in einer Pressemitteilung der Sony Deutschland GmbH.

Hans-Joachim Kamp ist Vorsitzender des ZVEI

Hans-Joachim Kamp (Philips GmbH) wurde auf der Mitgliederversammlung des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik und Elektroindustrie, im Amt des Vorsitzenden bestätigt. Ebenfalls bestätigt wurde Dr. Rainer Hecker (Loewe AG) als stellvertretender Vorsitzender. Neu in den Vorstand gewählt wurden Markus Fritz (SES Astra) und Joachim Reinhardt (Panasonic Europe Ltd). Als Vorstände in den Ämtern wurden bestätigt Frank Boltzen (Sharp Electronics Europe GmbH), Manfred Gerdes (Sony Deutschland GmbH – mittlerweile ausgeschieden) und Hans Wienands (Samsung Electronics GmbH).

32 CES Innovations Awards für Samsung

Samsung Electronics hat 32 Innovations Awards für Design und Technik der International Consumer Electronics Show (CES) 2008 gewonnen, die vom 7. bis zum 10. Januar in Las Vegas stattfinden wird. Die Preisträger der CES Innovations 2008 wurden bereits bekanntgegeben. Allein zwölf Samsung-Produkte aus den Bereichen Audio/Video und Haushalts-elektronik erhielten einen Award, zudem wurden sieben IT-Geräte sowie 13 Mobiltelefone und zugehörige Accessoires ausgezeichnet. Ein besonderer Erfolg für Samsung ist die begehrte Auszeichnung „Best of Innovation 2008“ für gleich zwei Geräte: das Bluetooth-Lautsprechersystem und die Handy-Basisstation „UbiCell“. Das Lautsprechersystem erkennt automatisch Bluetooth-fähige MP3-Player und Mobiltelefone, die sich in Reichweite befinden und stellt eine Verbindung zu ihnen her. So kann der Benutzer ohne zusätzlichen Aufwand MP3-Dateien im Drei-Kanal-Surround-Sound genießen.

UbiCell, die weltweit erste Basisstation für Zuhause, wurde von Samsung entwickelt, um das „Funkloch“-Problem bei Mobiltelefonen zu lösen. Dank Samsungs Innovation können Handys auch dort genutzt werden, wo sie eigentlich keinen Empfang haben. Das System ist allerdings derzeit für den deutschen Markt nicht geplant. Eine dreiköpfige Jury, bestehend aus einem unabhängigen Industriedesigner, einem unabhängigen Ingenieur und einem Mitglied der Fachpresse, bewertet jedes Jahr im Voraus die Produkte, die auf der kommenden CES ausgestellt werden sollen. Geräte, denen die Jury das beste Design und die beste Technologie bescheinigt, erhalten dann die begehrten CES Innovations Awards.

Ronald de Jong leitet Consumer Lifestyle Sparte von Philips

Ronald de Jong (40) wird zum 1. Januar 2008 die Leitung der neu geschaffenen Philips Sparte Consumer Lifestyle in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) übernehmen. Philips Consumer Lifestyle entsteht aus dem Zusammenschluss der beiden bisher in weiten Teilen getrennt agierenden Unternehmensbereiche Consumer Electronics



Ronald de Jong

und Elektro-Hausgeräte. Eef van Elsberg (47), derzeit Leiter des Unternehmensbereiches Elektro-Hausgeräte, wird zum 1. Januar 2008 seine Karriere bei Philips als Leiter der Consumer Lifestyle Organisation in Spanien und Portugal fortsetzen. Ronald de Jong verbleibt auch in seiner neuen Funktion Geschäftsführer der Philips GmbH; Eef van Elsberg scheidet mit seinem Wechsel nach Spanien aus der Geschäftsführung der Philips GmbH aus. Beide werden zukünftig Mitglieder des Management-Teams für das Sales Cluster Westeuropa & Nordamerika von Philips Consumer Lifestyle. Bereits im September hatte Philips seine Wachstumsstrategie „Vision 2010“ bekanntgegeben. Ein zentrales Element dieser Strategie ist die Zusammenlegung der bisher unabhängig voneinander agierenden Unternehmensbereiche. Sie sind für Marketing und Vertrieb von Unterhaltungselektronik beziehungsweise Hausgeräten zuständig. Ziel der Zusammenlegung ist es, Synergien der beiden Bereiche noch besser zu nutzen und damit einen sich dynamisch entwickelnden Markt noch stärker mitzugestalten. Philips Consumer Electronics ist Marktführer im deutschen Gesamtmarkt für Unterhaltungselektronik und wichtigen Teilbereichen, wie zum Beispiel bei Flat-TVs. Der Unternehmensbereich Elektro-Hausgeräte belegt ebenfalls marktführende Positionen in verschiedenen Segmenten des Hausgeräte-Marktes.

Plus X Award mit zwei neuen Medienpartnern

Die beiden Publikumstitel HD+TV und Digital Tested sind ab sofort neue Medienpartner des Plus X Awards, Europas größtem Technologie-Contest. Die Zeitschrift HD+TV geht mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren in den Markt und ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Zeitschriftenhandel erhältlich. Das Magazin ist Ratgeber für Audio,

ALPINE
Mobile Media Solutions

Das erste Steuergerät speziell für den iPod!

ilounge.com BEST OF SHOW 2007

PLUS X AWARD ausgezeichnet für Bedienkomfort

EISA AWARD Best Product 2007-2008 IN-CAR INNOVATION Alpine iDA-X001

Mehr Infos unter www.alpine.de

Video und Heimkino. Digital Tested ist die Testzeitschrift für den preisbewussten Kunden. Kompakt und schnell erhält der Leser einen Überblick über die besten Produkte und über die Alltagstauglichkeit digitaler Unterhaltungselektronik. Digital Tested erscheint in einer Auflage von 75.000 Exemplaren.

Achim Schmauß ist neuer Corporate Marketing Manager bei Samsung

Samsung hat sein Corporate-Team erweitert. Seit dem 1. November ist Achim Schmauß (37) als neuer Marketing Manager für die Bereiche Corporate Channel Marketing, Sponsoring sowie Messen und Kooperationen zuständig. Schmauß war zuvor zwei Jahre bei der Nintendo of

Europe GmbH vor allem für Marken- und Kommunikationsstrategien verantwortlich. Während seiner zehnjährigen Berufslaufbahn hat Achim Schmauß umfangreiche Erfahrungen im Bereich Consumer Electronics und Home Entertainment sammeln können.

Nach seinem Studium an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster war der Diplom Kaufmann zunächst in der Beratungsbranche tätig, bevor er 2000 seine Stelle als Marketing-Manager für Film- und Sportlizenzen bei Atari Deutschland antrat. Weitere Erfahrung im Bereich Markenkommunikation sammelte der Wahl-Frankfurter später bei Sony Pictures Home Entertainment. 2005 wechselte Achim Schmauß schließlich zur Nintendo of Europe GmbH, wo er als European Brand Manager unter anderem für die europaweite Markteinführung der Wii Spielkonsole sowie für die Entwicklung von Marken- und Kommunikationsstrategien verantwortlich war.

Mit der Verpflichtung von Achim Schmauß gewinnt Samsung kompetente Verstärkung im Corporate-Marketing-Team.



Achim Schmauß

Michael Kurpiers, Head of Corporate Marketing, freut sich über den neuen Kollegen: „Wir sind froh, dass wir Achim Schmauß für diese Position gewinnen konnten. Mit seiner langjährigen Erfahrung

im Bereich Markenkommunikation und seinem Gespür für die Bedürfnisse unserer Zielgruppe wird er die Marketingstrategie von Samsung erfolgreich mittragen und voranbringen.“

Internationale Designauszeichnung für Loewe

Die Loewe AG ist für herausragendes und besonders erfolgreiches Designmanagement mit der internationalen Auszeichnung „Design Management Europe Award“ (DME Award) geehrt worden. Während einer Gala-Veranstaltung im red dot design museum, Essen, wurden 18 Unternehmen in sechs Kategorien gewürdigt – unter ihnen fünf deutsche Firmen: Loewe, Festo und BoschSiemens Hausgeräte, Walter Knoll sowie im Bereich Newcomer der Getränkehersteller Bionade. Insgesamt hatten sich fast 240 Unternehmen, Institutionen und Organisationen



aus 21 europäischen Ländern am Wettbewerb beteiligt. „Loewe ist stolz auf diese internationale Auszeichnung. Damit wird unsere jahrelange, konsequente Designleistung gewürdigt. In Zusammenarbeit mit einem Netzwerk aus externen Designbüros ist es uns immer wieder gelungen, gestalterische Maßstäbe zu setzen, die weit über unsere Branche hinausreichen“, betonte Loewe Vorstandsmitglied Gerhard Schaas bei der Preisverleihung. Neben innovativer Technik, höchster Qualität und Individualität der Produkte ist Design wesentlicher Eckpfeiler der Loewe Markenstrategie. Über 200 internationale Designpreise hat das Unternehmen in den letzten Jahren dafür erhalten.

Pioneer Online-Kampagne: „Erleben Sie KURO“

„Das Bessere ist der Feind des Guten“, sagt ein Sprichwort mit unwiderlegbarer Logik. Die Aussage gilt auch für die Auswahl des richtigen Modells beim Kauf eines Flach-TVs. Doch um die beste Kaufentscheidung zu treffen, genügt es nicht, die technischen Daten und Eigenschaften des einen Gerätes gegen die der anderen abzuwägen. Zu berücksichtigen ist vor allem, für welchen Anwendungsbereich der neue Flachbildschirm überwiegend eingesetzt werden soll. So sind z. B. die neuen Pioneer „KURO“ Plasma-TV-Geräte eine ausgezeichnete Wahl für den Einsatz als hochqualitatives Bildausgabe-Gerät einer Heimkino-Anlage bei warmem oder teilweise abgedunkeltem Umgebungslicht. Pioneer möchte sich jedoch offensichtlich nicht darauf verlassen, dass die komplexe Begründung für diese Tatsache den potentiellen Kunden und dem vom rauen täglichen Wettbewerb gestressten Fachverkäufer bereits geläufig ist. Pioneer hat im Rahmen seiner aktuellen „KURO“-Kampagne eine Reihe informativer Webseiten ins Internet gestellt, die dem potentiellen Kunden wichtige Sachverhalte leicht begreifbar näherbringen, gleichzeitig aber auch dem Fachverkäufer die entscheidenden Fakten und überzeugenden Argumente für erfolgreiche Verkaufsgespräche am PoS liefern. Von der deutschen Pioneer Homepage aus gelangt man über den Link auf dem Banner „Entdecken Sie KURO“ auf die Promotion-Seiten: Auf miteinander verlinkten Webseiten bekommt der Besucher nicht nur alles Wissenswerte über Pioneer KURO Plasma-TV-Geräte mitgeteilt, sondern wird auch mit generellen Grundlagen und Kriterien der Bildarstellung auf Flachbildschirmen vertraut gemacht. Man erfährt unter anderem, daß das japanische Wort „KURO“ auf Deutsch dem Begriff „Schwarz“ entspricht, aber nicht irgend einem schmutzig grauen Schwarz, sondern dem tiefsten erreichbaren Schwarz, also „Tiefschwarz“, und daß Pioneer KURO TV-Geräte eine um 80 Prozent höhere Schwarzsättigung erreichen, als vergleichbare Mitbewerber-Produkte.



Auf künstlerisch anspruchsvoll gestalteten KURO-Seiten mit intuitiv zu bedienender Navigation kann man sich bestimmte Modelle aussuchen und sie im Vollbild-Modus und mit 3D-Darstellung eindrucksvoll stufenlos um 360 Grad drehen und bewegen. Nach Eingabe der eigenen Adresse, oder einem Klick auf die entsprechende Stelle der Deutschland-Karte, bekommt man alle Pioneer KURO Händler in der Umgebung genannt.

AUREA



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

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

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

„Trio Optimal“ – dreimal Sharp

Als LCD-Technologieführer wird Sharp in erster Linie mit Aquos LCD-TV-Geräten assoziiert, denen der in diversen Geschäftsbereichen aktive Elektronik-Hersteller mit seiner Aquos Home-Entertainment Familie auch adäquate Zuspelgeräte und Audio-Komponenten zur Seite stellt. Mit der Wahl eines der beiden Full HD-Spitzenmodelle der HD1E-Serie, in Verbindung mit dem neuesten Blu-ray Player BD-HP20S und dem zu Beginn der Wintersaison im Markt eingeführten 2.1 Home Cinema System HT-DV40H, lässt sich die Traum-Kombination für Heimkino-Enthusiasten realisieren, bei der das hohe technologische Niveau und die umfangreiche Ausstattung der Geräte ebenso begeistern wie das den Aquos LCD-TVs nachempfundene Design der Peripherie-Komponenten.



Sharp Premium Modell Aquos LC-52HD1E: Bild diagonal 52 Zoll (132 cm), volle High-Definition-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, Kontrastverhältnis 3.000:1 (dynamisch: 15.000:1), 1.080p- und 1.080/24p-Darstellung.

LCD-TV im Premium-Segment: Aquos

LC-46HD1E und LC-52HD1E

Mit den Sharp Full HD TV-Flaggschiffen Aquos LC-46HD1E und LC-52HD1E lässt sich HDTV in voller 1.080p-Qualität genießen. Die mit modernster LCD-Technologie ausgestatteten Flachbild-TV-Geräte werden in der neuen, vor einigen Monaten in Betrieb genommenen LCD-Fabrik der achten Generation, Kameyama II, produziert.

Die Basis für höchste Bildqualität sind großformatige LCD-Panels mit Bild diagonalen von 46 Zoll (117 cm) und 52 Zoll (132 cm) mit voller High-Definition-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Bildpunkten: Das Kontrastverhältnis von 3.000:1 (dynamisch: 15.000:1), die geringe Reaktionszeit von 5 Millisekunden und die verdoppelte Bildwechselfrequenz von 100 Hertz sorgen für eindrucksvoll scharfe Bilder ohne jegliche Bewegungsunschärfen bei schnell bewegten Bildinhalten (motion blur).

Als Hintergrundbeleuchtung werden von Sharp entwickelte Multi Wave Backlight Units eingesetzt, mit denen 95 Prozent des NTSC-Farbraums darstellbar sind. Das macht sich vor allem durch realistische Farbdarstellung bei Außen- und Landschaftsaufnahmen und in natürlicher wirkenden Hauttönen bemerkbar. Bei letzterem reagiert unsere Wahrnehmung auf Abweichungen besonders empfindlich. Der Helligkeitswert beträgt 450 cd/m².

Die automatische optische Bildkontrolle (OPC) passt die Bildhelligkeit kontinuierlich an die Umgebungslicht-Verhältnisse an und optimiert die Bildqualität bei gleichzeitiger Reduzierung des Energiebedarfs.

Integrierter 160-GB-Festplatten-Recorder

Beide Modelle sind mit vier integrierten Tunern zum Empfang von DVB-C, DVB-S, DVB-T und analogen TV-Signalen ausgestattet. Mit dem integrierten, 160 GB fassenden Festplatten-Recorder können Sendungen, Filme und Fotos in digitaler Qualität aufgezeichnet und wiedergegeben werden, ohne dass ein zusätzliches Gerät erforderlich ist.

Das hochwertige Audiosystem mit digitalem Verstärker und 15 Watt Subwoofer liefert Kino-Sound in Virtual-Dolby-Surround-Qualität. Für die besonders klare Wiedergabe von Sprache sorgt die Clear-Voice-Funktion. Während Werbeunterbrechungen wird die meist störend angehobene Lautstärke durch automatische Lautstärken-Anpassung (AVC) auf den vorher vom Betrachter gewählten Wert reduziert.

Wird ein Modell der Aquos HD1E Reihe an eine externe Audioanlage angeschlossen, können die Lautsprecher des Soundsystems vollständig abgenommen werden. Neben zwei HDMI-Schnittstellen und dem USB-Anschluss für Fotokameras, Camcorder und Speicherkarten stehen zahlreiche Schnittstellen für den Anschluss von Peripheriegeräten zur Verfügung.

Über die „Aquos Link“-Funktion lassen sich weitere mit Aquos Link ausgestattete Sharp Geräte mit der gleichen Fernbedienung kontrollieren. Mit einer dezenten Carbon-Struktur ist das Design der neuen HD1E-TV-Modelle genauso außergewöhnlich wie ihre technischen Eigenschaften. Die beiden Geräte sind zu UVPs von 4.999,- Euro (LC-52HD1E) und 3.999,- Euro (LC-46HD1E) lieferbar.

Aquos Blu-ray Player BD-HP20S

Der neue Aquos Blu-ray-Player BD-HP20S gibt High-Definition Video-Inhalte in 1.080p-Qualität und auch im 1.080/24p-Vollbildverfahren wieder, ist kompatibel zu MPEG-2, MPEG-4/



Der Aquos Blu-ray Player BD-HP20S gibt High-Definition Video-Inhalte in 1.080p-Qualität und 1.080/24p Vollbildverfahren wieder.

H264 und VC-1 HDTV und liefert zum hochauflösenden Filmerlebnis den adäquaten Sound mit Unterstützung modernster Mehrkanal-Formate.

Neben Blu-ray Disc und allen verbreiteten DVD- und CD-Formaten spielt der BD-HP20S auch selbstgebrannte DVD-Rs und CD-Rs ab und kann wiederbeschreibbare DVD-RWs und CD-RWs auslesen. Der langlebige, mit 210 Milliwatt besonders leistungsstarke Qualitätslaser, die Unterstützung modernster Übertragungsstandards und zusätzliche Aquos Features machen den BD-HP20S zum zukunftsicheren und technisch ausgereiften Markenprodukt. Die gegenüber dem bisherigen HDMI 1.2 verdoppelte Datenrate des HDMI 1.3 Standards kann bis zu 10,2 Gigabyte pro Sekunde an das Ausgabegerät übertragen. Das ermöglicht die Übertragung von Videosignalen mit deutlich erweitertem Farbraum und der High-Definition Audioformate Dolby Digital Plus und Dolby truHD mit bis zu acht Tonkanä-

len. Alle Bauelemente des BD-HP20S stammen aus dem Hause Sharp. Schlüsselkomponenten wie die opto-elektronischen Laserdioden und die Multi-Strahl-Abtasteinheit wurden von Sharp entwickelt. Dank Quick-Start beginnt der Wiedergabevorgang innerhalb weniger Sekunden. Der Sharp BD-HP20S besitzt zahlreiche Ein- und Ausgänge, unter anderem Komponenten (Y, PB, PR), HDMI-Schnittstelle, 5.1 Kanal analoges Audio sowie optische und koaxiale Digital-Audio-Ausgänge. Hohen Bedienkomfort erschließt die schlanke multifunktionale Fernbedienung mit Aquos LINK Funktion. Der Sharp Blu-ray Player BD-HP20S ist zum UVP von 499,- verfügbar.

2.1 Home Cinema System HT-DV40H

Das neue Sharp 2.1 Home Cinema System HT-DV40H mit Digital Surround Verstärker begeistert durch seine umfangreiche technische Ausstattung. Durch Einsatz von Dolby Virtual Speaker Technologie reproduziert die Anlage mit nur zwei Frontboxen und einem Subwoofer beeindruckend räumlichen 5.1-Surround-Sound. Das erfreut vor allem Anwender, deren Wohnumgebung oder Einrichtungs-Vorstellungen Mehrlautsprecher-Lösungen ausschließen.

Für hochwertigen Klang sorgen 250 Watt Sinusleistung und modernste „Audistry“ Sound Technologie, die mit natürlich klingenden Bässen, intelligenter Lautstärkenregelung und Mono-zu-Stereo Sound-Kreation ultimative Sounderlebnisse erzeugt. Die für Räumlichkeit verantwortliche Dolby Virtual Speaker Technologie, ein digitaler Signalprozessor für Soundeffekte und separate Bass- und Höhenregelung komplettieren die Audio-Funktionen. Elegantes DVD-Slot-in, blau beleuchtete Lautstärkeregelung und die in Silber gehaltene, elegant geschwungene Unterkante machen den in exklusivem Piano Lack glänzenden Receiver auch optisch sehr attraktiv. Das System spielt alle gängigen Formate ab und zeigt Informationen über eingelegte Medien und deren Inhalte auf einem übersichtlichen Front-Display an. Neben den gängigen analogen und digitalen Anschlüssen stehen ein USB-Host zum Anschluss von MP3-Playern, ein HDMI-Ausgang mit Skalierung auf 1.080 Zeilen HDTV (Full HD) und ein Komponentenausgang mit Progressive Scan zur Verfügung. Zum Lieferumfang gehören unter anderem eine Infrarot-Fernbedienung mit Aquos Link Funktion, ein HDMI-Kabel und ein USB-Kabel für die komfortable Verbindung mit MP3-Playern.

Das neue 2.1 Home Cinema System HT-DV40H von Sharp ist zum UVP von 499,- Euro erhältlich.

Das Sharp 2.1 Home Cinema System HT-DV40H: reproduziert durch Einsatz von Dolby Virtual Speaker Technologie mit zwei Frontboxen und Subwoofer beeindruckend räumlichen 5.1-Surround-Sound.



Bose ist Superbrand 2007/2008

Als einer der führenden Audio-Spezialisten wurde Bose nach der Auszeichnung „Superbrand Germany 2005/2006“ und „Superbrand Austria 2006/2007“ von der Jury der internationalen Superbrands-Organisation erneut mit dem Titel „Superbrand Germany 2007/2008“ gekürt.

Superbrands ist eine unabhängige, weltweite Organisation mit Hauptsitz in London. Seit zwölf Jahren zeichnet Superbrands in nunmehr über 80 Ländern die besten und stärksten Produkte bzw. Unternehmensmarken aus. Dabei geht es nicht um ein „Ranking“ der Marken, sondern vielmehr darum, die herausragenden Marken des jeweiligen Landes samt deren Errungenschaften und Leistungen hervorzuheben und zu ehren. Dank der globalen Tätigkeit der Organisation fördert die Erlangung des Status „Superbrand“ den nationalen und internationalen Imagewert des Unternehmens. In Deutschland wurde der Superbrand in diesem Jahr zum dritten Mal verliehen.

Superbrand

Ein Superbrand ist eine Marke mit hohem Ansehen und Marktwert,

die selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten durch Qualität, Beständigkeit und Kundentreue überzeugt. Es ist ein Produkt oder Unternehmen, das unverwechselbar ist und gleichermaßen den Inbegriff der Qualität einer Leistung oder eines ganzen Produktbereiches reflektiert.

Jurierung

Unabhängige Wirtschaftsfachleute nominieren in einem sensiblen Vorselektions-Verfahren die herausragenden Produkt- und Unternehmensmarken eines Landes, die dann von einer unabhängigen Jury bewertet werden. Die Bewertungskriterien richten sich nach Markendominanz, Kundenbindung, Goodwill und Langlebigkeit und gesamter Markenakzeptanz. Von rund 1.000 Nominierten erhalten nur jene die Teilnahmemöglichkeit am Projekt, die in der Bewertung der Jury eine herausragende Platzierung einnehmen.

