

POS-MAIL

Februar 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612

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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Free
your
sales



Die Innovation von Sennheiser: Die MX Wireless 1 Stereo-Ohrhörer sind mit ihrer vollständig kabellosen Übertragungstechnik in dieser Form völlig neu. Neben einem klaren Sound der Extraklasse erwartet Ihre anspruchsvollen Kunden mit dem Haltesystem „Twist-to-fit“ ein äußerst angenehmer Tragekomfort. Setzen Sie mit uns Impulse für Ihre Verkäufe! www.sennheiser.com

SENNHEISER

CES 2009 Consumer Electronics Show in Las Vegas



Der Trend:
flacher und leichter

Die Consumer Electronics Show 2009 in Las Vegas vom 8. Januar bis zum 11. Januar konnte sich über das Interesse an Exponaten und vorgestellten Neuheiten hinaus besonderer Aufmerksamkeit sicher sein. Die CES war diesmal nicht nur die erste Consumer Electronics Ausstellung im Jahr, sondern auch die erste bedeutende Messe dieser Art, seit die wirtschaftlichen Folgen der weltweiten Finanzkrise das bis dahin in allen Marktsegmenten boomende Konsum-Klima eingetrübt haben. Deshalb ist der aktuelle technologische Trend für Displays und Flach-TV-Geräte auch für den Verlauf der Veranstaltung aussagekräftig: „Flacher und leichter“.

Deutlich weniger Besucher auf der Consumer Electronics Show 2009

Die diesjährige CES war durch einen deutlichen Besucherrückgang gekennzeichnet. Laut Schätzungen und Aussagen des US-Branchenverbandes CEA, der zugleich Veranstalter ist, kamen

„mehr als 110.000“ oder „zwischen 10 bis zu 15% weniger“ Besucher auf die Messe als die 140.000 Besucher im Vorjahr. In der offiziellen Besucher-Statistik werden allerdings auch Mitarbeiter der Aussteller und Medienvertreter als Besucher gezählt. Aussteller berichteten dagegen sogar über 30 Prozent weniger

Besucher als im Jahr 2008. Das würde einer Anzahl von rund 100.000 Messebesuchern entsprechen. Auf der CES 2009 haben insgesamt 2.700 ausstellende Unternehmen rund 20.000 neue Produkte präsentiert. Im Vorjahr hatten 3.000 Unternehmen ihre Produkte auf der CES ausgestellt. Ob der Rückgang bei der Anzahl der Besucher und Veranstalter tatsächlich auf eine Marktabschwächung zurückzuführen ist oder andere Gründe hat, wird sich erst langfristig zeigen.

Weil Apple in diesem Jahr das Ende seiner Teilnahme an der „Macworld“ bekanntgegeben hat, rechnet man in Las Vegas damit, dass das Unternehmen 2010 zur CES wechseln wird und dort die Besucherzahlen wieder ansteigen lässt.

Display-Technologien treiben den Consumer Electronics Markt

Nie zuvor bestimmten Displays das Geschehen im Markt für Consumer Electronics Produkte so maßgeblich wie heute. Von einer Komponente zur Bildausgabe haben sich Displays innerhalb weniger Jahre zum unverzichtbaren Mittelpunkt jeder Nutzung von Elektronik-Produkten entwickelt. Wir schreiben nicht mehr auf Papier, sondern vor dem Bildschirm. Wir lesen unsere Post auf dem Display. Wir orientieren uns nicht mehr durch einen Blick auf Wegpunkte, sondern sehen auf das Display des Navigationsgeräts. Wir betrachten unsere Fotos auf dem Display. Wir bedienen unsere elektronischen Geräte

010 56 mobile
vom Handy billiger telefonieren

vom Handy weltweit zu Festnetzpreisen telefonieren

- einfach
- sicher
- sparen

www.01056mobile.de

FERNSEHEN ERSTKLASSIG ERLEBEN

Genießen Sie das beeindruckende Metz SIRIUS Fernseherlebnis.

Metz - immer erstklassig.

tecXUS™

tecXUS Rebel Light:
→ brandneue Technologie
→ spektakulär verpackt!

Freier Fall, harte Landung

Die gute Nachricht zuerst: Die Finanzkrise hat das Weihnachtsgeschäft (und die umsatzstarken Tage danach) im High-Tech-Fachhandel nicht negativ beeinflusst: Unterhaltungselektronik im allgemeinen und Fernsehgeräte im besonderen gehörten zu den absoluten Bestsellern am Jahresende. Noch eine gute Nachricht: Die Kunden möchten immer größere Bildschirme – in der zweiten Dezember-Woche erzielten Bildschirmdiagonalen ab 37“ einen Rekordanteil von über 60 Prozent am TV-Umsatz (Quelle: gfu).



Die Verkaufspreise für Flachbild-TVs brechen dagegen keine Rekorde, sondern befinden sich im freien Fall: Angebote von Full-HD LCD-TVs mit 32 oder gar 37“ Bildschirmdiagonale um 500 Euro sind keine Ausnahme mehr. Und das tut weh, gerade deshalb, weil das TV-Geschäft so wichtig ist und im vergangenen Jahr für 38 Prozent des Umsatzes der gesamten Consumer Electronics Sparte stand.

Besonders weh tun die fast stündlich sinkenden Preise dem qualifizierten Fachhandel, von dem die Kunden zu Recht nicht nur Ware, sondern auch Service erwarten. Aber kein Mensch kann ein HDTV-Gerät für 500 Euro verkaufen und dann noch beim Kunden installieren. Und wer für diese Dienstleistungen eine Gebühr erhebt, kann damit vielleicht gerade die Kosten decken, aber keinesfalls die durch den Preisverfall geschrumpften Deckungskosten wieder einspielen.

Die Entwicklung an sich ist nicht überraschend: Die Hersteller haben in den vergangenen Jahren gigantische Produktionskapazitäten für LCDs in Fernost aufgebaut, und jetzt drückt die Ware. Billigangebote mögen da zwar Marktanteile bringen, entwerten aber leider auch die faszinierenden Produkte und frustrieren die Handelspartner. Darum ist es an der Zeit, diese Vertriebskonzepte zu überdenken – jetzt! Auch wenn mit dem 21:9-Format wieder eine hochpreisige Innovation auf dem Weg ist: Damit allein werden weder die Fachhändler noch die Hersteller ihre schrumpfenden Gewinne vergrößern können.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

per OnScreen-Menü oder Graphical User Interface (GUI), auch dann, wenn wir Daten transferieren, Musik hören, spielen oder telefonieren. Wir beginnen, Bücher auf dem eBook zu lesen. Die stark zunehmende Verbreitung der Touchscreens als vielseitiges Bedienelement verstärkt den Trend zum „display-basierten“ Leben. In den letzten Jahren stand neben der Auflösung die erreichte Bildgröße im Vordergrund. Riesige, von Ausstellung zu Ausstellung größer werdende Bildflächen lieferten Messe-Sensationen und stellten die technologische Führungskompetenz ihrer Hersteller unter Beweis. Auf der CES bestimmten jedoch, wie bereits auf der IFA 2008 erkennbar wurde, geringe Dicke und niedriges Gewicht den Display-Trend, gefolgt von reduziertem Energieverbrauch und umweltverträglichen Eigenschaften bei Herstellung, Nutzung und späterer Entsorgung.

Flachere Bildschirme und LED-Backlights

Trotz geringerer Besucher- und Aussteller-Zahlen aufgrund der aktuellen Unsicherheiten über den weltweiten Konjunkturverlauf wurden auf der CES 2009 Innovationen am laufenden Band geboten. Bei mehreren Herstellern verblüfften die im Mittelpunkt des Interesses stehenden Displays und Flach-TV-Geräte durch ihre geringe Dicke. Die LCD-TVs der mit einem Blu-ray-Abspielgerät ausgestatteten Modellreihe „Sharp Aquos BD“ sind an der Stelle ihrer größten Bautiefe nur noch 23 Millimeter dünn. Die koreanischen Hersteller Samsung und LG Electronics liefern sich einen Wett-

streit um „das dünnste TV-Gerät der Welt“, der im einstelligen Millimeter-Bereich und mit Unterschieden von lediglich 0,5 mm zwischen den Kontrahenten ausgetragen wird. Der fast serienreife, von JVC vorgestellte LCD-Prototyp „Luxia LED-TV ist nur noch 7 Millimeter dick. Bei der weiteren Reduzierung der Display-Bautiefe ermöglicht die Umstellung auf LED-basierte Lichtquellen für die Hintergrund-Beleuchtung eine wesentlich flachere Bauweise der Back-Light-Units (BLU), als das mit gebräuchlichen Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL) möglich ist. LED-BLUs lassen sich nahezu verzögerungslos und selektiv in der Helligkeit regeln (Local Dimming) oder ganz ausschalten (Black Insertion) und erreichen deshalb sensationelle Werte bei Kontrastverhältnis und Schwarzsättigung. Ganz nebenbei sinkt durch den Einsatz dieser Technologien der Energieverbrauch. Die zunehmende Verfügbarkeit von weißen LEDs, die sich anstatt der teureren RGB-LEDs als Hintergrundbeleuchtung einsetzen lassen, reduziert den höheren Herstellungspreis im Vergleich zu Kaltkathoden-Lampen auf derzeit nur noch 100–200 Euro. Marktbeobachter prognostizieren deshalb für 2009 einen Anteil von 10–15% der mit LED-BLUs ausgestatteten LCD-TV-Geräte.

Höhere Bildfrequenzen, erweiterte Konnektivität

Bildwiederhol-Frequenzen von 120 Hz gelten inzwischen als aktueller Standard. Weil sich jedoch vor allem bei High Definition Programminhalten und Kinofilmen mit 24 Hz die Darstellung schnell

bewegter Bildinhalte durch Erhöhung der Bildwechsel-Frequenz weiter verbessern lässt, bietet Sony bereits Geräte mit 200 Hz Bildfrequenz an. LG-Philips hat auf der CES ein 47-Zoll-Display mit einer Bildwiederholungsrate von 480 Hz vorgestellt und will in der zweiten Jahreshälfte 2009 bereits erste mit „Trumotion 480“ ausgerüstete TV-Geräte auf den Markt bringen. Bei den neuen Technologien wird nicht für jeden Bildwechsel ein neues, unterschiedliches Zwischenbild berechnet, sondern zwischen den Bildinhalten die Hintergrundbeleuchtung auf Dunkel gesteuert (Black Insertion), weil das zu besseren Resultaten führt. Das volle Potential dieser Technik lässt sich bei Einsatz von LED-basierten Hintergrundbeleuchtungen ausreizen. Ein weiterer Trend führt zur immer engeren Vernetzung der TV-Geräte mit anderen Unterhaltungselektronik-Komponenten in der gleichen Wohnumgebung und der direkten Anbindung an vorhandene Breitband-Internet-Zugänge. Mit der „Yahoo Widget-Engine“ ausgestattete TV-Geräte können Internet-Inhalte direkt auf dem Fernseher darstellen, um Videos von Portalen wie YouTube auf dem TV-Bildschirm abzuspielen oder Flickr-Fotos mit Freunden auszutauschen. Auch aktuelle Aktienkurse, Sportergebnisse und neueste Nachrichten-Schlagzeilen lassen sich mit der Yahoo Widget-Engine abrufen. Derartig ausgestattete Geräte werden über den Ethernet-Port oder ein optional erhältliches drahtloses USB-Dongle mit dem Heimnetzwerk verbunden. Yahoo will seinen Widget-Dienst schon 2009 in 13 Ländern zur Verfügung

Toshiba bringt Regza TV-Geräte mit LED-Backlight

Auf einer Pressekonferenz anlässlich der CES 2009 hat Toshiba erste Regza TV-Geräte mit LED-Hintergrundbeleuchtung und Bilddiagonalen von 46 Zoll und 55 Zoll mit den Bezeichnungen SV670, ZV650 und XV645 für den USA-Markt angekündigt: Die mit High Contrast Screen Coating „CrystalCoat“ ausgerüsteten Displays besitzen Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und arbeiten mit Super Resolution Technology und FocalLight LED-Backlight mit Local Dimming. Dabei können die LED-Lichtquellen der Hintergrundbeleuchtung in dunklen oder schwarzen Bildpartien blitzschnell abgedunkelt oder abgeschaltet werden. Das Kontrastverhältnis soll 1 Million:1 erreichen.



Toshiba kündigt Regza TV-Geräte mit LED-Hintergrundbeleuchtung, 1:1 Million Kontrastverhältnis in 46 Zoll und 55 Zoll Bildgröße an.

Durch ClearScan 240 Advanced Frame Rate Technology wird eine High Speed Bildwechsel-Frequenz von 240 Hz erreicht. Die neu entwickelte InstaPort Technik beschleunigt die Umschaltung und Kommunikation auf dem HDMI-Port. Im Gegensatz zu zahlreichen DVD-Playern und TV-Geräten, die bei der Anpassung normalauflösender Bildinhalte an HD-Displays lediglich die Auflösung umrechnen, setzt Toshiba seine selbstentwickelte technologisch hochwertige XDE-Technologie ein. Toshiba erzielt im Vergleich zu anderen Anbietern die mit Abstand besten Upscaling Ergebnisse. Bei XDE-Technologie werden neben perfekter Konvertierung der Auflösungen (Upscaling) zusätzlich drei weitere Optimierungs-Prozesse zum Einsatz gebracht. Das Resultat sind schärfere und sauberere Bilder mit intensiveren, lebhafteren Farben und Kontrasten. Die besonders aufwendige „Schärfenoptimierung“ verbessert an Kanten die Detail-Darstellung und filtert parallel dazu störendes Bildrauschen aus. Ein spezieller Bildverbesserungsprozess intensiviert die blaue und grüne Farbdarstellung, die durch Umrechnung auf höhere Auflösungen häufig abgeschwächt wird. Das Resultat ist eine natürliche, harmonische Farbbalance. Laut Toshiba werden die Regza LCD-TVs mit LED-Hintergrundbeleuchtung mit anderen Typenbezeichnungen auch auf den deutschen Markt kommen. Termine und Verkaufspreise sind aber noch nicht bekannt.

stellen, unter anderem in den USA, Kanada, Mexiko, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, den Niederlanden, Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland.

**Sony ECO TV-Serie
Bravia VE5 verbraucht
40 Prozent weniger Energie**



Die Sony LCD-TVs „ECO Bravia VE5“ haben einen bis zu 40 Prozent geringeren Energieverbrauch.

Sony hat auf der CES 2009 die zukünftige LCD-TV-Serie „ECO Bravia VE5“ gezeigt, deren Modelle im Vergleich zu anderen LCD-Fernsehgeräten einen bis zu 40 Prozent geringeren Energieverbrauch haben. Schaltet man einen ECO Bravia VE5 in den Standby-Modus, dann verbraucht er nahezu 0 Watt. Bei der neuen Modellreihe setzt Sony für die Hintergrundbeleuchtung auf die neuentwickelte „Micro-Tubular Hot Cathode Fluorescent Lamp“ (HCFL), die ebenfalls wesentlich weniger Energie verbraucht als herkömmliche CCFL-Röhren. Die ECO Bravia VE5 Modellreihe soll bei der Markteinführung, deren Termin noch nicht bekannt ist, mit den Bilddiagonalen von 40 Zoll, 46 Zoll und 52 Zoll an den Start gehen: KDL-40VE5, KDL-46VE5 und KDL-52VE5. „Sony ist eines der gegenüber der Umwelt verantwortungsvollsten Unternehmen der Elektronik-Industrie“, betont Randy Waynick, Senior Vice President Sony Electronics Home Products Division. „Unsere neuen ECO TV-Geräte der Serie VE5 sind nicht nur Beweis für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt, sondern helfen unseren Kunden durch ihren geringen Energieverbrauch, in den kommenden Jahren eine schöne Summe Geld zu sparen.“ Oft verbrauchen TV-Geräte völlig nutzlos wertvolle und teure Energie, weil Kinder oder andere Benutzer den

Raum verlassen und das Gerät nicht vorher ausgeschaltet haben. Der neuentwickelte Sony „Presence Sensor“ (Anwesenheitssensor) schaltet den ECO Bravia VE5 nach einer vom Anwender einstellbaren Zeit dauerhaft aus, wenn sich niemand mehr im Raum befindet. Um das Gerät wieder einzuschalten, muss man nur einen Schalter umlegen. Ein integrierter Umgebungslicht-Sensor passt die Intensität der Hintergrundbeleuchtung an die jeweils aktuellen Lichtverhältnisse an, spart Energie und sorgt automatisch für das optimale Kontrastverhältnis. Alle Modelle der ECO Bravia VE5 Serie sind mit Sonys Motionflow 120-Hz-Technologie ausgestattet, um bei schnell bewegten Bildinhalten optimale Schärfe und Detail-Darstellung zu garantieren. Die ECO Bravia VE5 LCD-TVs sind kompatibel zu Bravia Link Modulen inklusive Bravia Wireless Link, Bravia Input Link und Bravia DVD Link und setzen neue Standards für energieeffiziente HDTV-Geräte.

**Sharp Aquos HDTV
BD Serie mit integriertem
Blu-ray Player**

Neben zwei neuen Blu-ray Playern mit erweitertem BD-ROM Profil 2.0 für zahlreiche interaktive Fähig-



Sharp Sound Bar HT-SB300 und HT-SB200 – für perfekten 2.1-kanaligen Surround Sound – ohne die Kosten und den Raumaufwand für ein komplettes Home Cinema Theatre System. Sharps völlig neuartige Sound Bar Systeme enthalten den rechten und linken Lautsprecher und einen Subwoofer – und simulieren eindrucksvoll realistischen Mehrkanal-Sound. Die Sound Bars lassen sich ideal an der Zimmerwand aufhängen oder in einem TV-Regal positionieren. Montage-Material für die Wandaufhängung und verstellbare Füße für die Regal-Aufstellung gehören zum Lieferumfang. Die neuen Sound Bar Systeme von Sharp bieten dem Kunden die komfortable Möglichkeit, einen hochwertigen Flach-TV mit einem ebenso perfekten Soundsystem zu ergänzen.

keiten über den bestehenden Internet-Anschluss, zeigte der japanische LCD-Technologie-Pionier ein Home Cinema Theatre System mit integriertem Blu-ray Player sowie Sharps erste „Sound Bar“, die den zur erstklassigen Bildqualität der Aquos TVs passenden Surround Sound abstrahlt und sich dabei harmonisch und unaufdringlich in eine Wohnum-

gebung integrieren lässt. Neben einem ausgefeilten iPod-Dock, einem 1.080p Home Cinema Projektor, stellte Sharp zwei neue Aquos Modellreihen vor: Sharps neue „Aquos HDTV BD Serie“ ist die weltweit erste High Definition TV-Geräte-Serie mit eingebautem Blu-ray Player für BD, DVD und CD Medien und setzt neue Standards bei Home Entertainment. Die BD Serie besteht aus fünf Modellen in den Größen 52 Zoll, 46 Zoll, 42 Zoll, 37 Zoll und 32 Zoll Bilddiagonale. Die TV-Geräte mit den Bezeichnungen LC-52BD-80U, LC-46BD80U, LC-42BD80U, LC-37BD60U und LC-32BD60U bieten mit ihrem integriertem BD-Player und dem Superlucent Advanced Super View (ASV) Panel für sensationell helle und scharfe Bilder den Komfort einer All in One Home Theatre Lösung. Das Superlucent ASV Panel ist mit einem „ultra-smooth finish“ beschichtet, das Reflexionen und Spiegelungen vermeidet und Kontrast und Helligkeit der Bilder optimiert. Die fünf Modelle der BD Serie sind im „Aquos Blue“ Design gehalten und lassen den unteren Querrahmen in einem subtil-blauen Farbton schimmern. Alle Geräte werden mit einem drehbaren Standfuß geliefert. Die Modelle LC-52BD80U, LC46BD-80U und LC-42BD80U arbeiten mit Fine Motion Enhanced Technologie, 120 Hz Bildwechsel-Fre-

quenz, einem 10-bit LCD-Panel für Deep Color Farbumfang und „dejudder“-Funktion zur Vermeidung von Ruckeln bei Spielfilmen. Die Betrachtungswinkel aller fünf Modelle liegen bei 176 Grad. Beim Einlegen eines Mediums in das Multislot BD-Laufwerk schaltet sich das Fernsehgerät automatisch ein. Die 52-Zoll-, 46-Zoll- und 42-Zoll-Geräte der BD-Serie sollen in den USA im Februar auf den Markt kommen. Die Aquos Modelle LC-42BD80U, LC-37BD60U und LC-32BD60U sind in den USA schon lieferbar.

**Panasonic „Messe-theater“
mit 16 Plasma-Displays
bis zu 150 Zoll**

Der japanische Elektronik Konzern Panasonic war auf der Consumer Electronics Show 2009 mit einer



Bereits in 2009 will Panasonic drei Plasma-TVs mit „Viera Cast“ ausstatten.

Fülle neuer Produkte präsent, darunter neue Full-HD-Fernseher, Blu-ray Player, HD-Camcorder und der weltweit erste portable Blu-ray Disc-Player. In einem „Messe-theater“ mit 16 Plasma-Bildschirmen demonstrierte Panasonic eindrucksvoll Anwendungsbeispiele für anwenderfreundliche HDTV-Technologie und machte interessierte Besucher durch von Experten vorgetragene Talkshow-Einlagen mit den Neuheiten und Anwendungsmöglichkeiten vertraut. Zu bestaunen war auch das mit 150 Zoll (3,81 Meter) Bilddia-

gonale größte Plasma-Display der Welt. In der „Viera Zone“ waren die neuesten Flachbild-TV-Geräte zu sehen, unter anderem das nur 25 mm dünne TC-P54Z1 mit „Neo-PDP Technology“. Hier konnte man auch Wireless-HD-Technologie für drahtlose, unkomprimierte, hochauflösende Video-signal-Übertragung und die IPTV-Anwendung „Viera Cast“ im Einsatz beobachten. Präsentiert wurden auch die Plasma-Displays der neuen G-Serie, von denen

**POS-MAIL
INHALT**

- Aktuell ... 6
- Displays ... 7
- Satellitentechnik ... 8
- Philips: Start in ein neues Fernsehzeitalter: 21:9 – Kino-Format für zu Hause ... 9



- Die Car+Sound zieht nach Köln ... 10
- Loewe: Faszination durch Komfort und Eleganz – Art SL: Die Kunst zu sehen... 10
- Samsung: Zusatzumsätze durch ertragsstarke Sortimente ... 11



- Mit JVC Camcordern ganz einfach Videos teilen ... 12
- Panasonic stellt neues Hybrid-Konzept vor: zehn neue Lumix Kameras ... 13



- Casio gönnt neuen Exilims neue Funktionen ... 14
- MP3 ... 15
- Canon: Legria – Synonym für HD- und Flash-Camcorder ... 15



- Oregon Scientific: Familienspaß – Action Cam mit Farbdisplay ... 16



- Unterhaltungselektronik ... 17
- Euronics: Erfolgreiches Geschäftsjahr 2007/2008 – gut gerüstet für 2009 ... 17
- Telekommunikation ... 18
- T-Mobile führt das erste Android-Handy G1 ein ... 19

- EcoNavigation spielt bei Garmin große Rolle ... 20
- Games ... 21

**Leserbefragung 2008:
Die Gewinner ... 22**

- Informationstechnologie ... 23
- Kleinanzeigen ... 23
- No(?)sense ... 23
- Impressum ... 23



Sharps „Aquos HDTV BD Serie“: die weltweit erste TV-Geräte-Serie mit Blu-ray Player.

einige mit einer Anbindung zum HDTV-Download von Amazon und integrierten Settop-Boxen für den US-Kabelnetzbetreiber Comcast ausgestattet waren. In der „Viera Future Zone“ konnte man sich einen Eindruck von zukünftigen LCD-Innovationen und PDPs verschaffen. Hier standen besonders dünne und lichtstarke Modelle im Interesse der Besucher, unter anderem ein energiesparendes 37-Zoll LCD-Gerät mit 1.000 Linien Auflösung. Im „3D Full-HD Plasma Theater“ demonstrierte Panasonic räumliches Heimkino mit Plasma-Fernsehgeräten und Blu-ray Playern. Die „Entertain Zone“ zeigte Blu-ray Player mit „Viera Cast“-Funktion für IPTV. Bereits in 2009 will Panasonic drei Plasma-TVs mit „Viera Cast“ ausstatten. Multimediale Inhalte von Amazon sollen in der ersten Jahreshälfte verfügbar gemacht werden. In den USA sollen Serien und Filme ab einer Gebühr von zwei US-Dollar abgerufen werden können.