Bose

Über vier Jahrzehnte haben innovative Bose-Technologien nicht nur die Audio-Welt bewegt. Bose-Produkte wurden immer wieder mit international bedeutenden Preisen wie zum Beispiel dem Red Dot Design Award „best of



Bei der Preisverleihung der Superbrands 2007/2008 in Düsseldorf: (v. l.) Anton Schalkamp, Regional Manager Bose Europe und Geschäftsführer der deutschen Bose GmbH, Rhett Lego, Project Director der Superbrands Organisation, und Jürgen Imandt, Bose Manager Public Relations.

the best“ ausgezeichnet. Kern des Unternehmens ist die Forschungsabteilung, die mit rund 700 Wissenschaftlern und Ingenieuren zu den größten der Audio-Industrie zählt. Kopf und Motor des Unternehmens ist nach wie vor der Gründer und Eigner Prof. Dr. Amar G. Bose, der bis vor wenigen Jahren den

Lehrstuhl für Electrical Science am weltweit renommierten Massachusetts Institute of Technology (MIT) innehatte.

Bose hält heute eine Vielzahl von Patenten, die über die Welt des guten Klangs in vielen High-Tech-Bereichen des modernen Lebens unverzichtbar geworden sind. *miz*

PoS Neuheiten

Nextbase Gallery 15 Bilderrahmen



Mit Gallery 15 präsentiert Nextbase einen digitalen Bilderrahmen im 4:3 Format mit 1:1 Prozessortechnik.

Die Auflösung beträgt 800 x 600 Bildpunkte, der interne Speicher fasst 1GB. Wer die attraktive Optik dem eigenen Geschmack anpassen möchte, kann vor Nextbase Gallery 15 die meisten herkömmlichen Bilderrahmen der Größe 15 x 20 cm montieren. Das im Lieferumfang enthaltene Passepartout ermöglicht auch die Verwendung von Rahmen mit der Standard-Größe 20 x 30 cm. Mit nur 23 mm ist der Gallery 15 einer der schlanksten digitalen Bilderrahmen auf dem Markt. Das Display garantiert optimale Darstellungsqualität bis ins kleinste Detail. Als Bildformate werden JPEG und BMP unterstützt, die entweder direkt von einer Speicherkarte abgespielt oder über USB-Port auf den Speicher der Gallery 15 geladen werden können. Der digitale Bilderrahmen ist kompatibel zu den gängigen Speicherkartenmodellen SD, MMC, MS und XD. Der 1 GB große Speicher bietet für mehrere hundert Fotos Platz. Praktisch ist die optional horizontale oder vertikale Aufhängungsmöglichkeit des Rahmens, der auch mit dem eingebauten Standfuß in beiden Positionen aufgestellt



werden kann. Für die Diashows können 15 verschiedene Übergangseffekte zwischen den Bildern gewählt werden. Je nach Helligkeit der Umgebung lassen sich Farbintensität und Helligkeit manuell anpassen. Der Rahmen ist über den Vertriebspartner New-Tech-Products erhältlich. UVP: 219 Euro.

Thema der Woche



Loewe Connect Media:

Das TV-Gerät als multimedialer Mittelpunkt

Die Vielfalt multimedialer Anwendungen nimmt kontinuierlich zu. Das TV-Gerät im Wohnzimmer wandelt sich zum multimedialen Mittelpunkt. Mit dem „Loewe Connect“ TV trägt Loewe dieser Entwicklung Rechnung und macht das Fernsehgerät konsequent zum intelligenten, vernetzten Medienzentrum und zentralen Ausgabegerät multimedialer Anwendungen.

Mit Loewe Connect beginnt ein neues Zeitalter des Fernsehens

Durch veränderte Lebensweisen und neue Formen der Informationsaufnahme und Unterhaltung wandelt sich auch das Nutzungsprofil des Fernsehgeräts im heimischen Wohnzimmer und der an seine technischen Möglichkeiten gestellte Anspruch. Deshalb definiert Loewe die wichtigsten Merkmale der Connect Reihe wie folgt: perfekte Verbindung unterschiedlichster Medien, drahtgebundene und draht-



Loewe Connect TV mit Heimkino-System als multimedialer Mittelpunkt.

gehört der multimediale Einsatz von mobilen Geräten und lokalen Netzwerken zu den unverzichtbaren Voraussetzungen eines angenehmen Lebens. Deshalb bietet der Loewe Connect eine leicht zugängliche USB-Schnittstelle für den bequemen Anschluss von USB-Speichersticks, Multi-Kartenlesern, externen Festplatten und Digitalkameras. Der in den Connect integrierte PhotoViewer ermöglicht die Präsentation von JPEG-Foto-Dateien als Dia-Show in voller HDTV-Qualität und bis zu 1.920 x 1.080 Bildpunkten Auflösung. Als musikalische Begleitung einer Dia-Show oder auch als reine Audio-Darbietung lässt sich Musik von USB-Speichermedien mit hochqualitativem Klang abspielen.

Bereit für die digitale HDTV-Zukunft

Neben den Schnittstellen für Camcorder, DVD-Player und Spielekonsolen verfügt der Loewe Connect über einen analogen VGA-Eingang für den direkten Anschluss eines PCs. Computer mit digitalem DVI Grafik-Ausgang lassen sich mit einem der beiden zur Verfügung stehenden HDMI-Eingänge verbinden. Das ermöglicht die großformatige Darstellung von Computer-Anwendungen, z. B. die Betrachtung von Powerpoint-Präsentationen, Bildschirm-Spielen und Simulationen. Auch Spielekonsolen mit oder ohne HDTV-Auflösung, HD-DVD und Blu-ray Player und Settop-Boxen können auf diese Weise angeschlossen werden. Ein vorhandener Modul-Schacht für Common Interfaces (CI) ermöglicht den Empfang verschlüsselter Pay-TV-Programme mit Smart-Card Identifikation. Optional kann auch bereits beim Kauf oder nachträglich ein digitaler

Satellitenempfänger zur Ergänzung des serienmäßigen DVB-T Tuners eingebaut werden.

Drei Bildgrößen – drei Gehäusefarben

Der Loewe Connect wird in drei Gehäusefarben und drei Gerätegrößen angeboten werden: mit 37-Zoll-Bilddiagonale oder 42-Zoll-Bilddiagonale für optimale Kino-Illusion in wohnlicher Umgebung mit Full HD-Darstellung und der Unterstützung des Darstellungsmodus 1.080/24p. Für kleinere Wohnzimmer und Apartments oder als Zweitgerät fürs Schlafzimmer wird der Connect auch als kompakte Variante mit 32-Zoll-Bilddiagonale und WXGA-Auflösung erhältlich sein. Die ultraflachen Fernsehgeräte sollen in trendigem Weiß-Hochglanz, elegantem Silber und zeitlos edlem Schwarz-Hochglanz angeboten werden. Der minimalistisch gestylte Rahmen vermittelt bei jeder der drei Bildgrößen schlanke Dreidimensionalität und lässt die Brillanz der Bilder unangefochten in den Vordergrund treten.

Die in Richtung Bildschirm orientierte Zuordnung der Lautsprecher und die konvex geformten Seitenränder runden das positive Gesamt-

bild des Connects angenehm ab. Der Loewe Connect übernimmt nicht nur die Rolle eines technischen Konzentrationspunkts für digitale Medieninhalte, sondern ist zugleich ein exklusives Designmöbel mit perfekter Verarbeitung und Optionen für seine individuelle Aufstellung.



Loewe Connect Full HD LCD-TV mit 1.080p in 37 oder 42 Zoll oder als kompakte 32-Zoll-Variante mit WXGA-Auflösung.



Loewe Connect TV-Modelle sind in den Varianten Weiß-Hochglanz, Silber und Schwarz-Hochglanz erhältlich.

Mit WLAN und Harddisk-Recorder

Der „Connect Media“ hat neben der USB-Schnittstelle eine Ethernet-Schnittstelle für die drahtgebundene Vernetzung mit einem lokalen Netzwerk (LAN/Ethernet) und verfügt zusätzlich über ein WLAN-Modul mit zwei WLAN-Antennen, um die Netzwerk-Installation so schnell, einfach und komfortabel wie möglich zu gestalten. Noch einfacher kann die Netzwerk-Anbindung über das Stromnetz erfolgen: Der Loewe Media Player lässt sich auch mit einem dLAN 200 AV-Adapter installieren. Diese Vernetzungstechnik nutzt für die Datenübertragung das Stromnetz. Mit erzielbaren Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 200 Mbit/s ist eine Powerline Netzwerkverbindung 70mal so schnell wie eine konventionelle Internetverbindung. Innerhalb des Netzstrom-Versorgungsnetzes einer Wohnung oder eines Hauses lassen sich störungsfrei große Distanzen und Etagen überbrücken, ohne dass zu diesem Zweck neue Kabelverbindungen verlegt oder zusätzliche WLAN-Repeater installiert werden müssen. Am oberen Ende der angebotenen Ausstattungsvarianten rundet das Modell „Connect Media DR+“ den Komfort mit einem integrierten Harddisk-Recorder ab, der neben zahlreichen komfortablen Features auch zeitversetzte Aufzeichnung (Time Shift) und Electronic Program Guide unterstützt und auch HDTV-Sendungen aufzeichnen kann.



Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG: „Mit Connect beginnt ein neues Zeitalter des Fernsehens. Mit dem neuen Loewe Connect Media haben wir ein TV-Gerät zum Mittelpunkt multimedialer Anwendungen werden lassen.“

Die Connect Reihe spricht mit ihrem modernen, aus dem Monitor-Bereich abgeleiteten Design besonders auch jüngere Käufer an und verfügt neben den Anschlüssen für unterschiedlichste Peripheriegeräte über hohe und universelle Konnektivität, sowohl zu mobilen Geräten wie Digitalkameras, Camcordern und MP3-Audioplayern wie zu PC-Netzwerken und anderen medialen Netzwerk-Ressourcen. Darüber hinaus können die neuen „Connect Media“ TV-Geräte über einen integrierten Network Mediaplayer direkt auf Fotos, Bilder und Videos eines PCs oder eines NetzwerkSpeichers zugreifen, und das mit Hilfe des integrierten HDTV-Empfängers auch in hochauflösender Bild- und Klangqualität.

lose Vernetzung, integrierter Network Mediaplayer, hochauflösende Bild- und Tonqualität und herausragendes progressives Design. Ob Fotos aus der Digitalkamera oder dem Handy, Videos vom Camcorder, Musik aus dem MP3-Player, Gaming-Unterhaltung mit der Spiele-Konsole oder Kino-Vergnügen mit Filmen von externen HD-DVD oder Blu-ray Playern: Loewe „Connect“ TVs unterstützen auf effektive und komfortable Weise die perfekte Verbindung unterschiedlichster Medien und Ressourcen. Mit dem Konzept des Connect spricht Loewe zukunftsorientierte Käufer an, die ihr Lebensgefühl auch durch eine zugleich designbetonte wie funktionale Gestaltung ihrer Umgebung zum Ausdruck bringen wollen. Für diese Zielgruppe

Neuheiten

Samsungs Laser-Fax SF-560R und SF-565PR



Mit den Neuzugängen SF-560R und SF-565PR bringt Samsung zwei vielseitige, leistungsstarke und ideal für den Einsatz in kleinen Unternehmen oder im Home-Office-Bereich geeignete Laser-Faxgeräte auf den Markt, mit denen sich auf Knopfdruck Kosten sparen lassen. Mit ihren kompakten



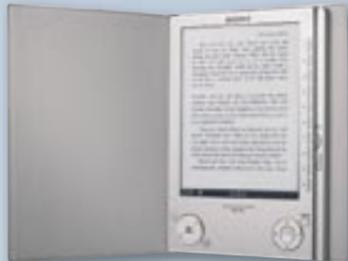
Abmessungen von nur 363 x 398,5 x 308,3 Millimetern können die kleinen Kraftpakete nicht nur faxen, sondern auch kopieren, und das in Laser-Printer-Qualität. Das SF-565PR vereint als Multifunktionsvariante zusätzlich noch Drucker und Scanner und verfügt über Anschlussmöglichkeiten für PC und Notebook. Ein weiteres Plus der Neu-linge: Mit der Toner- und Gebühren-Spartaste lassen sich kinderleicht Kosten reduzieren. Die beiden neuen Laser-Faxgeräte von Samsung sind zum UVP von 319,- Euro für das SF-560R und für 349,- Euro für das SF-565PR lieferbar.

Sony PRS-505: E-Reader mit E-Paper-Display



Sony's neuer E-Reader PRS-505 hat auf seinem integrierten Speicher Platz für die Inhalte von rund 160 Büchern und kann deshalb zutreffend als mobiles elektronisches Bücherregal bezeichnet werden. Mit dem PRS-505 bringt Sony erneut Bewegung in den festgefahren erscheinenden E-Book-Markt. Der neue Sony E-Reader ist mit einem E-Display mit acht Graustufen und erhöhtem Kon-

trastverhältnis ausgestattet. Nach Angaben von Sony werden Buchseiten auf der sechs Zoll großen Bildoberfläche des PRS-505 so realistisch dargestellt, dass sie den direkten Vergleich mit bedruckten Papierseiten nicht zu scheuen brauchen. Im Gegensatz zu Papier verbraucht das Sony E-Book beim Lesen Energie, davon aber so wenig, dass man mit einer Akkuladung bis zu 7.500 Seiten lesen kann. Im Unterschied zu Displays von TFT/LCD-Monitoren nutzen E-Paper-Displays das Umgebungslicht bei der Darstellung auf dem Display und benötigen deshalb keine Hintergrundbeleuchtung. Auch bei Tageslicht sind E-Book-Seiten unabhängig vom Betrachtungswinkel gut lesbar. Neben Sony Memory Stick Duo Speichern liest das PRS-505 auch auf SD-Cards gespeicherte Inhalte. E-Bücher lassen sich per USB-Schnittstelle auf das E-Book übertragen. Sony selbst bietet auf seiner Internet-basierenden „Connect“-Plattform bereits 20.000 Titel an. Wie Sony mitteilt, werden demnächst auch Zeitschriften in digitaler Form angeboten werden. Das Magazin „Reader's Digest“ hat bereits digitale Inhalte im E-Book-Format angekündigt. Der Sony E-Reader unterstützt keine anderen durch Digital-Rights-Management geschützten Formate, kann aber ungeschützte



PDF-, TXT- und RTF-Dateien darstellen. Außerdem lässt sich der E-Reader auch zum Anzeigen von JPEG-Bilddateien und Abspielen von MP3 Audio-Dateien einsetzen. Nach Angaben von Sony soll der rund 250 Gramm schwere E-Reader PRS-505 in silbernem oder dunkelblauem Design für etwa 300 US-Dollar angeboten werden.

Wann der E-Book-Reader in Deutschland auf den Markt kommt und auf der „Connect“-Plattform auch deutschsprachige Buchinhalte angeboten werden, steht zur Zeit noch nicht fest.

Metz Puros jetzt auch in Sat-Version

Die Einstiegsklasse des Metz Premium-Segmentes bekommt Zuwachs: Zwei Modelle der Puros-Serie gibt es jetzt mit Sat-Ausstattung. Die beiden Geräte – mit 80 Zentimetern (Puros 32 ML SAT) und mit 94 Zentimetern (Puros 37 ML SAT) Bildschirmdiagonale – zeichnen sich außerdem durch das schmale Gehäuse aus.



Die Puros-Modelle überzeugen unter anderem durch ihre außergewöhnliche mecavision Bildqualität, den vollen Klang des SRS WOW Tonsystems, flexible Anschlussmöglichkeiten, einfache Handhabung und das ausgezeichnete Tri-Star Bedienkonzept. Beide Geräte warten mit integrierten Tunern für digitalen Sat-Empfang auf, die jedoch auf Hybridtuner mit Empfangsteilen für analoge und digitale Signale (Kabel und terrestrisch) umgerüstet werden können. Neben moderner LCD-Technologie bieten sie alle Vorteile, die mit dem HD ready Logo verknüpft sind – wie z. B. die Darstellung von hochauflösendem Fernsehen (HDTV) oder anderer digitaler Bildquellen.

Hinter der Metz mecavision Bildtechnologie verbirgt sich ein ganzes Paket bildverbessernder Maßnahmen. Zusammengefasst ermöglichen CTI/LTI, dynamische Bildschärfeoptimierung, dynami-

sche Rauschreduktion und IPS-Technologie ein scharfes, farbenfrohes und zugleich detailreiches Bild, das zudem durch einen harmonischen Bildeindruck überzeugt.

Vielfältige, von außen leicht zugängliche Schnittstellen zeichnen die Modelle Puros 37 ML SAT und Puros 32 ML SAT zudem aus. Dadurch können sowohl analoge als auch digitale Zuspieler wie BluRay/HD-DVD-Player, Digitalkamera, Camcorder, Videorecorder, DVD-Player und -Recorder bis hin zum Computer in die multimediale Nutzung einbezogen werden. So gibt es nicht nur einen HDMI-Eingang mit HDCP-Kopierschutz, sondern auch eine DVI-I-Schnittstelle für den digitalen und analogen PC-Anschluss. Für die Sound- und Bild-Peripherie stehen YUV-Eingänge und zwei

Scart-Buchsen zur Verfügung. Selbstverständlich wurden auch Front-AV-Anschlüsse realisiert, über die sich ein Kopfhörer einstecken lässt oder auch die Urlaubserinnerungen von der Video- bzw. Fotokamera blitzschnell auf den Bildschirm übertragen lassen. Nicht zuletzt eröffnet ein von außen zugänglicher Einschub-Slot für CA-Module für Smart Cards die Möglichkeit, verschiedene Pay-TV Sender oder auch länderspezifisch verschlüsselte Sender zu empfangen.

Ganz Metz-typisch sind die beiden neuen Puros-Modelle ausschließlich für den qualifizierten Fachhandel lieferbar. Stilvolle Wohnakzente setzen die Sat-Modelle durch ihre Farbgebung in kühlem Silber Metallic oder exklusivem Schwarz Mocca. *miz*



Wir kennen die Geheimnisse des Schnees.

Für eine effiziente Nutzung von Wasserkraft gehen wir auch ungewöhnliche Wege. Wir schicken zum Beispiel jedes Jahr Techniker von E.ON in die Berge der Bayerischen Alpen. Bei Wind und Wetter sind sie dort unterwegs und erkunden Beschaffenheit, Höhe und Gewicht der Schneefelder. So ermitteln sie die Menge des Schmelzwassers, das unsere Wasserkraftwerke im Frühjahr in Energie umwandeln können. Das verbessert die Planung und macht Ihre Stromversorgung wieder ein Stück sicherer.

Mehr über E.ON und das Thema Wasserkraft erfahren Sie unter www.eon.com

e-on
Neue Energie

Flachdisplays: Markttrends

US-Marktstart: Samsung LCD- TVs mit LED-Backlight

In den USA startet Samsung die Markteinführung erster großformatiger LCD- TVs mit LCD-Lichtquelle als Hintergrundbeleuchtung bereits in dieser Wintersaison. Wie Samsung mitteilt, sind die neuen Modelle mit LED-basierter Backlight Unit bei großen US-Einzelhandels-Unternehmen schon lieferbar. Die neuen Samsung „Extreme-Contrast“ Panels markieren einen bedeutenden Technologiesprung bei LCD- TVs. Die neue Lichtquelle ermöglicht neben anderen Verbesserungen eine sensationelle Erhöhung des Kontrastverhältnisses, je nach Modell mit Werten von 5.000:1, 25.000:1 bis zu 100.000:1 und bisher undenkbar 500.000:1. Die Helligkeit beträgt 450 cd/m². Die neuen Flach-TV-Geräte sind mit Bild diagonalen von 40, 46, 52 und 57 Zoll erhältlich. Die von Samsung entwickelte Technologie des „Local Dimming“ reduziert den Energieverbrauch im Vergleich zu bisherigen Modellen um 30 Prozent. Je nach Helligkeit oder Abdunklung der auf dem Display dargestellten Videoprogramm-Inhalte lassen sich mit Local Dimming Hunderte von selektiv angesteuerten LED-Lichtquellen innerhalb von Mikrosekunden in ihrer Helligkeit herunterregeln oder auch vorübergehend ganz ausschalten, um völlige Dunkelheit darzustellen. Die neue Technik ist an der Erzielung der sensationell hohen Kontrastwerte maßgeblich beteiligt und verbessert außerdem deutlich die erreichbare Schwarzsättigung. Bei den bisher als Lichtquelle eingesetzten Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL) ist „Local Dimming“ nicht einsetzbar. Wie Samsung ankündigt, werden „Extreme-Contrast“ LCD-Panels bald auch in High Definition TV-Geräten anderer Hersteller zum Einsatz kommen.

Großformat LCD-Panel Produktion auf Rekordhoch

Die Produktionszahlen für Large Format TFT/LCD-Panels erreichten mit 38,9 Millionen Stück im Oktober 2007 ein neues Rekordhoch: Laut den Zahlen des Marktbeobachters Displaybank entspricht dies einem Monat-zu-Monat-Wachstum von 5,1 Prozent und einem Zuwachs von 38,4 Prozent gegenüber dem Oktober des Vorjahres. Die Gesamtumsätze stiegen um 7,7 Prozent gegenüber dem vorangegangenen Quartal und um 48,6 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum auf 7,76 Milliarden US-Dollar. Das Umsatzwachstum ist zum Teil auf den Anstieg der Panel-Preise zurückzuführen, die sich wegen der hohen Nachfrage bei ausgeschöpften Produktionskapazitäten gegenüber dem Vor-Quartal

um 3,3 Prozent erhöhten. Die Durchschnittspreise für LCD-Panels stiegen um 1,8 Prozent auf 9,28 US-Dollar pro Zoll (2,54 cm) Bild diagonalen. Die Marktanteile der drei größten Hersteller nach Stückzahl teilten sich wie folgt auf: 20,7% AU Optronics, 20,4% Samsung und auf dem dritten Platz LG.Philips LCD mit 20,0%. Bei den LCD-Umsätzen belegte Samsung mit 22,9% den Spitzenplatz, gefolgt von LG.Philips LCD mit 20,7% Marktanteil und AUO mit 20,3%.