Weltweit erster portabler Blu-ray Player „DMP-B15“ von Panasonic

Auf der CES stellte Panasonic den weltweit ersten portablen Blu-ray Player DMP-B15 vor. Der Player ist mit einem 8,9-Zoll W-SVGA Display mit 800 x 600 Bildpunkten ausgestattet. Das ist zwar keine High-Definition-Auflösung, aber über den HDMI-Ausgang kann man den portablen Blu-ray Player an einen Projektor, ein Display oder TV-Gerät mit Full-HD-Auflösung anschließen. Auch BD-Live Videoprogramminhalte aus dem Internet kann der DMP-B15

Player wiedergeben. Neben BD-ROMs werden DVDs und CDs abgespielt, SD-Karten ausgelesen, AVCHD-Files von HD-Camcordern wiedergegeben, MP3, JPG und DIVX Dateien abgespielt. Mit dem Internet verbunden, spielt der Blu-ray Player YouTube Videos ab und stellt auf einem Picasa Online Account gespeicherte Bilder direkt dar. Die Firma MOD Systems, ein in Seattle ansässiges Vertriebsunternehmen für digitale Distributionslösungen, gab auf der CES bekannt, zukünftig Filme von Warner und Paramount per SD-Card anbieten zu wollen. Die Filme würden in SD-Auflösungen



Panasonic stellte den weltweit ersten portablen Blu-ray Player DMP-B15 vor.

auf einem digitalen Server vorgehalten und dem Kunden beim Verkauf auf SD-Karten überspielt. Auf diese Weise könnten Händler eine große Zahl von Filmen vorrätig halten, ohne dass dabei Lagerkosten für vorbespielte Medien anfallen. Bisher standen solche Vertriebssysteme nur für CDs und DVDs zur Verfügung. Der Termin der Markteinführung für ein solches Angebot ist noch nicht bekannt.

JVC LT-42P300: Mit fünf neuen Modellen stellt JVC die zweite Generation LCD-TVs mit eingebautem iPod Dock vor.



JVC präsentiert 42-Zoll Full-HD LCD-TV-Monitor LT-42WX70

Mit dem neuen 42-Zoll Full-HD Monitor LT-42WX70 will JVC die Zielgruppe der Besitzer digitaler Spiegelreflex-Kameras ansprechen. Der superflache, leichtgewichtige Full-HD-Monitor deckt den erweiterten Farbraum ab und reproduziert farb- und detailgetreu hochauflösende, mit digitalen SLR-Kameras angefertigte Fotoaufnahmen. Der LT-42WX70 deckt 100 Prozent des HDTV Broadcast-Farbraums (sRGB.904) und 96 Prozent des Adobe RGB-Farbraums ab. Seine hohe Monitor-Qualität und die farbgerechte Darstellung garantiert Anwendern eine exakte Wiedergabe ihrer hochwertigen Videoaufnahmen und Digital-Fotos. Der LT-42WX70 stellt zur feinabgestimmten Korrektur 52 voreingestellte Bildkorrektur-Modi bereit. Die integrierte JVC Genessa Picture Engine reproduziert Videos scharf, klar und ohne Bildrauschen. Das superdünne Display wird zusammen mit einem eleganten Standfuß ausgeliefert. Optional kann ein zusätzlicher, andockbarer TV-Tuner erworben werden. Der JVC LT-42WX70 trägt das Energy Star 3.0 Siegel und verbraucht sehr wenig Energie.

JVC „TeleDock“-LCD-TV mit integriertem iPod Dock in zweiter Generation

Mit fünf neuen Modellen hat der japanische Elektronik-Hersteller auf der CES die zweite Generation seiner LCD-TV-Modelle mit eingebautem iPod Dock vorgestellt: Die Serie besteht aus dem 32-Zoll-Modell LT-32P300, dem 43-Zoll-Modell LT-42P300, dem 46-Zoll-Gerät LT-46P300 und den zwei „120 Hz Clear Motion Drive III“-Modellen LT-42P500 (42 Zoll) und LT-46P500 (45,9 Zoll). Jedes der fünf Modelle verfügt über eine signifikant verbesserte iPod-Unterstützung und fördert den direkten Anschluss an das TV-Gerät zur Wiedergabe von Fotos, Audiotiteln und Videoprogramm-Inhalten. Die Auswahl und das Abspielen der auf dem iPod gespeicherten Inhalte erfolgt über die Fernbedienung des TV-Geräts, die mit einer

P-Serie von JVC sind Full-HD-Displays mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Ausstattungshighlights sind Digital Noise Reduction, Dynamic Backlight und 1.080 24p/30p Ausgang. An Schnittstellen stehen 1x HDMI, S-Video-Eingang, PC-Eingang (D-sub) und ein analoger Video-Ausgang bereit. Das integrierte Audio-Teil liefert 2x10 Watt Musikleistung an zwei exklusiven JVC Konus Lautsprecherboxen.

JVC zeigt 7 mm flachen 32-Zoll LCD-TV mit LED-Backlight

Bei einer JVC-Veranstaltung außerhalb des CES-Geländes im Caesars Palace Hotel zeigte JVC ein funktionsfähiges LC-Display, das an seiner dünnsten Stelle nur 7 mm schmal war und an seiner dicksten Stelle 32 mm Gerätetiefe besaß. Das rund 5 kg leichte Display hing mit einer Magnet-Halterung flach an einer Wandfläche. Der Magnet war an der 32 mm tiefen Stelle in das Gehäuse des Displays integriert.

Als Hintergrundbeleuchtung kamen an der oberen und unteren Panel-Kante applizierte LED-Lichtquellen zum Einsatz. Bei einem relativ kleinen 32-Zoll-Display ist es nicht erforderlich, Lichtquellen an allen vier Seitenkanten anzubringen, erklärte ein Firmensprecher. Über die Anzahl der in den beiden Backlight-Units eingesetzten LEDs wollte er keine Angaben machen. Das LCD-Panel verfügte über eine native Auflösung von 1.920 x 1.080p und arbeitete mit 120 Hz Bildwechselfrequenz mit jeweils einem Black Insertion Frame zwischen zwei 60-Hz-Frames. JVC plant, ein Display mit dieser Technik gegen Ende 2009 auf dem Markt einzuführen. Ein Magnet wie bei dem Prototyp wird bei dem Serienmodell nicht eingebaut werden, erklärte der JVC-Sprecher.



Mit dem 42-Zoll Full-HD-Monitor LT-42WX70 will JVC Besitzer digitaler Spiegelreflex-Kameras ansprechen.

iPods nachempfunden ist und sowohl die Suche wie die Auswahl der abzuspielenden Audiotitel ermöglicht. Während des Abspielens werden der Name des Audiotitels, der Künstler, das Album und das Genre angezeigt. Wird der TV mit einem an das Internet angeschlossenen Computer über USB oder HDMI verbunden, kann die iTunes Oberfläche auf dem TV-Bildschirm dargestellt und mit dem iPod synchronisiert werden. Sobald der PC eingeschaltet wird, schaltet sich auch das TV-Gerät ein. Die LCD-TVs der neuen

Samsungs neue „LED-TV 7000“ sind so flach wie OLED-TVs

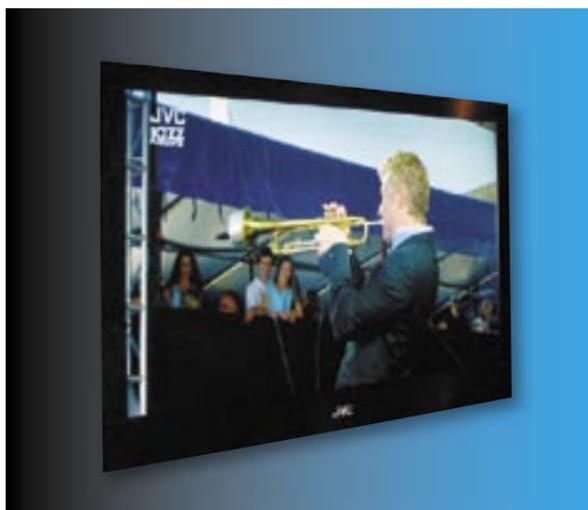
Auf der CES 2009 hat Samsung mit dem „LED-TV 7000“ eine neue Generation HD-Fernseher vorgestellt. Die



Die Samsung Displays der Serie 7000 erreichen ein bisher nicht realisiertes Kontrastverhältnis.

Die Samsung LED-7000 Reihe ist an der dicksten Stelle nur 30 mm tief.

Bezeichnung „LED-TV“ ist ein wenig irreführend. Es handelt sich um LCD-TV-Geräte mit LED-basierten Hintergrundbeleuchtungen. Die Leuchtdioden für die Hintergrundbeleuchtung sind nicht wie üblich hinter dem LC-Panel angeordnet, sondern ringsherum an den Schmalseiten des Panels im Rahmen installiert. Durch dieses raffinierte Konstruktionsdetail sind die neuen LCD-TVs selbst an der dicksten Stelle nur knapp 30 Millimeter flach – und das bei Bild diagonalen von 50 Zoll und höher. Besucher, die diese Geräte am Stand in der Central Hall gesehen hatten, waren überzeugt, dass es sich um OLED-TV-Geräte handeln müsse. Die Displays der Serie 7000 erreichen wie die Modelle der Reihen 8000 und 6000 ein bisher mit LC-Displays nicht realisiertes Kontrastverhältnis und besitzen ein ultra-schlankes Design. Verkaufspreise wurden noch nicht genannt.



Vorserienmodell eines JVC Full-HD LC-Displays, das an seiner dünnsten Stelle 7 mm schmal ist.



Jetzt anmelden zum Plus X Award Technology 2009!

Die fünf Plus X Award-Siegel für Innovation, Design, Bedienkomfort, Ergonomie und Ökologie sind die Auszeichnungsmerkmale zukunftsweisender Spitzenprodukte.

Hersteller können ihre Produkte noch bis zum 28. Februar 2009 beim Plus X Award anmelden. Informationen und Anmeldeformular unter: www.plusxaward.de

Pos Aktuell

Baumann ist neuer Vertriebsleiter Loewe

Friedhelm Bröker, Leiter des Loewe Vertriebs Zentraleuropa, hat im Rahmen der mittelfristigen Personalplanung des Unternehmens die Verantwortung für die Vertriebsleitung Deutschland und Österreich an Thomas Baumann übergeben. Friedhelm Bröker fungiert ab sofort als Vertriebsleiter Projektgeschäfte und übernimmt die Leitung der Verkaufsregion West. Thomas Baumann, seit 2005 erfolgreich bei Loewe als Verkaufsleiter West tätig, wird die vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit mit den deutschen und österreichischen Fachhandelspartnern von Loewe konsequent fortsetzen und weiter ausbauen.



Thomas Baumann

www.loewe.de

Kaltner jetzt Marketingdirektor bei Microsoft

Oliver Kaltner (40) tritt zum 16. Februar 2009 in die Geschäftsleitung von Microsoft Deutschland ein und übernimmt dort als Senior Regional Director Germany – Retail Sales & Marketing die Verantwortung für alle im Handel erhältlichen Microsoft-Produkte. Er berichtet an Achim Berg, Vorsitzender der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland, sowie an Michael Mott, Vice President Retail Sales & Marketing EMEA. Kaltner war zuletzt Marketing- und Vertriebsvorstand der Premiere AG. Zuvor hatte er bereits Führungspositionen in den Bereichen Marketing und Vertrieb bei Sony Deutschland, Electronic Arts und Nike inne. Martin Bachmayer, seit September 2008 Acting Director Retail Sales & Marketing, bleibt mit dem Eintritt von Oliver Kaltner weiterhin als Retail Sales Director für den Vertrieb in Deutschland verantwortlich.



Oliver Kaltner

www.microsoft.de

Neue Geschäftsführung bei bhv

Dieter Dedede ist mit Ablauf des Jahres 2008 aus der bhv Software GmbH ausgeschieden. Nach acht Jahren als Geschäftsführer und insgesamt zwölf Jahren als Angestellter verlässt Dedede das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um sich anderen Aufgaben zu widmen. Karsten Krogmann und Sabine Gahrns leiten die Geschäfte des Software-Publishers weiterhin. Das operative Geschäft übernimmt nach dem Weggang Dededes jetzt Karsten Krogmann zusätzlich zu seinen Aufgaben als Leiter des internationalen Vertriebs. Kaufmännische Geschäftsführerin bleibt hingegen Sabine Gahrns, die diese Position seit Juni 2008 innehat.



Dieter Dedede

www.bhv.de

Leute stärkt Vertrieb bei beyerdynamic

Seit kurzem verstärkt ein erfahrener Neuzugang aus der Audiobranche das Global Market Team im Headquarter bei beyerdynamic. Wolfgang Leute (46) übernimmt ab sofort die Vertriebsleitung für die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA). Fast 20 Jahre Erfahrung im internationalen Geschäft, zuletzt bei Shure Europe GmbH als Director Distribution Management, bringt der Diplom-Volkswirt in seine neue Aufgabe bei beyerdynamic ein. „Wir versprechen uns von der Zusammenarbeit einen großen Schub in der Entwicklung der Geschäfte in diesen für uns so wichtigen Regionen“, so beyerdynamic Geschäftsführer Wolfgang Luckhardt.

www.beyerdynamic.de

Neuer Senior Manager bei LG Electronics

Ab sofort ist Andreas Schur neuer Senior Manager Buying Groups bei LG in Willich. Die Stelle des Senior Managers wurde neu geschaffen, um eine fachhandelsorientierte Ausrichtung der Vertriebspolitik kurzfristig zu verstärken und mit entsprechenden Maßnahmen zu hinterlegen. Schur berichtet direkt an Dirk Dreser.



Andreas Schur

www.lge.de

Anixe HD wird neuer TV-Partner des Plus X Awards

Der Plus X Award und der Fernsehsender Anixe HD gehen ein langfristiges strategisches Arrangement ein. Als offizieller TV-Partner wird Anixe HD künftig nicht nur live von den Messepräsenzen des Plus X Awards aus über aktuelle Trends sowie über die aktuellsten Produktinnovationen der Technologie- sowie Sport- und Lifestyle-Branche informieren, sondern auch die Plus X Award-Night in hochauflösender Qualität präsentieren. Anixe HD berichtete bereits auf der photokina 2008 täglich live vom Plus X Award-Areal aus. Im eigens für die Hall of Fame konzipierten Fernsehstudio sorgten Expertentalks mit Herstellern, Branchenkennern und Jurymitgliedern für spannende Unterhaltung. Anixe HD ist via HD Receiver über Astra, diverse Kabelnetze und IPTV (T-Home Entertain) empfangbar und bietet ein Serviceportal mit Blu-ray Shop, ANIXEmusic sowie Deutschlands erstem DiO- und VoD-Angebot. Das Programm-Portfolio von Anixe HD reicht derzeit von aktuellen Spielfilmen und Serienhighlights über Kultfilme und zeitlose Klassiker bis hin zur Übertragung hochwertiger Sportevents wie die Olympischen Spiele, zeitversetzte Fußball-Bundesliga und die Live-Übertragung der WM-Qualifikation.

www.plusxaward.de

Bestnoten für Metz

Mit der Note 1,78 erzielt Metz in der Gesamtbeurteilung im BVT Leistungsspiegel 2008 erneut das beste Ergebnis. Zum zwölften Mal in Folge wurde das Unternehmen vom deut-

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

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

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

schen CE-Fachhandel zum Spitzenreiter gewählt. Dies bestätigt die nachhaltige Strategie des inhabergeführten, mittelständischen Unternehmens, mit selektiver Vertriebspolitik auf die Beratungs- und Service-Kompetenz des Fachhandels zu setzen. Unterstützt wird dieses Konzept durch die erfolgreiche Arbeit des Metz Kundendienstes, der mit erstklassigem Service zugleich die Kompetenz des Fachhandels stärkt. Und alles auf der Grundlage einer anspruchsvollen Produktphilosophie mit Entwicklung und Produktion „made in Germany“. „Das Ergebnis der BVT-Umfrage sehen wir als Bestätigung, dass der Fachhandel mit unserer Arbeit zufrieden war und unsere Strategie einer wertorientierten Vermarktung vor Ort erfolgreich umsetzt“, freut sich Robert Trapp, Metz-Vertriebsleiter Deutschland und Österreich. „Wir sind uns aber auch der Verpflichtung bewusst, dass der Fachhandel von uns erwartet, dass wir unser einzigartiges Vertriebskonzept in seinem Sinne weiterentwickeln müssen.“



Robert Trapp

TechniSat verstärkt sein Exportgeschäft

TechniSat baut sein Exportgeschäft weiter aus und möchte so der international steigenden Nachfrage nach qualitativ hochwertigen LCD-Fernsehern und Set-Top-Boxen nachkommen. Vor allem europäische Märkte wie zum Beispiel Frankreich oder Skandinavien sollen gestärkt werden. Aus diesem Grund plant das Unternehmen, am Firmensitz in Daun seine Vertriebsmannschaft Export zu verstärken. TechniSat ist in unterschiedlichen Geschäftsfeldern aktiv. Die TechniSat Produktpalette umfasst Digitalreceiver für den Empfang des digitalen Satelliten-, Kabel- und Antennen-(DVB-T)-Fernsehens, LCD-TV-Geräte, Autoradios und Navigationssysteme – sowie PC-Komponenten, Multischalter, Kopfstationen, Installationszubehör, etc. Vom Hauptsitz Daun/Vulkaneifel aus werden die Verwaltungs-, Vertriebs- und Marketingaktivitäten gesteuert. Hier arbeiten ca. 300 Mitarbeiter (insgesamt beschäftigt die TechniGruppe ca.

1.500 Mitarbeiter), darunter ca. 70 Auszubildende, aus unterschiedlichen Bereichen wie z. B. Vertrieb, Marketing, Einkauf, Service, Technik, EDV, Rechnungswesen und Lagerlogistik. www.technisat.de

White Light Consultations auf der ISE 2009

White Light Consultations (WLC) wird vom 3.–5.2.2009 im Rahmen der Integrated Systems Europe 2009 am Stand 1H93 von Stewart Filmscreen vertreten sein. In praxisbezogenen Workshops zeigt Marcel Gonska, Inhaber und Gründer der WLC, welches Potential in High-Definition Filmmaterial steckt und wie Hersteller, Händler und in letzter Konsequenz auch der Verbraucher von einer richtigen Kalibrierung von Projektoren und Displays profitieren. Die Präsentationen finden täglich um 10.00 und 15.00 Uhr statt und dauern jeweils 30 Minuten. WLC hat sich zum Ziel gesetzt, durch eine korrekte Bildreproduktion bei TV-Displays und Projektoren die Erhaltung der Filmkunst zu forcieren.

www.wlc-online.net

Plantronics-Studie – Arbeiten im Home Office

Wer die Mitarbeiter fragt, bekommt eine klare Antwort: 76% würden gern flexibel entscheiden, ob sie von zu Hause aus arbeiten oder nicht. Das ist das Ergebnis einer neuen repräsentativen Studie, die der Headset-Hersteller Plantronics in Auftrag gegeben hat. Dazu wurden deutschlandweit 1.009 Büroangestellte in Voll- und Teilzeit befragt. Der Großteil der Befragten (37%) arbeitet bisher ausschließlich im Büro. Immerhin arbeiten 23% ein bis zehn Stunden pro Woche von zu Hause aus. Die große Mehrheit (76%) möchte zwischen Büro und Home Office wählen können. Und der Lieblingsarbeitsort steht für 53% der Befragten auch fest: das Home Office. „Die aktuelle Plantronics-Studie zeigt einmal neu: Die Men-

schen wollen ins Home Office. Die Technologie, mit der Menschen jederzeit und überall intelligent zusammenarbeiten können, ist verfügbar. Die Menschen leben längst privat den Digital Lifestyle, jetzt wollen sie ihn endlich auch arbeiten“, sagt Oliver Jungklaus, Marketing Business Manager bei Plantronics DACH. www.plantronics.de

Sanus gestaltet Webseite neu

Sanus Systems, Anbieter von Wandhalterungen und AV-Zubehör, hat seine Website nochmals optimiert. Kunden haben nun die Chance, sich noch schneller einen Überblick über die verschiedenen Produktparten zu verschaffen. Mit dem unmittelbar auf der Startseite platzierten Mountfinder und dem Heightfinder kann jeder Nutzer sofort die optimale Wandhalterungslösung für seinen Flachfernseher aus-



findig machen. Durch Eingabe des Herstellernamens sowie des speziellen Modells errechnet der Computer nach nur einem Klick, welche Wandhalterung für das Flat-TV-Modell in Frage kommt. TV Wall Mounts, AV Furniture, Speaker Stands und Accessories heißen die Rubriken, in denen der Nutzer stöbern kann. Ein Klick auf die jeweilige Kategorie, und der Kunde taucht in die jeweilige große Produktwelt ein, die er sich dann durch weitere Klicks genauer anschauen kann. So ist gewährleistet, dass wenig Zeit auf der Strecke bleibt und jeder Kundenwunsch erfüllt wird. Ein Händlerverzeichnis führt den Endverbraucher dann schnell zu einem Fachhändler in seiner Nähe.

www.sanus.com

Unterhaltungselektronik brachte 2008 Rekordumsätze

Der deutsche Markt für digitale Consumer Electronics ist 2008 trotz der Finanz- und Wirtschaftskrise weiter gewachsen. Nach ersten Schätzungen des Bitkom wurden knapp 12,3 Milliarden Euro umgesetzt, rund 4,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

„Die Fußball-EM und die Olympischen Spiele haben dem Markt für digitale CE den erhofften Schwung gegeben“, sagte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg. Um über 20 Prozent auf 0,8 Milliarden Euro schrumpfte hingegen der Teilmarkt der analogen Unterhaltungselektronik. Dazu gehören etwa Videorecorder und Röhrenfernseher. Der Gesamtmarkt für Unterhaltungselektronik ist 2008 um 2,3 Prozent auf 13,0 Milliarden Euro gewachsen. Im Weihnachtsgeschäft waren Flachbildfernseher besonders beliebt. Für die modernen TV-Geräte haben die deutschen Verbraucher 2008 rund 4,9 Milliarden Euro ausgegeben.