Steigende LCD-Panel- Preise – Mehr Plasma Displays

Der derzeitige Preisanstieg bei LCD-Panels wird nach Meinung von Marktbeobachtern im Jahr 2008 zu einer erhöhten Produktion von Plasma-Panels und damit zu einer erneuten Belebung des Wettbewerbs zwischen den beiden Display-Technologien führen. Obwohl die Marktpreise für Flach-TV-Geräte in den vergangenen Jahren dramatisch gefallen sind, steigen die Einkaufspreise für LCD-Panels zur Zeit spürbar an. Das gilt vor allem für das Segment der 32-Zoll-Panels, bei denen die starke Nachfrage deutlich über den Produktionszahlen liegt. Weil sich hier schon jetzt Verknappungen für das Jahr 2008 abzeichnen, werden laut Meinungen aus Industriekreisen besonders bei dieser Displaygröße zukünftig mehr Plasma Display Panels eingesetzt werden. Laut Displaybank waren die Preise für 32-Zoll-Panels noch im dritten Quartal 2007 gegenüber dem vorangehenden Quartal um 6 Prozent im September 2007 gefallen. Laut Marktbeobachter WitsView Technology stiegen die Preise für 32-Zoll-Panels danach wieder an, in Nordamerika und Japan um 1%, in UK um 3,4% und in Korea und Taiwan um 3,7 Prozent. Lediglich auf dem chinesischen Markt fielen, wie WitsView notiert, die Preise für 32-Zoll-Panels im gleichen Zeitraum um 3,7 Prozent. Hersteller von LCD-TV-Geräten weisen darauf hin, dass die großen Panel-Produzenten Chunghwa Picture Tubes (CPT) und Chi Mei Optoelectronics (CMO) schon jetzt deutlich weniger 32-Zoll LCD-TV-Panels produzieren als bisher. Der gemittelte Preis für 32-Zoll-Panels lag im November 2007 bei 330,- US-Dollar und wird in naher Zukunft auf 340,- US-Dollar steigen. Weil die Panel-Hersteller 2008 mit dem Verkauf der auf den gleichen Produktionsanlagen

LCD Panels: Preis-Prognose für 2008

Einsatzbereich	Q1 '08	Q2 '08	Q3 '08	Q4 '08
TV-Geräte	3%–5%	2%–3%	3%–5%	2%–5%
Monitore	8%–10%	2%–3%	8%–10%	3%–5%
Notebooks	8%–10%	1%–2%	8%–10%	3%–4%

(Quelle: WitsView Technology, published by Digitimes, November 2007)

hergestellten LCD-Panels für Notebooks und Monitore mehr Gewinn erwirtschaften können, wird sich die Verknappung bei 32-Zoll TV-Panels verstärken, so die TV-Geräte-Hersteller. Mit dem aktuellen Produktionsstart erster LCD-Panel-Fertigungslinien der 8. Generation (G8) bei einigen Herstellern wird sich die Verfügbarkeit von LCD-Panels mit 50-Zoll-Bild diagonalen in nächster Zeit spürbar verbessern. Das setzt Plasma-TV-Hersteller, die ihre Aktivitäten in letzter Zeit verstärkt auf Großformat-TV-Geräte fokussiert hatten, erneut unter Wettbewerbsdruck durch konkurrierende LCD-TV-Anbieter. Einige Plasma-Hersteller beginnen deshalb mit

32-Zoll Plasma TV-Geräten des Rivalen LG Electronics (LGE) teilen Firmensprecher von Samsung SDI mit, man entwickle zur Zeit ähnliche Produkte, um damit, falls erforderlich, der zunehmenden Verknappung bei 32-Zoll LCD-Panels begegnen zu können. In der Vergangenheit hatte Samsung bisher wenig Interesse an Plasma-TV-Geräten der 32-Zoll-Klasse gezeigt. Die wieder zunehmende Nachfrage nach Plasma- TVs und die sich verschärfende Verknappung bei 32-Zoll LCD-Panels veranlassen Samsung offensichtlich dazu, über Alternativen nachzudenken. Klargestellt wurde aber auch, dass Samsung selbst nicht beabsichtigt, in allernächster Zeit einen 32-Zoll Plasma-TV auf den Markt zu bringen, insbesondere, weil die eigene Produktionskapazität für Plasma-Panels zur Zeit voll ausgelastet sei. Grund sei vor allem der hohe Bedarf von Samsung Electronics, Philips und einigen Plasma-TV-Herstellern in China, verlautebarte aus der gleichen Quelle. Vor allem habe die Nachfrage in China so stark zugelegt, dass einige der dort ansässigen Flach-TV-Hersteller schon befürchten, ihre Produktionsziele wegen fehlender Verfügbarkeit von Plasma-Panels nicht erreichen zu können.

Panel-Preise und zahlreiche andere Faktoren begünstigt: 1.) Zunehmende Verfügbarkeit von 1.080p Panels, deren Anteil in Q3 '07 um 100% von Quartal zu Quartal stieg und um 1.030 Prozent im Jahr-zu-Jahr-Vergleich. Der Anteil der 1.080p-Panels lag im 3. Quartal nach Stückzahl bei 11% und nach Umsatz bei 21% der Gesamtumsätze mit Plasma- Panels. 2.) Kontinuierlicher steigender Anteil großformatiger Panels mit 50-Zoll-Bild diagonalen und größer, die um 37% von Quartal zu Quartal und um 45 Prozent im Jahr-zu-Jahr-Vergleich zunahm und 32% nach Stückzahl und 50% nach Erlös der Gesamt-Plasma-Umsätze ausmachten. 3.) Zunehmende Wettbewerbsfähigkeit gegenüber LCD-Panels bei den Produktionskosten, die z. B. bei 42-Zoll 720p Plasma-Panels inklusive optischen Filtern und Netzteilen um 20% unter den Preisen für vergleichbare LCD-Panels liegen. 4.) Bessere Verfügbarkeit gegenüber LCD-Panels, besonders bei 42-Zoll-Panels. 5.) Produktionsaufnahme der 32-Zoll Plasma-TV-Panels von LGE, die im 2. Quartal bereits einen Marktanteil von 5% erzielten. Laut Prognose der Marktbeobachter werden die Hersteller von Plasma-Panels im 4. Quartal 2007 einen weiteren, neuen Rekord vermelden können: 4,5 Millionen verkaufter Panels mit Bild diagonalen von 32, 37, 42 Zoll/1.080p und 50 Zoll 1.080p, alles zusammen eine Zunahme um 50 Prozent nach Stückzahl gegenüber dem vorangegangenen Quartal.

LG.Philips LCD entwickelt schmutzresistentes Notebook-Display

LG.Philips LCD hat ein gegen Verschmutzungen unempfindliches 15,4-Zoll Notebook-Display entwickelt, bei dem sich Staub, Fingerabdrücke, Verschmutzungen und sogar Tinten- oder Kugelschreiber-Spuren auf einfache Weise entfernen lassen. Die Oberflächen von TFT/LCD-Panels sind mit einem dünnen Polarisationsfilter beschichtet, das Spiegelungen und Reflexionen vermindert. Die meisten dieser Coatings haben jedoch aufgrund ihrer chemischen Zusammensetzung die Eigenschaft, an der Oberfläche Schmutz und fettige Substanzen zu binden. Die Fingerkuppen des Anwenders sind in der Regel eine ergiebige Quelle für beides und berühren bei der häufig erfolgenden Justage des Anstellwinkels des Bildschirms sehr oft die Display-Oberfläche. Um diese unempfindlicher gegen anhaftende Partikel zu machen, wird in der Regel ein weiteres Coating über dem Filter-Coating aufgetragen. Das macht einen zusätzlichen zeitraubenden und die Kosten erhöhenden Produktionsschritt erforderlich. LG.Philips LCD hat nun eine technische Lösung entwickelt, mit der die Display-Oberfläche auch ohne zusätzliche Beschichtung gegen Verschmutzungen weitgehend unempfindlich wird. Die neue Technologie wird bereits im ersten Halbjahr 2008 bei der Produktion von 15,4-Zoll Widescreen-Panels eingesetzt werden und soll bis zum Jahresende 2008 bei allen Notebook-Panels von LG.Philips LCD angewandt werden.

DESIGN - INNOVATION



Wir machen schmale Rahmen schmaler!
Das Ergebnis: Picture Frame LCD-TV

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

der Wiederaufnahme der Produktion von 32-Zoll Plasma- TVs. Das wird auch bei mittleren Bildschirmgrößen zu einer Neuaufgabe des Wettbewerbs zwischen den beiden Bildschirm-Technologien führen. Marktforscher wie Displaybank gehen aber neuerdings davon aus, dass die Art der bei Flach- TVs eingesetzten Bildschirm-Technologie für Käufer in Zukunft nur noch eine untergeordnete Rolle spielen wird. Wichtige Entscheidungskriterien würden dann nur noch Qualität, Marke und Preis sein.

Panda Electronics Group startet Plasma-Produktion

Die in China ansässige Panda Electronics Group (PEG) hat Anfang November 2007 mit ersten Testläufen für die Produktion von Plasma Display Panels begonnen und will zum Jahresende die Volumenproduktion mit einem jährlichen Ausstoß von 120.000 Stück 50-Zoll-Panels in der Auflösung von 1.330 x 768 Bildpunkten aufnehmen. Im Zuge einer zweiten Ausbauphase soll die Kapazität dann auf 600.000 Großformat-Plasma-TV-Panels jährlich gesteigert werden, berichtet Sina.com.

Samsung SDI erwägt Produktion von 32-Zoll Plasma- TVs

Möglicherweise als Reaktion auf den bevorstehenden Produktions-Start von

Plasma Display Panel- Produktion erreicht neues Hoch in Q3 '07

Nach einer Abschwächung der Zuwachsraten bei Plasma Display Panels in 2006 und den ersten Quartalen des Jahres 2007 hat sich die Nachfrage nach Plasma-Panels im dritten Quartal 2007 wieder kräftig belebt: Verkauft wurden 9 Prozent mehr Plasma-Panels als im gleichen Quartal des Vorjahres und 33 Prozent mehr als im 2. Quartal 2007. DisplaySearch vermeldet in seinem vierteljährlichen TV-shipment and Forecast Report einen neuen Rekord von 3,1 Millionen verkaufter Plasma-Panels. Dieser Erfolg werde durch günstigere

TFT/LCD-Panels: Umsätze im Groß- und Mittelformat Juni – Oktober 2007 (in Mio. Stück)

Einsatzbereich	Juni	Juli	August	September	Oktober
Monitore	16,0	15,7	17,0	16,9	17,8
Notebooks	9,6	10,2	10,4	10,8	11,0
TV-Geräte	6,7	7,1	7,6	8,3	9,1
Sonstige	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0
Gesamt	33,3	34,0	36,2	37,0	38,9
M/M Zuwachs	0,8%	2,1%	6,3%	2,3%	5,1%
J/J Zuwachs	58,1%	51,5%	40,1%	33,5%	38,4%

(Quelle: Displaybank, published by Digitimes, November 2007)

Plasma-Panels: Marktanteile und Wachstum nach Herstellern

Hersteller	Marktanteil Q2 '07	Marktanteil Q3 '07	Jahr/Jahr Wachstum
Matsushita	36,5%	32,7%	+18%
Samsung SDI	27,4%	28,8%	+36%
LGE	23,5%	27,3%	- 8%
Hitachi	8,5%	6,9%	-16%
Pioneer	3,9%	4,2%	- 3%
Orion	0,2%	0,2%	+50%
Gesamt	100,0%	100,0%	+ 9%

(Quelle: DisplaySearch Oktober 2007)

SHARP

AQUOS



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

Ludger Beerbaum, Springreiter

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



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

media @ home

Qualifizierte CE-Spezialisten für das Premium-Segment



Das Markenzeichen media@home trägt schon heute dem Bedarf und den Interessen derjenigen Euronics-Mitglieder Rechnung, die das Premium-Segment im CE-Markt bearbeiten. Kernzielgruppe der media@home Fachhandelspartner sind designbewusste und technikinteressierte Konsumenten mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von 3.000 Euro und höher. Dieser spezielle Käuferkreis stellt erfahrungsgemäß an die Fachkompetenz des Verkäufers am PoS und seine Umgangsformen gleich hohe Ansprüche wie an die Qualität und das Design der zu erwerbenden Produkte. Im Rahmen von media@home unterstützt Euronics die Mitgliedsunternehmen mit vielseitigen maßgeschneiderten Support-Angeboten, vom konsequent umgesetzten Corporate Design, über Qualifizierungs- und Trainings-Kurse, Internet-Auftritt, News-Service, informatives Kunden-Magazin mit unternehmensspezifischen Seiten, Beilagen bis hin zur zielgruppenorientierten, spezifischen Sortimentspflege.

Zwischen Flensburg und Regensburg gibt es schon über fünfzig media@home Partner. media@home steht für hochwertige Unterhaltungselektronik und perfekten Service. Thorsten Rabanus (Leiter spezialisierter Fachhandel, Euronics), erläutert das dahinterstehende Konzept in einem Interview:

PoS-MAIL: Herr Rabanus, was ist media@home?

Thorsten Rabanus: Die Marke media@home steht für den Anspruch unserer Fachhändler, dem Kunden die besten Lösungen aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik zu bieten. Dabei geht es nicht nur um den Verkauf von einzelnen Komponenten. Wir möchten dem Kunden individuelle Lösungen anbieten. Das Spektrum reicht hier vom analogen Plattenspieler bis zur kompletten Multiroom Installation für das ganze Haus.

PoS-MAIL: Woran erkenne ich als Kunde ein gutes Fachgeschäft?

Thorsten Rabanus: Das fängt schon bei der Ladengestaltung an. Wir wollen dem Kunden ein Erlebnis bieten, das er mit nach Hause nehmen kann. Dazu gehören natürlich auch Hörräume mit einer wohnraumähnlichen

Akustik. Wenn Sie mit einem media@home Partner einen Termin vereinbaren, steht am nächsten Tag ihre Wunschanlage zur Vorführung bereit. Dabei können Sie sicher sein, dass Sie immer kompetent und engagiert, aber stets unaufdringlich beraten werden.

PoS-MAIL: Welche Marken sind bei media@home vertreten?

Thorsten Rabanus: Eine Liste aller Hersteller würde hier den Rahmen sprengen. Ganz sicher aber gehören Loewe, Bose, Pioneer und KEF zu unseren stärksten Marken. Wichtig ist, dass ein Hersteller in das Konzept passt. Dabei achten wir genau auf Qualität, Innovation und Design.

PoS-MAIL: Also nur teure Marken?

Thorsten Rabanus: Das kann man nicht sagen. Teuer würde bedeuten, dass das Preis-/Leistungsverhältnis nicht stimmt. Aber das Gegenteil ist der Fall. Wir arbeiten seit Jahren erfolgreich mit unseren Lieferanten zusammen. Von dieser Zusammenarbeit profitieren die Kunden, auch beim Preis. Das können Sie gerne testen. Sie werden überrascht sein.

PoS-MAIL: Und wie sieht es mit dem Service aus?



Sebastian Boss, Juniorchef, media@home Mitglied Jokesch GmbH, Düsseldorf: „media@home steht für den Anspruch, dem Kunden die für seinen Einsatzzweck bestgeeignete Lösung aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik zu bieten. Dies deckt sich voll mit unserem Credo.“



media@home Kunden-Magazin mit unternehmensspezifischen Seiten und Angebots-Beilagen

Thorsten Rabanus: Heute wird viel über den Service gesprochen. Dabei sind die meisten Dinge für unsere Händler seit Jahren eine Selbstverständlichkeit. Gute Mitarbeiter sind das A und O. Deshalb investieren wir viel Zeit in die regelmäßige Schulung unserer Mitglieder. Darüber hinaus bieten unsere Händler aber auch Serviceleistungen an, die Sie woanders lange suchen müssen.

PoS-MAIL: Zum Beispiel?

Thorsten Rabanus: Wenn es um die perfekte Integration von Unterhaltungselektronik in das heimische Ambiente geht. Hier arbeiten viele unserer Händler sehr eng mit Architekten und Handwerkern zusammen. Aber auch ganz einfache Dinge, wie das Probehören bei ihnen zu Hause, die Inzahlungnahme von Gebrauchsgütern, der unkomplizierte Reparaturservice und nicht zuletzt eine faire Finanzierung gehören zum guten Service.

PoS-MAIL: Was sind die Trends in der Unterhaltungselektronik?

Thorsten Rabanus: Ich glaube nicht, dass es einen einzelnen

Trend gibt. Sicher ist die Digitalisierung der Medien ein starkes Thema. Heute können Sie Musik und Filme ohne Verluste auf unterschiedlichsten Medien speichern und jederzeit abrufen – sogar unterwegs. Aber für die Wiedergabe brauchen Sie immer noch eine gute Anlage mit ordentlichen Lautsprechern. Vielleicht ist HiFi deshalb wieder in aller Munde.

PoS-MAIL: Alle reden über HDTV. Lohnt sich der Kauf heute schon?

Thorsten Rabanus: Auf jeden Fall. HDTV ist die Zukunft. Die Qualität ist wirklich eine Klasse für sich und über jeden Zweifel erhaben. Die Weltmeisterschaft im vergan-

genen Jahr war nur der Startschuss für HDTV in Deutschland. Immer mehr Formate setzen auf das hochauflösende Fernsehen. Sat.1 und ProSieben senden heute schon viele Spielfilme und Serien über Satellit in HDTV. Alles was man dazu braucht, ist ein HDTV tauglicher Receiver.



Sebastian Boss: „Wir bieten dem Kunden eindrucksvolle Erlebnisse, Impressionen, die er mit nach Hause nimmt.“

PoS-MAIL: Wo finde ich media@home?

Thorsten Rabanus: Es gibt heute schon zahlreiche media@home Partner von Flensburg bis Regensburg, und wir bauen das Netz noch weiter aus. Dabei geht es aber nicht allein um die Anzahl der Händler. Wichtiger ist es, den Anspruch von media@home an jedem Standort umzusetzen. Aus Erfahrung wissen wir, dass der Kunde für eine gute Beratung und einen guten Service gerne auch eine längere Anfahrt in Kauf nimmt.

PoS-MAIL: Vielen Dank für das Gespräch.



Diese Gestaltung der Außenfassade entspricht den Gestaltungsgrundsätzen „Solo“ für media@home Center-Standorte.

Konzentration auf das Wesentliche

Der wertvollste Vorteil, den ein Konzept wie media@home für teilnehmende Mitglieder mit sich bringt, ist die Entlastung von zahlreichen für den Geschäftserfolg äußerst wichtigen Maßnahmen und Aufgaben. Diese werden nun von media@home übernommen und dort zentral und professionell für alle Teilnehmer erledigt, was einen starken synergetischen Effekt erzeugt. Für den Partner am PoS setzt der Support wertvolle Zeit frei, die nun dem Kunden und damit dem Geschäftsziel zugute kommt. Der Leistungskatalog von media@home umfasst eine Fülle von Einzelmaßnahmen, die in Hauptgruppen zusammengefasst sind: Corporate Design Manual, Marketingplanung, Virtuelle Agentur, Ladenbaukonzeption für

nen zur Voraussetzung hat, sind gemeinsam festgelegte Sortimentsgrundsätze als Erfolgsgarant verbindlich einzuhalten: Als Kernsortiment sind für media@home die Marken Loewe, Bose und Pioneer Pflicht, oder alternativ Metz, Bose und Pioneer. Wenn Bose in den beiden genannten Varianten nicht realisiert werden kann, muss statt dessen KEF geführt werden. Als Wahlsortiment können je nach persönlicher Entscheidung optional Sharp, Denon/Marantz und Harman Kardon hinzu gewählt werden. Im Ergänzungssortiment stehen die Marken Elac, T+A, Tivoli (TAD), Jura, Hitachi und B&W zur Auswahl.

Ladenbau – Ladengestaltung

Um den Ansprüchen der Zielgruppe Rechnung zu tragen und



Sebastian Boss: „Unsere Umsätze haben sich durch den media@home Umbau nochmals erhöht, obwohl unser Sortiment schon vor dem Umbau die gleiche Zusammenstellung wie heute aufwies.“



Bei der Jokesch GmbH hat die media@home Einrichtung schon während der Umbauzeit großes Interesse hervorgerufen.

Center-Standorte, Qsales für media@home Teilnehmer, Internet-Auftritt und Premium Quality Check.

Das Sortiment von media@home

Der Auswahl des Sortiments muss besonders im Premium CE-Segment eine sehr hohe Sorgfalt gewidmet werden. Weil der Erfolg der Gruppe den Erfolg des Einzel-

das hochwertige Sortiment in einer seiner Wertigkeit angemessenen Umgebung zu Präsentieren, muss der Gesamteindruck der Verkaufsräume auch im Inneren ansprechend und angemessen sein. Dabei besteht das angestrebte Ziel nicht in besonders kostspieligen, sondern in den jeweils am besten passenden Lösungen für ein harmonisch wirkendes und den Kunden einladendes Geschäft. media@home lei-



Die Jokesch GmbH, 50. media@home Mitglied, hat als eine der ersten im Rahmen einer völligen Neugestaltung des Ladenlokals und seiner Geschäftsräume die Gestaltungs-Richtlinien von media@home erfolgreich umgesetzt.

stet dabei aktive Planungshilfe und organisiert den Austausch von Erfahrungen zwischen den Teilnehmern.

Schulung und Qualifizierung

Regelmäßige Weiterbildung ist für media@home Teilnehmer schon zwecks Förderung der eigenen geschäftlichen Unternehmung selbstverständlich. Das Qualifizierungskonzept „Qsales für den gehobenen Fachhandel“ hat sich als wesentliche Ziele gesetzt: Erhöhung der Dienstleistungs-kompetenz als wettbewerbsentscheidender Faktor sowie Erhöhung der Rentabilität durch Dienstleistungen. Zur Umsetzung des Konzepts werden ca. 200 Teilnehmer aus dem gehobenen Fachhandel in einem Zeitraum von

1–2 Jahren fünfmal ein Gruppentraining im Rahmen von 1-Tages Seminaren absolvieren.

media@home „vor Ort“

Eines der ersten Mitglieder, das im Rahmen einer völligen Neugestaltung des Ladenlokals und seiner Geschäftsräume die Gestaltungs-Richtlinien von media@home erfolgreich umgesetzt hat, ist die Firma Jokesch GmbH, Düsseldorf, Hansa-Allee 14. Die Projektleitung lag in den Händen von Sebastian Boss, Junior-Chef der Firma Jokesch. Sein Unternehmen gilt seit mehr als 25 Jahren im Raum Düsseldorf als TOP-Adresse für hohen und höchsten Ansprüchen genügende Unterhaltungselektronik. Boss: „Die Marke media@home steht für

den Anspruch, dem Kunden die für seinen Einsatzzweck bestgeeignete Lösung aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik zu empfehlen und zu liefern. Dies deckt sich voll mit unserem Credo. Wir bieten unserem Kunden individuelle Lösungen und individuell für ihn ausgewählte Produkte und Produkt-Kombinationen. Unser Leistungsspektrum erstreckt sich vom analogen Plattenspieler bis zur Multiroom Installation und der Realisierung eines Heim-Netzwerks mit dezentralem Zugriff auf alle lokalen und Internet-basierten medialen Ressourcen. Wir sind bestrebt, dem Kunden in unseren Verkaufsräumen eindrucksvolle Erlebnisse zu bieten, Impressionen, die er mit nach Hause nimmt und auf die er bei späteren Kaufentscheidungen in der Erinnerung zugreifen kann. Nach Terminvereinbarung stehen wir unseren Kunden auch außerhalb der Öffnungszeiten zu Vorführungen und zur Beratung zur Verfügung.

Unsere media@home Einrichtung hat schon während der Umbauzeit großes Interesse hervorgerufen. Am Tag der Wiedereröffnung warteten neugierige Kunden wie beim Sommerschlussverkauf auf die Öffnung der Ladentüre. Unsere Umsätze haben sich danach nochmals erhöht, obwohl unser Sortiment schon vor dem Umbau die gleiche Zusammenstellung wie heute aufwies.“



Für eine der Corporate Identity entsprechende Beschriftung der Firmenfahrzeuge sind Vorlagen erhältlich. Auf Wunsch vermittelt media@home auch den kostengünstigen Kauf von Geschäftsfahrzeugen bei den Herstellern.

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

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



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

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

Tivoli Audio® **BECKER**  Simons≡Voss

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



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

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

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

FUJITSU

gorenje  **TOSHIBA**

SEVERIN **Miele** **SHURE**

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

AWARD® **AKG** Jabra  **YAMAHA**

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

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

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

EP:
ElectronicPartner

E&W
print • online • mobile

 **GIGA**

hanse control

HD:TV

heimkino markt.de 

imaging • foto contact
Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.werldfoto.de

POS-MAIL

Sell IN OUT

smart homes
Das intelligente Haus

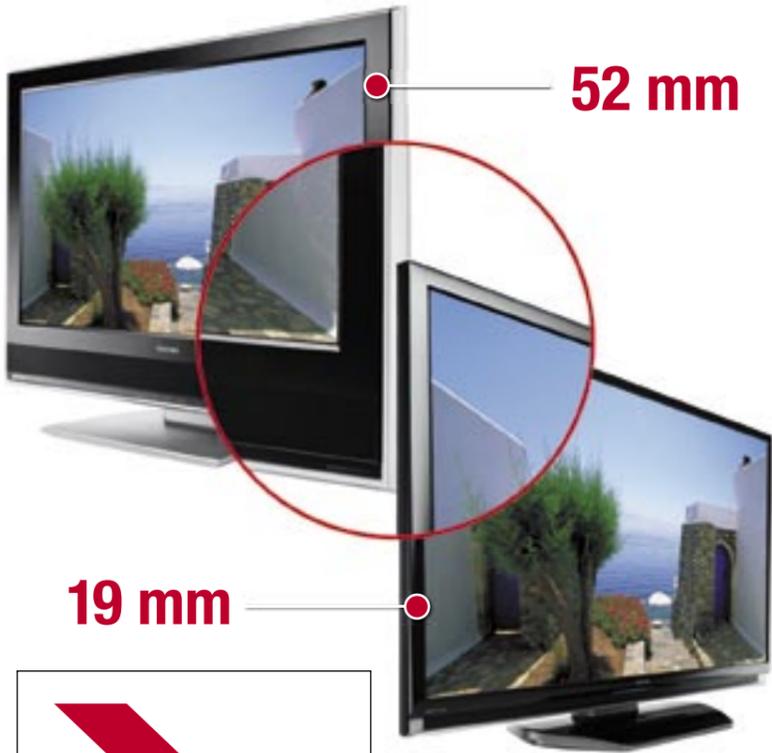
Technik und Ratgeber
findet am Haus und Garten
TECHNIK ZU HAUSE.de

 **tekom**

TV SPIELFILM

Toshiba LCD-TVs mit „Picture-Frame“ Designkonzept

Mit dem 46ZF355D stellt Toshiba seinen neuesten High-end-LCD-Fernseher vor. Dank neuartigem „Picture-Frame“-Designkonzept hat der Fernseher einen besonders schmalen Rahmen, der neben dem eleganten Erscheinungsbild auch platzsparend ist.



1959
TOSHIBA BRINGT FARBE IN DIE UNTERHALTUNG.

Toshibas erster Farbfernseher

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Die ZF-Serie mit Picture Frame Design wird Toshiba ab Januar auch in den Größen 40 Zoll (40ZF355D) und 52 Zoll (52ZF355D) im Programm haben. Die Rahmen der neuen Modelle wurden auf eine Breite von unter 2 cm reduziert – und damit auf deutlich weniger als die Hälfte der Rahmenmaße herkömmlicher LCD-TVs, die im Durchschnitt bei 5 cm liegen. So passt das 46-Zoll-Modell 46ZF355D mit seiner Breite von insgesamt 107 Zentimetern zum Beispiel an die Stelle eines gewöhnlichen 42-Zoll-Flachbildfernsehers.

Für die optimale Bildwiedergabe setzt Toshiba bei seiner neuen Top-Serie auf zahlreiche Features: Die Active Vision M100HD-Bildverbesserungstechnologie ist in der Lage, 100 Hz-Bilder in Full HD-Auflösung darzustellen. Das bedeutet, dass der Besitzer sowohl von der Detailschärfe der Full HD-Auflösung als auch der Bewegungsschärfe der 100-Hz-Technik profitiert.

Ruckelfreie Bilder

Je nach Zuspätkamer bietet Toshiba zwei weitere Features zur Wiedergabe von Originalfilmmaterial in 24 Bildern pro Sekunde: den Film Judder Cancellor und den 5:5 Pulldown. Gibt der angeschlossene Player das Bild in 60 Hz aus, muss er zunächst mittels 3:2 Pulldown die Bildfrequenz anpassen.

Die dabei entstehenden Bildruckler glättet der Film Judder Cancellor durch geschicktes Einfügen von Zwischenbildern. Beherrscht das Abspielgerät hingegen die Ausgabe in 24 Hz, sorgt der 5:5 Pulldown für eine Erhöhung der



Toshibas erster großformatiger LCD Flachbildschirm

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Bildfrequenz auf 120 Hz. Da hier also jedes Bild gleich lange auf dem Panel verweilt, ist die Wiedergabe ruckelfrei.

Farbbrillanz

Als weiteres Highlight setzt Toshiba bei dem ZF-Modell auf Full 10 Bit Processing. Das heißt, dass während der gesamten Bildverarbeitung 10 Bit pro Farbe (30 Bit) zur Verfügung stehen. Schon über HDMI können Bildsignale von 10 Bit und mehr zugespielt werden (Deep Colour). Auch das hochwertige LCD-Panel arbeitet in 10 Bit

(30 Bit). Insgesamt steht somit eine Palette von über einer Milliarde Farbstufungen für die Bild-darstellung auf dem Panel bereit. Enorm homogene Farb- und Helligkeitsübergänge sind das Ergebnis. Das eingesetzte Wide Colour Gamut-Panel zeichnet sich zudem durch einen erweiterten Farbraum aus. Mit Hilfe der eingesetzten CCFL Backlights (Cold Cathode Fluorescent Lamps) können die Fernseher 98 Prozent desjenigen Farbraums abbilden, den das menschliche Auge wahrnehmen kann – herkömmliche LCD-TVs erreichen nur 85 Prozent. Nachdem der RGB-Standard dieses Potential nicht vollständig ausschöpfen kann, unterstützen die Fernseher der ZF-Serie mit xvYCC den Farbstandard der nächsten Generation. Er überträgt 1,8mal mehr Farben als das aktuelle HDTV-Signal. Derzeit wird dieser Farbstandard von einigen Camcordern und Computern genutzt, so dass bereits heute bewegte und statische Bilder in xvYCC zur Verfügung stehen.

Zukunftssicher

Neben dem ausgezeichneten Bild und seinem Äußeren punktet die ZF-Serie mit Bedienkomfort. Die REGZA Link (HDMI CEC)-Funktion ermöglicht die Steuerung des gesamten Home-Entertainment Systems mit nur einer Fernbedienung. Voraussetzung dafür ist, dass alle Komponenten das CEC Protokoll beherrschen und via HDMI-Kabel verbunden sind. So hat man mit minimalem Aufwand das gesamte Equipment in der Hand. Dazu stattet Toshiba seinen 46ZF355D mit drei HDMI-Eingängen aus, über die gleichzeitig beispielsweise eine HD Settop Box, ein HD DVD-Player und ein AV-Receiver angeschlossen werden können. Neben dem Vorteil der einfachen Bedienung via REGZA Link (HDMI CEC), unterstützt HDMI in der Version 1.3 Eingangssignale in 1.080p (24 Hz, 30 Hz, 50 Hz, 60 Hz, 24 Hz), Lip Sync, Deep Colour und xyYCC.

Tonqualität

Um im Heimkino zu überzeugen, muss neben der Bildqualität die akustische Umsetzung brillieren. Deswegen verbaut Toshiba in der ZF-Serie die neueste Version der Slim Speaker vom Klang-Experten Onkyo. Auch bei den besonders geringen Gehäusemaßen kommt

2007
PICTURE-FRAME LCD REVOLUTIONIERT DAS LCD-TV DESIGN.

PICTURE FRAME LCD

HD ready 1080p

if product design award 2008

Ausgezeichnetes Produkt-Design 2008

Herkömmliche Flachbildschirme besitzen eine Rahmenbreite von kompakteren Gehäusemaßen. Ein 40 Zoll Picture-Frame LCD-TV beansprucht damit weniger Platz als ein handelsübliches 37 Zoll-Modell. So genießen Sie die phantastische FULL HD Bildqualität der REGZA LCD-TVs in voller Größe.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

der Ton somit kraftvoll und klar aus den Lautsprechern. Bei Bedarf kann der Sound mit dem SRS WOW-Klangfilter weiter aufgepeppt oder ein Raumklangeffekt simuliert werden. Außerdem verfügen die TVs über einen Subwoofer-Ausgang, an den sich zusätzliches Soundequipment andocken lässt.

Ausgezeichnet

Das „Picture Frame“ Design-Konzept der LCD-TV-Serien XF und ZF von Toshiba ist mit dem iF Design Award 2008 in der Kategorie Produkt Design ausgezeichnet worden. Zu den Kriterien der Jury gehörten Gestaltungsqualität, Verarbeitung, Materialwahl, Innovationsgrad, Umweltverträglichkeit, Funktionalität, Ergonomie, Gebrauchsvisionierung, Sicherheit, Markenwert/Branding sowie die Aspekte des universal design. *miz*

POS **Neuheiten**

**JVC Full HD Projektor
DLA-HD100**



Mit der Entwicklung des neuen Full HD Heimkinoprojektors DLA-HD100 ist es den JVC-Ingenieuren gelungen, die beispielhaften Spitzenleistungen des Vorgängermodells ein weiteres Mal zu übertreffen. Der DLA-HD100 basiert auf der vorwiegend im professionellen Bereich eingesetzten D-ILA Technologie und markiert einen neuen Maßstab für Home Cinema Projektoren, an dem sich konkurrierende Modelle zukünftig messen lassen müssen. Mit einem sensationellen Kontrastverhältnis von 30.000:1 erzeugt der mit drei 0,7-Zoll „Full HD“ D-ILA CCDs im 16:9-Format bestückte Bildwandler des DLA-HD100 außergewöhnlich kontrastreiche Bilder, die alle



denkbaren Helligkeitsnuancen vom tiefsten und satten Schwarz bis zum strahlenden Rein-Weiß fein abgestuft wiedergeben. Drei native HD-ILA-Chips in den Grundfarben R/G/B lösen die projizierten Bilder in echter Full HD Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln mit 2,1 Millionen Bildpunkten auf. Der Bildwandler ist mit einer verbesserten, auf Gitter-Polarisationstechnologie basierenden optischen Einheit kombiniert, die das Eindringen von Streulicht in das Objektiv verhindert. Zusammen mit der Steigerung des Kontrastverhältnisses wurde auch die Farbtiefe spürbar erweitert, was sich durch die Darstellung leuchtender, naturgetreu wirkender Farben mit feinsten Gradation bemerkbar macht. Die von JVC entwickelte D-ILA-Projektion zeichnet sich durch einzigartige, filmähnliche Bilder ohne jede sichtbare Gitterstruktur aus. Beim DLA-HD100 kommt als Projektionsobjektiv ein motorbetriebenes 2-fach-Hochleistungszoom von Fujinon zum Einsatz, das mit seinem großen Durchmesser und dem Aufbau mit 16 Glaslinsen höchster Güte in 13 Gruppen eventuell mögliche Farbverfälschungen so gut wie vollständig eliminiert. Die Projektionsbilder des DLA-HD100 beeindrucken durch ihre überragende Schärfe und Farbstärke in allen Bildpartien. Auch bei kurzen Projektions-Distanzen in kleinen Räumen ermöglicht das optische System die unverzerrte Projektion von Bildern mit großen Bilddiagonalen. Dabei erweist sich die motorgesteuerte Schärfereinstellung als sehr komfortabel. Der Projektionswinkel lässt sich durch „Lens Shift“ (Trapezkorrektur) vertikal um ±80% und horizontal um ±34% korrigieren. Der Gammawert und die RGB-Parameter können dem Empfinden der Betrachter entsprechend verstellt werden. Der DLA-HD100 ist mit zwei HDMI-Schnittstellen der Version 1.3 mit einer Bandbreite bis zu 225 MHz und Deep Colour ausgestattet.

**Portabler Media-Player
Archos 705 WiFi**



Ab sofort ist der Archos 705 WiFi verfügbar, der mit einem 7"-Touchscreen-Display, dem größten und hochwertigsten Farbdisplay der Gen 5 Serie von Archos, ausgestattet ist. Der Player ist wahlweise mit 80 GB oder 160 GB Speichergröße lieferbar und bietet Platz für bis zu 200 gespeicherte Filme und damit mobile Unterhaltung auf höchstem Niveau. Bei der Entwicklung des Archos 705 WiFi wurde besonders an die Wünsche der täglichen Pendler und an die Bedürfnisse von Kindern bei langen Autofahrten gedacht.



FERNSEHEN MIT METZ –
IMMER ERSTKLASSIG



METZ PRIMUS

HDTV | FULL HD | FESTPLATTEN-RECORDER* | JPEG FOTO-ANZEIGE (USB) | DIGITAL-MODUL-SYSTEM | MECAVISION HD*

Wenn besondere Ansprüche zur Selbstverständlichkeit werden, ist es ein Metz LCD-TV. Metz Primus mit integriertem HDTV-Empfang in beeindruckender mecavisionHD* Schärfe auf dem hochauflösenden 106 cm Full HD-Panel garantiert ein fantastisches TV-Erlebnis. Hochwertigste Materialien wie der massive, gebürstete Aluminiumsockel, das in seiner Materialität einzigartige Gehäuse aus Holz und Metall und die ganzflächige, entspiegelte Kontrastfilterscheibe belegen seine außergewöhnliche Wertigkeit. Natürlich nur im kompetenten Fachhandel – überzeugen Sie sich und trauen Sie Ihren Augen.

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

www.metz.de

Darüber hinaus ist der Archos 705 WiFi aber auch die optimale Lösung für jeden, der mobile Unterhaltung auf höchstem Niveau möchte. Sein Design mit sportlich-elegantem silbernen Gehäuse, integriertem Standfuß und Stereolautsprechern macht den Archos 705 WiFi zum attraktiven mobilen Begleiter. Dank



Touchscreen-Bedienung kommt der Archos 705 ohne störende Schalter und Regler aus. Für hohe Qualität und große Auswahl an Inhalten sorgen einige der wichtigsten Anbieter digitaler Medien weltweit (verfügbar über das Archos Content Portal). Das optionale Webbrowser Plug-In verwandelt den Archos 705 WiFi in eine vollwertige Internet Surfplattform mit der Möglichkeit, sich Flash-Videos von Dailymotion oder YouTube und anderen Onlineseiten direkt auf dem Fernseher anzuschauen. Der Archos 705 WiFi ist zum UVP von 379,99 Euro für die 80-GB-Variante und 449,99 Euro für das Modell mit 160 GB erhältlich.

**TerraTec Cinergy S2
PCI HD mit DVB-S2**



Mit den neuen Features HD-Unterstützung für MPEG2 und H.264, Dolby Digital (AC3) und optionaler Erweiterung für Bezahlfernsehen kommt die DVB-S2-Karte Cinergy S2 PCI HD des Nettetaler Multimedia-Herstellers TerraTec Electronic auf den Markt. Einzige Voraussetzung für den Empfang ist eine digitale Satelliten-Schüssel. Die Cinergy S2 empfängt alle digitalen nationalen und internationalen TV-Programme in bester Qualität. Mit DVB-S2 werden auch die HD-TV-Sender Pro7 und SAT1 in voller High Definition Auflösung verfügbar gemacht. Damit wird der heimische Rechner zum hochwertigen HD-Zweitfernseher und gleichzeitig auch zum Zweitradio. Denn neben den Fernsehprogrammen werden auch digitale Radioprogramme in bester Qualität übertragen. Mit einer Cinergy S2 PCI HD bestückt, kann der Rechner auch zum Aufzeichnen der Sendungen genutzt werden. TerraTec HomeCinema (THC) bietet dafür optimale Funktionen und integriertes Time Shifting. THC deckt die ganze Bandbreite des TV-Einsatzes ab: Notebook oder Rechner werden zu leistungsfähigen Videorecordern mit manueller oder gesteuerter Aufnahme (auch über Internet oder Handy). Verfügbar sind auch Multituner-Unterstützung, Bild-in-Bild-Funktion und elek-



tronischer Programmführer (EPG). Im Lieferumfang enthalten ist MAGIXs „Filme auf CD & DVD TV Edition“, das auf intuitive Bedienung setzt. Die übersichtliche Programmoberfläche ermöglicht es auch unerfahrenen Benutzern, schnell Werbung zu entfernen, Bild und Ton zu optimieren oder DVD-Menüs zu gestalten. Gleichzeitig mit der Cinergy S2 PCI HD kommt das CI-Modul Cinergy CI AddOn in den Handel, das man zum UVP von 39,99 Euro separat dazu kaufen oder als Bundle beider Produkte unter dem Namen Cinergy S2 PCI HD CI zum UVP von 129,- Euro erwerben kann. Die DVB-S2-Karte Cinergy S2 PCI HD von Terratec ist solo zum UVP von 99,99 Euro lieferbar.

Sonys PhotoTV HD-Technologie optimiert Fotos HD-Bildqualität als Verkaufsargument

High Definition gilt derzeit in CE- und Fotobranche als das Nonplusultra an Bildqualität. Und was dem Konsumenten recht ist, nämlich Bildgenuss auf höchstem Niveau, sollte Industrie und Handel billig sein. Denn HD-Qualität steht nicht nur aus sich selbst heraus als Verkaufsargument für Produkte wie Fernseher, Monitore, Kameras und Digitalrahmen, sondern stärkt auch deren Verkauf. So hat sich inzwischen beispielsweise eine Reihe von Fotodrucker-Produzenten auf das breite HD-Format eingestellt. Besonders einfach aber machen es Hersteller wie Sony dem Handel, indem sie ein ganzes System rund um das Thema HD schaffen und damit Argumente für das Verkaufsgespräch liefern.

Bei Sony heißt die Zauberformel PhotoTV HD-Technologie. Diese wurde bereits zu Jahresbeginn angekündigt und mit der digitalen Spiegelreflexkamera Sony α 700 serienmäßig in einem Produkt eingeführt. Die neuartige Technologie sorgt für eine bessere Bildqualität bei der Wiedergabe und stellt Farben auf der aktuellen Generation der Bravia Full HD LCD-Fernseher noch natürlicher

Aufnahmen in Full HD per Plug& Play direkt auf einen Full HD Fernseher ausgeben.

Breites HD-Sortiment

Insgesamt zeigt sich Sony gegenüber dem Trend HD bestens gerüstet. „Mit unserem breit aufgestellten Produktportfolio kann die digitale Bilderwelt jetzt auch hochauflösend und großformatig im Wohnzimmer genossen werden. Bildschärfe und Farbbrillanz sind von herausragender Qualität“, betonte Oliver Kaltner, Divisional Director Marketing Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Ob Recording, Broadcasting oder professionelle Präsentationen, die Sony HD World bietet alle Möglichkeiten für anspruchsvolles Home Entertainment der neuesten Generation. „Innerhalb der Sony High Definition World bieten wir ein umfangreiches Hardware-Sortiment. Dazu gehören neben Cyber-shot Digitalkameras und Full HD Bravia LCD-Fernsehern auch HD Handycam Camcorder, Blu-ray Player sowie Vaio Notebooks und Multimedia Entertainment Center mit integrierten Blu-ray-Laufwerken“, sagte Kaltner. „Die Nachfrage seitens der Konsumenten nach unseren Home Entertainment-Systemen, deren einzelne Komponenten optimale Bild- und Klang-Ergebnisse liefern und leicht zu kombinieren sind, steigt signifikant und kontinuierlich.“

Diesem Bedürfnis werde Sony als Digital Entertainment Brand No. 1 mit seiner einzigartigen HD World

gerecht. „Wir bieten den Konsumenten ganzheitliche Lösungen mit Hardware und attraktiven Inhalten und überzeugen mit innovativer Technologie und außergewöhnlichem Design für unvergleichliche Entertainment-

Erlebnisse in High Definition“, kommentiert Kaltner.

Klassisches Zubehör

Wird das fotografische HD-Erlebnis mit einem Bravia TV-Gerät erst perfekt, so gibt es aber auch jede

Menge Zubehör im Sony Kamerasystem, mit dem man bereits bei der Aufnahme für bessere Bildqualität sorgen kann bzw. das den Fotografen bei der anschließenden Verarbeitung und Archivierung seiner Fotos unterstützt.

So finden sich beispielsweise mit einer Reihe von Carl Zeiss Objektiven Optiken von anerkannt hochwertiger Qualität, und das GPS-Modul Sony GPS-CS1KA vereinfacht nicht nur das spätere Wiederfinden der Aufnahmen durch Speicherung der jeweiligen GPS-Koordinaten, sondern macht zum Beispiel auch die Gestaltung eines Fotobuches leichter.



Oliver Kaltner

dar. Damit ist sie eine deutliche Verbesserung im Vergleich zur Anzeige von Fotos auf herkömmlichen Fernsehern, die für bewegte Videos optimiert sind.

Um die Technologie nutzen zu können, reicht es, die Kamera per HDMI-Kabel mit dem Bravia LCD-TV zu verbinden. Die im Lieferumfang der Kamera enthaltene IR-Fernbedienung dient anschließend zur Steuerung der HD-Diaschau. Auch die aktuellen Cyber-shot-Serien T und H sowie einige Modelle der W-Serie bieten einen High Definition Output. Mit einem optional erhältlichen Komponentenkabel oder einer Cyber-shot Docking Station lassen sich



Dank Sonys PhotoTV HD-Technologie lassen sich Fotos aus der digitalen Spiegelreflexkamera Sony α 700 in nie gekannter Qualität auf einem TV-Gerät der neuen Bravia Generation darstellen.

Sony liefert auch digitale Fotodrucklösungen für zu Hause

Für diejenigen, die ihre Fotos zu Hause selbst drucken wollen, bietet Sony digitale Farb-Sublimations-Fotodrucker an. Mit den beiden Modellen Sony DDP-FP70 und DDP-FP90 können Hobbyfotografen ihre Digitalbilder im Format 10 x 15 cm in



Schnelle Bilder in hoher Qualität: Sony FP60 (l.) und Sony FP90.

45 Sekunden (FP60: 63 Sekunden) mit einer Auflösung von 300 x 300 dpi und einer Farbtiefe von 24 Bit (16,7 Millionen darstellbare Farben) drucken. Der integrierte Bionz-Chip korrigiert Weißabgleich, Helligkeit, Farbton, Kontrast, Farbabstufungen und Schärfe und sorgt somit

für sehr hochwertige Bilder. Die Drucker bieten ebenso wie die neuen Cyber-shot-Modelle die Technologie zur Gesichtserkennung. Menschliche Gesichter werden automatisch erkannt, und zusätzlich zu Schärfe, Farbe, Belichtung

und Kontrast wird auch der Rote-Augen-Effekt korrigiert. Dank des geringen Gewichtes von 1,2 Kilo und den kompakten Abmessungen von 180 x 137 mm lassen sich die Fotodrucker leicht transportieren. Alle Vorgänge kontrolliert der Nutzer auf dem LC-Display, das beim FP90 komfortable 3,6 Zoll und beim FP70 2,5 Zoll misst.

Alpine auf der Essener Motorshow Highlights 2008

Mit einem spannenden Novum, dem **IMPRINT-Soundkonzept**, trat **Alpine Electronics** auf der **Essener Motor Show** auf: Vom **1. bis zum 9. Dezember** präsentierte der **Car-Multimedia Spezialist** Highlights aus dem **Produktprogramm 2008**.

Zu sehen gab es unter anderem die neuen Einstiegs-CD-Tuner **CDE-9872/R/RM** und **CDE-9874R/RB/RR**. Alpine-typisch muss der Kunde auch hier auf nichts verzichten. So sind serienmäßig bereits die **iPod-Fullspeed-Schnittstelle**, **MP3-** und – ganz neu – sogar **Bluetooth-Kompatibilität** mit an Bord. Mit einer ganzen Reihe weiterer inter-

essanter Features, die nicht nur **Car-Hifi-Enthusiasten** begeistern, warten **CDE-9880R** und **9882Ri** auf. Kurz und gut, der Besucher bekam bereits im Dezember einen Vorgeschmack auf ein spannendes Jahr 2008.