Mit Flachbildfernsehern werden auch dieses Jahr voraussichtlich fast 40 Prozent des gesamten CE-Umsatzes gemacht. Über 90 Prozent der Flat-TVs sind inzwischen Full-HD oder HD-ready. „Vom Trend zu hochauflösenden TV-Bildern profitieren auch die Hersteller von Zusatzgeräten. Der Umsatz mit digitalen Set-Top-Boxen und Satellitensystemen wird 2009 voraussichtlich um 15 Prozent wachsen“, sagte Berg. Weitere Renner werden 2009 insbesondere Spielekonsolen, Fotoapparate und digitale Bilderrahmen sein. MP3-Player profitierten vor allem vom Trend zu hochwertigen Geräten mit immer größeren Speichermöglichkeiten. www.bitkom.de



Taiwans LCD-Panel-Hersteller: Nachfrage belebt sich wieder

Die LCD-Panel-Hersteller in Taiwan freuen sich, laut eigenen Aussagen, über eine „Rückkehr der Nachfrage“. Die Auftrags-eingänge der wichtigsten LCD-TV-Hersteller „erwärmen“ sich im Januar wieder, verlautes aus industrienahen Kreisen. Weil sich die Saisonumsätze trotz der internationalen Finanzkrise besser als erwartet entwickelt hätten, seien Lagerbestände bei den Kunden der Panel-Hersteller nun weitgehend abgebaut, berichten Marktbeobachter. Die Kette der Zulieferung von Komponenten zur Produktion von LCD-TV's war gegen Ende des vergangenen Jahres aus dem Takt geraten, nachdem zahlreiche Komponenten-Hersteller ihre Produktion im vierten Quartal 2008 wegen eines erwarteten Rückgangs der Nachfrage stark zurückgefahren oder vorübergehend eingestellt hatten. Im November und Dezember haben die weltweit größten Fernsehgeräte-Hersteller keine oder nur noch sehr geringe Stückzahlen an LC-Display-Panels aus Taiwan bezogen. Wegen weiter bestehender Unsicherheiten über die weltweite Entwicklung des Flach-TV-Marktes haben die großen globalen TV-Anbieter für den Jahreszeitraum 2009 bisher noch keine Kontrakte für ihre Panel-Zukäufe bei Taiwans Panel-Herstellern unterzeichnet.

Taiwans größter LC-Panel-Hersteller reduziert Belegschaft um 2%

AU Optronics (AUO), Taiwans größter LCD-Panel-Hersteller, verringert die Anzahl seiner Mitarbeiter um 2%. Beginnend im Januar, will AUO die Arbeitsverträge von 700 seiner weltweit 38.000 Beschäftigten nicht mehr erneuern. AUO begründet diesen Schritt mit der Notwendigkeit, jedes Jahr erneut zu prüfen, welche Teilbereiche des Unternehmens noch zusätzliche Arbeitskräfte benötigen oder auf nicht voll ausgelastete Mitarbeiter verzichten können. Andere taiwanische Panel-Produzenten wie Chi Mei Optoelectronics (CMO) und Wintek hatten ihre Belegschaften schon im Dezember 2008 verringert: CMO beendete in seiner Fabrik in Science Park (STSP), Süd-Taiwan, die Arbeitsverhältnisse mit 3.600 Kontrakt-Arbeitern, während Wintek alle Zeitarbeiter nicht weiter beschäftigt und zusätzlich die Anzahl seiner regulären Mitarbeiter um 10% reduzierte. Zwecks Anpassung an die konjunkturbedingte Abschwächung der Panel-Nachfrage haben alle taiwanischen Panel-Hersteller ihre Produktionskapazitäten zurückgefahren: AUO lastete seine Produktion im vierten Quartal 2008 nur mit 60% aus, während CMO, Chunghwa Picture Tubes (CPT) und HannStar Display laut Angaben von Marktbeobachtern nur mit 50% der maximalen Kapazität arbeiteten.

Wintek verschiebt Bau seiner neuen 4.5G LCD-Panel-Fabrik

Weil die erwartete weltweite Gesamtnachfrage für small-to medium-size LCD-Panels in 2009 vermutlich schwach bleiben und nicht zunehmen wird, hat sich der taiwanische LCD-Panel-Hersteller Wintek entschlossen, den Bau seiner geplanten

4,5G Panel-Produktion im Science Park (STSP), Süd-Taiwan, zu verschieben. Wintek hatte im Juli 2008 angekündigt, den Bau der neuen Produktionsanlage durch die Ausgabe börsennotierter „Depositary Receipts“ (DRs) im Wert von 331–397 Millionen US-Dollar über die Taiwan Stock Exchange zu finanzieren. Doch die weltweite Finanzkrise zwang Winteks Board of Directors, seine diesbezüglichen Planungen zu ändern.

LCD-TV-Markt in China erreicht 18 Millionen Stück in 2009

Wegen der wirtschaftlichen Folgen der weltweiten Finanzkrise rechnen die taiwanischen LCD-Panel-Hersteller für das Jahr 2009 nicht mit einer Zunahme der Bestellungen aus den Reihen der großen Flach-TV-Hersteller. Im besten Fall werde das Auftragsvolumen der führenden TV-Anbieter die gleiche Höhe wie in 2008 erreichen, berichtet der Marktbeobachter Digitimes in einer aktuellen Analyse. Unternehmen wie Samsung Electronics, Sony und LG Electronics würden ihre Weichen zunehmend auf den Bezug von Panels aus eigenen Produktions-Quellen umstellen. Deshalb schauen Taiwans Panel-Produzenten nun mit großem Interesse auf den chinesischen Flach-TV-Markt, der in diesem Jahr die Schwelle von 18.000 LCD-TV-Geräten erreichen oder überschreiten soll. China ist noch immer einer der Märkte mit dem größten Umsatz und Altbestand an Röhren-TV-Geräten (CRTs). Das hier für die kommenden Jahre schlummernde Potential für den Wechsel auf LCD-TV-Geräte ist gewaltig.

Taiwans größte Panelmacher melden trotz allem Gewinne für 2008

Trotz dem als Folge der eingetrübten globalen Konjunkturaussichten in der zweiten Jahreshälfte abgeschwächten Geschäftsverlauf erwarten die drei größten LCD-Panel-Hersteller auch für 2008 wieder Gewinne. Die vor allem im vierten Quartal hinzunehmenden Verluste wurden durch den Absatz-Boom der ersten Jahreshälfte mehr als ausgeglichen, berichtet der Marktforscher Digitimes in seinem ICT/FPD Report: AUO erwirtschaftete in den ersten drei Quartalen des

Jahres 2008 ein Nettoeinkommen von 48,2 Milliarden Taiwan-Dollar (NT\$). Bei einem erwarteten Verlust von 18 Milliarden NT\$ im vierten Quartal verbleibt AUO ein Jahres-Nettoeinkommen von 30 Milliarden NT\$ (900 Millionen US-Dollar) für 2008.

Der Panel-Hersteller CMO erlitt im vierten Quartal vermutlich einen Verlust in Höhe von 15–20 Milliarden NT\$. Das Nettoeinkommen von 24,8 Milliarden in den ersten drei Quartalen sorgt aber dafür, dass CMO für 2008 ein Nettogewinn von 4,8–9,8 Milliarden NT\$ (144–294 Millionen US-Dollar) übrigbleiben wird. Innolux Display erwirtschaftete in den ersten drei Quartalen 6,8 Milliarden NT\$. Der Panel-Hersteller rechnet für das vierte Quartal mit 2 Milliarden Verlust, so dass ein Nettoeinkommen von 4,8 NT\$ (144 Millionen US-Dollar) als Jahresgewinn verbleibt. Die nächstgrößten LCD-Panel-Hersteller Taiwans erwirtschafteten in der zweiten

5–10% Marktanteil für LCD-TV's mit LED-Backlights in 2009

Sinkende Produktionskosten für weiße LED-Hintergrundbeleuchtungen und ein schnell zunehmender Bedarf an ultraflachen TV-Geräten mit energiesparenden und umweltschonenden Eigenschaften motivieren Panel-Hersteller und TV-Geräte-Anbieter zur verstärkten Promotion von LCD-TV's mit LED-basierten Hintergrundbeleuchtungen: Samsung Electronics hat bereits 2008 ein 52-Zoll LCD-TV-Panel mit weißen Backlight-LCDs auf den Markt gebracht und wird dieses 2009 wahrscheinlich zu einer kompletten Produktreihe mit Panel-Größen von 46 Zoll bis 55 Zoll ausbauen. AU Optronics (AUO) und LG Display planen ebenfalls die Aufnahme der Produktion von 40-Zoll LCD-Panels mit weißer LED-Hintergrundbeleuchtung. Samsung hat für das Frühjahr 2009 eine Serie großformatiger LCD-TV-Geräte mit weißen LED-Hintergrundbeleuchtungen angekündigt, und es wird erwartet, dass auch Sony 2009 Modelle mit LED-Backlights auf den Markt bringen wird. Panel-Macher und TV-Hersteller stimmen in der Einschätzung überein, dass sich die Preisdifferenz zwischen LCD-TV-Geräten mit herkömmlichen Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen und TV-Geräten mit LED-basierten LCD-Panels nur noch zwischen 100–200 US-Dollar bewegen wird, wenn man anstatt der aufwendigeren RGB-LEDs weiße LEDs einsetzt. Marktbeobachter erwarten in 2009 einen Anstieg bei LCD-TV's mit LED-Hintergrundbeleuchtung auf 5 bis 10% aller verkauften Geräte.

ler J Touch profitierte von Samsungs Aufträgen für Mobil-Telefon-Panels und erhöhte seinen Umsatz im vierten Quartal um 49,78%. Die Hersteller „Transtouch Technology“ und „Mildex Optical“ fokussierten sich auf PC-Applikationen (IPC), wie PoS (point of sale), Car Navigation und Produkte für den militärischen Einsatz. Weil sich der IPC-Markt wesentlich stabiler als der Markt für Consumer Electronics verhält, erhöhte Mildex Optical seinen Umsatz im vierten Quartal um 8,17%, während Transtouch lediglich eine leichte Abschwächung seiner Umsätze um 1,12% hinnehmen musste.

Notebooks mit LED-Backlights in Mainstream-Größen im 3. Quartal 2009

Taiwanische Hersteller von LED-Backlight-Units für Notebook-Displays (LED-BLU) erwarteten einen starken Anstieg der Nachfrage nach LED-Backlights für Notebook-Displays in den meistgefragten Standardgrößen zwischen 12 bis 15 Zoll Bilddiagonale bisher im kommenden Frühjahr. Doch nun scheint es, als ob sich der Beginn einer breiten Verfügbarkeit von 12-bis 15-Zoll-Notebooks mit LED-BLUs bis zu Beginn des dritten Quartals 2009 verzögern wird. Die optimistische Einschätzung über den frühen Zeitpunkt basierte auf den hohen verkauften Stückzahlen kleiner Netbooks und Mini-Notebooks, die bereits nahezu ausnahmslos mit LED-BLUs ausgestattet sind. Der Anteil an LED-Hintergrundbeleuchtungen wird laut Erwartungen von Marktbeobachtern bei den Größen 10 Zoll und kleiner im ersten Quartal 2009 auf 95% steigen. Die Kosten für Backlight-Units mit Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL) für LCD-Panels mit 12-Zoll-Bilddiagonale und größer sind in den letzten Monaten ständig gesunken und liegen zur Zeit zwischen 10–30% niedriger als die Preise für LED-BLUs der gleichen Größen. Aus diesem Grund hat die Bereitschaft zum Umstieg auf LED-basierte Hintergrundbeleuchtungen bei den Notebook-Herstellern zur Zeit nachgelassen. Die Marktanalysten erwarten den Beginn der Nachfrage nach LED-BLUs für Notebooks in Größen zwischen 12–15 Zoll zu Beginn des 3. Quartals 2009, wenn neue Notebook-Modelle auf den Markt kommen. Die Marktdurchdringung mit LED-Hintergrundbeleuchtungen bei den verkauften Notebooks soll den Prognosen zufolge von 10% in 2008 auf bis zu 40% in 2009 ansteigen.

Epistar meldet Vollbeschäftigung

Der führende taiwanische LED-Chip-Hersteller Epistar vermeldet den Eingang von eiligen Aufträgen, die das Unternehmen bis zum chinesischen Neujahrsfest in der Kapazität voll auslasten. Die Eilaufträge für LEDs zur Herstellung von Backlight-Produkten Anzeige-Displays allein würden jedoch noch nicht zu einer dauerhaften Auslastung der vorhandenen Kapazitäten führen, teilte Epistar mit. Die für Januar vorliegenden Aufträge haben die Höhe von 300 Millionen NT\$ (9 Millionen US-Dollar), und es wird erwartet, dass die Aufträge für Februar das Januar-Volumen übersteigen werden. Epistars Dezember-Umsätze in 2008 lagen mit 460 Millionen NT\$ um 28,87% unter den 647 Millionen NT\$ Umsatz im November 2008.

Jahreshälfte Verluste in einer größeren Höhe als die Gewinne der ersten Jahreshälfte und werden deshalb im Jahresergebnis 2008 rote Zahlen schreiben müssen: Chunghwa Picture Tubes (CPT) wird 2008 wahrscheinlich einen Verlust von 7,89 Milliarden NT\$ hinnehmen müssen: Das Unternehmen verbuchte im ersten Halbjahr einen Nettogewinn von 6,19 Milliarden NT\$. Dem stehen jedoch Verluste von 6,08 Milliarden NT\$ im dritten Quartal und 8 Milliarden NT\$ im vierten Quartal gegenüber. Der Panel-Hersteller HannStar erzielte im ersten Halbjahr einen Nettogewinn von 4,71 Milliarden NT\$, der jedoch durch Verluste von 3,21 Milliarden NT\$ im dritten Quartal und 3 Milliarden NT\$ im vierten Quartal mehr als aufgezehrt wird, wodurch als Jahresergebnis ein Verlust in Höhe von 1,5 Milliarden NT\$ bilanziert werden muss.

Sharps Einstieg in die 40-Zoll-Klasse trifft Taiwans Panel-Hersteller

Nachdem Sharp bei der Erweiterung seines TV-Geräte Line-up für 2009 auch ein 40-Zoll-Modell angekündigt hat, vermuten Branchen-Insider, dass der japanische LCD-Technologieführer sich durch die Aufnahme der Produktion von 40-Zoll LCD-Panels (102 cm) als zukünftiger Panel-Lieferant für Sony TV-Geräte in Position bringt. Sharp hatte bisher in seinem breit gestuften Angebot keine TV-Modelle der Größe von 40 Zoll. Wenn Sharp zukünftig auf seinen aktuellen Produktionsanlagen und der im März 2010 an den Start gehenden, gemeinsam mit Sony als Joint-venture betriebenen 10G Panel-Fabrik auch LCD-Panels mit 40 Zoll Größe herstellt, würden die taiwanischen Panel-Hersteller AU Optronics (AUO), Chi Mei Optoelectronics (CMO) und Chunghwa Picture Tubes (CPT) das entsprechende bisherige Auftragsvolumen verlieren. Auch bei Berücksichtigung der schwierigen Weltwirtschaftslage erwartet Sony im laufenden Jahr den Verkauf von 17–18 Millionen LCD-TV-Geräten.



Programmvietfalt mit der TechniSat Tritenne

TechniSat weitet sein Produktsortiment im Bereich Multifeedanlagen weiter aus und präsentiert seine neue Tritenne für den gleichzeitigen Empfang von drei Orbitpositionen. Mit der Empfangseinheit der Tritenne können mehr als 1.000 digitale TV- und Radioprogramme von den drei Orbitpositionen Astra 19,2° Ost, Eutelsat Hotbird 13° Ost und Eutelsat Eurobird 9° Ost parallel mit einer nur 45 cm kleinen Sat-Anlage empfangen



werden. Und das ohne zusätzlichen Drehmotor. Die Tritenne besteht aus einem Tritenne V/H-LNB sowie einer nur 45 cm kleinen Sat-Antenne. Die für den Ein-Teilnehmer-Empfang konstruierte Außen elektronik der Tritenne wird über einen integrierten DiSEqC-Switch gesteuert, so dass lediglich ein Koax-Kabel vom Receiver zur Außenanlage verlegt werden muss. Die Ausrichtung erfolgt auf die Orbitposition Eutelsat Hotbird 13° Ost. Die Orbitpositionen Astra 19,2° Ost und Eutelsat Eurobird 9° Ost werden dann automatisch mit empfangen, ganz ohne komplizierte Einstellungen. Die Antenne für den Ein-Teilnehmer-Empfang ist für 189,99 Euro erhältlich.

www.technisat.de

HDMI-Receiver für DVB-T von Technotrend

Mit dem TT-micro T330 HDMI überträgt TechnoTrend das Konzept der HDMI-Receiver auf den Empfangsweg DVB-T. Der neue Receiver bringt TV-Signale durchgehend digital und ohne Qualitätsverlust auf das TV-Gerät. Mit der integrierten „perfect upscale“-Technologie werden die empfangenen standardaufgelösten Bilder an die Darstellungsmöglichkeiten moderner High Definition-Displays angepasst. Anders als beim Scart-Anschluss ermöglicht die HDMI-Schnittstelle des TT-micro T330 HDMI digitale Signalübertragung bis zum Bildschirm. Der Kunde



sieht so auch standardaufgelöste DVB-T-Programme in brillanteren Farben und schärferen Bildern. Zur optimalen Darstellung der in Standard Definition ausgestrahlten Programme auf modernen Flachbildschirmen verfügt der Receiver über die „perfect upscale“-Technologie. Eine intelligente Software konvertiert die Bilder in die Formate 576p, 720p

und 1080i. Die Formatumschaltung zwischen 4:3 und 16:9 erfolgt automatisch. Zusätzlich bietet der Receiver zwei Scart-Anschlüsse, die etwa zum Anschluss eines Videorecorders dienen können. Auch die gleichzeitige Bildausgabe über HDMI und Scart ist möglich. Zur Tonausgabe stehen ein digitaler optischer sowie ein analoger Tonausgang zur Verfügung. Das Gerät ist für 119 Euro erhältlich.

www.technotrend.com

WISI-Schulungen im 1. Halbjahr 2009

Eine gute Vorbereitung und Wissen ist die halbe Miete. Dies gilt insbesondere auch im immer härteren Wettbewerb. WISI veranstaltet seit Jahren praxisnahe Lehrgänge rund um die Empfangs- und Verteiltechnik. Die zweitägigen Schulungskurse beschäftigen sich im 1. Halbjahr 2009 neben Grundlagen des Digitalempfangs via Satellit, Kabel und Antenne mit aktuellsten BK-Techniken sowie strukturierten Multimediasystemen. WISI achtet bei der Terminauswahl auf den laufenden Fachbetrieb. Daher finden alle Schulungen freitags und samstags jeweils ab 10.00 Uhr statt. Die Kosten für einen zweitägigen Lehrgang belaufen sich auf 139 Euro. Darin enthalten ist eine Hotelübernachtung. Wegen hoher Nachfrage bietet WISI darüber hinaus am 12. März 2009 einen Tageskurs zur analogen und digitalen Messtechnik für eine Teilnehmergebühr von 79 Euro an. Alle Lehrgänge finden im WISI-eigenen Schulungszentrum in Niefern statt. Anmeldungen nimmt WISI-Marketing (Tel: 07233 – 66 215; Fax: 07233 66 309) entgegen.

Termine im 1. Halbjahr 2009

- 6. bis 7.2.2009
Terrestrische Empfangstechnik und DVB-T
- 13. bis 14.3.2009
Satellitenempfangstechnik
- 8. bis 9.5.2009
Hausverteiltechnik
- 3. bis 4.4.2009
Kopfstellentechnik/Kanalaufbereitung
- 12.3.2009
Messgerätetechnik analog/digital
Universalmessempfänger WA 70

www.wisi.de

DigitalBOX Europe baut Marke „Imperial“ aus

Ab sofort bringt die DigitalBOX Europe GmbH mit dem Imperial DB 2 und dem Imperial DB 2 basic zwei DVB-S Receiver für alle frei empfangbaren TV- und Radioprogramme in den Handel. Der Imperial DB 2 verfügt über ein 4stelliges LE-Display und lässt sich mit seinen sieben Bedienknöpfen auch ohne Fernbedienung komfortabel handhaben. Darüber hinaus unterstützt das Gerät, genauso wie der Imperial DB 2 basic, DiSEqC 1.0/1.1/1.2. Neben zwei Scart-Anschlüssen und einem Hauptnetzschalter verfügt der Imperial DB 2 über einen optischen und elektrischen Digitalausgang sowie viele weitere Features wie vorprogram-



mierte Programmliste, Favoritenliste, Timerplätze, EPG, Videotext und Videotextuntertitel, Kindersicherung und drei Mini-Spiele. Der Imperial DB 2 ist zu einem Preis von 59,95 Euro (UVP) und der Imperial DB 2 basic für 44,95 Euro erhältlich.

www.digitalbox.de

Humax bringt HDTV-Festplatten-Receiver

Der Humax PDR iCord HD empfängt digitales Fernsehen einschließlich HDTV sowie das gesamte Premiere Programm. Mit dem PDR iCord HD können die Fernsehzuschauer nicht nur alle Programme sehen, sie entscheiden auch wann. Durch einen übersichtlich aufgebauten Elektronischen Programmführer (EPG) fällt die persönliche Entscheidung für ein Programm leicht, schnell und komfortabel per Tastendruck. Zum Empfang des Premiere Programms benötigen die Zuschauer nur die entsprechende Smartcard, denn das Premiere Zugangssystem ist bereits integriert. Ein zusätzlicher Common-



Interface Schacht sorgt für Flexibilität beim Empfang weiterer verschlüsselter TV-Angebote. Die integrierte 250-GB-Festplatte ermöglicht das bequeme Aufzeichnen besonderer Programmhilights in HD- (ca. 30 Std.) und Standard-Auflösung (ca. 150 Std.) sowie dank der Timeshift-Funktion zeitversetztes Fernsehen. Durch die Bildverbesserungstechnologie Best Picture werden herkömmliche Digitalprogramme in Standardauflösung digital hochgerechnet und entfalten so auf Großbildfernsehern ihr gesamtes Potential.

www.humax-digital.de

Unikabelsystem smart DPA 51

Das intelligente Unikabelsystem DPA 51 ermöglicht die Verteilung von digitalen Satellitensignalen an bis zu acht digitale Satellitenreceiver über ein einziges Kabel. Mit dem modernen Unikabel-Umsetzer smart DPA 51 können Mietparteien in Häusern mit klassischer Verkabelung in Baumstruktur alle Programme einer Satellitenposition empfangen. Der smart DPA 51 wird dazu lediglich an eine Satellitenschüssel mit Quatro LNB angeschlossen und leitet das Satellitensignal an bis zu acht



verschiedene Antennendosen. Entsprechende unikabeltaugliche Receiver empfangen dann wie gewohnt alle Programme und geben diese ohne Qualitätsverlust wieder. Mittels eines separaten Frequenzumsetzers können zusätzlich zwei Transponder eines weiteren Satelliten empfangen werden. Zudem kann eine terrestrische Antenne an den smart DPA 51 angeschlossen werden, um terrestrisch verbreitete Programme einzuspeisen. Bei Bedarf lässt sich das System durch den Anschluss weiterer Unikabel-Umsetzer problemlos erweitern. Der Unikabel-Umsetzer smart DPA 51 ist ab sofort für 239,95 Euro erhältlich.

www.smart-electronic.de

Drei neue DVB-T Settop-Boxen von Xoro

Die MAS Elektronik AG, der deutsche Hersteller von Home Entertainment-Produkten der Marke Xoro, bringt



drei neue Digital Receiver auf den Markt. MAS setzt zu Beginn des neuen Jahres auf Digital-TV. Mit den Modellen Xoro HRT 1280, HRT 3500 und HRT 4000 geht der Umstieg vom Analog- zum Digital-Fernsehen einfach vonstatten. Alle Modelle lassen sich komfortabel bedienen. Die Palette reicht vom einfachen Ein-

stiigs-Receiver bis zur voll ausgestatteten DVB-T-Multimedia-Box. Der HRT 3500 und der HRT 4000 besitzen das gleiche Design, unterscheiden sich aber in der Ausstattung.

www.xoro.de

HDTV-Receiver der Einstiegsklasse von WISI

Die WISI Communications GmbH & Co. KG erweitert ihr Portfolio und bietet einen vollausgestatteten, digitalen HDTV Sat-Receiver in der Einstiegsklasse an. Mit einem bereits im Lieferumfang enthaltenen Infrarot-Empfänger (OB 03) lässt sich der Receiver unsichtbar in einem Schrank



oder hinter dem TV-Gerät platzieren. Der OR 180 von WISI erweist sich bei einem äußerst attraktiven Preis als echter HDTV-Bolide: Das Gerät beherrscht Multicodec (MPEG 4/ MPEG 2) und bietet mit den Bildschirmformaten 4:3, 16:9, Letterbox, Pan Scan und Multifeed maximalen TV-Genuss. Ein HDMI-Anschluss (1.2) ermöglicht das perfekte HDTV-Erlebnis, ein HDMI-Kabel ist dem Gerät bereits beigelegt. Unterstützt werden die Videoformate 576i, 576p, 720p und 1080i. Der digitale HDTV Sat-Receiver ist ab sofort erhältlich. Der Marktpreis liegt bei 149,- Euro.

www.wisi.de

Astra treibt Digitalisierung und HDTV voran

Mit einer Digitalisierungskampagne sowie umfangreichem Informationsmaterial treibt Astra als Satellitenbetreiber die Digitalisierung des Satellitenfernsehens voran. Mit Anzeigen, Werbemitteln und Informationsbroschüren unterstützt das Unternehmen seine Handelspartner und setzt sich gleichzeitig für eine Verbreitung des HD-Fernsehens ein.

Die Reichweite der via Astra übertragenen Sender steigt kontinuierlich. Aus einer durch Astra durchgeführten Reichweitenstudie geht hervor, dass zum Jahresende 2006 rund 8,17 Millionen Haushalte in Deutschland ihr Fernsehsignal digital per Satellit empfangen. Bis Ende 2007 waren es schon 9,88 Millionen Haushalte, und Mitte letzten Jahres ist die Zahl bereits auf 10,3 Millionen angestiegen. Derzeit sind rund 7 Millionen Sat-Haushalte in Deutschland mit analogen Geräten ausgestattet, woraus sich ein großes Potential zur digitalen Umstellung ergibt. Über 20 Millionen Haushalte, die nicht über Satellit empfangen, sehen grundsätzlich noch analog fern, woraus sich ein weiterer Kundenkreis für den Satellitenhandel ergibt.

Laut GfK wurden von Januar bis Juli 2008 etwa 1,2 Millionen digitale Settop-Boxen verkauft. Im gleichen Zeitraum konnten rund 100.000 HD-Receiver abgesetzt werden. Hinzu kommt eine große Palette an Displays, die mit Sat-Tuner und Festplatte ausgestattet sind. Screen Digest geht davon aus, dass im Jahr 2012 bereits 71 Prozent der Fernsehzuschauer HD-ready sein werden. Mitte 2008 standen laut Bitkom rund 500.000 HD-Receiver in deutschen Haushalten. Seit August 2008 hat Astra die Anzahl der über das Astra Satellitensystem ausgestrahlten High Definition-Kanäle auf 62 Sender ausgeweitet. In Deutschland sind derzeit allerdings nur vier Kanäle zu empfangen: Anixe HD, arte HD, Discovery HD Deutschland und Premiere HD. In naher Zukunft will das Unternehmen diese Zahl erhöhen und spätestens im kommenden Jahr ein breiteres Portfolio anbieten.

www.astra.de

Philips: Start in ein neues Fernsehzeitalter



21:9 – Kinoformat für zu Hause

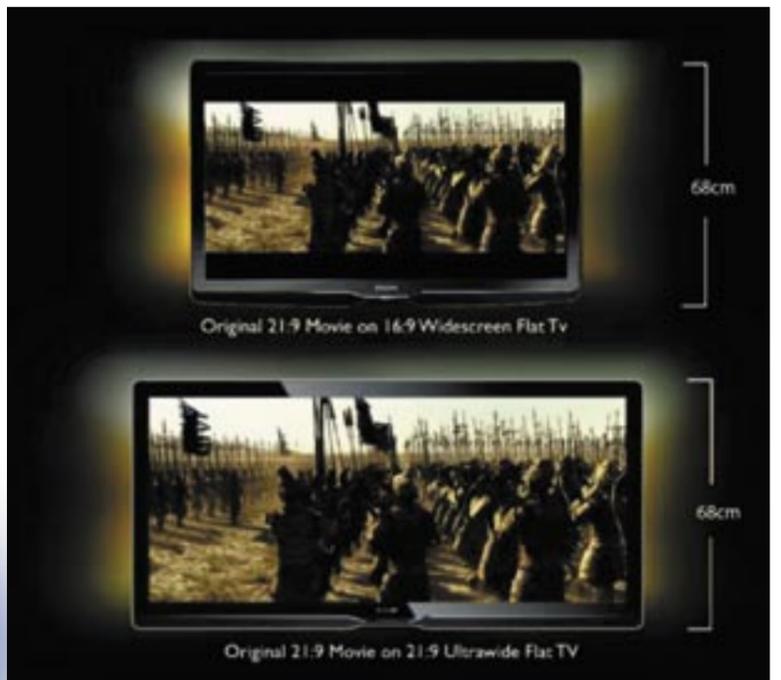
Die Entwicklung im Fernsbereich schreitet permanent voran. Vom Schwarzweiß- über das Farbbild im 4:3-Format bis hin zum aktuellen 16:9-Bildformat lieferten die Geräte ein immer besseres Bild. Philips, seit jeher einer der Verfechter guten Fernsehbildes, bringt jetzt mit seinem 21:9-Display zum ersten Mal das Kino-Format in die Wohnzimmer.

Wer das echte Filmerlebnis sucht, geht ins Kino. Die Faszination des großen Bildes, verbunden mit einer breiten Leinwand und durchdringendem Surround-Sound, ist ungebrochen. Um seine Displays weiter zu verbessern, hat Philips untersucht, was den Kinobesuch so auszeichnet. Herausragendes Merkmal ist das ganz besondere Gefühl. Im Kino ist die Leinwand so breit, dass man geradezu in den Film hineingezogen wird und alles um einen herum vergisst.

beschreibt Philips neue Wege im Home Entertainment-Bereich. Der Cinema 21:9 bietet mit seinem 56-Zoll Full-HD LC-Display das ultimative Heimkinoerlebnis mit einem Seitenverhältnis von 21:9, das exakt der Darstellung im Kino entspricht. Die Entwicklung dieses Displays ist die logische Umsetzung der aus dem Kino gemachten Erfahrungen. Durch die breite Leinwand ist das

und dementsprechend die rückseitige Wand beleuchtet, verstärkt. Das Display erlaubt es erstmals, Filme genauso zu erleben wie im Kino und zwar so, wie der Regisseur es beabsichtigt hatte. Normale LCD-TVs müssen bei der Darstellung entweder das Seitenverhältnis verändern und verlieren so Bildinhalte oder sie füllen den Bildschirm mit schwarzen Balken oben und unten auf (Letterbox-Darstellung). Der Cinema 21:9 löst diese Probleme und liefert dem Zuschauer ein neues Kinoerlebnis, das zu Hause zuvor so nicht möglich war. Dabei geht das 21:9 Kino-Format noch einen Schritt

Mit dem Cinema 21:9 bringt Philips zum ersten Mal Cinemascope in die Wohnzimmer der Endkunden. Damit entspricht das Unternehmen dem Wunsch der Verbraucher nach einem Breitbilderlebnis, das dem originalen Kino-Format so nahe wie möglich kommt und echtes Kino-Feeling nach Hause liefert.



Der Cinema 21:9 entspricht dem Kino-Format und bietet damit eine einzigartige Wiedergabe von Filmen ohne den Verlust von Bildinformationen oder schwarzen Balken. Intelligente Skalierungsverfahren sorgen für eine Anpassung der Bilddaten an das neue Format und eine brillante Wiedergabe.



Im Laufe der Zeit haben sich sowohl die Formen der Fernseher, Größen der Bilddiagonalen sowie die Seitenverhältnisse der dargestellten Sendungen erheblich verändert. Die bedeutendsten Änderungen fanden dabei seit 1991 statt. Nach dem revolutionären Schritt hin zum Breitbildformat 16:9 im Jahre 2006 folgt nun nur drei Jahre später die Vorstellung des ersten Cinemascope-Displays für den Consumer-Bereich.

Entscheidend für die Entwicklung eines neuen Displays war die Aussage, dass nicht einmal Breitbild-TVs das originale Kino-Format so darstellen, wie es ursprünglich seitens des Regisseurs beabsichtigt worden ist, da störende schwarze Balken ober- und unterhalb des Bildes verbleiben. Damit verbunden steht der Wunsch vieler Verbraucher im Raum, einen Fernseher kaufen zu können, der das spezielle Kinoerlebnis ins Zuhause holt. Mit dem weltweit ersten LCD-TV im Kino-Format

Bild so groß und beeindruckend, dass sich die Augen des Betrachters über die Leinwand bewegen. Entsprechend mehr Details werden wahrgenommen, und subjektiv wird der Zuschauer stärker in das Geschehen auf der Leinwand einbezogen. Bei einem normalen 16:9-Fernsehbild richtet sich das Hauptaugenmerk hingegen in der Regel auf die Mitte des Bildes. Beim neuen Philips Cinema 21:9 wird das Erlebnis noch durch das dreiseitige Ambient Spectra, das die auf dem Bildschirm jeweilig vorherrschenden Farben ermittelt

weiter. Das extrem breite Bild entspricht noch mehr der menschlichen Wahrnehmung und erlaubt das periphere Sehen. Die Augen werden noch stärker gefordert, den gesamten Bildbereich abzudecken. Neben Filmen im 21:9-Format werden auch 16:9-Inhalte, zum Beispiel TV-Sendungen oder von Spielkonsolen, formatfüllend wiedergegeben. Die Anpassung geschieht über hochentwickelte Skalierungsverfahren. Dabei stehen dem Anwender verschiedene Möglichkeiten der Bilddarstellung zur



Der Cinema 21:9 zeigt Filme genauso, wie sie gesehen werden sollen. Der Flat-TV entspricht in seinem Seitenverhältnis dem 21:9- (2,39:1)-Kinoformat und verführt zusätzlich durch sein Ambient Spectra durch die Hintergrundbeleuchtung „erforschen“ die Augen den Bildschirm und folgen dem Geschehen.

Verfügung. So kann man beispielsweise einen im 16:9-Format ausgestrahlten Film mit den bekannten schwarzen Balken sehen oder das Signal auf das volle 21:9-Format ohne Balken skalieren lassen. Philips bringt Cinemascope in die Wohnzimmer und könnte mit Cinema 21:9 einen neuen Trend setzen. www.philips.de

“ N.1 WELTWEIT LANGLEBIGKEIT Alkali-AA-Batterie ”

GUINNESS WORLD RECORDS

OFFIZIELL AUSGEZEICHNET VON GUINNESS WORLD RECORDS™

EVOLIA

Panasonic

AA Alkaline

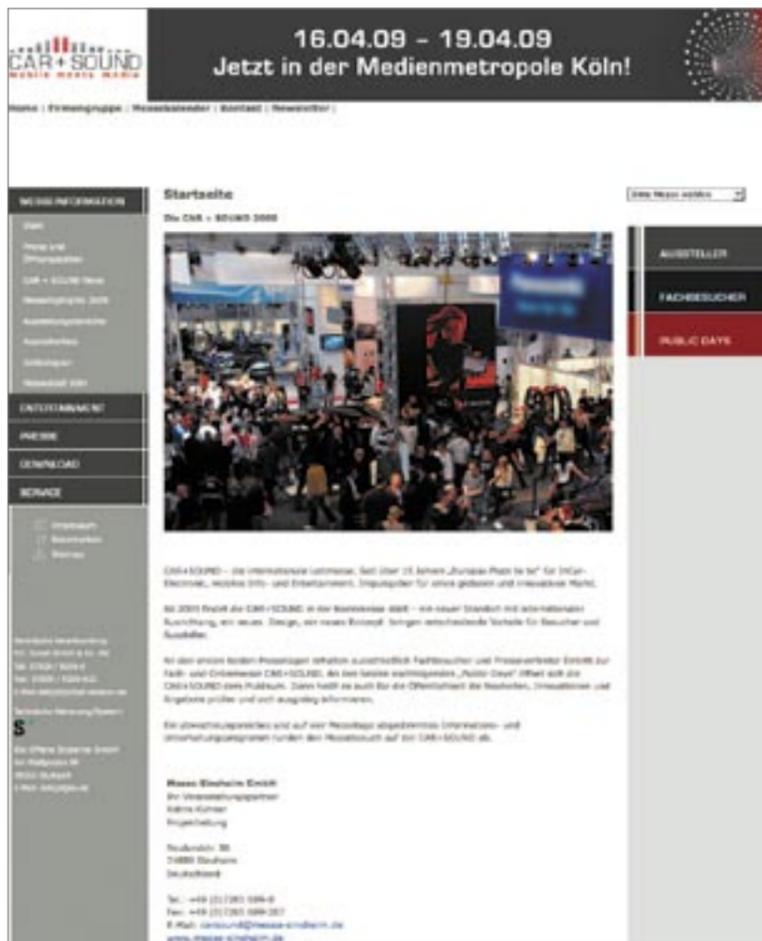
durchschnittlicher Entladungsvorgang nach ANSI- und IEC Test vom 15. Januar 2008

GUINNESS WORLD RECORDS ist eine registrierte Marke von Guinness World Records Limited

Die Car+Sound zieht nach Köln

Die Car+Sound, Europas „place to be“ für InCar-Electronic und mobiles Info- und Entertainment, verabschiedet sich nach 15 Jahren vom Messegelände in Sinsheim und zieht in die Messe- und Medienstadt Köln. Dort wird sich die Messe vom 16. bis 19. April erstmals in fünf Hallen auf dem Gelände der Koelnmesse auf rund 40.000 Quadratmetern präsentieren. Der neue Standort soll die Position der Car+Sound als internationale Leitmesse der Branche stärken.

Mit dem Standortwechsel von Sinsheim nach Köln richtet die von der Messe Sinsheim konzipierte Veranstaltung ihren Fokus stärker als zuvor auf Fachbesucher aus. Das neue Design der Car+Sound, das den Standortwechsel unterstützt, wird durch eine Weiterentwicklung des Konzeptes verstärkt, das dem internationalen Fachbesucherpublikum ein Plus an Messe bietet. Die



Mit dem Wechsel in die Metropole Köln und mit der inhaltlichen Neuausrichtung der Car+Sound geht der Relaunch des Internetauftritts der internationalen Leitmesse einher.

ersten beiden Messetage Donnerstag und Freitag sind als Handels- und Ordertage ausschließ-

lich den Fachbesuchern und Medienvertretern vorbehalten. Im Fachbesucher-Eintrittspreis von

25 Euro ist neben dem Messebesuch bereits ein informatives Kongress- und Workshop-Programm enthalten. Außerdem erhalten Fachbesucher die „Car+Sound ExpoBag“ mit Informationen zum Messebesuch, zu Ausstellern und Produkten. Für die Fachbesuchertage wurde inzwischen eine Fachbesucherregistrierung vorab und online eingerichtet.

Am Donnerstag abend findet erstmals eine Car+Sound Gala statt. Dieser Abend ist exklusiv ein festlicher Treffpunkt für die Branche, für Aussteller und deren Kunden, Geschäftspartner und Pressevertreter. Zum Buffet nach Messeschluss wird ein hochwertiges Unterhaltungsprogramm geboten, unter anderem die erfolgreichste Doppelgängershow der Welt.

Die Car+Sound soll jedoch auch am neuen Standort mehr als eine reine Fachmesse sein. Deshalb öffnet die Messe wie gewohnt an den „Public Days“ am Wochenende mit einem abwechslungsreichen Show- und Unterhaltungsprogramm die Tore für

Fachbesucher und Konsumenten. Hier können sie sämtliche Messeneuheiten und Produktinnovationen der bekannten Marken und Aussteller direkt testen und die zahlreichen Programmhighlights der Car+Sound erleben. Zum Programm der Publikumstage gehören Stunt- und Driftshows, eine Hypnoseshow, die lautesten Soundanlagen, die besten Soundanlagen, Autogrammstunden etc. Die Musik als Unterhaltungselement wird auf der Car+Sound 2009 als Träger der Ausstellungsware im Auto auch zusätzlich auf der Showbühne mit mehreren Acts zum Zuge kommen.

Die Anreise zum Kölner Messegelände gestaltet sich dank der direkten Verkehrsanbindung an die europäischen Metropolen schnell, flexibel und günstig: So ist die Domstadt über den Flughafen Köln/Bonn ebenso gut zu erreichen wie über den benachbarten Flughafen Düsseldorf (beide mit direkten Zugverbindungen zum Kölner Messegelände), den Kölner Hauptbahnhof und Autobahnen aus allen Richtungen. www.carandsound.com.

Loewe: Faszination durch Komfort und Eleganz

Art SL: Die Kunst zu sehen

Mit dem Anspruch „Einfach komfortabel“ hat Loewe mit der Produktlinie „Art“ das Fernsehgerät zum komfortablen Unterhaltungszentrum weiterentwickelt. Unter dem Motto „Kunst trifft Technik“ sind in allen mit Festplattenrecorder ausgestatteten Geräten drei exklusiv für Loewe vom Künstler Winfried Wolk gestaltete Screen Art Compositions integriert.

Der Art SL ist der schmalste Loewe, den es je gab. Trotzdem sind sowohl der Art 47 SL Full-HD+ 100 als auch der Art 42 SL Full-HD+ 100 mit allen Komponenten ausgestattet, die man für ein erstklassiges Heimkinoerlebnis braucht.

Kinofeeling in Full-HD

Trotz der geringen Bautiefe von nur 89,9 Millimetern bei einer Bildschirmdiagonale von 1,06 Metern genießt man beim Art 42 SL nicht nur hochauflösende Bilder in Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, sondern auch dank 100-Hz-Technologie und 24p-Kinofilmendarstellung fließende Bildübergänge. Ebenfalls in das von Phoenix Design gestaltete Slim Line-Gehäuse

integriert sind die Receiver für DVB-T und DVB-C sowie optional auch für DVB-S zum Empfang von digitalen terrestrischen Kabel- und Satelliten-Signalen. HDTV-Sendungen können über den integrierten HDTV-Receiver ohne zusätzliche Geräte empfangen werden.

Auf Wunsch lassen sich die Displays mit dem Festplattenrecorder DR+ mit einer Kapazität von 250 GByte zum unkomplizierten Aufzeichnen und zeitversetzter Wiedergabe von Fernsehsendungen in HDTV-Qualität ausrüsten. Die von Loewe entwickelte Soundbox und die leistungsstarken Verstärker sorgen auch bei dem flachen Gehäuse für eine gute Soundqualität. Der Loewe Art ist vorerst in zwei Gehäusefarben und zwei



Gerätegrößen erhältlich: als 42-Zoll-Variante mit 106 cm Bilddiagonale und mit einem 47-Zoll-Display mit 119 cm Bilddiagonale. Gleichzeitig bietet damit Loewe jetzt auch außerhalb der Individual-Linie einen attraktiven, großformatigen LCD-Fernseher an. Damit tritt die neue Loewe Art Linie die Nachfolge der Xelos Modellreihe an.

Gemälde an der Wand

In beiden Farbvarianten – Chromsilber und Hochglanz-Schwarz – beweist Art durch seine elegante Zurückhaltung besonderen Stil. Dekorative Details wie der

Die neue Art SL-Serie von Loewe ist als 42-Zoll-Variante mit 106 cm Bilddiagonale sowie mit einem 47-Zoll-Display mit 119 cm Bilddiagonale erhältlich und tritt die Nachfolge der Xelos Modellreihe an. In das Slim Line-Gehäuse sind die Receiver für DVB-T und DVB-C sowie optional auch für DVB-S integriert.

schwarze Display-Rahmen oder das verchromte Inlay, was oberhalb und unterhalb des Panels verläuft, betonen den ästhetisch ausgewogenen, minimalistischen Gesamteindruck. Als Slim Line-Fernseher ist der Loewe Art wie geschaffen für eine Wandmontage. Dank der geringen Bautiefe hängt er wie ein Gemälde an der Wand. Hierzu können verschiedene Loewe Wandhalterungen verwendet werden. Auch auf einem Sideboard oder mitten im Raum macht dieser

Flat-TV eine ausgesprochen gute Figur. Auf dem Floor-Stand A 42/47 kommen zum Beispiel die nahezu messerscharfe Seitenlinie und die matt lackierte Rückwand besonders zur Geltung. Das optionale Equipmentboard bietet Platz für zusätzliche Geräte wie den Blu-ray Player BluTech Vision. Mit dem drehbaren Table Stand kann der Loewe Art zudem elegant auf TV-Bänken oder in Regalwänden aufgestellt werden, wobei er sich bequem in allen Richtungen positionieren lässt. www.loewe.de

Samsung: Zusatzumsätze durch ertragsstarke Sortimente

Auch 2009 wachsen!

Allen äußeren Umständen zum Trotz hat Samsung für 2009 die Zeichen auf Erfolg gesetzt. Gemeinsam mit seinen Handelspartnern will das Unternehmen mit attraktiven Produkten und neuen Technologien in 2009 das sehr erfolgreiche letzte Jahr fortführen. Eine der wichtigsten Säulen ist der beratende Fachhandel.

Trotz weltweiter, die Wirtschaft betreffender Hiobsbotschaften lassen sich die Endkunden den Spaß an der Consumer Electronics nicht verderben. Laut einer aktuellen Verbraucherstudie des Verbandes Bitkom planen zwei Drittel der Bundesbürger im Jahr 2009 den Kauf von Elektronik-Produkten für zu Hause. Ein Viertel der Befragten will Produkte wie Speicherkarten, PC-Mäuse, Drucker oder Webcams anschaffen oder verschenken. Auf Platz zwei folgen Handys, die 19 Prozent aller Deutschen in nächster Zeit kaufen wollen. Flachbildfernseher stehen an dritter Stelle mit 18 Prozent.