IMPRINT-Soundkonzept

Von den Experten lange erwartet, aber auch für jeden anderen musikliebenden Autofahrer interessant, ist das neue mikroprozessorbasierte **IMPRINT-Soundkonzept**. Nach der bereits im Frühjahr vorgestellten Headunit **CDA-9887R** präsentierte Alpine dieses Konzept in Essen in Form des Prozessors **PXE-H650**, einer kleinen Blackbox, mit der sich z. B. auch **OEM-Systeme** leicht aufrüsten lassen. Und so funktioniert **IMPRINT**: Über ein automatisches Einmesstool wird der Fahrzeuginnenraum nach dem Einbau akustisch eingemessen. Beeinträchtigungen des Klangbilds, die durch die Geometrie des Innenraums oder das Reflexionsverhalten von Teppichböden, Sitz-



Großer Besucherandrang war auf der Essener Motor Show zu verzeichnen, die Anfang Dezember stattgefunden hat und auf der viele Neuheiten für das Jahr 2008 zu sehen waren. Zu den Highlights auf dem Alpine Stand zählte unter anderem das innovative **IMPRINT-Soundkonzept**.



Im Alpine Demo-Fahrzeug **Xperience** wurden eindrucksvoll die vielseitigen Nutzungsmöglichkeiten des **iPod** im **Car-Audio-Bereich** demonstriert.

und Verkleidungsmaterialien entstehen, werden später durch den Prozessor kompensiert. So kann die Klangqualität quasi jeder **Car-Hifi-Anlage** auf einfache Art und Weise optimiert werden – ein Ergebnis, das sich hören lassen kann.

Zusammen mit Standpartner **Eibach** präsentierte Alpine **IMPRINT** in Form von zwei aufregenden Demo-fahrzeugen, einem **Mini Cooper S**

und einem **Ford S-Max**. Die Fahrzeuge zeigten neben dem neuen Soundkonzept die ganze Bandbreite an **Upgrade-Möglichkeiten**, die sich auch in neueren Fahrzeugen unter Beibehaltung der werkseitigen Headunit realisieren lassen. Lösungen, die all diejenigen, die sich vor Umrüstung im Cockpit scheuen, begeistern werden und völlig neue Perspektiven eröffnen. miz

Sound of Handy Metal!

z. B. debitel Vario S¹: Flexibel & Individuell

- z. B. 50 Freimin. in alle Netze für 14,95 € statt bisher regulär 19,50 €
- Einheitliche Folgepreise in alle Netze, rund um die Uhr!

3x Monatspaket-Preis frei!

ab **1,- €^{1,*}**

Samsung SGH-U700
ohne „Neu für Alt“ 9,95 €!
ohne Vertrag 369,95 €*

3,2 Megapixel	MP3 Player	Bluetooth
UMTS	E-Mail-Client	Speicherslot

*) Preis gilt nur bei Rückgabe eines funktionstüchtigen Handys, mit intaktem Farb-Display, mit Akku, Ladekabel und keinen sichtbaren großen Schäden. Der Rückkaufwert wird mit dem Kaufpreis Ihres neuen Handys verrechnet. Sollte der Kaufpreis weniger als der Rückkaufwert betragen, erhalten Sie eine Gutschrift. Detaillierte Informationen erhalten Sie in Ihrer „dug Filiale.“ 1) Gilt nur in Verbindung mit der Freischaltung einer debitel-card im T-Mobile Deutschland, Vodafone D2, E-Plus oder O2-Netz im Tarif debitel Vario S. Mindestvertragslaufzeit 24 Monate. Einmaliger Anschlusspreis 24,95 €. Monatspaketpreis 14,95 €. Inklusiv-Rechnung online: Papierrechnung gegen monatlichen Aufpreis von 0,99 € möglich. Des Weiteren werden für den nachträglichen Wechsel auf Papierrechnung einmalig 5,95 € berechnet. Im Monatspaketpreis sind enthalten 25 Inklusiv-Minuten in alle deutsche Netze und 25 SMS oder 50 Inklusiv-Minuten in alle deutsche Netze (ausgenommen sind Rufumleitungen, Verbindungen zu Sonderrufnummern und zu Kurzwahlen, Fax-, Daten-, HSCSD-, GPRS-/UMTS- und WAP-Verbindungen) oder 50 SMS (nur gültig für den SMS-Versand über die debitel Kurzmittelungszentrale. Ausgenommen sind SMS zu Service- und Sonderdiensten, Premium-SMS und SMS in und zu ausländischen Mobilfunknetzen). Das Budget kann monatlich gewechselt werden, Umstellung erfolgt zur nächsten Mobilfunkrechnung. Ungenutzte Budgeteinheiten können nicht in den Folgemonat übertragen werden. Machen Sie von Ihrem Wahlrecht keinen Gebrauch, bekommen Sie automatisch 50 SMS. Nach Ablauf der Inklusiv-Minuten gilt ein Minutenpreis von 0,39 €. Angebot gilt nur solange der Vorrat reicht. Irrtümer, Änderungen und Druckfehler vorbehalten.

Nokia Studie gibt Aufschluss über die Megatrends mobiler Unterhaltung

In fünf Jahren werden bis zu 25 Prozent aller genutzten Unterhaltungsangebote nicht mehr von traditionellen Medien stammen, sondern von den Verbrauchern selbst erschaffen und aufbereitet. Diese Inhalte zirkulieren dann innerhalb des Freundes – und Bekanntenkreises, der eng miteinander vernetzten „Community“.

Das ist das Ergebnis einer weltweiten Studie von Nokia über die Zukunft der Unterhaltung. Basis der Studie ist die Befragung von 9.000 Verbrauchern aus 17 Ländern. Alle Befragten im Alter von 16 bis 35 Jahren weisen dabei eine Affinität zur aktuellen technischen Entwicklung auf – und verfügen über mindestens ein Mobiltelefon. Die Studie zeigt, dass Unterhaltungsangebote schon heute zunehmend selbst kreiert oder zumindest modifiziert werden – ein Trend, der sich künftig noch verstärken wird. Deutschland nimmt in dieser Befragung eine prominente Rolle ein: Von hier stammen die kreativsten Unterhaltungskonsumenten bzw. -produzenten. Ein aktuelles Beispiel sind Nutzer, die ihre Geräte in gänzlich neuer Weise einsetzen. So gibt es bereits Filmfans, die mit Hilfe tragbarer Videogeräte Filmvorführungen auf Gebäudewänden inszenieren.

„Die Ergebnisse lassen erkennen, dass künftig noch viel mehr Unterhaltungsformen in dieser Art geschaffen werden – wir rechnen mit bis zu einem Viertel des gesamten Angebots“, kommentierte Mark Selby, Vice President, Multimedia, Nokia. „Die dahinterstehende Motivation ist nachvollziehbar: Die – vornehmlich jugendlichen – Menschen wollen sich Angebote nicht nur einfach vorsetzen lassen, sondern eigene Inhalte erschaffen und mit anderen teilen. Mehr noch: Diese Inhalte werden wiederum von Dritten aufgegriffen, nach dem Remix-Prinzip neu

aufbereitet und abermals weitergegeben. So entsteht eine Verbreitungsform in Gestalt konzentrischer Kreise – eben Circular Entertainment.“

Ein typisches Beispiel für diese „Unterhaltungsindustrie der Zukunft“ sieht wie folgt aus: Jemand stellt Videomaterial, das er mit seinem Mobiltelefon von einer Party gemacht hat, einem Bekannten zur Verfügung. Dieser fügt mit Hilfe einer MP3-Datei den passenden Sound hinzu und leitet das Ergebnis seinerseits weiter. Der nächste in der „Kette“ fügt einige seiner eigenen Fotos hinzu. So zieht das Video seine Kreise und verändert sich dabei kontinuierlich. Solche Inhalte werden zunehmend zum fundamentalen Bestandteil der Unterhaltung und finden immer mehr aktive Nutzer. „Der Trend geht klar zur aktiven, vernetzten Unterhaltung. Kreativität und Kommunikation spielen dabei eine wichtige Rolle, die Unterhaltungsangebote der Zukunft werden so auch ein gutes Stück demokratischer und integrativer“, erklärte Tom Savigar, Trends Director von The Future Laboratory, das die Studie durchgeführt hat.

Vier verschiedene Trends

Insgesamt vier entscheidende Trends konnten im Rahmen der Studie identifiziert werden: Immersive Living, Geek Culture, G Tech und Localism. Noch befinden sich die Trends im Entwicklungsstadium, aber ihre Bedeutung wird kontinuierlich wachsen und zu einer zunehmend vernetzten und kreativen Form führen, mit der die Menschen Unterhaltungsformen nutzen.

Immersive Living: Immersive Living bezeichnet die Verbreitung von Lebensstilen, bei denen die Grenzen zwischen On- und Offline-Realität verschwimmen. Unterhaltung wird dabei nicht länger segmentiert sein: Die Menschen werden nicht nur überall Zugang haben, sondern auch Möglichkeiten, selbst gestaltend Einfluss zu nehmen.

Geek Culture: Die zunehmende Popularität der Geek Culture, also Angebote, die auch den Ansprüchen sogenannter Geeks (Computerfreaks) genügen, zeigt das wachsende Ver-

langen der Verbraucher nach anspruchsvoller Unterhaltung – die Grenzen zwischen Kommerz und Kreativität verschwimmen.

G Tech: In Asien ist G Tech bereits ein wichtiger sozialer Faktor, der sich auf geschlechtsspezifische Merkmale von Angeboten bezieht. Gemeint sind Eigenschaften wie Gemeinsinn, demokratische Elemente, Emotion und Individualismus – sie gelten als vornehmlich weiblich und werden die Unterhaltungsformen der Zukunft entscheidend prägen.

Localism: Auch der lokale Bezug wird immer wichtiger. Die Verbraucher wollen mehr Angebote aus der eigenen Region, Angebote mit eindeutig lokalem Charakter, in denen sie sich und ihre Lebenswirklichkeit wiedererkennen.

Im Zusammenspiel mit der technologischen Entwicklung werden diese Trends entscheidend für das nächste Kapitel der Unterhaltung sein. Kreativität, lokaler Bezug, Individualismus und Gemeinsinn gleichermaßen machen das Entertainment von morgen „Circular“. Von den 9.000 weltweit befragten Verbrauchern

- kaufen 23 Prozent Filme im Digitalformat
- kaufen 35 Prozent Musik als MP3-Dateien
- kaufen 25 Prozent Musik mittels mobiler Endgeräte
- schauen 39 Prozent Fernsehen über das Internet
- schauen 23 Prozent Fernsehen auf mobilen Endgeräten
- bloggen 29 Prozent regelmäßig
- rufen 28 Prozent regelmäßig soziale Online-Netzwerke auf
- kommunizieren 22 Prozent über Technologien wie Skype
- nehmen 17 Prozent an Online-Rollenspielen mit mehreren Spielern teil
- laden 17 Prozent Inhalte von einem mobilen Endgerät ins Internet

Von den befragten Verbrauchern aus Deutschland

- gestalten 69 Prozent ihre Unterhaltungsmedien selbst
- besitzen 90 Prozent eine Digitalkamera
- haben 84 Prozent einen MP3-Player
- besitzen 30 Prozent eine tragbare Spielkonsole
- laden 50 Prozent Fotos und Filme aus dem Internet
- laden 27 Prozent Musik aus dem Internet
- schauen 13 Prozent Fernsehen auf einem mobilen Endgerät
- verfolgen 51 Prozent Nachrichten auf ihrem mobilen Endgerät
- würden es 70 Prozent gerne sehen, alle Unterhaltungsarten über ein Gerät zu benutzen.

Für die Studie wurden 9.000 Interviews geführt

Die Umfrage fand zwischen Juli und September 2007 statt. 9.000 Verbraucher, alles aktive Technologienutzer im Alter zwischen 16 und 35 Jahren und Besitzer eines mobiles Endgerätes (nicht nur von Nokia), wurden dabei befragt. Zusätzlich wurden 17 Korrespondenten des LifeSigns Network vom Future Laboratory befragt. Das LifeSigns Network ist eine Gemeinschaft von 3.000 „Superverbrauchern“, Kultur-erzeugern und -produzenten. Darüber hinaus wurden auch mit zehn Führungskräften aus unterschiedlichen Bereichen der Unterhaltungsindustrie Interviews geführt, die detaillierte Einblicke in die Thematik und darüber, was uns in Zukunft erwarten wird, gegeben haben. Die Experten wurden aus den Bereichen Radio, Internet, Gaming, Geräteentwicklung, Mobilfunk, Musik, Computer, Gesetzgebung und Marketing ausgewählt.

Ausblick in die Nokia

Auf der Nokia World 2007 in Amsterdam haben Nokia und Nokia Siemens Networks einen umfassenden Überblick über die maßgeblichen Entwicklungen der Mobilfunkbranche gegeben. Im Mittelpunkt stand dabei zum einen der Wandel innerhalb der Branche, der aufgrund der wachsenden Konvergenz von Mobilität und Internet an Tempo zulegen wird. Zum anderen gaben hochkarätige Redner in Vorträgen, Seminaren und Workshops einen Einblick in das erwartete Nutzungsverhalten des Mobilfunks, das zukünftig extrem stark von selbstproduzierten Inhalten bestimmt sein wird (siehe dazu auch Kasten links).

Ein großer Teil des Theorieprogramms und der Ausstellung, in der gemeinsam mit Partner das gesamte Leistungsspektrum von Nokia dargestellt wurde, widmete sich darüber hinaus der Umweltpolitik und den Lösungsansätzen,

Rund 2.700 Teilnehmer aus den unterschiedlichsten Bereichen, darunter auch Analysten, Investoren, Netzbetreiber, Contentanbieter und Journalisten, kamen in Amsterdam zusammen, um die Visionen von Nokia für die Zukunft

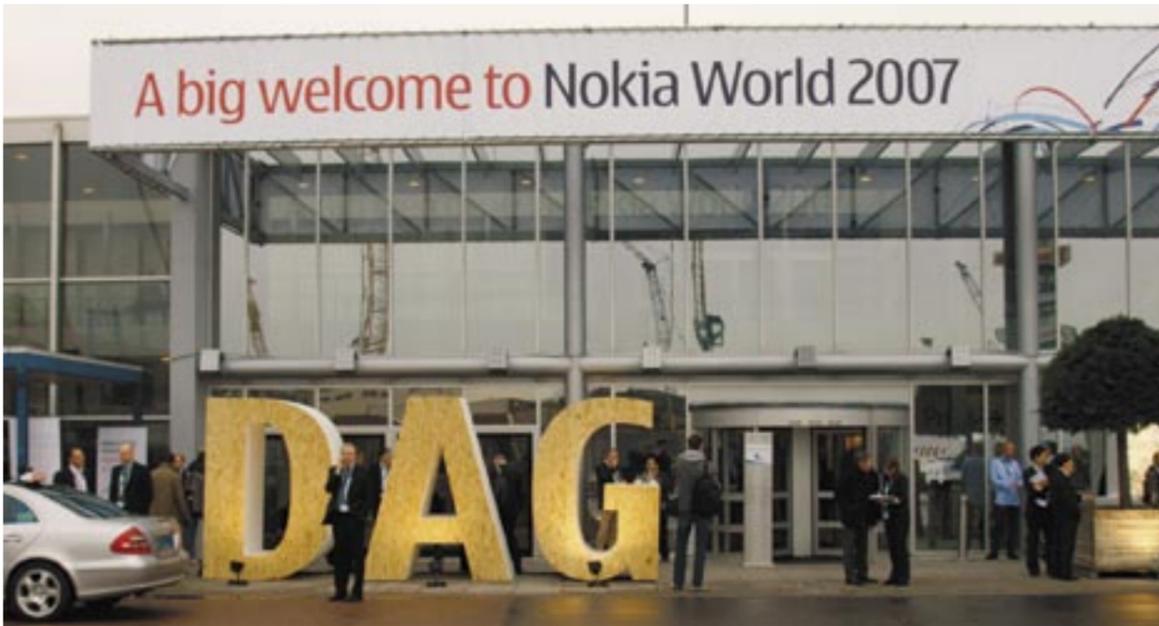


In der zur Nokia World gehörenden Ausstellung gab es Informationen zu neuen Produkten ...

mit denen Nokia den künftigen Anforderungen eines nachhaltigen Handels im Sinne des Umweltschutzes entsprechen möchte. Nokia Präsident und CEO Olli-Pekka Kallasvuo betonte in seiner Begrüßungsrede die Entschlossenheit des Unternehmens, alle Branchentrends gleichermaßen mitgestalten zu wollen.

der Mobilfunkbranche kennenzulernen. Vor diesem Publikum skizzierte Kallasvuo seine Erwartungen an die Zukunft der Branche: „Wir befinden uns an der Schwelle zu einer neuen Ära der mobilen Kommunikation, die durch das schnelle Zusammenwachsen von Internet und Mobilität vorangetrieben wird. Nokia bestimmt das

Zukunft des mobilen Internets World 2007



Anfang Dezember trafen sich Mobilfunkexperten aus den unterschiedlichsten Bereichen zum zweitägigen Gedankenaustausch im Rahmen der Nokia World.

Tempo dieses Wandels entscheidend mit. Gleichzeitig haben wir als Marktführer auch eine große Verantwortung im Hinblick auf die Umwelt. Wir wollen aktiv dazu beitragen, branchenweit ein stärkeres Bewusstsein für den Schutz der Umwelt zu schaffen. Und wir wollen konkret etwas bewirken: mit Produkten und Diensten, die Menschen bei einem umweltverträglichen Handeln unterstützen.“ Bei Nokia vertrete man die Ansicht, dass ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt auch im geschäftlichen Umfeld wichtig sei.

Nokia präsentiert „Comes With Music“

Anssi Vanjoki, Executive Vice President & General Manager, Multimedia, bei Nokia, kündigte anschließend das innovative Programm „Nokia Comes With Music“ an. Mit diesem sollen Kunden beim Kauf eines entsprechenden Nokia-Gerätes ein Jahr lang unbegrenzten Zugriff auf Millio-

nen von Musiktiteln haben. Auch nach Ablauf der Frist und nach Beendigung des Abonnements kann der Kunde alle während dieses Zeitraums heruntergeladenen Musiktitel weiternutzen.

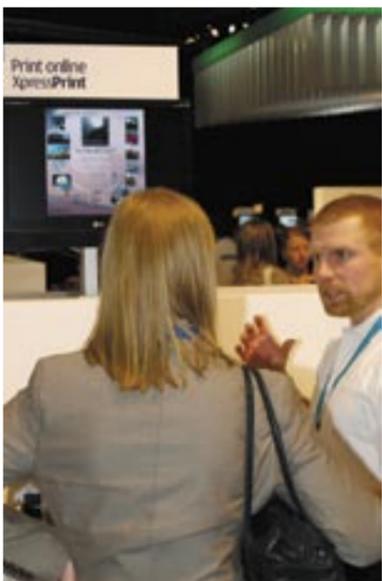
„Wir haben uns von Anfang an das Ziel gesetzt, unseren Kunden genau das Musik-Erlebnis anzubieten, das sie suchen – alle Lieblingslieder als unbegrenzten Download für ihr Mobiltelefon und ihren PC“, so Vanjoki. „Selbst bei 24 Stunden am Tag und sieben Tagen die Woche Musik wäre dies nur ein Bruchteil unseres Musikangebotes.“ Comes With Music erfülle den Traum des Unternehmens, den Kunden ihre Lieblingsmusik unabhängig vom Endgerät anbieten zu können und gleichzeitig die kreativen Künstler entsprechend zu entlohnen.

Das Programm wird gemeinsam mit Universal Music Group International angeboten, und Nokia ist dazu mit weiteren großen internationalen Labels im Gespräch.

Ovi – das persönliche Tor zu neuen Erlebniswelten

Im September hatte Nokia das Internetportal Ovi (finnisch für „Tür“) vorgestellt. Mit ihm erhalten Kunden einen einfachen Zugang zu ihrem sozialen Netzwerk, zu Communitys und Inhalten – eben eine offene Tür zu denjenigen Menschen und Inhalten, die im Leben des Nutzers eine Rolle spielen. Auf der Nokia World gab das Unternehmen nun weitere Details dieses Angebots bekannt. „Ovi verbindet das mobile Gerät, den PC und das Internet zu einer kompletten Erlebniswelt – einer Welt, die dank der vertrauten Benutzeroberfläche mit ihrem komfortablen Zugriff auf Dienste und Inhalte leicht und problemlos zugänglich ist“, so Vanjoki. „Den ersten Schritten mit einzelnen Diensten für Navigation, Musik und Spiele folgt als nächstes deren Integration zu einem umfassenden Gesamterlebnis. Die vollständige Ovi Umgebung und die neuen Dienste werden im Laufe des Jahres 2008 schrittweise bereitgestellt.“

Nokia engagiert sich bereits seit mehreren Jahren für einen aktiven Schutz der Umwelt. Mit Initiativen zur Energieeffizienz, den verwendeten Materialien, der Rücknahme, dem Recycling und dem Verpacken seiner Produkte gibt das Unternehmen der gesamten Mobilfunkbranche immer wieder neue Impulse. Mit dem Nokia 3110 Evolve (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) wurde zudem ein unter ökologischen Gesichtspunkten produziertes neues Endgerät gezeigt.

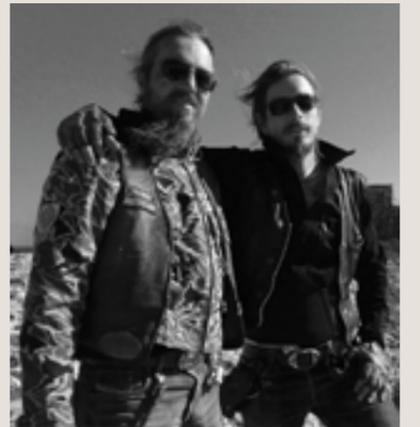


... ebenso wie Einblicke in das umfangreiche Leistungsspektrum des Unternehmens.

Europa Road – Erstes Buch mit Fotos, die ausschließlich aus einem Nokia N95 stammen

66 Tage lang fuhren die beiden Schweizer Stephan Schacher und Chris Schweizer auf ihren Harley Davidsons von Istanbul 23.547 Kilometer entlang der europäischen Küste bis zum Nordkap. Auf ihrer Reise, die im Mai startete, hielt Schacher seine Eindrücke in Form eines bebilderten Tagebuchs fest. Als Aufnahmegerät diente ihm dabei ein Nokia N95 Multimedia-Computer mit Fünf-Megapixel-Kamera.

Rund 9.000 Aufnahmen sind während der Tour entstanden. Sie bildeten die Grundlage für das Buch „Europa Road – On the road with my N95“, das jetzt als erstes Fotobuch erschienen ist, in dem die Aufnahmen ausschließlich mit einem Nokia N95 gemacht wurden. Auf ihrem Blog www.true-spirit.vox.com veröffentlichten Stephan und Chris regelmäßig ihre Erlebnisse und schrieben dort ihre ganz persönlichen Texte direkt über die Blogfunktion des Nokia N95 nieder. Der Multimedia-Computer diente so unterwegs zugleich als Kommunikationsmittel zu den Daheimgebliebenen, als GPS-Navigationsgerät und als mobiles Entertainmentsystem für Musik, Videos und Games.



Reisegefährten für 66 Tage: „Night-Rider“ Chris Schweizer (l.) und Fotograf Stephan Schacher.