Gut gerüstet

„Es sind verschiedene Trends im Verhalten der Verbraucher erkennbar, die Herstellern sowie Händlern neue Möglichkeiten eröffnen. So gewinnt das Thema Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung. Der Handel hat hier bereits eine stark gestiegene Nachfrage nach umweltbewussten Produkten wahrgenommen“, sieht Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics großes Potential. „Darauf ist Samsung bestens vorbereitet: Wir bieten unseren Kunden umweltfreundliche TV Modelle im Bereich LCD, LED und Plasma, von denen eine Vielzahl bereits mit dem Eco-



Hans Wienands: „Wir sind davon überzeugt, mit unseren beratungsstarken Händlern auch 2009 auf Wachstumskurs zu bleiben.“

Label „Flower“ der europäischen Union ausgezeichnet wurde – das schafft zusätzliches Vertrauen. Des weiteren haben wir mit Samsung Crystal TV ein spezielles Produktionsverfahren entwickelt, das ohne Lacke und die Verwendung von Blei auskommt. Zudem verzichten wir bei der Herstellung unserer Bildschirme vollkommen auf Quecksilber. Unsere revolutionäre LED-Hintergrundbeleuchtung zeichnet sich zudem durch hohe Energieeffizienz aus und bietet dem Verbraucher damit ein hohes Sparpotenzial.“

Neben umweltbewußter Fertigung spielen künftig Lösungen eine große Rolle. „Ein anderes wichtiges Thema in diesem Jahr ist die steigende Nachfrage der Verbraucher nach der Kombination aus TV und Zusprieler“, bekräftigt Wienands. „CE-Produkte sollen stärker in das tägliche Leben integriert und zu einem Teil des heimischen Interieurs werden. Dazu greifen Verbraucher immer öfter zu TV-Geräten und Zusprieler im gleichen Design, die sich im Plug&Play Verfahren vernetzen und auch mit einer Fernbedienung steuern lassen. Hier bietet Samsung ein umfangreiches Produktsortiment mit aufeinander abgestimmten Geräten, das sich für unsere Handelspartner auszahlt.“

Neue Technologien

Ohne zukunftsorientierte Geräte allerdings bewegt sich nichts. „Innovationen wie der Einsatz von LED-Technologie werden den TV-Markt nachhaltig beeinflussen“, ist sich Hans Wienands sicher. „Zum einen eröffnen sie dem Handel neue Absatzmöglichkeiten und zum anderen erfahren die Konsumenten durch sie einen völligen neuen Standard bislang nie erreichter Bildqualität. So profitieren alle Seiten langfristig von der Entwicklung innovativer LED TV-Geräte.“



Die Weichen sind gestellt

Samsung hat die Weichen für ein erfolgreiches Jahr 2009 gestellt und bringt mit LED-TV eine neue Produktkategorie auf den Markt. „In einem weiter wachsenden TV-Markt bringen wir bereits im März 2009 eine neue TV-Spezies in den Markt. Samsung LED-TV besetzt die Trendthemen Design, Bildqualität und Nachhaltigkeit in einer einzigartigen Kombination“, legt Wienands die Marschrichtung fest. „Mit Einführung der LED-TV-Produkte – das sind die Baureihen 6000, 7000 und 8000 – erobert eine neue Generation von Fernsehern den deutschen Markt. Mit einer Bautiefe von weniger als 30 mm (bei integriertem Tuner und Sound), mit Mega-Contrast und voller Multimedia-Fähigkeit wird dieses Segment Maßstäbe setzen. Die Samsung LED-TV lassen sich per Fernbedienung in das Hausnetzwerk einbinden, sie erkennen alle Videoformate und können zum Beispiel hochauflösende Filme

Innovationen wie der Einsatz von LED-Technologie werden den TV-Markt nachhaltig beeinflussen. Sie eröffnen dem Handel neue Absatzmöglichkeiten, und die Endverbraucher erfahren durch die neuen Technologien einen völlig neuen Standard bislang nie erreichter Bildqualität.

auch von einem USB-Stick abspielen. Unser kürzlich vorgestellter Internet@TV Content-Service, der in Kooperation mit Yahoo umgesetzt wird, zeigt, von welchen neuen Multimedia-Features Konsumenten in Zukunft profitieren werden. Der Energieverbrauch eines LED-TV's liegt soweit unter den aktuellen Verbrauchswerten eines aktuellen LCD-TV's, dass wir gemeinsam mit unseren Handelspartnern ab April eine gesonderte Aufklärungskampagne starten werden.“ Durch die immer weiter steigende Akzeptanz der Blu-ray-Disc sieht Samsungs Business Director Consumer Electronics auch dem Geschäft mit Zusprielergeräten optimistisch entgegen: „Gute Wachstumschancen bestehen auch im Segment Zusprieler. Wir bauen das Blu-ray-Portfolio stark aus, verschiedene Design-Lösungen unterstützen das Wachstumssegment Heimkino. Hier bieten wir mit hoch-

attraktiven Produkten, wie der Design-Soundbar mit kabellosem Subwoofer oder der sehr eleganten 2.1 Blu-ray-Lösungen, unseren Handelspartnern die Möglichkeit, mit einem ertragsstarken Sortiment gute Zusatzumsätze zu erzielen.“ Für Hans Wienands bergen die aktuellen Entwicklungen in Deutschland gute Chancen für Industrie und Handel. „Das Jahr 2009 wird für die gesamte CE Branche sicherlich eine große Herausforderung. Samsung begegnet dieser Herausforderung mit einem sehr breiten und eindrucksvollen Produktsortiment und einer Vielzahl technologischer Innovationen – und geht damit positiv gestimmt ins neue Jahr. Wir sind davon überzeugt, mit einer erhöhten Werthaltigkeit des Sortiments auf der einen Seite und beratungsstarken Händlern im Bereich TV und Peripherie auf der anderen Seite, auch 2009 weiterhin auf Wachstumskurs zu bleiben.“ www.samsung.de

Samsung on Tour „Lichtblicke 2009“

Im März geht Samsung mit seinen neuen Produkten und Strategien auf eine Roadshow durch Deutschland. Die 2-tägigen Veranstaltungen finden in Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, München, Leipzig und Berlin statt. Start ist am 5. März 2009. Die genauen Termine werden noch bekanntgegeben.

Exklusive MP3-Kampagne mit „Pink“

Im Februar startet Samsung für seinen Video-MP3-Player YP-P3 eine exklusive Kampagne mit dem Pop-Superstar „Pink“. Damit sollen vor allem jugendliche Kunden angesprochen werden. Mit bis zu 32 GB bietet der YP-P3 genug Platz für sämtliche P!NK Videos in hervorragender Bildqualität. Das hochwertige Metal-Design steht für Lifestyle und bietet Bluetooth, DNSe-Klangqualität sowie hohen Bedienungskomfort. Als besondere Zugabe für alle Fans der Rock-Queen sind auf jedem YP-3P die Hits „So What“ und „Sober“ sowie fünf weitere brandaktuelle P!NK Songs enthalten. Auf dem Player ist Platz für bis zu 2.000 Songs, 10.500 Fotos und 15 Stunden Video. Für zusätzlichen Spaß unterwegs sorgen drei vorinstallierte Spiele. Der Samsung Video-MP3-Player ist in den Trendfarben Weiß, Schwarz und Pink, passend zur Kampagne, erhältlich. Der integrierte FM-Tuner sorgt dafür, dass man unterwegs auf keinen Song verzichten muss.



Mit JVC Camcordern ganz einfach Videos teilen

Per Knopfdruck zu YouTube und iTunes



JVC hat die neue Everio Camcorderserie für 2009 vorgestellt. Das aktuelle Portfolio steht mit seiner Modellvielfalt für weiterentwickelte und zukunftsorientierte Camcorder-Technologien. In den neuen Modellen, die im Laufe des Jahres eingeführt werden, finden sich innovative Funktionen ebenso wie neue Aufzeichnungskonzepte. Während die qualitativ verbesserten Geräte mit kompakteren Gehäusen auf den Markt kommen, wurde das attraktive Farbkonzept erweitert.

Zu den neuen Everio Modellen gehören HDD-Camcorder, Speicherkarten-Camcorder und erstmalig auch Dual-Memory-Card Camcorder, die zwei Kartensteckplätze haben. Neben den Standard- und High-Definition Dual Speicherkarten-Camcordern bietet JVC auch ein Modell an,

auf das Videoportal YouTube hochladen zu können („One Touch“-Uploadfunktion), wurde

Obwohl die neuen Modelle, die in insgesamt sieben modernen Farben angeboten werden, mehr Funktionen und Ausstattung bieten, ist es JVC erstmalig gelungen, die High Definition Everios auf die gleiche Größe zu „schrumpfen“ wie die SD-Camcorder, die die gleichen Speichermedien verwenden.



Auch bei der Camcorderlinie für das Jahr 2009 hat JVC das bewährte Konzept attraktiver Farben erweitert.

das die Aufzeichnung auf einer SD-Speicherkarte und einem internen Flash-Speicher ermöglicht. Die wichtigsten Merkmale der neuen Produkte:

Die Idee, mit einem Tastendruck und ein paar Mausklicks Videos

auch in den Everios 2009 verwirklicht. Mit der „One Touch“-Exportfunktion lassen sich die Videos jetzt auch zusätzlich in iTunes einbinden und können so auch auf dem iPod und dem iPhone betrachtet werden.

Brennen und Auslagern per Everio Share Station

Zum Brennen bzw. Auslagern der Videos auf DVD bietet JVC die HD Everio Share Station CU-VD50 an. Sie hat den besonderen Vorteil, dass zur Übertragung der AVCHD- oder MPEG-2-Aufnahmen kein Computer benötigt wird, sondern die Überspielung via USB-Verbindung vom Camcorder direkt auf die DVD erfolgt.

Die mitgelieferte, neue Everio MediaBrowser Software stellt ein durchsuchbares grafisches Interface mit Video-Thumbnails im Stil eines Kalenders zur Verfügung. Das erleichtert das Indexieren und Auffinden der Aufnahmen wesentlich. Darüber hinaus lassen sich mit dem MediaBrowser einfache Nachbearbeitungen realisieren sowie Export-, Überspiel- und Uploadfunktionen steuern. Die Funktion „Digest Playback“ erstellt einen kurzen Videoclip, bestehend aus dem Zusammenschritt prägnanter Szenen. Dieser kann als „Vorschau“ für die auf DVD gebrannten Videofilme dienen.

Die neuen HD Everio Camcorder

Die HD-Everio Camcorderserie 2009 umfasst drei Modelle, die in Full HD (1.920 x 1.080) aufzeichnen. Der GZ-HD300 ist mit einer 60 GB-Festplatte, der GZ-HD320 mit einer 120 GB-Festplatte ausgestattet. Das Modell GZ-HM200, einer der kleinsten und leichtesten HD-Camcorder überhaupt, ermöglicht Dual-SD-Aufnahme, wobei die Aufzeichnung unterbrechungsfrei von einer Karte auf die andere umschaltet.

Herzstück der neuen HD-Everios ist der 1/4"-3-Megapixel-CMOS-Bildsensor, der Full HD-Aufnahmen im Format 1.920 x 1.080 ermöglicht und 1.920 x 1.080/50p progressive Bilder mit 50 Hz liefert. Um die Bildqualität auch unverfälscht darzustellen, bieten die Geräte einen 1.080p-HDMI-Ausgang (V1.3, mit „x.v. Colour“-Technologie). Dank „x.v. Colour“ werden nicht nur 55 Prozent der sichtbaren Farben, wie beim herkömmlichen sRGB-Ver-

fahren, sondern volle 100 Prozent übertragen. Die Signalverarbeitung erfolgt durch den von JVC neu entwickelten HD Gigabrid Premium Videoprozessor, der sowohl in den HD- als auch in den SD-Everios zum Einsatz kommt. Er sorgt nicht nur für eine deutliche Bildverbesserung, sondern verringert den Stromverbrauch der neuen Everios im Vergleich zu ihren Vorgängermodellen um rund 30 Prozent. Auch die Ausstattung mit einem speziell für die Everio Camcorder entwickelten 20fach Konica Minolta HD-Zoomobjektiv trägt zur High Definition Bildqualität bei.

Die neuen Standard Definition Camcorder der Everio G Serie

Zu den neuen SD-Camcordern der Everio G Reihe gehören die Modelle GZ-MG630 und GZ-MG645, die beide mit einer 60 GB-Festplatte ausgestattet sind. Der GZ-MG645 wird mit einer

Everio Dockingstation geliefert und bietet darüber hinaus noch eine HD-Upconversion-Funktion. So stehen bei Bedarf 1.920 x 1.080p-Bilder an dem integrierten HDMI-Anschluss zur Verfügung. Alle Modelle sind mit einem 1/6"-/800.000-Pixel-CCD sowie einem 35fach Konica Minolta Zoomobjektiv ausgestattet.

Die neuen Dual-Memory-Camcorder der Everio S Serie

Komplettiert wird die Everio Palette durch die beiden Dual-Memory-Camcorder GZ-MS120 und GZ-MS130 der Everio S Serie. Der GZ-MS120 bietet zwei Steckplätze für SD-Karten, während der GZ-MS130 einen Steckplatz für SD-Karten und einen internen 16 MB großen Flash-Speicher bietet. Auch bei diesen beiden Camcordern läuft die Aufnahme beim automatischen Umschalten auf das zweite Speichermedium unterbrechungsfrei weiter.

Modell	Speichermedium	Farben	
GZ-HM200	SD/SDHC Card, Dual Slot	Onyx-Schwarz, Titan-Gold	
GZ-HD300	60-GB-Festplatte, microSD/SDHC Card	Onyx-Schwarz, Saphir-Blau, Rubin-Rot	
GZ-MG630	60-GB-Festplatte, microSD/SDHC Card	Diamant-Silber, Saphir-Blau, Rubin-Rot	
GZ-MG645	60-GB-Festplatte, microSD/SDHC Card	Onyx-Schwarz	
GZ-MS120	SD/SDHC Card, Dual Slot	Onyx-Schwarz, Topaz-Blau, Diamant-Silber, Pink	
GZ-MS130	SD/SDHC Card, interner 16-GB-Speicher	Onyx-Schwarz	

Panasonic stellt neues Hybrid-Konzept vor Zehn neue Lumix Kameras

Panasonic hat zum Jahresbeginn gleich zehn neue Lumix Kompaktkameras angekündigt. Mit den Modellen FS6, FS7, FS15, FS25 und LS85 ist dabei das Einsteigersegment besonders stark vertreten. Neu im Premium-Sortiment sind die wasserfeste FT1 und die FX550, bei den Travel-Zoom-Kameras sind die TZ6 und die TZ7 neu, und die FX40 ergänzt das Weitwinkelportfolio – allerdings findet sich ihre Einstiegsbrennweite von 25 mm auch in einigen anderen Neuheiten. Die Lumix TZ7 ist auch das erste Modell, das Panasonic nach einem neuen Hybridkonzept entwickelt hat. Dieses weitet nicht nur die Möglichkeiten des HD-Filmens aus, sondern verbessert auch die Qualität von Videofilmen durch die Integration von Bildverarbeitungs- und Bildoptimierungsfunktionen, die ursprünglich für die Fotografie konzipiert wurden.

Gemeinsame Kennzeichen aller Neuheiten, mit Ausnahme der Lumix LS85, sind die Optiken aus dem Hause Leica und die vielfältigen Funktionen. Dazu zählen beispielsweise der intelligente Automatik (iA)-Modus, bei dem die fünf wichtigsten Motivprogramme automatisch optimal auf die jeweilige Szene eingestellt werden, der optische Bildstabilisator O.I.S und die Bewegungserkennung (intelligente ISO-Steuerung).

Das Topmodell im Einstiegs-Portfolio ist die Lumix FS25. Bei diesem Modell handelt es sich um eine preisgünstige Lifestyle-Kamera, die unter anderem mit einem 3"-LCD mit automatischer Helligkeitsanzeige, einem Fünffach-Zoomobjektiv und einer Einstiegsbrennweite von 29 mm aufwartet. Sie wird in Deutschland in den Farben Silber und Schwarz eingeführt.



Lumix FS15

Mit der Lumix FS15 präsentiert Panasonic eine schicke, schlanke 12-Megapixel-Kamera mit umfassender intelligenter Automatik. Ihr 29-mm-Weitwinkel Leica DC Vario-Elmar 3,3–5,9/29–145 mm mit Fünffach-Zoom überzeugt durch seine universellen Einsatzmöglichkeiten, von der Landschafts- über die Portrait-Fotografie bis zu formatfüllenden Detailaufnahmen mit Tele auch aus größeren Entfernungen. Trotz ihrer kompakten Bauweise bietet die FS15 einen großen und scharfen 6,9 cm (2,7")

LCD-Monitor mit 230.000 Bildpunkten, dessen automatische Helligkeitsregelung auch unter ungünstigen Umständen bestmögliche Erkennbarkeit garantiert.



Lumix FS6

Mit dem 10-Megapixel-Modell Lumix FS7 und dem Schwestermodell FS6 mit acht Megapixeln wendet sich Panasonic an die Zielgruppe der anspruchsvollen und preisbewussten Einsteiger. Die beiden schicken, schlanken Vierfach-Zoomkameras (2,8–5,9/33–132 mm) sind mit einem großen 6,85 cm (FS7) bzw. 6,35 cm (FS6) Monitor ausgestattet, jeweils mit 230.000 Bildpunkten.

Dank Intelligent-LCD-Funktion mit automatischer Helligkeitsregelung bleibt das Monitorbild unter wechselnden Aufnahmebedingungen immer gut erkennbar.

Die Modelle sind nicht nur in Silber oder Schwarz lieferbar, sondern sprechen mit Aktiv-Blau oder Pink bei der FS7 und Rot, Eisblau oder Sweet Pink bei der FS6 besonders ein junges Publikum an. Das edle Metall-Finish der Kamerafront rundet den wertigen Eindruck ab.

Mit 4fach Zoom, optischem Bildstabilisator, intelligenter Automatik und universellen AA-Batterien garantiert die

LS85 unbeschwerten Fotospaß. Das Vierfach-Zoomobjektiv Lumix DC Vario 2,8–5,9/33–132 mm der 8,1-Megapixel-Kamera zeichnet sich durch einen erweiterten Tele-Bereich und die hohe Anfangslichtstärke F2,8 aus. Die Lumix DMC-LS85 gibt es in den Farben Silber, Schwarz oder Pink.



Lumix LS85

Die Lumix FT1 ist eine neue Tough-Konzept-Kamera. Sie ist bis zu drei Metern Tauchtiefe wasserdicht, hält Stürze aus einer Höhe bis zu 1,5 Meter problemlos aus und ist auch bei Minustemperaturen bis zu zehn Grad unter dem Gefrierpunkt noch voll funktionsfähig. Die FT1 ist mit drei neuen Tough-Konzept Funktionen ausgestattet: Beach & Surf, Sand & Schnee sind als am häufigsten genutzte Szenarien direkt über das Programmwahrad zu erreichen. AF-Tracking verbessert das Scharfstellen von bewegten Objekten und die Fine Tune White Balance hält jetzt noch differenziertere Einstellungen für die fotografische Arbeit über und vor allem unter Wasser bereit.

Außerdem ist die Kamera mit einem YouTube Uploader ausgestattet, der das Hochladen zuvor automatisch komprimierter Videos ganz einfach macht.

Weitere Kennzeichen der Lumix FT1 sind die 28 mm-Weitwinkel-Brennweite und HD-Video in AVCHD mit Zoom. Das Modell soll in den Farben Silber, Blau, Orange und Grün angeboten werden.



Lumix FT1

Ebenso wie die Lumix FT1 ist auch die Lumix FX550 im Premium-Segment positioniert. Dieses Kameramodell wartet mit einer besonders fortschrittlichen Gesichtserkennung auf. Damit gibt sie dem Anwender die Möglichkeit, Personen,

die besonders häufig fotografiert werden, im System anzumelden und ihnen eine Priorisierung zuzuweisen. Erkennt die Kamera, dass eine Person zum fünften Mal fotografiert wird, fordert sie den Nutzer sogar auf, diese Anmeldung vorzunehmen. Die Lumix FX550 bietet

darüber hinaus einen Touchscreen-Monitor, der nach dem iPod-Prinzip bedient wird.

Auch die Highend-Lifestyle-Kamera Lumix FX40, die mit ihrer Einstiegsbrennweite von 25 mm das Sortiment der Panasonic Weitwinkelkameras erweitert, kann auf die intelligente Gesichts-



Lumix FX550

erkennung zurückgreifen. Sie bietet darüber hinaus einen fünffachen Zoombereich und die Möglichkeit für Videos in HD-Qualität.

Abgerundet wird das Neuheiten-Portfolio durch die Lumix TZ6. Sie bietet ein 25–300 mm Superzoomobjektiv von Leica und 10,1 Megapixel, muss aber ohne das Hybrid-Konzept auskommen.

www.panasonic.de



Lumix TZ6

Neues Hybrid-Konzept „Trust iA“

Panasonic führt das neue Hybrid-Konzept unter der Bezeichnung „Trust iA“ ein. Es stellt unter anderem sicher, dass die Bildoptimierungsfunktionen wie Gesichtserkennung und Motiverkennung sowie die Funktion der intelligenten Belichtungs-/Kontraststeuerung in Kombination mit dem O.I.S. Bildprozessor, die seit geraumer Zeit in den Lumix Fotokameras eingesetzt werden, auch beim Videofilmen genutzt werden können. So wählt die Kamera beispielsweise automatisch das für die Situation am besten geeignete Motivprogramm, passt Fokus und Belichtung an die Gesichter an, sorgt selbst bei Einsatz eines Zwölfach-Zooms für verwacklungsfreie Bilder und reduziert automatisch Unter- und Überbelichtungen.

Mit neuen HD-Funktionen werden außerdem weitgehende Möglichkeiten für die Präsentation von Fotos und Videofilmen auf Panasonic Viera TV-Geräten geschaffen. So können jetzt beispielsweise mit den neuen Hybrid-Kameras aufgenommene AVCHD-Filme in Dolby Digital direkt von einer SD-Karte aus auf Panasonic Viera TV-Geräten abgespielt werden. Und mit Unterstützung von Viera Link kann eine ganz neue Art der Unterhaltung entstehen, indem Fotos und Videos aus einem Menü heraus abgespielt und so zu einer vollkommen neuen Art von Präsentation zusammengestellt werden können. In den Genuss des Hybrid-Konzeptes kommen die Käufer der neuen Lumix TZ7. Sie bietet unter anderem ein Superzoom mit der Einstiegsbrennweite 25 mm und Leica Optik und ermöglicht dem Nutzer, HD-Videofilm in AVCHD zu drehen. Außerdem ist sie mit einem speziellen Knopf für die Videofunktion und einem Stereo-Mikrofon ausgestattet.



Lumix TZ7

Mit neuen HD-Funktionen werden außerdem weitgehende Möglichkeiten für die Präsentation von Fotos und Videofilmen auf Panasonic Viera TV-Geräten geschaffen. So können jetzt beispielsweise mit den neuen Hybrid-Kameras aufgenommene AVCHD-Filme in Dolby Digital direkt von einer SD-Karte aus auf Panasonic Viera TV-Geräten abgespielt werden. Und mit Unterstützung von Viera Link kann eine ganz neue Art der Unterhaltung entstehen, indem Fotos und Videos aus einem Menü heraus abgespielt und so zu einer vollkommen neuen Art von Präsentation zusammengestellt werden können. In den Genuss des Hybrid-Konzeptes kommen die Käufer der neuen Lumix TZ7. Sie bietet unter anderem ein Superzoom mit der Einstiegsbrennweite 25 mm und Leica Optik und ermöglicht dem Nutzer, HD-Videofilm in AVCHD zu drehen. Außerdem ist sie mit einem speziellen Knopf für die Videofunktion und einem Stereo-Mikrofon ausgestattet.