„Europa Road“ ist kein klassisches Fotobuch zu einer Motorradtour, sondern stellt vielmehr Schachers persönliches Reisetagebuch dar. In ihm fordert er mit seinem scharfen Blick und seinem Gespür für das Unkonventionelle den Betrachter dazu auf, die Welt bzw. Europa in neuem Licht zu sehen und auf die kleinen, flüchtigen Dinge zu achten. So erweckt diese andere und doch objektive Sicht des Fotografen beim Betrachter die Sehnsucht zu reisen und das Erlebte in Bildern festzuhalten.



Fotos von der Europa Road



Bei der Buchvorstellung in Zürich, an der auch ein Vertreter der PoS-MAIL-Redak-

tion teilnahm, zeigte sich Schacher von der fotografischen Leistung des Nokia N95 begeistert. Gewöhnlich mit Mittel- und Großformatkameras arbeitend, habe er sich zwar zunächst auf die Möglichkeiten des Gerätes

einstellen müssen, so Schacher gegenüber PoS-MAIL, aber nach einer Eingewöhnungsphase seien die Bilderergebnisse durchweg hervorragend gewesen. Vor allem der Einsatz der verschiedenen Belichtungsprogramme und die Möglichkeit, den Weißabgleich an die individuelle Aufnahmesituation anzupassen, hätten zu überzeugenden Bildern geführt. Schacher ist ein etablierter Fotograf, der weltweit für Magazine wie Vanity Fair, GQ oder Esquire gearbeitet und zahlreiche Prominente fotografiert hat. Schweizer ist passionierter Harley-Davidson Fahrer, der unter anderem Motorradreisen organisiert und den monatlichen Night Ride in Zürich initiiert hat, der bis zu 330 Fahrer zu abendlichen Ausfahrten zusammenführt.

Stephan Schacher: Europa Road – On the road with my N95. 336 Seiten, Hardcover, vierfarbig, Verlag C.F. Portmann; deutsche Ausgabe ISBN 978-3-9523228-6-4, 28,90 Euro.



Dr. Peter Körner wird bei T-Mobile Nachfolger von Holger Kranzusch

Der Aufsichtsrat der T-Mobile Deutschland GmbH hat in seiner Sitzung Anfang Dezember Dr. Peter Körner zum neuen Geschäftsführer Human Resources/Legal bestellt. Er wird Nachfolger von Holger Kranzusch, der nach fast zehn Jahren sein Amt niederlegte, um sich ausschließlich dem seit bereits mehr als einem halben Jahr in Personalunion geführten Amt als Geschäftsführer Human Resources/Legal der Mitte des Jahres neu gegründeten Servicegesellschaft „Deutsche Telekom Kundenservice GmbH“ (DTKS) zu widmen. Körner trat 1998 in die Deutsche Telekom ein und leitete zunächst bei T-Systems den Bereich obere Führungskräfteentwicklung. Von 2001 bis 2005 war er dann bei T-Online International für die Personal- und Organisationsentwicklung verantwortlich und betreute zeitweise auch den Bereich Recht. Vor seinem Wechsel in die Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland leitete er zuletzt bei T-Mobile International den Bereich Business Partner für die internationale Organisation Technology.

Tiptel-Fachhändler erhalten jetzt schneller telefonischen Service

Fachhändler, die Fragen zu Tiptel-Produkten haben oder Unterstützung brauchen, kommen bei Tiptel ab sofort noch schneller ans Ziel. Wer sich als Fachhändler bei Tiptel registrieren lässt, erhält einen PIN-Code. Mit diesem PIN-Code, der einfach an die Servicenummer 02102-5597133 nach Abfrage angehängt wird, ist der Fachhändler ohne Wartezeit direkt mit dem Business Support Center von Tiptel verbunden. Dort kann der Händler bei-

spielsweise Ersatzgeräte bestellen oder Informationen zur Software der Telefonanlagen erhalten. Der neue Service wird kostengünstig zum normalen Telefentarif angeboten. Wer also zum Beispiel über eine Flatrate im deutschen Festnetz telefoniert, zahlt nichts für den direkten Draht. „Unser Ziel ist es, den Fachhandel zu stärken. Dazu zählt für uns die Betreuung vor Ort ebenso wie der Service am Telefon“, meinte Jürgen Taplick, Geschäftsführer Vertrieb bei tiptel.com. „Gerade als Telekommunikationsfirma ist Erreichbarkeit für den Fachhandel von sehr hoher Bedeutung.“ Endkunden, die sich mit ihren Fragen direkt an Tiptel wenden möchten, können dies unter der Mehrwert-Telefonnummer 0900-100847835 tun.

freenet bietet Angebot freenetKomplett jetzt in über 900 Städten an

Die freenet AG erschließt weitere Städte beim Ausbau der Verfügbarkeit ihres Telefonanschlusses freenetKomplett: Ab sofort besteht in über 900 Städten die Möglichkeit, ab 1,9 Cent pro Minute für Gespräche ins deutsche Festnetz, inklusive Highspeed-Surfen und Mobilfunk-Option, zu telefonieren. Das freenet-Komplett-Angebot sowie alle weiteren freenetDSL-Angebote stehen allen mobilcom-freenet-Shops und allen Fachhandelspartnern zur Vermarktung zur Verfügung. Mit dem Verfügbarkeitscheck können Interessierte online feststellen, ob sie im „grünen Bereich“ sind und zu freenetKomplett wechseln können. Die Erschließung weiterer Anschlussgebiete wird kontinuierlich vorangetrieben. Wer sich dafür entscheidet, mit freenetKomplett zu telefonieren, bekommt das Basispaket – inklusive DSL und Mobilfunk-Option – für monatlich 19,95 Euro. Dabei verfügt der Anschluss über zahlreiche ISDN-Komfortmerkmale wie drei Rufnummern, zwei Gespräche führen, gleichzeitig telefonieren und surfen sowie einen virtuellen Anrufbeantworter – und das bei TÜV-geprüfter Sprachqualität. Für bequeme Telekommunikation

ohne Einschränkungen können Kunden eine Telefonflat für 9,95 Euro pro Monat dazubuchen. Diese beinhaltet alle Gespräche ins deutsche Festnetz sowie Gespräche in die Festnetze von Österreich, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Spanien und Dänemark. Kostenlos im Basispaket enthalten ist neben dem Telefonanschluss ein DSL 2000er-Anschluss mit 1 Gigabyte Freivolumen pro Monat; jedes weitere MB kostet 0,2 Cent. Für diejenigen, die noch schneller über die Datenautobahn surfen wollen, bietet freenet für fünf bzw. zehn Euro zusätzlich im Monat auch Bandbreiten von bis zu 6.000 oder sogar bis zu 16.000 kbit/s. Wer darüber hinaus auch das Internet grenzenlos nutzen möchte, bucht einfach für 9,95 Euro pro Monat eine DSL-Flat dazu. Kombiniert er die Telefon- und die DSL-Flat, zahlt er lediglich den Sparpreis von monatlich 15 Euro für beide zusammen. Um das Paket endgültig komplett zu machen, legt freenet kostenlos und unverbindlich noch die freenetKomplett Mobile-Flat oben drauf: eine SIM-Karte mit einer Mobilfunk-Flatrate ins deutsche Festnetz, bei der weder eine monatliche Grundgebühr noch ein Mindestumsatz anfallen.

Degen Communication vermarktet ab sofort LG Telekom-Produkte

Der Heilbronner Distributor Degen Communication hat die Zusammenarbeit mit LG bekanntgegeben. Nach Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung eröffnete Degen die Vermarktung der LG-Produkte getreu dem Motto des Partners „Life`s Good“ mit einem Aktionsangebot zum LG KU990 Viewty. Bereits beim Kauf nur eines Exemplars des Touchscreen-Handys bekommt der Besteller ein umfangreiches PoS-Kit mitgeliefert, das Handydummy, Datenblatt, Produktflyer und Dispenser sowie Hinweisaufkleber enthält. Bei der Abnahme von drei Geräten gibt es das Paket in der Premiumausführung mit zusätzlichem Außensteller, Hängebanner, Notizblock sowie Kugelschreiber. Durch die attraktive Präsentation des Produktes am PoS kann der Handel gezielt auf die Neuheit hinweisen und den Absatz zusätzlich fördern. Das schlichte und elegante Outfit des LG Viewty, mit schwarzem Gehäuse und Chromapplikationen, fällt ebenso auf wie die umfangreiche Multimedia-Ausstattung, zu der unter anderem eine Fünf-Megapixel-Kamera mit Autofokus und Xenonblitz, Videofunktion, MP3-Player, Bluetooth, EDGE und HSDPA gehören. Große Schaltflächen erleichtern die Bedienung über den Drei-Zoll-Touchscreen, dessen Bedienoberfläche je nach Funktionsthema wechselt. Natürlich können bei Degen neben dem LG Viewty auch alle weiteren LG Mobilfunkprodukte bezogen werden. Alle zur Verfügung stehenden Modelle sowie die beiden Aktionsangebote zum Vermarktungsstart des LG Viewtys können rund um die Uhr über den Degen Onlineshop nach erfolgtem Login unter www.degencomm.de bestellt werden. Das Team der Auftragsannahme steht von Montag bis Freitag von 8 bis 20 Uhr und samstags von 8 bis 14 Uhr unter der Telefonnummer 07131-2832-100 zur Verfügung.

Mustafa Koyun ist neuer Marketing Director von Ay Yildiz

Mustafa Koyun hat die Position des Marketing Directors von Ay Yildiz International und Ay Yildiz Deutschland übernommen. Der gebürtige Türke verantwortet sämtliche Marketingaktivitäten der ersten Mobilfunkmarke für türkischstämmige Mitbürger in den Kernmärkten Deutschland, Belgien und Niederlande. Koyun verfügt über ein ausgeprägtes Know-how

Gigaset S675 IP durchläuft als weltweit erstes Produkt erfolgreich die CAT-iq-Zertifizierung

Kurze Zeit nach Eröffnung des CAT-iq-Qualifizierungsprogramms durch das DECT-Forum hat ein erstes Produkt den Zertifizierungsprozess erfolgreich durchlaufen: Das Siemens Gigaset S675 IP, ein schnurloses Hybridphone für Festnetz- und Internettelefonie, entsprach den Anforderungen des neuen Standards, der die Nachfolge von DECT antreten soll. CAT-iq (Cordless Advanced Technology – internet and quality) ermöglicht die breitbandige Übertragung von Sprache und lässt sie so viel klarer und natürlicher klingen als bisher über die Analogleitung. Das DECT-Forum koordiniert als internationaler Verband für den CAT-iq- und DECT-Standard die CAT-iq-Zertifizierung, die seit September allen Herstellern offensteht. Ziel ist es, die Qualität der Produkte und deren Kompatibilität untereinander zu gewährleisten und somit auch zukünftig im Bereich Home-Connectivity auf einem Standard aufzusetzen. CAT-iq wurde insbesondere für IP-basierte Sprachdienste oder IP-Radio-Services in Next-Generation-Heimnetzwerken entwickelt. Es basiert auf dem bewährten DECT-Standard, der überall auf der Welt verfügbar ist, und kann für verschiedene Gerätekategorien eingesetzt werden. Der CAT-iq-Standard beschreibt mehrere Profile. Das erste, auch beim Gigaset S675 IP realisierte Profil ist das „Wideband

Voice-Profil“. Es bietet Interoperabilität für die breitbandige Sprachübertragung zwischen den Geräten verschiedener Anbieter. Künftige Ausbaustufen wie beispielsweise die Erweiterung des Datenkanals sind in CAT-iq bereits vorgesehen. Mit dem Gigaset S675 IP erweiterte Siemens Home and Office Communication Devices im August 2007 sein Portfolio an sogenannten Hybridphones, die sowohl Internettelefonie als auch Festnetztelefonie ermöglichen. Die Konfiguration geschieht dabei ohne Einsatz eines PCs und durch einfachen Download der Netzbetreiberdaten über das Menü des Telefons. Nutzern von Siemens Gigaset IP-Phones stehen kostenlos zusätzliche Services auf ihrem Telefon zur Verfügung: etwa der Wetterdienst von MC-Wetter, das Onlinetelefonbuch von Klicktel oder das Gigaset.net, eine VoIP-Community, über die – sofern vom Netzanbieter unterstützt – Besitzer von Gigaset-Telefonen miteinander kostenlos telefonieren können. Als erstes Telefon im Portfolio realisierte das Gigaset S675 IP mit HDSP (High Definition Sound Performance) eine breitbandige Sprachübertragung für VoIP-Gespräche. Bisher konnten diesen Luxus nur Besitzer von S675 IP untereinander teilen, mit CAT-iq funktioniert dies auch herstellerübergreifend.

in den Bereichen Business Development, Marketing, Produktentwicklung sowie Vertrieb und bringt durch langjährige führende Tätigkeiten exzellente Erfahrungen im Projektmanagement mit. Zuletzt war der Diplom-Soziologe als freiberuflicher Vertriebs- und Werbeberater tätig.

Bert Nordberg wird Chairman von Redback und Entrisphere

Bert Nordberg wird mit Wirkung zum 1. Februar zum Chairman von Redback und Entrisphere ernannt. Beide Unternehmen gehören zur Ericsson Gruppe. Seine bisherige Funktion als Executive Vice President der Unternehmensgruppe wird er weiterhin wahrnehmen. Sein Nachfolger als Leiter Marketing und Vertrieb wird noch bekanntgegeben. Mit dieser Entscheidung will Ericsson den Standort der beiden Unternehmen im Silicon Valley nutzen, um die Entwicklung von IP-basierten Netzen der nächsten Generation voranzutreiben. Nordberg wird seinen Dienstsitz im kalifornischen San Jose beziehen und damit als erstes Vorstandsmitglied der Ericsson Gruppe nicht in Schweden arbeiten.

Die 1&1 Internet AG nutzt ab sofort Strom aus erneuerbaren Quellen

Die 1&1 Internet AG versorgt seit Anfang Dezember ihre Rechenzentren und Bürogebäude in Karlsruhe und Baden-Baden mit Strom aus erneuerbaren Quellen wie Wind- und Wasserkraft und Sonnenenergie. „Wir sind stolz, als erster großer deutscher Webhoster nur noch Strom aus regenerativen Quellen zu nutzen“, sagte Achim Weiss, Vorstand Technik und Entwicklung bei 1&1. „In unseren deutschen Rechenzentren betreiben wir mittlerweile gut 40.000 Server, die im Jahr 50 bis 60 Gigawattstunden Strom verbrauchen. Mit dem Umstieg auf klimafreundliche Energie können wir so einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz leisten.“ Neben den Rechenzentren werden auch zwei Bürogebäude von 1&1 in Karls-

ruhe mit rund 1.300 Mitarbeitern mit erneuerbarer Energie versorgt. In den Rechenzentren in Karlsruhe und auf dem Gelände des Baden-Airparks werden Daten von 1&1 Kunden aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Spanien verwaltet. Auch die Nutzer der E-Mail-Anbieter Web.de und GMX, beides Tochtergesellschaften der 1&1 Internet AG, haben so künftig die Gewissheit, dass ihre Postfächer „grün“ sind.

„In diesem Jahr hat sich der Anteil an ökologisch erzeugtem Strom am gesamten Stromverbrauch in Deutschland auf über 15 Prozent erhöht“, so Dr. Thomas Unnerstall, Geschäftsführer für Vertrieb und Handel bei den Stadtwerken Karlsruhe, die als Stromlieferant für 1&1 fungieren. „Wir freuen uns, dass sich 1&1 für Ökostrom entschieden hat und wünschen, dass noch weitere Großkunden nachziehen.“ Rund 30.000 Tonnen CO₂ können durch das Engagement von 1&1 eingespart werden.

Den Ökostrom buchen die Stadtwerke zu einem großen Teil über das sogenannte Renewable Energy Certificate System (RECS). Es ist ein in 15 europäischen Ländern eingeführtes System, das anhand international kompatibler Kriterien die Produktion und den Handel mit Ökostromzertifikaten ermöglicht. RECS-Zertifikate dienen dabei als Nachweis über eine umweltfreundliche Stromproduktion. Sie werden unabhängig von der physikalischen Stromproduktion gehandelt.

„Wir wollen aber nicht nur sauberen Strom, wir wollen auch möglichst wenig Energie verbrauchen“, so Weiss. „Deshalb setzen wir zum Beispiel besonders effiziente Netzteile mit weniger als 20 Prozent Wärmeverlust ein und verzichten bei unseren Servern auf überflüssige Komponenten. Ab zehn Grad Außentemperatur kühlen wir unser Rechenzentrum über Freikühler, die ohne energiehungrige Kompressoren auskommen.“ Auch die Software kann helfen, Strom zu sparen: Das Webhosting-Betriebssystem hat 1&1 basierend auf einer sogenannten Linux-Distribution selbst entwickelt, so dass auf einem Rechner ressourcenschonend die Daten von bis zu 10.000 Kunden verwaltet werden können.

Sony Ericsson baut die Angebote des Download-Dienstes PlayNow aus

Sony Ericsson hat die PlayNow Arena angekündigt, eine neue Erlebniswelt, die Mitte 2008 starten soll. Die Multimedia-Plattform bietet eine Vielzahl an kostenlosen Inhalten und Kaufangeboten im Bereich Gaming und Musik, die sowohl vom PC als auch vom Handy aus genutzt werden können.

Vor drei Jahren stellte Sony Ericsson den Download-Dienst PlayNow vor, mit dem Musikfans in nur wenigen Schritten die MP3-Titel direkt auf ihr Mobiltelefon laden können. Mit PlayNow ist es möglich, sich beliebig viele Klingeltöne und MP3-Titel erst auf dem eigenen Handy anzuhören, bevor man sich für den Kauf entscheidet. Entstehende Kosten werden anschließend über die Handyrechnung abgerechnet.

Mit der PlayNow Arena leitet Sony Ericsson die nächste Generation des PlayNow Services ein. Fortan ist die Funktion TrackID im Menü integriert und bietet dem Handynutzer neue Möglichkeiten. Hört man beispielsweise im Radio einen Musiktitel und möchte wissen, von wem er ist und wie er heißt, dann reicht es, einfach ein paar Sekunden dieses Musiktitels aufzunehmen und zu warten. TrackID sendet die Aufnahme umgehend an die Datenbank von Gracenote Mobile MusicID, wo Titel, Künstler und Album identifiziert werden. Sind die Infos auf dem Handy angekommen, kann man sich den Titel direkt herunterladen.

Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, einzusehen, nach welchen Songs am häufigsten gesucht wird und welcher Titel momentan auf Platz 1 der Favoritenliste steht.

„Die PlayNow Arena ist eine neue Plattform mit zahlreichen Musik- und Multimedia-Features. Sie beinhaltet Hunderte von Spielen, verschiedene Themen und Wallpapers sowie Millionen von Musiktiteln. Mobile Gaming steht hier allerdings nach wie vor im Vordergrund“, erklärte Gunter Thiel, Marketingleiter Sony Ericsson Deutschland. „Eine Analyse von M.metrics1 hat gezeigt, dass Sony Ericsson-Nutzer mehr Spiele herunterladen als Nutzer anderer Produkte. Insgesamt bietet Sony Ericsson zusammen mit verschiedenen Partnern mittlerweile rund 200 Spieltitel für jedes Handy an, das auf den Markt kommt.“

Die weiterentwickelte Plattform bietet zudem eine neue benutzerfreundliche Oberfläche. Der schnelle Zugang ist sowohl über das Handy als auch über den PC möglich, so dass man entweder Daten vom PC auf das Handy laden kann oder sich die Inhalte direkt via Over-The-Air-Downloads (OTA) aufs Handy holt. Unterstützt werden sowohl MP3-Formate als auch Windows Media DRM-Anwendungen. Die PlayNow Arena wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2008 eingeführt.

HTC bietet Kommunikation auf hohem Niveau

Schon seit vielen Jahren ist die taiwanesisische High Tech Computer Corporation, kurz HTC, auf dem deutschen Markt mit mobilen Kommunikationsgeräten bekannt. Stellte das Unternehmen zunächst Produkte her, die unter dem Namen von Netzbetreibern verkauft wurden, sind seit Mitte 2006 auch Smart- und Touchphones sowie PDAs unter dem Markennamen HTC erhältlich.

Doch trotz attraktiver Ausstattung, innovativen Bedienkonzepten und ansprechenden Designs gehören HTC-Produkte eher zu den Geheimtips. Dabei haben Händler mit den Produkten eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich von Wettbewerbern abzuheben und gute Erträge zu erzielen. Alle mobilen HTC-Geräte sind mit Windows mobile ausgestattet und ermöglichen so eine ausgezeichnete Kompatibilität beispielsweise mit dem Rechner im Büro.

Das HTC Touch war seinerzeit das weltweit erste Telefon mit einer intuitiven Touchscreen-Technologie. TouchFLO bietet einen leicht zu bedienenden Touchscreen und eine einfache

Benutzeroberfläche, mit der Schnellwahl, Navigation und Auswahl problemlos möglich sind. Mit dem eleganten und vielseitigen Gerät ist es möglich, per Internet Explorer durch das Internet zu surfen und E-Mails zu verschicken bzw. zu empfangen. Auch das Chatten mit dem Messenger und der Foto- und Video-Übertragung über Windows Live an den eigenen Web-Space sind möglich. HTC Touch wurde für die Unterhaltung optimiert und sorgt mit der integrierten Media Suite dafür, dass Lieblingsmusik- und -filmclips in hoher Qualität konsumiert werden können. Mit dem Wechselspeicher microSD

können Mediendateien hochgeladen, gespeichert und mit anderen getauscht werden • „Ein revolutionäres Fingerspitzen-Gefühl, das für immer die Art verändert,



wie Sie Ihr Telefon bedienen werden“, verspricht HTC den Käufern des HTC Touch Dual. Das Gerät kombiniert einen intuitiven Touchscreen und ein Keypad in aufregendem Design. Alle Funktionen sind nur einen Fingerzeig entfernt: Mit einer Daumenbewegung erscheint auf dem Touchscreen ein großes, funktionelles Keyboard. Das TouchFLO Interface führt den Nutzer mit einem Finger schnell durch E-Mails, Nachrichten, Musik und Bilder; und macht die Navigation damit besonders einfach. Ein Fingerdruck aktiviert den HTC Home Bildschirm, auf dem man auf einen Blick E-Mails, den Kalender,

Nachrichten, verpasste Anrufe, das aktuelle Wetter und vieles andere mehr sehen kann.

Mit der integrierten Kamera können Fotos geschossen und anschließend bearbeitet werden. Auch eine Diashow lässt sich mit dem Finger gestalten. Die Hochgeschwindigkeits-Konnektivität bereitet ein hervorragendes Internet-Erlebnis – immer und überall.

Mit dem HTC TyTN II erleben Nutzer komfortable Kommunikation unterwegs mit dem ergono-

mischen, drehbaren Tilting Display, das sich automatisch mitdreht und damit perfekt für das Lesen und Schreiben von E-Mails ist. Die komplette Palette drahtloser mobiler Kommunikation stellt sicher, dass Nutzer überall in der Welt die Vorzüge von Highspeed-Internet genießen können. Wichtige Informationen sind sofort auf einen Blick sichtbar: E-Mail, Kalender, SMS, verpasste Anrufe, Wetter Updates und vieles andere mehr. Mit der kompletten Palette der Microsoft Office Mobile Applikationen, bestehend aus Outlook, Word, Excel und PowerPoint, sind Geschäftsleute auch außerhalb des Büros immer auf dem laufenden. Das HTC TyTN II ist mit ihnen immer bereit für Business.