Im Druck lässt sich naturgemäß nur ein Teil der neuen Dynamic Photo Funktion darstellen, nämlich das Einkopieren eines Motivs in einen anderen als den ursprünglichen Hintergrund. Die Screenshots zeigen einzelne Sequenzen eines Films, in denen der Mann auf dem Auto tanzt, das Mädchen auf den Astronauten zuläuft und die Familie aus der Schublade auftaucht.

Casio gönnt neuen Exilims neue Funktionen

Weitere Verkaufsargumente

Als Casio im vergangenen Jahr mit der Exilim EX-F1 und der Exilim EX-FH20 seine ersten beiden Highspeed-Kameras eingeführt hat, brachte das Unternehmen nicht nur eine neue Dimension in die Fotografie, sondern lieferte dem Handel dank der Exklusivität der Funktion auch gleich ein Verkaufsargument mit. Jetzt hat Casio seine Innovationskraft erneut unter Beweis gestellt: So wurde nicht nur die Highspeed-Funktionalität mit neuen Funktio-

nen optimiert, sondern mit der Dynamic Photo Funktion wurde ein komplett neues Softwareprodukt geschaffen – das dem Handel erneut ein einzigartiges Verkaufsargument liefert. Damit nicht genug, konnte die Highspeed-Funktion durch weitere Miniatürisierung verschiedener Komponenten erstmals auch für Kompaktkameras nutzbar gemacht werden. Damit ist die Anwendung reif für den Massenmarkt.

Exilim EX-FS10 und Exilim EX-FC100 heißen die beiden ersten Immer-dabei-Kameras, die Casios Highspeed-Funktion in kompakter Form präsentieren. Highspeed bedeutet hier Fotoaufnahmen mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde und Videofilme mit bis zu 1.000 Bildern pro Sekunde. Diese Werte entsprechen dem deutlich voluminöseren Modell Exilim EX-

das Fünffach-Zoomobjektiv, die mechanische Bildstabilisierung und der 6,9 cm große Monitor aus der Exilim EX-FH20 übernommen. Welche Meisterleistung die Casio Ingenieure damit vollbracht haben, zeigt ein Vergleich der Kameravolumina: Das Volumen der beiden neuen Exilim Kompaktkameras entspricht nur noch rund einem Zehntel des Volumens der ersten Highspeed-Kamera Exilim EX-F1, die vor gut einem Jahr in den Markt eingeführt worden war.

Optimierte Nutzung der Highspeed-Funktion

Neben der deutlich kompakteren Bauweise bringen die neuen Highspeed-Modelle auch noch verschiedene Software-Weiterentwicklungen mit, die eine optimierte Nutzung ermöglichen.

So kann sich der Nutzer beispielsweise in der Zeitlupeansicht durch das Betätigen eines Knopfes die Bewegung des Motivs in Zeitlupe auf dem Display ansehen. Er kann dann genau im richtigen Moment den Auslöser betätigen, wenn das perfekte Foto angezeigt wird.

Beide Neuheiten können außerdem durch die Funktionen für Highspeed-Antishake und Highspeed-Nachtaufnahmen mehrere Fotos aus einer Serienbildaufnahme kombinieren und damit die Positionen des Motivs auf den

Fotos angleichen, um eine einzelne Aufnahme zu erzeugen. Somit sind scharfe Tele- und Nachtaufnahmen auch ohne Stativ möglich.

Die Funktion Highspeed-Best Selection sorgt dafür, dass innerhalb einer Highspeed-Sequenz ein natürliches Porträt entsteht, indem die Kameras automatisch das beste Foto einer Serienbildaufnahme auswählen – mit einem lächelnden Gesicht, offenen Augen und ohne Unschärfe – und diese speichern.

Und dank der Funktion Verzögerungskorrektur sind die Exilim EX-FS10 und die Exilim EX-FC100 in der Lage, Bilder bei halb heruntergedrücktem Auslöser temporär zu speichern. Erfolgt dann die Aufnahme durch vollständigen Druck auf den Auslöser, wählt die Kamera aus den im temporären Serienbildspeicher abgelegten Aufnahmen das Foto aus, das mit der vom Nutzer zuvor eingestellten Verzögerung übereinstimmt, und speichert nur dieses Foto.

Animierte Grußkarten selbst erstellen

Eine Softwareweiterentwicklung und damit ein weiteres Argument für das Verkaufsgespräch am Point of Sale meldet Casio für die weiteren Exilim Neuheiten, die im Januar vorgestellt wurden. Das neue Feature heißt Dynamic Photo Funktion und ermöglicht es den

Nutzern, vollkommen neue kreative Horizonte zu erobern. Mit der Dynamic Photo Funktion ist es möglich, einfache Fotos zu animieren, so wie man es beispielsweise von elektronischen Grußkarten her kennt.

Dazu wird zunächst per Highspeed-Aufnahme ein sich bewegendes Motiv und anschließend derselbe Hintergrund ohne das Motiv aufgenommen. Dank Highspeed-Bildverarbeitung werden die Einzelbilder aus dieser Serie ausgeschnitten. Das auf diese Weise freigestellte Motiv kann dann in ein anderes, bereits bestehendes Foto einkopiert werden. Der Hintergrund ist frei wählbar. Es kann beispielsweise eine abfotografierte Abbildung aus einem Buch oder einer Zeitschrift sein, es kann sich um ein selbstgeschossenes Urlaubsmotiv handeln, es kann aber auch genauso gut eine Kinderzeichnung sein – der Phantasie des Nutzers sind hier keine Grenzen gesetzt.

Mit der Dynamic Photo Funktion wird das Erstellen einer einzigartigen Bildfolge, bei der sich nur das Motiv bewegt, ohne Bearbeitung am Computer möglich.

Ein weiteres Kennzeichen der jüngsten Gerätegeneration ist der neue und im Vergleich zum Vorgänger nochmals deutlich verbesserte Bildverarbeitungsprozessor Exilim 4.0 Engine. Die leistungsfähige Elektronik besteht aus einer normalen CPU und einem speziell für Highspeed-Bildverarbeitung ausgelegten Prozessor. Diese Elektronik sorgt für eine hervorragende Farbwiedergabe und Farbtreue. Die Rauschunterdrückung bei hoher Empfindlichkeit unterstützt die Erstellung von qualitativ hochwertigen Fotos. Trotz der vielen neuen Funktionen und der komplexen Datenverarbeitung konnte Casio den Energiever-

brauch um fast 30 Prozent senken und so die Batterielevensdauer deutlich erhöhen.

Die drei neuen Exilim Modelle der Zoom- und Card-Kategorie, die EX-Z400, die EX-Z270 und die EX-S12, sind bereits mit der neuen Engine 4.0 ausgestattet. Weiterhin hat Casio die neue Exilim EX-Z1 angekündigt, die ebenfalls in den kommenden Wochen in Deutschland eingeführt werden soll.

Neu bei Casio ist schließlich auch die Exilim Station. Sie ist mit den Exilim Kameras und aktuellen Speichermedien kompatibel und wird zur Bild- und Filmpräsentation über ein HDMI-Kabel mit einem Fernsehgerät verbunden.

www.exilim.de



Exilim EX-FS10 (oben) und EX-FC100 heißen die beiden ersten Kompaktkameras mit Highspeed-Funktion von Casio.

FH20, das Casio zur photokina 2008 mit Blick auf die Zielgruppe der besonders engagierten Fotografen auf den Markt gebracht hatte.

Doch nicht nur die Hochgeschwindigkeitsfunktion wurde in kompakteren Gehäusen untergebracht, auch andere Leistungsmerkmale entsprechen dem größeren Vorgängermodell – zum Beispiel wurden bei der Exilim EX-FC100 auch



Die Exilim Neuheiten der Card- und Zoom-Serie, hier die Modelle (v. o.) Exilim EX-Z400, EX-S12, EX-Z270 und EX-Z1, kommen mit unterschiedlichen, attraktiven Gehäusefarben auf den Markt



MP3

Cowon S9 mit BBE+ Soundtechnologie

Für ein neues Klangerlebnis nutzt der Multimedia Player Cowon S9 Titan-Optik die neue Soundtechnologie BBE+. Um den Klang den individuellen Vorlieben anpassen zu können, bietet der Player mit dem neuen JetEffect 2.0 26 voreingestellte Presets, vier benutzerdefinierte Presets für Soundeffekte und einen 5 Band Equalizer sowie Equalizer Filter. Der



Cowon S9 verfügt als einer der ersten Multimedia-Player über ein 3,3 Zoll großes Active-Matrix-OLED Display mit 16 Millionen Farben und einer Auflösung von 480 x 272 Pixeln. Das Display im 16:9-Format zeichnet sich durch niedrigen Energieverbrauch, sehr schnelle Reaktionsgeschwindigkeit, einen unbegrenzten Blickwinkel und naturgetreue Farben aus. Mit einer Akkuladung spielt der Player bis zu 55 Stunden Musik und bis zu elf Stunden Video ab. Die Auswahl an Musikformaten reicht von MP3,

WMA, WAV über APE bis zu den OGG Vorbis und dem verlustfreien FLAC. Per Firmware-Update wird der Player später auch noch Audible-ready (AA) werden. Online gekaufte DRM-10-Dateien von Musik-Download-Shops sowie ID3-TAGs gibt das Gerät ohne Probleme wieder.

www.cowon-germany.com

iPod Soundstation

Boston i-DS3

Das i-DS3 ist eine iPod Soundstation mit Subwoofer. Dieser Subwoofer wird mittels WLAN Technik angesteuert. Das hochleistungsfähige Lautsprechersystem, bestehend aus 2 x 1/2" Hochtöner plus 2 x 3" Mittel-



töner ist eine 2-Wege-Konstruktion mit 100 Watt Leistung. Dank DSP und BassTrac Technologie erzeugt die Soundstation eine sehr gute Klangqualität. Sobald sich der iPod in

www.shure.de

LIVE SOUND. TO GO.

PLUS X AWARD
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

BIETEN SIE IHREN KUNDEN INTENSIVE LIVE SOUND ERLEBNISSE. Shure ist seit über 80 Jahren auf den Konzertbühnen der Welt zuhause. Diese Leidenschaft für professionelle Mikrofon- und Audiotechnik steckt auch in den Shure Sound Isolating™ Ohrhörern.

www.livesoundtogo.de

LEGENDARY PERFORMANCE™

der Soundstation befindet, wird er automatisch aufgeladen. Die zum Lieferumfang gehörende Fernbedienung erleichtert die Steuerung des angedockten iPods. Das Modell i-DS3 ist in Hochglanz Schwarz und Hochglanz Weiß zum Preis von 499,- Euro erhältlich. www.bostona.eu

Verbatim mit neuen Headsets und Earphones

Mit den Headsets bietet Verbatim das optimale Rüstzeug für VOIP-Telefonie – über Skype, MSN oder andere

auf den Markt: „SecureClip“, „Flexi Hook“ und „Sound Isolating“. Die „SecureClip“-Kopfhörer können zusammengesteckt werden, wenn sie nicht benutzt werden. Bei den „Flexi Hook“-Kopfhörern sorgen individuell einstellbare Bügel für stabilen Halt hinter den Ohren



Anbieter. Auf Komfort wurde bei der Entwicklung der „Multimedia Headphones“ mit dem flexibel einstellbaren Mikrofonarm (Boom) geachtet. Die „Neck Band Multimedia Headphones“ sind sehr leicht und werden hinter dem Kopf getragen. Das „USB Multimedia Headphone“ ist für Gamer konzipiert. Insgesamt acht Earphones in drei Modellreihen bringt Verbatim

bei Freizeitaktivitäten wie Laufen oder Fahrradfahren. Die „Sound Isolating“-Kopfhörer dämmen durch ihre besondere Passform Außengeräusche ab. Die „Sound Isolating“-Kopfhörer sind auch mit einer Extra-Lautsprecherregelung erhältlich.

www.verbatim-europe.com

Jabra-Headsets zum Valentinstag

Zwei aktuelle Modelle aus dem Jabra-Portfolio gibt es jetzt als Valentins-edition. Das Jabra BT2050 besticht durch sein elegantes Design, das zugleich die intuitive Bedienbarkeit des Headsets widerspiegelt. Ausgestattet mit den wichtigsten Grundfunktionen, ist das nur acht Gramm leichte Headset ideal für alle preisbewussten Vieltelefonierer, die Wert auf individuellen Stil legen, ohne auf die Vorteile der Kommunikation mit freien Händen verzichten zu wollen.

Das Jabra BT2070 dagegen zieht die Blicke auf sich: Das gerade einmal acht Gramm leichte und nur vier Zentimeter lange Leichtgewicht besticht durch sein auffälliges Design mit einer runden, gelb leuchtenden LED, die den mittig platzierten Rufannahmeknopf umgibt. Sein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis macht es zum idealen Begleiter für alle stil- und trendbewussten Anwender, die einen trendigen, neuen Look schätzen. www.jabra.com/de

Canon: Legria – Synonym für HD- und Flash-Camcorder

Die Camcorder-Marke

Nach der erfolgreichen Einführung von Marken wie EOS, Ixus oder PowerShot erweitert Canon jetzt sein Portfolio um die Marke „Legria“. Ziel des Unternehmens ist es, diese Linie zum Synonym der Produktklasse Camcorder zu machen. Legria steht für unbeschwertem, hochwertigen Videogenuss, der Spaß macht, jederzeit und überall.

Alle Legria-HD-Camcorder (High Definition) sind mit dem Canon-HD-Kamerasystem ausgestattet, der Kombination aus Full-HD-CMOS-Sensor, original Canon-HD-Videoobjektiv und Bildprozessor DIGIC-DV-II beziehungsweise DIGIC-DV-III.

Die Canon-H-Flash Memory-Modelle bieten dabei noch den speziellen Vorteil eines äußerst kompakten Formats und damit beste Voraussetzung für das Freefilming. HF20 und HF200, HF S10 und HF S100 heißen die neuen Legria-



Thomas Knops: „Wenn der Kunde ‚Legria‘ hört oder liest, soll er sofort an Canon-Camcorder denken.“

Modelle. Der HD-Camcorder HV40 dagegen verwendet als Speichermedium eine Mini DV.

Auch die Legria-SD-Camcorder (Standard Definition) mit Flash Memory, die FS-Serie, sind kompakt und eignen sich besonders für den Einsatz unterwegs. Unter den aktuellen FS-Modellen gibt es drei Dual-Flash-Memory-Camcorder, das heißt die Aufzeichnung erfolgt auf einem internen Speicher oder auf einer SDHC-Karte. Die neuen Modelle heißen Legria FS20,

FS21 und FS22. Der ebenfalls neue FS200 arbeitet ausschließlich mit Speicherkarte.

„Legria soll dazu beitragen, dass Verbraucher die entsprechenden Modelle sofort als Canon-Camcorder erkennen“, so Thomas Knops, Marketing Director Canon Deutschland. „Dabei hilft uns auch die 2008 ins Leben gerufene Kampagne ‚freefilming‘, die für experimentelles Filmen abseits des traditionellen Camcordereinsatzes steht. Legria verkörpert die beiden wichtigsten Vorzüge der Canon HD- und Canon-Flash-Camcorder: gute Qualität, lebendige Bilder und eine einfache Bedienung. Beste Voraussetzungen also für das Drehen von Filmen und Clips frei von Regeln und Konventionen.“

Im Zeichen von HD

Canons neue Camcorder stehen im Zeichen von High-Definition-Aufnahmen. Legria HF20 und Legria HF200 bieten Full-HD mit



Alle Modelle der neuen Legria-FS-Serie sind kompakt und nur 230 Gramm leicht. Legria FS20, FS21 und FS22 zeichnen auf den internen Speicher oder auf einer austauschbaren Speicherkarte auf. Der Flash-Camcorder Legria FS200 dagegen zeichnet ausschließlich auf Speicherkarte (SD oder SDHC) auf.

1.920 x 1.080 Pixeln. Ausgestattet mit einem optimierten Canon-HD-Kamerasystem mit DIGIC-DV-III-Prozessor, 15fach optischem Zoom und optischem Super-Range-Bildstabilisator, sind die beiden Kraftpakete ideale Wegbegleiter in der HD-Welt.

Echte Kraftpakete

Die neue Legria-HF-S-Serie bietet ambitionierten Hobbyfilmern mit hohen Ansprüchen neue Möglichkeiten. Mit innovativen Imaging-Technologien aus dem professionellen Camcorder-Bereich, 8 Megapixel starkem Full-HD-CMOS-Sensor und neuem DIGIC-

DV-III-Prozessor überzeugen Legria HF S10 und Legria HF S100 mit Spitzenleistungen bei der HD-Aufzeichnung. Die Pixelanzahl, die für die Videoaufzeichnung verwendet wird, liegt mit 6,0 Megapixeln (effektiv) annähernd dreimal so hoch wie die Full-HD-Auflösung.

Legria FS20, FS21 und FS22 können sowohl auf Karte wie auch auf einem internen Speicher Daten ablegen. Der Legria FS200 legt Daten dagegen ausschließlich auf einer Speicherkarte ab. Das Verteilen von Videomaterial wird bei den neuen Minis somit zum Kinderspiel. www.canon.de

Oregon Scientific: Familienspaß

Action Cam mit Farbdisplay



Andreas Steffens: „Die Action Cam ATC5K ist ein zusätzlicher Umsatz- und Schnelldreher zu einem sehr attraktiven Preis.“

Oregon Scientific, Spezialist für Wetter- und Outdoor-Technologien, hat mit der ATC-Serie einfach zu handhabende Kameras mit Flash-Speicher auf den Markt gebracht. Mit der Action Cam ATC5K steht jetzt eine echte Outdoor-Kamera mit 1,5"-TFT-Farbdisplay zur Verfügung, die vor allem bei Familien in der Freizeit zum Spaßfaktor wird.

Die ATC5K ist das Premium Produkt in der ATC Modellreihe und eine Weiterentwicklung der ATC3K. Wesentliche Neuerung ist das 1,5 Zoll große TFT-Farbdisplay, auf dem sich die gedrehten Filme oder Clips sofort ansehen lassen. Durch die einfache Bedienung und robuste, wasserdichte Bauweise ist die Kamera nicht nur für alle Outdoor-Aktivitäten

bestens gerüstet, sondern sorgt auf allen Familienausflügen für Spaß und Abwechslung.

„In unsere neue Action Cam ATC5K sind die Erfahrungen aus der Entwicklung der Wetterstationen und Schrittzähler für den Sportbereich eingeflossen“, so Andreas Steffens, Geschäftsführer Oregon Scientific Deutschland. „Aufgrund der Wasser- und Stoß-



Die Action Cam ACT5K von Oregon Scientific ist der ideale Begleiter für Familien bei allen Freizeit-Aktivitäten und erschließt für den CE-Handel vollkommen neue Zielgruppen. Die Kamera lässt sich überall montieren, wobei sämtliches Zubehör inklusive einer Fernbedienung im Lieferumfang enthalten ist.

festigkeit ist die Kamera überall einsetzbar und kann bedenkenlos auch in Kinderhände gegeben werden.“

Gerade für Familien ist die Kamera ideal geeignet und bietet dem CE-Handel vollkommen neue Absatzmöglichkeiten. „Der Fachhändler bekommt hier einen Umsatz- und Schnelldreher mit einem sehr attraktiven Preispunkt“, betont Steffens. „Für unter 200 Euro Endverbraucherpreis bekommt

man eine echte Digitalkamera mit Farbdisplay, die wasserdicht ist, die auf den Boden fallen kann und mit umfangreichem Zubehör ausgeliefert wird. Gleichzeitig ist die ACT5K kein Konkurrenzprodukt zu anderen Camcordern, da der Händler ein vollkommen neues Produkt für eine andere Käuferschicht an die Hand bekommt.“

Akzeptanzschwierigkeiten seitens der Endkunden sieht Steffens nicht: „In dem Moment, in dem man die Kamera präsentiert, fällt eigentlich jedem Kunden ein Einsatzgebiet ein.“

Mit den mitgelieferten Befestigungsbändern ist die Kamera in Sekundenschnelle zum Beispiel für das freihändige Filmen am Fahrradlenker oder Helm, am Snowboard, Motorrad, Kickboard und am Körper montiert. Die ATC5K wiegt ohne Batterien 139 Gramm und mit Batterien 187 Gramm. Der neue CMOS-Sensor sorgt für optimale Bildqualität, weniger Verwacklung, einen besseren Ausgleich von Hell/Dunkel und einen 53-Grad-Bildwinkel (FOV).

Allen Herausforderungen gewachsen

Auch härtesten Herausforderungen, etwa beim Dreh in Kinderhänden am Strand oder im Schwimmbad, ist die schockresistente und bis zu 3 Meter wasserdichte Videokamera gewachsen. Mit einer externen 4-GByte-Speicherkarte können Filme bis zu zwei Stunden Länge in höchster Bildauflösung von 640 x 480 Pixeln aufgezeichnet werden. Darüber hinaus ist die Kamera mit einem internen, 32 MByte großen Speicher ausgestattet. Die ATC5K ist kompatibel mit Windows 2000/XP/Vista.

Multifunktional einsetzbar erfüllt die Kamera auch Dienste als digitale Fotokamera. Mit einem Knopfdruck auf der Oberseite der Action Cam wechselt diese in den Fotomodus und schießt gestochen

scharfe Fotos. Am heimischen PC verwandelt sich die Action Cam in eine Webcam. Über das integrierte Mikrofon wird der Ton aufgezeichnet. Der Batteriestatus und die verbleibende Filmdauer erscheinen auf der übersichtlichen LCD-Anzeige auf der Oberseite der Kamera. Die Batterien nehmen bei normaler Umgebungstemperatur und höchster Auflösung bis zu 3 Stunden auf.

Die mitgelieferte Fernbedienung erlaubt die Steuerung der ACT5K bis zu einer Entfernung von vier Metern.

Unter www.myactioncam.de gibt es die Möglichkeit, Filme kostenlos öffentlich ins Internet zu stellen. Hier können Handelspartner auf Wunsch auch Werbung platzieren und erreichen so direkt ihre Käuferschicht.

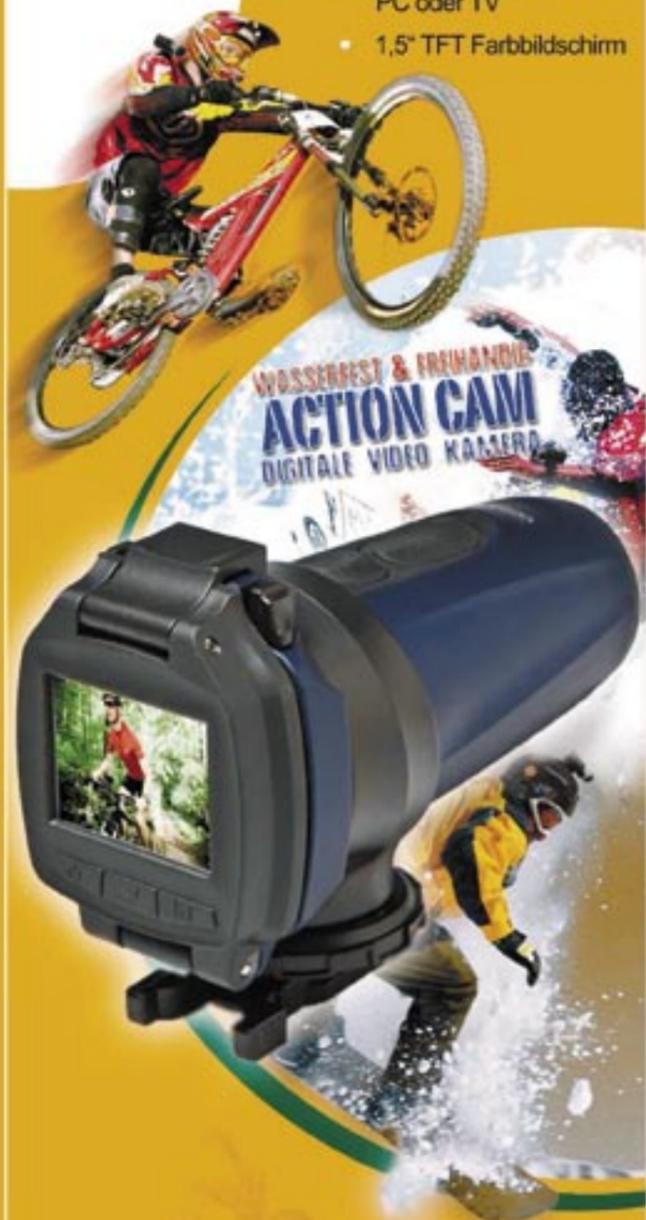
www.oregonscientific.de

Dreh' Deinen eigenen Action-Film!

ATC 5K

Action Cam

- Digitale Video Kamera
- Wasserdicht
- Freihändiger Betrieb
- Wiedergabe über PC oder TV
- 1,5" TFT Farbbildschirm



Oregon
SCIENTIFIC

Interesse? Weitere Infos unter:

Oregon Scientific (Deutschland) GmbH

Tel. 0 61 02 / 79 85-0 • www.oregonscientific.de



UE

Neue Fotorahmen von Toshiba

Der Gigaframe Q80 und der Gigaframe L81 lassen Bilder lebendig werden! Sie können nicht nur Fotos anzeigen, sondern auch Videoclips wiedergeben. Dank ihrer MP3-Player-Funktion können alle Bilder auch mit der passenden Musik abgespielt werden. Die Übertragung von Dateien ist über alle gängigen Speicherkartenformate möglich. Beide neuen Bilderrahmen verfügen über einen 128-MB-Flash-



Speicher, eine Auflösung von 800 x 600 Bildpunkten sowie ein hochwertiges 4:3-Display. Zusätzlich ermöglicht die Sub-Display-Funktion des L81 bei Anschluss an ein Notebook die Verschiebung des Notebook-Bildschirminhalts auf den Fotorahmen. Durch die interne Batterie kommt der L81 ohne Anschluss an das Stromnetz aus. Die beiden Gigaframes Q80 und L81 sind ab sofort zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 129,- Euro beziehungsweise 149,- Euro erhältlich. www.toshiba.de

Samsung stellt neue Blu-ray-Player vor

Samsung Electronics hat mit dem BD-P4600 den weltweit ersten wandmontierbaren Blu-ray-Player vorgestellt. Darüber hinaus gibt es mit dem Modell BD-P3600 einen neuen Blu-ray-Standard für Leistung und Vielseitigkeit. „Mit WLAN-Funktionalität, schlankem Design und einer Vielzahl neuer Features gibt Samsung mit dem BD-P4600 und dem BD-P3600 eine neue Richtung im Blu-ray-Bereich vor“, sagt Mike Henkelmann, Product Marketing Manager DAV bei Samsung. „Dank des einzigartigen Wandmontagedesigns macht der BD-P4600 den Einzug von Blu-ray in das Wohnzimmer einfacher als jemals zuvor. Die umfassenden Spezifikationen des BD-P3600 setzen das Gerät auch auf die Wunschliste der anspruchvollsten Heimkinofans.“ Die BD-P4600- und BD-P3600-Geräte unterstützen BD Live (Profil 2.0) und Bonus View (Profil 1.1) sowie Full-HD 1080p Blu-ray-Wiedergabe mit DVD-Upscaling und HD-Soundtracks. Standard-CD-Wiedergabe mit Unterstützung für JPEG-Fotos und DivX-Videos sorgt dafür, dass sich der Unterhaltungswert von BD-P4600 und BD-P3600 weiter erhöht. www.samsung.de



gibt Samsung mit dem BD-P4600 und dem BD-P3600 eine neue Richtung im Blu-ray-Bereich vor“, sagt Mike Henkelmann, Product Marketing Manager DAV bei Samsung. „Dank des einzigartigen Wandmontagedesigns macht der BD-P4600 den Einzug von Blu-ray in das Wohnzimmer einfacher als jemals zuvor. Die umfassenden Spezifikationen des BD-P3600 setzen das Gerät auch auf die Wunschliste der anspruchvollsten Heimkinofans.“ Die BD-P4600- und BD-P3600-Geräte unterstützen BD Live (Profil 2.0) und Bonus View (Profil 1.1) sowie Full-HD 1080p Blu-ray-Wiedergabe mit DVD-Upscaling und HD-Soundtracks. Standard-CD-Wiedergabe mit Unterstützung für JPEG-Fotos und DivX-Videos sorgt dafür, dass sich der Unterhaltungswert von BD-P4600 und BD-P3600 weiter erhöht. www.samsung.de

PSB-Lautsprecher im Deutschland-Vertrieb

Nachdem die Marke PSB bereits seit über 30 Jahren in 54 Ländern weltweit vermarktet wird, ist erst Anfang September 2008 der Startschuss für den



deutschen Markt gefallen. Klaus Stahl und sein Team sind derzeit dabei, kompetente Fachhändler zu autorisieren. Ziel ist es, in den kommenden Monaten ein flächendeckendes Fachhandelsnetz aufzubauen. PSB-Lautsprecher besitzen ein überdurchschnittliches Preis-/Leistungsverhältnis und gehören in den jeweiligen Preisgruppen klanglich zu den Besten. Dabei stehen in allen Leistungsklassen für jeden Geschmack und jede Anwendung die passenden Lautsprecher zur Auswahl. www.psb-lautsprecher.de

Erster Acer-Projektor mit LED-Technologie

Der neue K10 Pico-Projektor ist Acers erster Videoprojektor mit LED-Technologie und

TECHNISAT HAT DIE HDTV-TESTSIEGER!
Qualität Made in Germany.

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

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

3914/12/08
scharf schärfer DIGITAL
TECHNISAT: DIE SUMME ALLER VORTEILE.
TechniSat DIGITAL
WWW.TECHNISAT.DE

liefert eine hohe Energieeffizienz sowie lange Lampenlebensdauer. Der Projektor kombiniert die Vorteile der DLP-Technologie mit der stromsparenden LED-Technologie und setzt hinsichtlich der Bildqualität und Energieeffizienz neue Maßstäbe. Mit seinem Gewicht von gerade einmal 0,55 kg und Abmessungen von nur 127 x 122 mm ist der Acer K10



einer der kleinsten und leichtesten Projektoren auf dem Markt. Ein Auswechseln der Lampe wird überflüssig, da LEDs eine Nutzungsdauer von bis zu 20.000 Stunden haben. Projektoren mit LED-Technologie benötigen aufgrund geringerer Erhitzung bis zu 30 Prozent weniger Energie als Geräte mit gewöhnlichen Lampen. Der kleine Projektor liefert eine Bildhelligkeit von 100 ANSI Lumen, ein Kontrastverhältnis von 2.000:1 mit einer Diagonale von bis zu 152 cm. Mit der integrierten manuellen und automatischen Keystone-Korrektur können trapezförmige Verzerrungen korrigiert werden. www.acer.de

Euronics: Erfolgreiches Geschäftsjahr 2007/2008

Gut gerüstet für 2009

Die Euronics Deutschland eG blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und erwirtschaftete in 2007/2008 einen Zentralumsatz von 1,62 Milliarden Euro und steigerte damit ihren Umsatz um 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 1.869 Mitglieder an 2.041 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern erzielten einen Außenumsatz von 3,5 Milliarden Euro.

Hauptumsatzträger im Bereich der Consumer Electronics mit einem Zentralumsatz von 1,23 Mrd. Euro und einem Plus von 7,8 Prozent waren auch in 2007/2008 Produkte der Unterhaltungselektronik. Hier verzeichnete Euronics eine Steigerung von 12 Prozent bei einem Gesamtumsatz von 842 Mio. Euro.

Neues Qualitätsbewusstsein

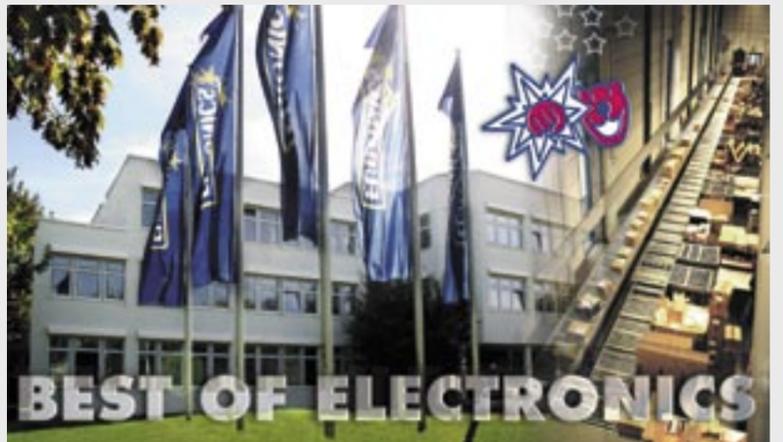
„Konsumenten in Deutschland kaufen qualitätsbewusster. Davon hat unsere Verbundgruppe im vergangenen Jahr maßgeblich profitiert“, bilanzierte Euronics

Vorstandssprecher Werner Winkelmann auf der Jahrespressekonferenz in Stuttgart. Für 2009 sieht sich die Genossenschaft gut gerüstet. „Wir haben ein umfangreiches Maßnahmenpaket für unsere Mitglieder auf den Weg gebracht, um sie in allen marktrelevanten Bereichen zu unterstützen. Binde Rabattversprechen und Sparmaßnahmen sind die falsche Antwort auf die Rezession. Unsere Beratungs- und Fachkompetenz wird in 2009 ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein“, so Winkelmann. Für das laufende Geschäftsjahr hat Euronics einen umfassenden Maßnahmenkatalog entwickelt,

um Mitglieder bei allen markt- und marketingrelevanten Themen zu unterstützen. „Für jedes Mitglied leisten unsere betriebswirtschaftlichen Berater eine komplette Kostenüberprüfung und bei Bedarf eine Revision sämtlicher Kostenträger“, erklärt Benedict Kober, Vorstand der Verbundgruppe. Ab sofort können Mitglieder eine spezielle Beratungsleistung im Vorfeld von Bankgesprächen in Anspruch nehmen.

Spezielle Schulungsprogramme

Eine neu gegründete Führungskräfte-Akademie bereitet die Nachwuchsführungskräfte durch ein spezielles Schulungsprogramm auf die Unternehmensnachfolge vor. Das Schulungskonzept „Q+“, in Kooperation mit der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH, und das 18monatige Qualifizierungsprogramm „Qsales“



In diesem Jahr will Euronics den Bekanntheitsgrad der Marke weiter steigern. Im Werbebudget sind dazu für das kommende Geschäftsjahr über 20 Millionen Euro, vornehmlich für TV-Werbung, eingeplant. Darüber hinaus baut Euronics die Fachhandelsunterstützung weiter aus.

richten sich speziell an die Mitarbeiter im Verkauf. „Kompetente Beratungsleistungen durch geschulte Mitarbeiter verhelfen dem Euronics Fachhandel seit Jahren zu einer starken Kundenbindung“, so Kober. Die Turbulenzen auf den Finanzmärkten haben viele Verbraucher verunsichert. Nach Angaben des Marktforschungsinstitutes GfK gewinnt der sogenannte „verantwortungsvolle Konsument“ zunehmend an Bedeutung – eine wachsende Verbrauchergruppe, die Wert auf einen bewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen legt. Beim Erwerb von Elek-

trogeräten sind Langlebigkeit und Energieeffizienz für diese Gruppe entscheidende Verkaufskriterien. Die Verbraucher sind auch zunehmend bereit, einen damit verbundenen höheren Preis zu bezahlen. Kaufanreize im kommenden Jahr versprechen DVB-CI+ und HDTV-Tuner, die verstärkt in die TV-Geräte integriert werden. Die gute Nachricht für den beratenden Fachhandel: Immer mehr Verbraucher legen Wert auf Qualität und Langlebigkeit der gekauften Produkte und dies möglicherweise umso mehr in Zeiten gedämpfter wirtschaftlicher Stimmung. www.euronics.de

TK



Thomas Wernet leitet Online-Vertrieb von Telefónica O₂ Germany

Telefónica O₂ Germany hat sein Vertriebsmanagement personell neu aufgestellt: Thomas Wernet (39) leitet seit Dezember den Bereich Online Sales und Portal Sales des Münchner Unternehmens. In seiner neuen Posi-



Thomas Wernet

tion als Vice President Online Sales & Portal Sales verantwortet Wernet den gesamten Vertrieb über das Internet und das O₂ Kundenportal. Wernet ist seit neun Jahren bei O₂ und verantwortete zuletzt das Key Account Management. Diese Aufgabe übernimmt Heiko Hambücker, Vice



Heiko Hambücker

President Indirect Sales, vorläufig kommissarisch mit. Beide berichten weiter an Ulrich Puchebner, Vice President Sales. www.o2online.de

Arcor bietet jetzt auch UMTS-Zugangsvarianten für Firmennetze an

Durch die nahtlose Integration von Mobilfunk positioniert sich Arcor als Full-Service-Provider für die gesamte Vernetzung von Unternehmen: Der Zusammenschluss mit Vodafone ermöglicht es dem Eschborner Telekommunikationsanbieter jetzt, flexible UMTS-Zugangsvarianten standardmäßig im Rahmen seiner Firmennetzlösungen anzubieten. Unternehmen, die Filialen oder Home-Offices per Festnetz oder per mobilem Zugang integrieren möchten, bekommen alle Dienste nun aus einer Hand. Neu sind außerdem eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für die Kommunikation im Netzwerk, attraktive SDSL-Angebote sowie ein komfortabler Installationsservice. Das Mobilfunknetz von Vodafone ist deutschlandweit nahezu flächendeckend verfügbar. In der neuen Version 9.0 des Arcor-Company Net integriert Arcor die Möglichkeiten des Mobilfunknetzes nun in seine Unternehmenslösung. Mittels der neuen Zugangsvariante „Company Dialog

UMTS“ lassen sich mobile Arbeitsgruppen oder ganze Standorte per UMTS-Router sofort an das Firmennetz anbinden, das Warten auf freigeschaltete Festnetzanschlüsse entfällt. Besonders interessant ist das Angebot überall dort, wo temporäre Firmenstandorte aufgebaut werden sollen: Büros auf Baustellen, mobile Mitarbeiter auf Messständen oder IT-Teams auf Konzert-Tourneen haben so sehr schnell Zugang zum Netzwerk. Einzelne Mitarbeiter können per „Company Remote UMTS“ über Mobilfunk datensicher auf das Firmennetz zugreifen. Der bislang für diese Zugangsvariante notwendige zusätzliche Mobile-Vertrag entfällt ab sofort: Arcor bietet den kompletten mobilen Zugang zum Firmennetz aus einer Hand an. www.arcor.de/business/firmennetze.jsp

Tk-Fachhändler können sich auf der CeBIT in Agfeo Foren informieren

Wie in jedem Jahr bietet Agfeo auch 2009 wieder auf der CeBIT eine Plattform, um mit seinen Partnern über neue Produkte und Konzepte zu diskutieren. Agfeo engagiert sich sehr, möglichst nah am Fachhandel zu sein und freut sich schon jetzt über die Besucher des Fachhandels an den Foren. Die Themen in diesem Jahr lauten:

- Neue Technik von Agfeo. Bedeutet sie das Aus für S₀, UP₀ und CAT5?
 - Branchenlösungen bei Agfeo
 - Neues aus dem Softwarebereich
 - KNX/EIB Haussteuerung/ Gebäudeautomation, Praxisanwendungen
 - Agfeos neues Schulungskonzept
 - Qualität hat einen Namen
- Pro Forum können maximal fünf Fachhändler teilnehmen. Interessenten sollten sich deshalb frühzeitig einen Platz sichern. Agfeo stellt

Alle aetka-Partner können über eigenständige Lösung Versandkosten sparen

Die Fachhandelskooperation aetka bietet die Funktion „Paketlabeldruck“, die bisher den Nutzern des Warenwirtschaftssystems easy filius vorbehalten war, als eigenständige Lösung für den einfachen und günstigen Warenversand an. Pakete bis 31 Kilogramm kosten damit nur 3,50 Euro. Das Modul „Paketlabeldruck“ des speziell für den IKT-Fachhandel entwickelten Warenwirtschaftssystems easy filius ist nun auch als Standalone-Lösung erhältlich.

„Wir haben uns aufgrund der großen Beliebtheit dieses Moduls bei easy filius Nutzern dafür entschieden, die Funktion Paketlabeldruck allen aetka-Partnern anzubieten“, sagte Uwe Bauer, Vorstand der aetka Communication Center AG. „So profitieren alle von den sehr guten Konditionen, die aetka mit einem der führenden Versanddienstleister Deutschlands ausgehandelt hat.“ Eine Paketsendung bis 31 Kilogramm über das Paketlabelmodul kostet 3,50 Euro netto, egal ob es sich um ein kleines Päckchen oder um ein Großpaket (max. 120 cm x 60 cm x 60 cm) handelt. Über eine einfache Softwarelösung, die dem interessierten aetka-Partner per E-Mail übertragen wird, kann dieser den Paketaufkleber inklusive Frankierung am eigenen Drucker drucken. Der Fachhändler benötigt lediglich selbstklebende Etiketten, die er für fünf Euro pro 500 Stück bei aetka beziehen kann. Nachdem er die Adressdaten des Paketempfängers eingegeben hat, sendet die Software die Daten an den Drucker. Jeweils zum Monatsende erhält

der aetka-Partner eine Abrechnung der Versandkosten. Eine Vorgabe, welche Waren in den Paketen verschickt werden, gibt es ebenso wenig wie eine Mindestabnahmemenge.



Das Modul „Paketlabeldruck“ gibt es bei aetka jetzt auch als Standalone-Lösung.

Das eigenständige Modul „Paketlabeldruck“ kostet einmalig 150 Euro. Für aetkaPlus- und aetkaPremium-Partner übernimmt aetka die Kosten zu 50 Prozent durch Verrechnung mit dem WKZ-Konto. Ansprechpartner für Fragen der Fachhändler und für die Bestellung ist das easy-business-Team von aetka, Telefon 03722-713 685 oder unter E-Mail info@easy-business-network.com. www.aetka.de

jedem angemeldeten Fachhändler außerdem eine Eintrittskarte für die CeBIT zur Verfügung. www.agfeo.de

Bezahldienst T-Pay erfüllt die Vorgaben der Kreditkartenindustrie

T-Pay hat als einer der ersten deutschen Anbieter von Online-Zahlungsverfahren die Zertifizierung nach dem internationalen PCI-Standard erhalten. Ein umfangreiches Testverfahren bestätigte die Sicherheit der Netze, IT-Infrastruktur und Anwendungen für die Übermittlung und Speicherung von Kreditkartendaten. Damit erfüllt der Payment-Dienstleister die strengen Anforderungen der interna-

tionalen Kreditkartenindustrie. Der PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) wurde gemeinsam von den führenden Kreditkartengesellschaften Visa und MasterCard entwickelt. Er verfolgt das Ziel, bei Händlern, Service-Providern oder externen Dienstleistern die Sicherheit der Kreditkarteninformationen zu gewährleisten. Dazu definiert der Standard genaue Anforderungen an die Verarbeitung, Speicherung und Übertragung von Informationen.

In einem zwölf Kategorien umfassenden Plan hat der Security-Spezialist Verizonbusiness Ltd. die IT-Infrastruktur, Datenbanksysteme sowie die Schutz- und Abwehrmechanismen von T-Pay durchleuchtet. Das

Düsseldorfer Unternehmen stellte fest, dass der Bezahlendienst wirksame Firewall-Mechanismen einsetzt oder auch besondere Zugriffs- und Kontrollmaßnahmen vorsieht und dadurch den Anforderungen der Kreditkartengesellschaften gerecht wird. „Unsere Sicherheitsbestimmungen erlauben beispielsweise den Zugriff auf sensible Informationen ausschließlich nach dem Vier-Augen-Prinzip mit räumlicher Trennung sowie mit Hilfe spezieller Sicherheitschlüssel“, erläuterte Karl-Heinz Link, technischer Produktmanager bei T-Pay. www.telekom.de

Vodafone und Arcor stellen auch 2009 wieder auf der CeBIT aus

Vodafone Deutschland wird sich vom 3. bis 8. März auf der CeBIT als innovatives und integriertes Kommunikationsunternehmen präsentieren. Schwerpunkt des gemeinsamen Messeauftritts mit Arcor sind individuelle Komplettlösungen für Geschäftskunden. Der zunehmenden Bedeutung des Internets trägt die CeBIT 2009 Rechnung und will unter dem Schlagwort „WebCieTy“ das Internet in den Messehallen erlebbar machen. Auf dem Stand von Vodafone und Arcor ist das inmitten des Messegeländes möglich. Hier treffen die Besucher auf Ausstellungen und Live-Vorführungen mobiler und komplexer Fixed-Mobile-Convergence-Lösungen. „Als Komplettanbieter können wir unseren Kunden innovative und individuelle Lösungen für alle Kommunikationsbedürfnisse für Telefonie und Datenübertragungen über Festnetz und Mobilfunk anbieten. Unser Messeauftritt mit Arcor unterstreicht das“, so Jan Geldmacher, Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG für das Firmenkundengeschäft. www.vodafone.de

E-Plus startet Test zur Breitbandversorgung ländlicher Gebiete

Die E-Plus Gruppe geht das Problem lückenhafter Breitbandversorgung in ländlichen Gebieten jetzt im Schulterschluss mit dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus des Landes Mecklenburg-Vorpommern, der dortigen Landesrundfunkzentrale sowie dem Tk-Ausrüster und -dienstleister Ericsson an: Ende 2008 haben die Partner eine Projektvereinbarung für einen Praxistest unterzeichnet.

Dieser Test am Sendestandort Grabowhöfe nordwestlich von Waren (Müritzer/Mecklenburgische Seenplatte) soll ab sofort aufzeigen, inwieweit die ländlichen Gebiete der Republik durch die Nutzung von Frequenzen aus der sogenannten Digitalen Dividende vom Eintritt in die schnelle Datenwelt profitieren können. Die Digitale Dividende bezeichnet die Frequenzen, die im Zuge der Digitalisierung des Rundfunks frei werden. Bei dem gemeinsamen Projekt geht es den Angaben der Beteiligten zufolge nicht um die technische Machbarkeit, sondern darum, das Nutzerverhalten und die notwendige Dimensionierung eines mobilen Breitbandnetzes unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu analysieren.