Mit der eingebauten GPS Navigation und der mitgelieferten TomTom Testversion fällt die Orientierung auch in unbekanntem Gelände oder Orten leicht. Surfen und Datenaustausch sind mit diesem Modell per 3G/HSDPA, GSM/GPRS/EDGE, Wi-Fi und Bluetooth 2.0 möglich.



Rechnen Sie mit den **Besten:**



Brightpoint
+ Dangaard Telecom
+ HTC

= Mobile Zukunft für Ihren Umsatz!

Ihre Erfolgsrechnung

Brightpoint und Dangaard Telecom haben fusioniert. Das heißt: Doppelte Power für Ihren Erfolg. Als präferierter Distributionspartner von HTC bieten wir Ihnen die komplette Palette der drahtlosen mobilen Kommunikation. Sichern Sie sich jetzt die Erfolgsmodelle der HTC-Touch-Serie oder das HTC TyTN II, den mobilen Alleskönner mit eingebautem GPS-Modul und TomTom-Software. Alle Modelle verfügen natürlich über Windows Mobile 6. Nutzen Sie jetzt die mobile Zukunft für Ihren Geschäftserfolg.

Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsfähigkeit für mehr Business!



HTC TyTN II

- Windows Mobile® 6 Professionell: Synchronisierung von E-Mail, Kalender und Kontakten
- Ihr Office für unterwegs: Download, Betrachtung und Bearbeitung von Dokumenten an jedem Ort
- Bequemes Arbeiten mit dem einzigartigen Tilting Touchscreen
- Eingebaute GPS Navigation inkl. TomTom Testversion
- Schnelle Konnektivität mit 3G/HSDPA, GSM/GPRS/EDGE, Wi-Fi® und Bluetooth® 2.0

Neuheit - inkl. TomTom Testversion



HTC Touch

HTC Touch/HTC Touch Dual

- Intuitive TouchFLO™-Screen-Technologie für einfachste Bedienung mit Stift oder Finger
- Alles im Blick mit dem HTC Home™ Bildschirm
- HTC Network Wizard
- Windows Mobile® 6 Betriebssystem für Direct-Push-E-Mail, Synchronisierung von Kontakten und Kalender u.v.m
- HTC-Audiomanager und Windows Media® Player für Musik- und Filmclips
- Ultimatives Internet-Erlebnis

mit Tastatur!

HTC Touch Dual



Brightpoint GmbH · info@brightpoint.de · www.brightpoint.de
Dangaard Telecom Germany GmbH · Tel.: 0651/8245-333 · info@dangaard.de · www.dangaard.de

Rufen Sie noch heute an! Unsere Kundenberater stehen Ihnen unter der Telefonnummer 0651-8245-333 zur Verfügung.

POS Neuheiten

D-Link Wireless IP-Router mit IP-TV-Unterstützung für SoHos und zu Hause

D-Link hat mit dem DIR-300 das jüngste Mitglied seiner Familie an Wireless Produkten vorgestellt: Bei dem Gerät handelt es sich um einen leistungsstarken und einfach zu bedienenden Wireless IP-Router mit IP-TV-Unterstützung, der insbesondere für kleinere Büros und den



privaten Bereich konzipiert ist. Das Gerät löst langfristig den Wireless Router DI-524 ab. Es bietet umfassende Sicherheitsfunktionen. Mit dem DIR-300 lassen sich zeitkritische Applikationen wie IP-TV (Internet Protocol Television), Multimedia-Streams und VoIP-Anwendungen nutzen, die eine entsprechend gute Internetanbindung voraussetzen. Hierzu unterstützt das Gerät das Internet Group Management Protocol (IGMP), das Voraussetzung für IP-Multicasting (Gruppenkommunikation) im Internet ist. Darüber hinaus stellt QoS (Quality of Service) jederzeit eine zuverlässige und unterbrechungsfreie Datenübertragung sicher. In einem speziellen Gaming Mode mit besonders niedrigen Ping Zeiten ermöglicht der DIR-300 flüssigen Online Spiel-Komfort. Der DIR-300 ist mit einem erweiterten Firewall Schutz (SPI Firewall) ausgestattet. VPN Passthrough Support macht die Datenübertragung absolut sicher. Zudem ist es möglich, eine DMZ (Demilitarisierte Zone) aufzubauen. Für eine schnelle und einfache WLAN Ver-

schlüsselung unterstützt der DIR-300 den WPS Standard (WiFi Protected Setup), womit sich bei neuerer Hardware durch bloßes Drücken zweier Drucktasten, bei älterer Hardware via PIN eine sichere Verbindung zwischen zwei drahtlosen Geräten aufbauen lässt. Die integrierte Jugendschutzfunktion und Content-Filter (Black-/Whitelist Option) verhindern den Zugriff auf unerwünschte Inhalte und Webseiten und machen den DIR-300 zu einem rundum sicheren Paket. Das Netzwerk lässt sich durch D-Link Click'n Connect schnell und einfach einrichten. Eine benutzerfreundliche deutschsprachige Oberfläche führt den Anwender durch das Menü. Der Wireless IP Router DIR-300 ist ab Februar 2008 zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 59,90 Euro verfügbar.

D-Link WLAN Kombipaket richtet sich an Netzwerk- und Wireless-Einsteiger

Weiterhin bietet D-Link mit dem Wireless G Kit DKT-110 ein günstiges WLAN Kombipaket für Netzwerk- bzw. Wireless LAN Einsteiger. Das Wireless G Paket, bestehend aus dem Wireless IP-Router DIR-301 und dem Wireless USB Stick DWA-111, ermöglicht PCs oder



Notebooks eine drahtlose Datenübertragung mit 54 Mbit/s. Das DKT-110 lässt sich schnell und komfortabel installieren und ist mit modernen Sicherheitsfunktionen ausgestattet. Mit dem DKT-110 lässt sich für PCs und Notebooks, die entwe-

der kein integriertes WLAN beziehungsweise noch ein älteres 11 Mbit/s WLAN integriert haben, ein kabelloser Zugang zum Internet mit einer Übertragungsrate von 54 Mbit/s nach dem gängigen Standard 802.11g realisieren. Der Router bietet eine Reihe zeitgemäßer Funktionen, von Quality of Service zur Priorisierung von VoIP-Anwendungen über Dynamic DNS Support bis zur VPN Passthrough Unterstützung für eine absolut sichere Datenübermittlung. Der Adapter benötigt keine externe Stromversorgung und bietet High-Speed USB 2.0 zur Anbindung von Notebook und PC. Die Installation des Wireless G Kits lässt sich auch ohne technologische Kenntnisse durchführen. D-Link Click'n Connect 2.0 leitet den Anwender mit einer deutschsprachigen Benutzeroberfläche sicher durch die Konfiguration. Abgerundet wird das Leistungsspektrum durch weitere Sicherheitsmerkmale wie WPA- und WPA2-sowie PSK Datenverschlüsselung und Zugriffsauthorisierung. Hohen Sicherheitsstandard gewährleistet zudem die integrierte SPI Firewall. Das Wireless G Kit DKT-110 steht ab sofort zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 79 Euro zur Verfügung.

Mit dem Agfeo 181 plus EIB lassen sich bis zu 32 Szenarien verwalten

Die Agfeo AS 181 plus EIB ist ab sofort lieferbar. Bei der Agfeo AS 181 plus EIB handelt es sich um eine komfortable Telefonanlage für bis zu zehn Teilnehmer. Sie verfügt als erste Tk-Anlage über eine integrierte EIB-Schnittstelle, mit der alle angeschlossenen Telefone zur Haussteuerung und Hausüberwachung mittels KNX/EIB-System eingesetzt werden können. Besonders übersichtlich gestaltet sich die Bedienung über die Agfeo Systemtelefone mit ihren großen Displays und zahlreichen Funktionstasten. Besonders hohe Flexibilität und Bedienungskomfort ergeben sich allerdings bei der Verwendung eines Agfeo DECT 35



Systemtelefons. Mit diesem Telefon kann nicht nur schnurlos telefoniert werden, sondern via DECT-Fernbedienung können die Nutzer wie beim kabelgebundenen Systemtelefon über den Menükontext oder die Funktionstasten die Akteure im KNX/EIB-System steuern. Über das Agfeo System- bzw. DECT-Systemtelefon hat man Zugriff auf die Szenenverwaltung, die 32 Szenen mit bis zu 16 Objekten ermöglicht. Die Szenenobjekte können Schalt- oder Wertparameter (1 Bit oder 8 Bit) aufnehmen. Dieses erlaubt unter anderem Licht- und Jalousiesteuerung aus einer Szene heraus, bzw. EIB-Einzelobjekte (Akteure), die komfortabel dialoggeführt bedient werden können, und das einschließlich Rückmeldung mittels LED am Systemtelefon. Außerdem verwaltet das Agfeo EIB-Modul bis zu 32 Objekte wie beispielsweise „Markise einfahren“, „Jalousie schließen“ oder „das Licht im Wohnzimmer auf 50 Prozent dimmen“. Über die allseits bekannte Bedienung mittels Telefontasten (schnurgebunden oder schnurloses DECT- bzw. Mobiltelefon) kann man somit im Gebäude oder aber auch aus der Ferne nach Belieben „schalten und walten“. Im Klartext sind so komfortable Szenarien zu aktivieren wie etwa aus dem Auto heraus per Mobiltelefon

Neue Nokia Stereo-Headsets für Musikliebhaber



Im Rahmen der Nokia World 2007 (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) hat Nokia neues Zubehör für mobile Musik-Erlebnisse vorgestellt. Sowohl das Nokia Stereo-Headset WH-700 als auch das Nokia Stereo-Headset WH-600 (Bild rechts) verbinden nach Unternehmensangaben herausragenden Stereo-Klang mit hohem Komfort und stilvollem Design. Die speziell für den mobilen Lebensstil konzipierten Headsets bieten laut Nokia erstklassige Klangqualität in zwei unterschiedlichen ergonomischen Varianten. Der nahtlose Wechsel zwischen Telefon- und Musikbetrieb sorgt für eine problemlose Nutzung der Headsets. Die Musikwiedergabe wird beim Telefonieren automatisch unterbrochen und nach Beendigung des Gesprächs an derselben Stelle wieder fortgesetzt. Das dezente elegante Nokia Stereo-Headset WH-700 lässt sich dank drei verschiedener Ohrpassstücke komfortabel tragen und sorgt für beste Klangwiedergabe. Das leichte Headset bietet bedienerfreundliche Funktionen zur Steuerung von Anrufen und Lautstärke und ist ideal für unterwegs. Ein Standard-3,5-mm-Klinkenstecker sorgt dafür, dass das Nokia Stereo-Headset WH-700 mit besonders vielen Geräten kompatibel ist und macht es zum idealen Begleiter eines jeden Musik-Liebhabers. Das Nokia Stereo-Headset WH-600 ist mit einem komfortablen Kopfbügel ausgestattet und lässt sich ebenfalls unterwegs bequem tragen und nutzen. Dieses auf dem Ohr aufliegende Headset bietet eine gute Klangqualität mit Unterdrückung von Umgebungsgeräuschen sowie bedienerfreundliche Funktionen zur Steuerung von Anrufen und Lautstärke. Auch das Nokia Stereo-Headset WH-600 ist dank seines Standard-3,5-mm-Klinkenstreckers mit einer Vielzahl von Geräten kompatibel. Das Nokia Stereo-Headset WH-600 wird ohne Steuern voraussichtlich 65 Euro kosten, während der Preis für das Nokia Stereo Headset WH-700 ohne Steuern bei etwa 50 Euro liegen wird. Beide Headsets werden weltweit voraussichtlich ab Januar 2008 erhältlich sein.



Nokia 3110 Evolve als Beispiel für Umweltschutz



Nokia engagiert sich bereits seit mehreren Jahren für einen aktiven Schutz der Umwelt. Mit Initiativen zur Energieeffizienz, den verwendeten Materialien, der Rücknahme, dem Recycling und dem Verpacken seiner Produkte gibt das Unternehmen immer wieder neue Impulse. Dieses Engagement will Nokia auch künftig intensiv weiterführen – zum Beispiel mit dem neuen Nokia 3110 Evolve. Die Schale dieses Mobiltelefons wird zu mehr als 50 Prozent aus erneuerbaren Rohstoffen produziert, der Verpackungskarton besteht zu 60 Prozent aus Recyclingmaterial. Im Lieferumfang ist zudem das neueste und bisher sparsamste Nokia Ladegerät enthalten – es verbraucht ganze 94 Prozent weniger Energie, als in den Energy Star-Standards vorgegeben. Das Nokia 3110 Evolve ist der jüngste Beitrag des Unternehmens für die Umwelt. Darüber hinaus ist Nokia auch der erste Hersteller, der akustische Warnsignale in seine Geräte integrierte, die den Nutzer daran erinnern, das Ladegerät nach Beenden des Ladevorgangs vom Netz zu nehmen. Die Energie, die weltweit durch ein solches Verhalten eingespart werden würde, reicht zur Stromversorgung von etwa 100.000 europäischen Eigenheimen durchschnittlicher Größe. Bereits im Februar 2006 stellte Nokia eine besonders kompakte Produktverpackung vor, die in der Herstellung 54 Prozent weniger Material benötigt. Dadurch werden zum Transport der Produkte bis Ende 2007 insgesamt 5.000 LKW weniger gebraucht. Das bedeutet: weniger Treibstoffverbrauch, geringere Emissionen und gleichzeitig Einsparungen in Höhe von 100 Millionen Euro.



das Garagentor öffnen, das Licht einschalten oder die Kaffeemaschine oder Sauna in Betrieb nehmen. Szenarien aller Art können aber auch mit Hilfe der Zeitsteuerung der Agfeo Telefonanlage vollautomatisch ablaufen. Fernkonfiguration bzw. Fernwartung der Tk-Anlage schaffen zusätzlich komfortable Einstell- und Änderungsmöglichkeiten des gesamten Systems.

Iqua Sun ist das weltweit erste solarbetriebene Bluetooth-Headset



Der finnische Hersteller Iqua Ltd. hat das erste solarbetriebene Bluetooth-Headset der Welt vorgestellt. Das Iqua Sun kann durch die integrierten Solarzellen aufgeladen werden. Das stilvolle solarbetriebene Headset wiegt nur 14 Gramm. Das Gerät wurde basierend auf dem Iqua

set überall dort aufladen, wo es direktem Sonnenlicht ausgesetzt ist. Er hat damit unbegrenzte Betriebsdauer, wenn es beispielsweise auf dem Armaturenbrett, auf dem Schreibtisch oder an einem Fenster liegt. Das Iqua Sun soll für 79 Euro an den Endkunden verkauft werden. Es ist ab sofort erhältlich.



E-Mail- und Messaging-Maschine Ogo ist lieferbar



Ab sofort ist der Ogo in Deutschland exklusiv über debitel und seine Partner verfügbar. Der Ogo ist eine mobile E-Mail- und Messaging-Maschine, die sich vor allem an chatträudige Kinder und Jugendliche wendet. Mit einer Daten-Flatrate von 4,95 Euro im Monat können Ogo-Besitzer unbegrenzt via Windows Live Messenger oder ICQ mit Freunden chatten sowie bis zu drei verschiedene E-Mail-Konten verwalten. In den ersten drei Monaten ist die Daten-Flat kostenlos. Mit dem Verkaufsstart wurde auch die neue Website unter www.ogo.com/de live geschaltet. Hier finden Interessierte ab sofort alle wichtigen Informationen zum Ogo in deutscher Sprache. Amüsante Flash-Animationen visualisieren die umfangreichen Anwendungsgebiete des Ogo, der neben Instant Messaging (IM) und E-Mail auch Telefonie, SMS, Webbrowser und einen Multimedia-player bietet. Der Ogo ist das ideale Produkt für das Online-Nutzerverhalten der Jugendlichen. Dies verdeutlichen die Zahlen einer kürzlich veröffentlichten JIM-Studie, für die über 1.200 Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren befragt wurden: Nutzen 2006 noch 58 Prozent von ihnen Instant Messaging, sind es dieses Jahr bereits 72 Prozent. Auch bei der Auswahl der Messenger-Programme scheint der Ogo bestens gerüstet. Die ersten beiden Plätze auf der Beliebtheitsskala aller Messenger belegen ICQ (88 Prozent) und der Windows Live Messenger (44 Prozent). Die Studie steht auf www.mpfs.de zum Download bereit. Nutzeroberfläche und Funktionalität des Ogo sind für die mobile Nutzung von textbasierten Diensten optimiert. Außerdem bietet der Ogo einen hochauflösenden Bildschirm, integrierte Stereo-Lautsprecher und einen Slot für MicroSD-Karten für das Speichern von Bildern, Videos und Musik. Der Handheld bietet eine Qwertz-Tastatur und vereint eine Vielzahl von mobilen Kommunikationslösungen wie E-Mail, IM, RSS, SMS, Telefonie und Internet in einem Gerät. Das monochrome Display auf der Oberseite informiert über eingehende Anrufe und Nachrichten.





Nonstop-Kino

Philips mit neuer Harddisk-/DVD-Recorder Generation

Die neuesten Harddisk-/DVD-Recorder von Philips zeichnen sich durch exklusive Ausstattungsmerkmale aus. Das Aufnehmen ist dank der bekannten Funktionen Easy-Logic und Electronic Program Guides (EPG) ganz unkompliziert. Ein besonderes Highlight ist das neue Feature Commercial Skip, mit dem das Modell DVDR5570H ausgestattet ist.

Werbeeinblendungen werden dank Commercial Skip sekundengenau erkannt, nach der Aufnahme markiert und können dann bei der Wiedergabe mit einem einzigen Knopfdruck übersprungen werden. Soll der Film auf DVD gebrannt werden, ist es auch möglich, die Werbung zu löschen.

HDD Media JukeBox

Eine weitere Neuheit, die alle Modelle der neuen Serie bieten, ist die HDD Media JukeBox.

Für zusätzliche Flexibilität können Musiktitel, Videos oder Fotos, die auf anderen Medien gespeichert worden sind, über die schnelle USB 2.0-Schnittstelle auf der Festplatte archiviert werden. Für Ordnung und eine gute Auffindbarkeit gibt es ein übersichtliches Ordnersystem, das bei Fotos auch eine Thumbnail-Vorschau bietet. So stehen beispielsweise immer die schönsten Fotos für



Preise und Verfügbarkeiten

- DVDR3570H mit 160 GB: 399 Euro – seit Oktober 2007 lieferbar
- DVDR3575H mit 160 GB, HDMI: 449 Euro – seit November 2007 lieferbar
- DVDR3595H mit 250 GB, HDMI: 499 Euro – seit November 2007 lieferbar
- DVDR5570H mit 250 GB, HDMI, DVB-T: 599 Euro – ab Februar 2008 lieferbar.



Das Modell DVDR3570H ist mit 160-GB-Festplatte ausgestattet und arbeitet wie alle neuen Philips HD-DVD-Recorder mit dem Guide+TV-EPG. Damit wird die Programmvorschau auf dem Fernsehbildschirm angezeigt. Die Funktionen Pause Live TV, Instant Replay und FlexTime gewährleisten noch mehr Flexibilität bei Aufzeichnung und Wiedergabe.

eine Diashow im Freundeskreis zur Verfügung. Die Besonderheit der HDD Media JukeBox ist, dass die Dateien nicht auf der Festplatte verbleiben müssen. Sie können jederzeit über die USB-Schnittstelle abgerufen und auf einem externen Datenspeicher abgelegt werden. Der Harddisk-/DVD Recorder wird damit praktisch zur Multimedia-Datenbank.

Beste Bild- und Tonqualität

Die neuen Recorder überzeugen nicht nur durch ihre Bedienung und komfortablen Ausstattungsmerkmale, sondern sie bieten auch besonders hohe Bildqualität. Dafür werden beispielsweise DVD-Inhalte in High Definition Bilder mit höchster Auflösung

(1.080p) umgewandelt. Über die HDMI-Schnittstelle (nicht bei DVDR3570H) gelangen diese verlustfrei auf den Flat TV.

Für ein echtes Heimkino-Erlebnis ermöglicht der DVDR5570H zudem Aufnahmen im 5.1-Kanal-Surround-Sound. Mit Festplattenkapazitäten zwischen 160 und 250 GB verfügen sie über ausreichend Speicherplatz, um auch wirklich jeden Lieblingsfilm, aber auch Musiktitel, Fotos oder selbst gedrehte Videoclips immer parat zu haben.

TV Aufnahmen können dank des „One Touch“-Features mit einem einzigen Knopfdruck gestartet werden.

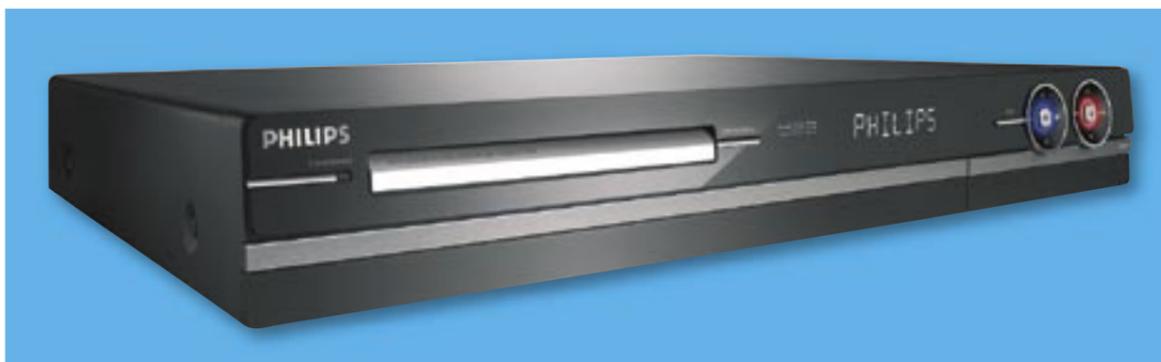
TV Aufnahmen können dank des „One Touch“-Features mit einem einzigen Knopfdruck gestartet werden.

Unkomplizierte Bedienung

Ein bereits etabliertes exklusives Philips Merkmal, das auch wieder in den Modellen zum Einsatz kommt, ist der stets aktive Time

Shift Buffer. Mit „Pause Live TV“, das die jederzeitige Kontrolle des laufenden Programms mit einem einzigen Knopfdruck erlaubt, kann die Sendung angehalten und anschließend an gleicher Stelle fortgesetzt werden. Oder es ermöglicht den Sprung zurück zum Live TV-Bild. Die Festplattenrecorder verfügen zudem über eine Reihe von Merkmalen, die den Fernsehspaß besonders angenehm machen und helfen, niemals wieder eine spannende Szene zu verpassen. So macht es „Flex Time“ möglich, eine laufende Sendung oder einen Film bereits anzusehen, während die Aufnahme ohne Unterbrechung fortgesetzt wird.

Mit „Instant Replay“ wird jede spannende Action-Szene oder ein erinnerungswürdiger Dialog mit einem einzigen Knopfdruck nochmals wiederholt. Sollte dagegen der Filmgenuss einmal unterbrochen werden, hält die Funktion „Pause Live TV“ den Streifen an, um ihn zu einem späteren Zeitpunkt fortzusetzen. *miz*



Das Flaggschiff DVDR5570H der neuen DVD-/HD-Recorder Range von Philips ist mit der neuartigen Commercial-Skip Funktion ausgestattet. Dank dieser werden Werbeeinblendungen sekundengenau erkannt, können nach Aufnahme genau markiert und übersprungen oder gelöscht werden. Zudem ist das Gerät mit einem DVB-T-Tuner ausgestattet.

SONY „Blu-ray für jeden PC“

Mit der Markteinführung von drei neuen Brenner-Modellen startet Sony NEC Optiarc Europe ab sofort und zum ersten Mal den Vertrieb von Retailprodukten über den Elektronikfachhandel.

Die neuen Laufwerke werden unter der Marke SONY vertrieben. Optiarc, das Gemeinschaftsunternehmen von Sony und NEC, belieferte bisher weltweit ausschließlich Industriepartner mit modernsten Optical Disc Produkten.



Sony Blu-ray Disc Brenner BWU-200S

Star des Brenner-Trios ist das Spitzenmodell BWU-200S: Der 4fach Blu-ray Disc Brenner brennt Single- und Double-Layer Blu-ray Discs mit bis zu vierfacher und DVD-Medien mit bis zu 16facher Geschwindigkeit. Für das Beschreiben einer 50 GB fassenden BD-R benötigt der BWU-200S rund 45 Minuten und damit nur die Hälfte der Zeit, die das Vorgängermodell benötigte. Auf einer 50 GB Blu-ray Disc können bis zu 230 Minuten Videofilm in HD-Qualität gespeichert werden. BD-RE (Rewritable Blu-ray Disc) verarbeitet der BWU-200S mit zweifacher Geschwindigkeit. Bei DVD+R-Rohlingen erreicht er 16faches, bei DVD+RW-Medien achtfaches, bei DVD-RAMs fünf-faches und bei DVD+R-Discs in der Double-Layer-Version achtfaches Schreibtempo. Der BWU-200S besitzt eine SATA-Schnittstelle und wird mit CyberLink BD-Authoring-Software für Windows ausgeliefert, die selbst-erstellte Videoaufnahmen in 1.080i einliest, Schnittfunktionen bietet und die Wiedergabe von Videos, unter anderem auch von DVDs im AVCHD-Format, unterstützt.

DVD Multi Writer DRU-190S/DRU-190A

Zeitgleich mit dem BWU-200S bringt Optiarc zwei neue Multi Writer DVD-Brenner in den Handel. Der DRU-190S und der DRU-190A erreichen auf einlagigen DVD-Rohlingen bis zu 20faches Schreibtempo. Wiederbeschreibbare und doppellagige DVDs werden mit bis zu achtfacher Geschwindigkeit beschrieben, DVD-RAMs mit maximal 12facher DVD-Geschwindigkeit. Der DRU-190S wird über eine SATA-Schnittstelle mit schnellerem Datentransfer angeschlossen. Die Modell-Variante DRU-190A wird mit E-IDE-Schnittstelle ausgeliefert.



Asus „EeePC“ dominiert die Bestseller-Listen

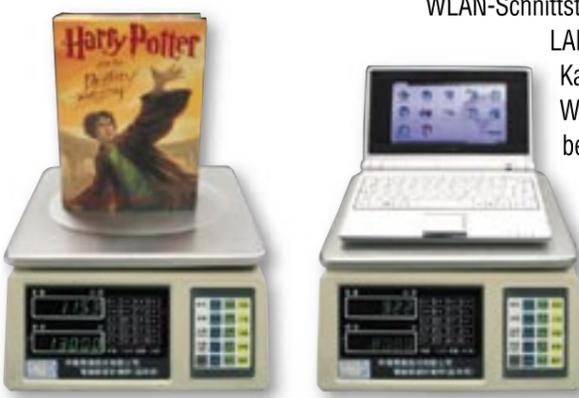
Auf den Bestseller-Listen von Amazon.com und CNET Shop liegt der Asus „Mini“ als begehrtestes Weihnachtsgeschenk in der Rubrik „Hardware“ auf Platz eins.

In Deutschland ist der „Asus EeePC 4G“ seit Mitte Dezember in den Farben Weiß und Schwarz mit einem 7-Zoll-Display, 512 MB Arbeitsspeicher und 4 GB SSD Flash Speicher zum UVP von 299,- Euro auf dem Markt. Seit seiner Markteinführung in Asien und den USA Anfang November wird der kleine PC von einer Welle der

Popularität getragen. In den USA wurden in den ersten zwei Wochen 10.000 Geräte verkauft. Amazon.com war nach zwei Wochen komplett ausverkauft und konnte nur noch Vorbestellungen für die nächsten Lieferungen entgegennehmen. Bis Ende 2007 werden weltweit mehr als 350.000 Geräte verkauft. Für 2008 hat Asus das Verkaufsziel bei 3 bis 5 Millionen EeePCs gesetzt. In Deutschland wird vorerst nur eine Ausführung des EeePC erhältlich sein, im Gegensatz zu Taiwan, wo drei Versionen vermarktet werden. Die Abmessungen betragen 22,6 cm x 16,4 cm x 2,6 cm (bis 3,7 cm). Der zierliche Rechner ist mit WLAN-Schnittstelle nach 802.11b/G,

LAN (Ethernet) und Kamera ausgestattet. Wie Vorabtests ergaben, bietet der EeePC weit mehr als nur seinen günstigen Preis: Bei Computern mit geringer Größe entscheiden Ergonomie der Hardware und

Eigenschaften der Software über den Gebrauchswert. Offensichtlich ist es Asus gelungen, hierbei die richtige Auswahl zu treffen und miteinander zu kombinieren. Als Betriebssystem hat man sich für Xandros Linux entschieden, es mit zahlreichen nützlichen Anwendungen ausgestattet und die Bedienoberfläche „Asus Launcher“ optimal auf das 7-Zoll-Display mit 800 x 480 Bildpunkten abgestimmt. Obwohl sich die Hardware mit Celeron M (Dothan-Kern, 900 MHz) und der Chipset Grafiklösung Intel GMA 900 nicht mit High Performance Rechnern vergleichen lässt, starten Betriebssystem und anspruchsvolle Anwendungen wie z. B. Open Office überraschend schnell. Auf der 4 GB großen Solid State Disc werden 2,3 GB von Betriebssystem und Anwendungen belegt. 1,4 GB stehen für persönliche Daten zur Verfügung. Ein SD-Card-Schacht ist vorhanden. Mit seiner geringen Größe ist der EeePC ein handlicher, portabler Begleiter. Asus will den EeePC laut eigenen Aussagen auch als Heim-Gerät für die ganze Familie vermarkten.



Vaova SpyCam-3300LCD: Sicherheitskamera und Empfänger mit 2.5" Monitor

Die Vaova SpyCam-3300LCD besteht aus einer Nachtsicht-Kamera und einem Empfänger mit integriertem LCD-Monitor mit 6,35 cm Bild-diagonale und Anschlüssen für Fernseher, DVD-Recorder oder Video-Recorder. Die Anlage bietet zum interessanten Preis zahlreiche sinnvolle Anwendungsmöglichkeiten:

Sie ist im Innen- wie im Außenbereich verwendbar und geeignet, um kostengünstig rund um die Uhr das Haus oder Nebengebäude zu überwachen oder als visuelles Baby-Phone eingesetzt zu werden. Das Kameragehäuse der SpyCam-3300LCD ist aus legiertem Metall hergestellt und für die Außeninstallation geeignet. Die Überwachungssichtweite liegt bei 3 Meter. Die Übertragungsdistanz zwischen Kamera und Empfänger kann bis zu 100 Meter betragen. Ein Mikrofon für die akustische Überwachung ist in die SpyCam eingebaut. Neben dem Videoausgang steht ein separater Kopfhörer-Ausgang zur Verfügung. Die zwölf in die Kamera integrierten Infrarot LEDs ermöglichen auch in der Nacht bei völliger Dunkelheit Aufnahmen. Der Empfänger ist wie die Kamera mit einem eingebauten Akku ausgestattet, kann aber auch mit einem Netzteil betrieben werden. Die Vaova SpyCam-3300LCD ist zum UVP von 139,- Euro erhältlich und wird durch Umax Systems GmbH vertrieben.



Spielekonsolen • Software • Games

Link's Crossbow Training mit Wii Zapper



Zapper verbindet die Wii-Controller „Nunchuk“ und „Wii Remote“ zu einem einzigen, leicht bedienbaren Steuerungselement.

Seit Dezember ist „Wii Zapper“ auf dem Markt, ein hochinteressantes Zubehör, mit dem Wii-Spieler sehr schnell perfekt „den Bogen raushaben“ werden. Der Wii Zapper verbindet die beiden Controller „Nunchuk“ und „Wii Remote“ zu einem einzigen, leicht bedienbaren, kabellosen Steuerungselement, mit dem sich den Gamern völlig neue Spielerlebnisse eröffnen. Mit Wii Zapper wird man in allen zukünftigen, für den Einsatz des Wii Zappers ausgelegten Wii-Spielen noch genauer zielen und treffen als bisher. Der Wii Zapper wird im Bundle mit dem neuen Spiel „Link's Crossbow Training“ ausgeliefert, in dem alle Freunde des Fantasy-Helden „Link“ ihre Treffsicherheit als Armbrustschützen unter Beweis stellen können. Das Ziel anzuvisieren und den Pfeil abzuschießen, kann mit dem Wii Zapper nun in einer einzigen Bewegung erfolgen: Mit dem Nunchuk Controller wird die Richtung festgelegt, in die der Pfeil fliegen soll. Der B-Button der Wii Remote dient als Abzug. Je länger der Schütze den Button gedrückt hält, um so kraftvoller schnell der Pfeil von der gespannten Sehne. Der Wii Zapper ermöglicht es dem Schützen, sich sehr leicht neu zu positionieren und völlig frei in jede Richtung zu bewegen, auch dann, wenn er den Pointer der Wii Remote vom TV-Bildschirm weg richtet. Der Z-Button des Nunchuk dient dabei als Zoom, mit dem man das Ziel ganz nah heranholen kann. Das mitgelieferte Spiel Link's Crossbow Training spielt in der gleichen Welt wie das erfolgreiche und gefeierte Fantasy-Abenteuer „The Legend of Zelda“: Twilight Princess.

Im Hauptmodus Zielscheibenschießen warten nicht weniger als neun Spielebenen mit jeweils drei Szenarien auf die tatendurstigen Helden. Dort besteht ihre Aufgabe jeweils darin, die meisten Treffer ins Ziel zu bringen, bevor das vorgegebene Zeitlimit erschöpft ist. Die größte Herausforderung stellen bewegliche Ziele dar, bei denen im Kampf gegen die ablaufende Zeit höchste Konzentration gefordert wird. Im Modus „Kampf mit freier Bewegung“ geht es darum, mit Hilfe des Nunchuks durch die verschiedenen Spielwelten streifend, immer auf der Hut vor überraschend auftauchenden Gegnern

zu sein. Im „Kampf mit fester Position“ bleibt der Spieler zwar an Ort und Stelle, kann sich aber um 360 Grad drehen und gegen von allen Seiten kommende Angreifer wehren. Link's Crossbow Training verfügt zusätzlich über einen Mehrspieler-Modus. Mit dem Wii Zapper und Link's Crossbow Training trifft Nintendo mit Sicherheit bei Fans der Spielekonsole direkt ins Schwarze.

Ratchet & Clank für PlayStation 3

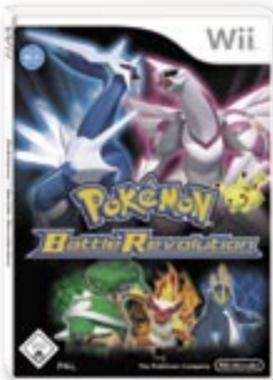
Seit der zweiten November-Hälfte ist Ratchet & Clank: „Tools of Destruction“ für PS3 im Handel erhältlich und damit bereits der sechste Titel der millionenfach verkauften Reihe auf dem Markt erschienen. Was das Entwickler-Team von Insomniac Games diesmal auf den Bildschirm gezaubert hat, lässt einem den Atem stocken: Die umwerfende Grafik, das gelungene Charakterdesign, jede Menge Humor und hochwertige Animationen auf Hollywoodfilm-Niveau machen „Tools of Destruction“ zum absoluten Tophit. Auch bei diesem Spiel der Ratchet & Clank Reihe kommen die humorvollen, kreativen Waffensysteme nicht zu kurz, wie z. B. das „Groovitron“, das alle in der Nähe befindlichen Gegner dazu zwingt, einen energieraubenden Tanz hinzulegen.

Diverse Minispiele und Puzzles lockern den Spielverlauf ebenso auf wie die Ausflüge ins Weltall. Dank ihrer Heldentaten, mit denen sie unzählige Planeten gerettet haben, genießen Ratchet und Clank in dieser neuesten Version unter den Einwohnern von Metropolis Prominentenstatus und können sich voll ihrem süßen Leben als Stars widmen. Als jedoch plötzlich eine Katastrophe über die Stadt hereinbricht und die beiden in die ferne Polaris-Galaxie flüchten müssen, werden sie dort in ein Abenteuer verwickelt, bei dem Ratchet den Geheimnissen seiner Vergangenheit auf den Grund gehen muss, um die Galaxie retten zu können. Die Vollversion von Ratchet & Clank: Tools of

Destruction für PlayStation 3 ist ab dem Alter von 12 Jahren freigegeben.

Pokémon Battle Revolution für Wii

Als schönste Bescherung für Pokémon Fans ist zwei Wochen vor Weihnachten „Pokémon Battle Revolution“ europaweit in den Handel gekommen. Pokémon Battle Revolution ist das erste Spiel seiner Art für die Heimkonsole Wii. Wer bereits auf dem Nintendo DS in den Editionen Pokémon Diamant und Pokémon Perl seine Pokémon bestens trainiert hat, kann sie nun auf die Wii Konsole laden und dort ihre spannenden Kämpfe auf dem großen



Pokémon Battle Revolution ist das erste Spiel seiner Art für die Wii. Wer seine Pokémon bereits auf Nintendo DS trainiert hat, kann sie nun auch auf die Wii Konsole laden.

TV-Bildschirm erleben. Die Spieler erwarten zehn Wettkampfarenen und fantastische 3D-Grafiken und die Möglichkeit, die Nintendo Wi-Fi Connection für packende Online-Wettkämpfe mit Spielern aus aller Welt zu nutzen. Pokémon Battle Revolution ist ein revolutionärer Spielspaß, den kein Pokémon-Freund versäumen darf. So richtig dreht Pokémon Battle Revolution im Wi-Fi-Modus auf. Pokémon Battle Revolution wird nicht nur die Wii Konsolen, sondern auch die Herzen der Pokémon-Fans im Sturm erobern.

Ab 18. 1. mit der Wii Remote auf Schatzsuche

Lange Winterabende werden ab Januar für Wii-Fans extrem kurzweilig, denn das Spiel „Zack & Wiki: Der Schatz von Barbaros“ ist ein Riesen-Rätselspaß, mit dem Nintendo die Spieler zu abenteuerlichen Reisen einlädt: In sieben phantastischen Welten können sie auf die Suche nach einem legendären Schatzschiff gehen und vielleicht sogar zu den größten Piraten der sieben Weltmeere aufsteigen. Der von Capcom entwickelte Titel wird das Adventure-Genre revolutionieren, denn bei der Lösung der



Zack & Wiki: Der Schatz von Barbaros ist Rätselspaß und Abenteuer zugleich.

Rätselaufgaben können die Spieler die sich dynamisch bewegenden Möglichkeiten der Wii Remote optimal und kreativ einsetzen. Sie schlüpfen in die Rolle des Piraten-Lehrlings Zack und seines neugierigen, fliegenden Äffchens Wiki. Auf der Suche nach dem sagenumwobenen Schatz des Seeräbers Barbaros interagieren sie so intensiv und abwechslungsreich wie nie zuvor mit ihrer virtuellen Umgebung, denn die neuartige Technik der Wii ermöglicht es, die Spiele durch ganz natürliche Bewegungen zu steuern. Die Remote verwandelt sich in den Händen der Spieler immer wieder in neue, unterschiedliche Gegenstände: Mal wird der Controller zum Schlüssel für eine geheime Schatztruhe, mal zu einer Kurbel, einem Schöpfeimer, einer Angelrute oder etwas ganz anderem. Weil die Spieler diese virtuellen Gegenstände genau so natürlich bewegen können wie ihre realen Vorbilder, können sie für Zack und Wiki Türen öffnen, Gegenstände aufheben oder verändern, neue Wege entdecken und vieles mehr. Die intuitive Steuerung der Wii Remote erschließt sich auch ungeübten Spielern sofort, so dass sie von Mal zu Mal kniffligere Rätsel lösen können, je näher sie dem Piratenschatz kommen. „Zack & Wiki: Der Schatz von Barbaros“ von Capcom/Nintendo ist ab 18. Januar zum UVP von 49,99 Euro zu haben.

Burnout Paradise Demo steht zum Download bereit

Am 24. Januar 2008 wird EA in Deutschland „Burnout Paradise“ eröffnen. Schon ab Dezember 2007 steht eine Demo im PlayStation Network und im Xbox Live Markt zum Download bereit. Burnout Paradise wurde für die PlayStation 3 und die Xbox 360 völlig neu entwickelt und bietet neben einer offenen Welt ein innovatives Online System für mehrere Spieler. In der frei befahrbaren Stadt Paradise City erwarten die Spieler aufregende Stunts,

schweißtreibende Rennen und Spannung an jeder Kreuzung. Der Spieler genießt totale Freiheit, hat alles in der Hand und kann die Stadt jederzeit frei erforschen. Um ein PS getriebenes Renn-Event zu starten, genügt es, an irgendeiner Ampel anzuhalten und die Reifen durchdrehen zu lassen. Eine solche Herausforderung lassen sich die anderen Raser der Stadt nicht entgehen. Sobald die Ampel auf grün springt, heißt es Gas geben, die schnellste Strecke zu finden und die Gegner auf die hinteren Plätze zu verweisen. Alle Mittel sind erlaubt. Zwischen Motor City und Big Surf Beach können Spieler den neuen Stunt-Modus ausprobieren und mit dem Hunter Cavalry die schnellsten Strecken der Stadt finden. Zusammen mit Freunden können außerdem drei Online-Herausforderungen gemeistert oder kann einfach durch die Straßen gerast werden. www.burnout.ea.com

EA spendet SimCity für „One Laptop per Child“

Als erster großer Videospiele-Publisher stiftet Electronic Arts mit Original SimCity von 1989 eines seiner Spiele einer humanitären Einrichtung, der „Organisation One Laptop per Child“. OLPC produziert kostengünstige Laptops, um Kindern weltweit Zugang zu moderner Bildung zu ermöglichen. Ende des Jahres beginnt OLPC mit der Auslieferung von Laptops in Länder wie Uruguay, Peru, Mexiko, Äthiopien, Ruanda, Haiti, Kambodscha und Indien. In „SimCity“ übernimmt der Spieler die Rolle des Bürgermeisters einer neu zu errichtenden Stadt. Er ist verantwortlich für die Bereitstellung von Wohn- und Arbeitsplätzen und die Sicherheit der Einwohner. Bei Notfallsituationen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Brandkatastrophen muss er die richtigen Maßnahmen einleiten. „SimCity“ hat zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen erhalten und wird vielfach in Schulen als Bildungsinstrument eingesetzt.

skyrocket

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung den IT Anwendungs-support (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Europaweite Betreuung und Unterstützung des DV-Systems inkl. Anwendungen
- Gestaltung optimaler Betriebs- und Anwendungsabläufe in den Bereichen Vertrieb und Produktion

Ihr Profil:

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

Kennziffer 283

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

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

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer 285

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

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer 286

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

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer 287

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf

Tel: 0211 - 370601 • Fax: 0211 - 379468

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



„Second“ Life nur noch mit Umweltplakette?

Eine Klimaforschungseinrichtung des Landes Nordrhein-Westfalen, das „Wuppertal Institut“, hat in einer Modellberechnung für das Jahr 2010 ermittelt, dass dann das Internet in Deutschland mehr als 30 Milliarden Kilowattstunden Strom verbrauchen wird. Der größte Teil des Verbrauchs wird auf PCs entfallen, der Rest verteilt sich auf Server, Content-Provider und Datenleitungen für Onlinehandel und E-Mail-Verkehr. Unter Beibehaltung des heutigen Energie-Mix wird das deutsche Internet 2010 für den Ausstoß von 18,5 Millionen Tonnen CO₂ und mehr als 27 Tonnen hochradioaktiven Atomabfalls verantwortlich sein, befürchtet Greenpeace. Die New York Times zitiert einen Experten, der errechnet hat, dass eine Suchanfrage bei Google so viel Strom verbraucht, wie eine 11-Watt-Energiesparlampe in der Stunde. Die Klima-Schädlichkeit einer solchen Suchanfrage erhöht sich nochmals beträchtlich, falls man bei Google nach einem preiswerten Online-Anbieter von Weihnachtskerzen Ausschau hält, denn dann ist der Suchanfrage auch das beim Brennen der Christbaumkerzen erzeugte CO₂ hinzuzurechnen. Überhaupt: Die klimaschädlichen Gase sind unter uns, um uns herum, und sogar in uns. Besonders viel von dem 25x schädlicher als CO₂ wirkenden Klimakiller Methangas stoßen wir aus, wenn wir uns gesund ernähren und Gemüse und Salat essen. Zumindest bei Wirsing-Kohl und Sauerkraut kann man dem durch reichliche Beigaben von Kümmel entgegenwirken. Kümmel ist offensichtlich eine Art „Bio-Katalysator“. Ein Gewürzhändler bastelt schon an einer „Kümmelkapagne“ mit dem Werbespruch: „Wir verkümmeln der Erde die Erwärmung.“ Doch nun hat jemand herausgefunden: Ein virtueller Einwohner von „Second Life“ verbraucht durchschnittlich 1.752 Kilowattstunden pro Jahr, also mehr als ein lebender Inder laut Statistik in der gleichen Zeit im „First Life“ verbraucht.

Sie suchen professionelle Unterstützung im Bereich Presse, Marketing, Media?
 Dann lesen Sie weiter ...

Erfahrene Management-Assistentin sucht neue Herausforderung

Sie können von diesen Skills profitieren:

- perfektes Office-Management,
- langjährige PR- und Marketing-Erfahrung inklusive Event- und Incentive-Planung
- sehr gute Englisch- und PC-Kenntnisse,
- hohes Engagement, gutes Zeit- und Prioritätenmanagement
- gleichermaßen kooperativ und durchsetzungsstark.

Ihre Angebote – im besten Fall aus dem Raum Köln/Düsseldorf – senden Sie bitte an

Chiffre Nr. 4279261

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
 des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben
 nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder
 und Manuskripte wird keine Verantwortung
 übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.
 Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
 und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-
 gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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



ISSN: 1615-0635



Stellen Sie sich vor: Bewegende Augenblicke, so brillant und klar wie das Leben.

Werden Sie Zeuge dieses bedeutenden Schrittes in der Entwicklung von Full HD LCD TV. Fangen Sie durch die Super Clear Panel-Technologie noch brillantere und intensivere Farben ein. Erleben Sie beispiellos detailgenaue Bewegungsschärfe, wie sie nur Full HD und 100Hz in Ihr Wohnzimmer zaubern können. Genießen Sie die schönsten Augenblicke Ihres Lebens, z.B. mit der neuen F8-Serie. Mit einem Samsung Full HD LCD TV ist eben alles vorstellbar. [imagine](#)

www.samsung.de



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



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

Full HD
1080

BRAVIA

SONY

colour like.no.other™