Aus Wirtschaft und Politik auf Bundesebene und innerhalb der EU kommen Forderungen auf, Teile dieser freigegebenen Frequenzen für den mobilen Internetzugang nutzen zu können. Die Tk-Anbieter verfolgen damit das Ziel, in einem niedrigen Frequenzbereich ein

leistungsstarkes, weitreichendes und gleichzeitig günstig zu betreibendes mobiles Breitbandnetz aufzubauen, das die „weißen Flecken“ auf der multimedialen Landkarte auf absehbare Zeit verschwinden ließe. Gleichzeitig bekämen so Millionen Bundesbürger Zugang zu schnellen digitalen Kommunikationswegen. Die zur Diskussion stehenden Frequenzen im niedrigen Frequenzspektrum zwischen 790 und 862 MHz bieten im Vergleich mit den heute für UMTS genutzten Frequenzen eine deutlich höhere Reichweite und könnten deshalb günstig und mit weniger Antennenstandorten auch ländliche Gebiete abdecken.

50 repräsentativ ausgewählte Haushalte und Betriebe können in einem Umkreis von rund 20 Kilometern zu der Sendestation in Grabowhöfe die mobile Breitbandtechnologie bis Ende 2009 testen. Auf den zur Verfügung stehenden Frequenzen kommt die HSDPA-Mobilfunktechnologie mit einer Datenrate von bis zu 7,2 Megabyte pro Sekunde zum Einsatz. Die Tester bekommen die Endgeräte und SIM-Karten kostenlos gestellt. Auch die Kosten der Datenübertragung im E-Plus-Netz werden in der Testphase von den Projektbeteiligten getragen.

Der Netzausrüster Ericsson stellt die Netztechnik für die Sendestation. Die für den Test notwendigen Frequenzen wurden von der Bundesnetzagentur kürzlich freigegeben.

T-Mobile führt das erste Android-Handy G1 ein

Mobiles Surfen neu definiert

Nach dem erfolgreichen Marktstart in den USA und in Großbritannien bringt T-Mobile das T-Mobile G1, das weltweit erste Mobiltelefon mit dem Betriebssystem Android, jetzt auch exklusiv nach Kontinentaleuropa. In Deutschland steht die Neuheit, die das mobile Surfen neu definieren soll, ab dem 2. Februar allen T-Mobile Kunden zur Verfügung. Um dem hochgesteckten Ziel gerecht zu werden, stehen im T-Mobile G1 unter anderem eine intuitiv nutzbare Bedienoberfläche, ein direkter Zugang zur Google-Suche und zu zahlreichen Anwendungen von unabhängigen Anbietern über Android Market bereit. Hinzu kommen zusätzliche Funktionen für die mobile Nutzung.

Das Gerät bietet weiterhin einen eingebauten GPS-Sender, mit dem der Nutzer seinen Standort lokalisieren kann. Weitere Ausstattungsmerkmale des Handys sind HSDPA für mobile Bandbreiten von bis zu 7,2 Mbit/s, WLAN, ein eingebauter Kompass, die fünfzeilige Qwertz-Tastatur, der Trackball und das große, auschiebbare Touchscreen-Display mit drei übersichtlichen Startansichten.

„Unser T-Mobile G1 liefert Nutzern ein überragendes mobiles Interneterlebnis“, betonte Hamid Akhavan, Vorstandsvorsitzender der T-Mobile International AG, auf einer Pressekonferenz in Hamburg. „Wir sind stolz darauf, dieses einzigartige und spannende Gerät auch unseren deutschen Kunden anzubieten. Dies markiert einen herausragenden Schritt vorwärts in unserer Innovationsstra-

tegie. Wir heben mit dem G1 das offene mobile Interneterlebnis auf ein neues Niveau.“

Ein Klick zur Google Welt

In enger Zusammenarbeit haben T-Mobile, Google und HTC im T-Mobile G1 das Betriebssystem Android und die Übertragungstechnik für das High-speed-Netz von T-Mobile integriert. Ein wesentliches Ergebnis dieser Kooperation ist, dass sich Google-Dienste, die Millionen von Menschen etwa vom Desktop-PC her bestens vertraut sind, jetzt auch unterwegs schnell und bequem nutzen lassen. Das gilt etwa für den Zugriff auf die Google-Suchmaschine – die gewünschten Informations- oder Unterhaltungsseiten finden sich

dank automatischer Vervollständigung von Begriffen mit wenigen Eingaben.

Der Browser des T-Mobile G1 lädt Internetseiten sehr schnell, denn das Gerät ist ständig mit dem Internet verbunden. Beliebige Ausschnitte von Internetseiten lassen sich einfach durch Berühren des Displays vergrößern. Nutzer können mit zwei Klicks auf den Trackball direkt eine auf einer Webseite angegebene Telefonnummer anrufen; sie können schnell Favoriten anlegen, mehrere Browserfenster parallel offen halten, Seiten und Seitenelemente einfach kopieren und in eine Datei einfügen, einen Link bequem weiterleiten und vieles mehr. Ebenso einfach nutzen T-Mobile G1 Kunden den Navigationsdienst



Das T-Mobile G1 bietet neben einer Vielzahl integrierter Funktionen auch großen Bedienkomfort; nicht zuletzt wegen seiner Qwertz-Tastatur.

Google Maps. Mit ihm finden sie problemlos ihren aktuellen Standort und erhalten auf Wunsch detaillierte Routenbeschreibungen. Google Maps erlaubt es außerdem, bestimmte Adressen zu finden, etwa die von Hotels, Restaurants oder Kinos. Das T-Mobile G1 bietet außerdem eine Plattform für die E-Mail-Kommunikation. So werden Mails, die über den Service Google Mail hereinkommen, automatisch und direkt auf das Gerät gepusht. Andere E-Mail-Dienste wie POP3 und IMAP können ebenfalls mit dem T-Mobile G1 genutzt werden. Außerdem lassen sich Kontakte und Kalendereinträge automatisch synchronisieren; der Instant



Auf einer eigens eingerichteten Internetseite erfahren Interessierte alles Wissenswerte über das neue Android-basierte T-Mobile G1.

Messaging Service von Google-Talk steht kostenlos zur Verfügung. Und ein Video auf YouTube mit anderen zu teilen ist so einfach wie einen Link mit Google Mail zu versenden – es reicht ein Fingertipp.

Android Market

Als erstes Mobiltelefon bietet das T-Mobile G1 Zugang zu Android Market mit bereits heute mehr als 700 Anwendungsprogrammen internationaler Entwickler. Ständig kommen hier neue Dienste und Anwendungen hinzu. Über wenige

Inklusivvolumen (Combi Flat XS mit 200 MB/Monat). In Verbindung mit Combi Flat M und L kostet das G1 jeweils einen Euro. Für Geschäftskunden bietet der Bonner Netzbetreiber das T-Mobile G1 mit der Combi Flat Business an. www.t-mobile.de/g1

T-Mobile stellt mit dem MDA Basic ein Handy für den Einstieg in die mobile Windows-Welt vor

Mit dem neuen MDA Basic richtet sich T-Mobile an Kunden, die komfortabel in die Welt von Windows Mobile einsteigen und unterwegs auf gewohnte Funktionen von Microsoft Windows und Microsoft Office zugreifen wollen. Nutzer machen ihre Eingaben auf dem 320 x 240 Pixel großen Touchscreen-Display per Stift. Für die musikalische Unterhaltung ist ein MP3-Player eingebaut, für Schnapsschüsse eine Zwei-Megapixel-Kamera. Auch WLAN- und EDGE-Technik sind vorhanden. Diese ermöglicht nahezu überall in Deutschland mobiles Internetsurfen mit bis zu vierfacher ISDN-Geschwindigkeit.

Der MDA Basic ist ab Anfang Februar lieferbar. T-Mobile wird das Gerät zukünftig auch als Xtra Pac anbieten. Damit steht Windows Mobile dann auch Prepaidkunden zur Verfügung. Das Betriebssystem Windows Mobile 6.1 Professional des MDA Basic ermöglicht unter anderem eine komfortable mobile E-Mail Kommunikation. Dazu lässt sich in wenigen Schritten ein entsprechender Account für die persönlichen E-Mail-Konten einrichten. Nutzer können Mail-Anhänge abrufen und anzeigen. Dateien in den Formaten Word, Excel und PowerPoint lassen sich am MDA Basic auch bearbeiten. Aufgerufene Internetseiten sind in fünf Größen darstellbar. Hinzu kommt ein Organizer mit Adressbuch, Kalender, Notizen, Aufgaben, Wecker und Rechner. Weitere Leistungsmerkmale des neuesten MDA-Geräts sind der Mediaplayer für unterschiedliche Audio- und Videoformate, das Bild-Telefonbuch, der Steckplatz für microSD-Speicherkarten (bis 4 GB) und die Bluetooth-Schnittstelle. Der MDA Basic kostet 4,95 Euro mit einem 24-Monate-Laufzeitvertrag im Tarif Relax 200. Zum Lieferumfang gehört ein Stereo-Headset.

T-Mobile Widgets machen das mobile Surfen komfortabler

T-Mobile ist mit Neuheiten rund um web'n'walk, den Service fürs mobile Internet, ins neue Jahr gestartet: Mit Widgets auf der Startansicht des Handydisplays soll das mobile Surfen zu den persönlichen Internet-Favoriten noch einfacher und schneller werden. Aktive Widgets informieren automatisch über neue Informationen auf den persönlichen Internetseiten. T-Mobile Kunden können die Widgets ab der CeBIT 2009 aus einer speziellen Galerie auf ihr Handy herunterladen.

Für die Fans von Mini-Notebooks nimmt T-Mobile drei neue Geräte ins Angebot: Samsung NC10, HP Mini 700 und Sony Vaio VGN-P11Z. Bei allen ist die mobile Highspeed-Technik von HSDPA mit bis zu 7,2 Mbit/s bis WLAN bereits integriert. Die drei Geräte zeichnen sich außerdem durch besondere Features aus.

Basis für die Leistungen und Dienste von T-Mobile ist das flächendeckend ausgebaute Mobile Broadband Netz. Und ob GSM oder UMTS, es bietet „beste Netzqualität“. Zu diesem Ergebnis ist der TÜV Nord gekommen und hat – zum wiederholten Mal – das Zertifikat „Geprüfte Kundenzufriedenheit“ an T-Mobile vergeben.

Ab einem Euro

T-Mobile bietet Privatkunden das T-Mobile G1 mit 24 Monaten Laufzeitvertrag in den Tarifen Combi Flat XS, S, M und L an. Diese enthalten neben unterschiedlich zugeschnittenen Telefon-Flatrates auch eine Flatrate für die mobile Datenübertragung (Combi Flat S, M und L) beziehungsweise ein

EcoNavigation spielt bei Garmin große Rolle

Die Umwelt schützen und sparen

Garmin feiert 2009 sein 20jähriges Bestehen als einer der Technologie- und Innovationsführer im Bereich Satellitennavigation für die Bereiche Automobil, Luftfahrt, Marine, Outdoor und Fitness. Zu Beginn des Jahres hat das Unternehmen mit verschiedenen Aktivitäten auf sich aufmerksam gemacht. So zum Beispiel durch die Vorstellung eines neues Navigationsgerätes für Motorradfahrer, durch die Kooperation mit dem Hotel Reservation Service und durch ein kostenloses Update für die EcoNavigation, die in diesem Jahr eines der zentralen Themen bei Garmin sein wird.

Das neue Software-Update für die EcoNavigation kann auf den nüvis der 2er- und der 7er-Serie nachträglich installiert werden. EcoNavigation ist das neueste Thema, mit dem sich Garmin als führendes und zukunftsweisendes Unternehmen hinsichtlich Kosteneffizienz und Umweltschutz nachhaltig positionieren will.

EcoNavigation erweitert die mobilen Navigationsgeräte von Garmin um neue Funktionen und liefert detaillierte Berichte über Kraftstoffverbrauch, Kosten pro Kilometer, CO₂-Emissionen und ökonomisches Fahrverhalten mit der Angabe von Kosten für die gefahrene Strecke. Zudem erhält der Fahrer Tipps, wie er seinen Fahrstil in Sachen Spritverbrauch optimieren kann.

„Zu den größten Herausforderungen zählen derzeit die Wirtschaftslage und die Umwelt“, erklärte

Olaf Meng, Produktmanager Automotive bei Garmin Deutschland. „EcoNavigation hilft, die Reichweite pro Tankfüllung zu erhöhen. Das entlastet den Fahrer finanziell und schont die Umwelt. Wir nehmen diese Themen sehr ernst –



Olaf Meng

und als führender Anbieter im Bereich mobiler Navigation möchten wir auch in Sachen Kraftstoffsparen und umweltfreundliche Navigation für unsere Kunden

wegweisend sein. Da die Software auch nachträglich installiert werden kann, profitieren auch diejenigen, die sich kürzlich ein nüvi gekauft haben, von dem Angebot.“

Bei allen Garmin Navigationsgeräten mit installierter EcoNavigation werden die Kraftstoffkosten ab sofort bereits vor Beginn der



geplanten Route berechnet und angezeigt. Diese Berechnung unterstützt den Fahrer bei der Entscheidung, das Auto zu nutzen oder eine kurze Strecke vielleicht doch mal mit dem Rad zu fahren.

Neben den bisherigen Routenberechnungen „Schnellste Zeit“ und „Kürzere Strecke“ bietet EcoNavigation dem nüvi-Besitzer die neue Routenoption „Weniger Kraftstoff“. Bei dieser Option wird eine Strecke berechnet, bei der die Möglichkeit besteht, besonders kraftstoffsparend zu fahren. Weitere Funktionen der EcoNavigation sind der Verbrauchsbericht sowie der Streckenbericht. Während der Verbrauchsbericht dem Fahrer einen Überblick über den Kraftstoffverbrauch für einen bestimmten Zeitraum verschafft,

liefert der Streckenbericht Daten über zurückgelegte Kilometer und den Kraftstoffverbrauch je gefahrener Strecke. So lässt sich beispielsweise gut ablesen, wieviel der tägliche Weg zur Arbeit kostet oder welche Menge Kraftstoff pro Monat verbraucht wird.

Auch während der Fahrt liefert das nüvi Anhaltspunkte für eine kraftstoffsparende Fahrweise. Auf Wunsch kann der Fahrer bei Beginn einer Fahrt die EcoChallenge aktivieren. Basierend auf dem Beschleunigungs- und Abbremsverhalten des Fahrers sowie der Geschwindigkeit wird dann der EcoChallenge-Wert berechnet und im Navigationsbildschirm eingeblendet. Damit hat der Fahrer immer einen Hinweis darauf, wie sparsam er gerade unterwegs ist.

Autofahrer können die Verbrauchsdaten ihres Fahrzeugs entsprechend eingeben, indem sie das „Fahrzeugprofil“ im Menüpunkt EcoNavigation aufrufen. Dort können sie den Kraftstoffverbrauch ihres Fahrzeugs und den aktuellen Spritpreis eingeben. Diese Daten werden als Grundlage zur Berechnung der Ersparnisse genutzt.

Das Software-Paket EcoNavigation steht ab März für alle nüvi 2x5 und nüvi 7x5 zum kostenlosen Download bereit. Außerdem werden standardmäßig alle neuen nüvi mit diesem Feature ausgestattet. Im Internet finden sich weitere Informationen zum Thema EcoNavigation. Hier können sich auch alle nüvi-Besitzer informieren, ob ihr Gerät EcoNavigation-kompatibel ist.

www.garmin.de/econavigation

Garmin kooperiert mit Hotel Reservation Service

Garmin und der Hotel Reservation Service (HRS) haben eine Zusammenarbeit beschlossen. Dadurch wird ab sofort die Datenübertragung von der HRS-Website auf Garmin-Navigationsgeräte möglich.

Die einfache Suche in der umfassenden HRS-Datenbank führt zur kostenlosen Direktbuchung – samt Sofortbestätigung des tagesaktuellen Hotelpreises. Anschließend kann der User auf der HRS-Seite die Auswahl „Garmin“ bestätigen und die entsprechenden Hoteldaten auf sein Navigationssystem überspielen. Dazu

genügt es, das Gerät an den Computer des Nutzers anzuschließen. Die relevanten Informationen werden dann automatisch übertragen. Im Auto kann der Nutzer anschließend die Hoteladresse als Ziel auswählen und für die weitere Verwendung speichern oder sich die Umgebung des Ziels auf der Karte des Garmin-Navigationsgeräts anzeigen lassen.

„Durch die Zusammenarbeit mit Garmin können wir den HRS-Kundenservice rund um die Hotelbuchung noch weiter verbessern. Das gemeinsame Angebot ist, wie alle HRS-Anwendungen, besonders benutzerfreundlich und macht neben der Hotelbuchung



Tobias Ragge

jetzt auch die Anreise besonders einfach“, erklärte Tobias Ragge, Geschäftsführer von HRS.

„Gerade bei der Hotelsuche in einer fremden Stadt ist ein mobiles Navigationsgerät eine große Hilfe und vermeidet Stress. Besonders bequem ist es, wenn das gebuchte Hotel bereits vor der Reise im Navi gespeichert wird. Dass dies nun direkt und automatisch bei der Buchung über



Tom Mühlmann

HRS erledigt werden kann, macht die Reiseplanung noch komfortabler“, ergänzte Tom Mühlmann, Manager Marketing Communications bei Garmin. „Wir freuen uns, gemeinsam mit HRS allen Garmin-Nutzern diesen neuen Service anbieten zu können.“

www.garmin.de

Garmin stellt neues zumo 660 Europa für Motorradfahrer vor

Garmin hat das zumo 660 Europa vorgestellt. Das neue Navigationsgerät für Motorradfahrer vereint die motorspezifischen Funktionen aus der zumo Serie mit der schlanken Bauweise der nüvi-Reihe. Das zumo 660 Europa fällt durch sein schlankes Design und motorspezifische Funktionen auf. So zum Beispiel durch das individuell einstellbare, auch bei Sonnenlicht sehr gut ablesbare 4,3"-Wide-screen"-Touch-Display sowie das handschuhfreundliche Design mit links angebrachten Steuerelementen und extragroßen Touchscreen-Buttons.

Zudem ermöglichen zwei individuell belegbare Datenfelder die persönliche Konfiguration der Kartenansicht mit Informationen wie beispielsweise Ankunftszeit, verbleibende Reisezeit, Durchschnittsgeschwindigkeit, Fahrtrichtung und aktuelle Höhe. Das extrem robuste und nach IEC 529 IPX-7 Norm wasserdichte Gerät enthält vorinstallierte Straßenkarten von 40 Ländern West- und Osteuropas mit über 1,5 Millionen POIs (Points of Interests) wie Tankstellen, Übernachtungsmöglichkeiten, Restaurants und Sehenswürdigkeiten.

Weitere Ausstattungsmerkmale sind der Fahrspurassistent, Kreuzungsansichten, 3D-Gebäude, eine vollkom-

men neue Kartenvorschau-Funktion, die die drei vorgeschlagenen Routenvarianten, (schnellste Route, kürzeste Route und die Luftlinienroute) farblich gekennzeichnet darstellt, und die PhotoNavigation. Mit diesem Feature können die Nutzer des neuen zumo 660 Europa Ziele ganz einfach als geocodierte Bilder im Gerät hinterlegen. Darüber hinaus nutzt das zumo 660 Europa modernste Stereo Bluetooth-Technologie (A2DP) zur Übertragung der Navigationsanweisungen an einen Bluetooth-fähigen Helm oder einen entsprechenden Kopfhörer.

Das zumo 660 Europa benennt sämtliche Straßennamen (Text-to-Speech), so dass ein wichtiger Sicherheitsaspekt erfüllt wird, da der Fahrer während der Fahrt seinen Blick immer auf der Straße lassen kann. Das Gerät unterstützt über 200 Mobiltelefone mit Bluetooth-Funktion und ermöglicht dem Motorradfahrer, Telefongespräche auch während der Fahrt direkt über das Display des zumo anzunehmen oder zu wählen, ohne dabei das Handy aus der Tasche zu holen.

Das zumo 660 Europa wird im ersten Quartal zum Preis von voraussichtlich 649 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) auf den europäischen Markt kommen.



Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: Die Mission geht weiter

KILLZONE 2

Als Fortsetzung der Kampfhandlungen im ersten Killzone-Spiel für PlayStation2 setzt Killzone 2 neue Maßstäbe für Computerspiele der nächsten Generation und bietet dramatisches Kriegsgeschehen mit beeindruckend lebensechter Figurenanimation, realistischer Mechanik und stark ausgeprägter künstlicher Intelligenz.

Killzone wurde bereits auf der E3 2005 in Los Angeles als eines der ersten Spiele für die PS3 vorgestellt und sorgte schon zu diesem Zeitpunkt durch einen Trailer für Aufsehen. Als Nachfolger von „Killzone“ für die PS2 und Killzone Liberation für die PSP hat jetzt die deutsche Version des Spiels die USK-Freigabe erhalten und kommt im Februar als unge-



Guido Alt: „Der Vorspann von Killzone 2 eignet sich ideal zur Demonstration der Leistungsstärke der PS3 im Ladenlokal.“

schnittene Version ab 18 Jahren in den Handel. „Es ist das erste Spiel, welches die Leistungsfähigkeit der PS3 ausnutzt und zeigt, wozu die Konsole in puncto Grafik, Animation und Sound fähig ist“, freut sich Guido Alt, Pressesprecher Sony Computer Entertainment Deutschland. „Die Entwickler von Guerrilla Games haben die Power der Playstation 3 für die



Realisierung des Spiels genutzt. Mit umwerfender Action, dramatischen Inszenierungen und einem breiten Arsenal an Waffen und Vehikeln legt Killzone 2 die Messlatte für unsere Industrie ein Stück höher“, so Phil Harrison, Präsident der Sony Computer Entertainment Worldwide Studios. Killzone 2 ist nicht nur etwas für Action-Fans. „Das Spiel spricht nicht nur den Hardcore-Gamer an“, erläutert Alt. „Vielmehr eignet sich der Titel durch seine bildgewaltige Vorstellung besonders gut als Demonstrationstitel für die Plattform. Wer im Ladenlokal die

Die deutsche Version von Killzone 2 hat jetzt die USK-Freigabe erhalten und kommt im Februar 2009 als ungeschnittene Version ab 18 Jahren exklusiv für PS3 auf Blu-ray in den Handel. Mit einer Vielzahl neuer Spielelemente wendet sich Killzone 2 gleichermaßen an Hardcore- wie Gelegenheitsspieler.

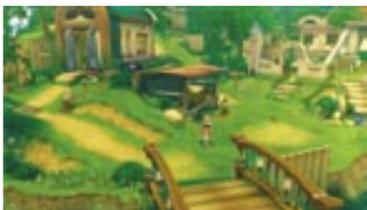
PS3 präsentieren möchte, braucht im Grunde nur den Killzone-Vorspann laufen zu lassen. Für die Demonstration der Leistungsfähigkeit der Konsole sowie die Darstellung von Spielen gibt es für diese Plattform derzeit nichts Besseres. Auch Kunden, die keine Shooter-Fans sind, werden von dem Titel gepackt.“ Mit einem Einzelplayer-Modus, mit einer dramatischen Story und einem hochspannenden Multiplayer-Modus bietet Killzone 2

eine Vielzahl neuer Spielelemente, die sich gleichermaßen an Hardcore- wie Gelegenheitsspieler wenden. Das Spiel bietet fesselnde Schauplätze, die realistisch auf den Ansturm der Spieler auf den Planeten Helghan reagieren. Zudem unterstützt Killzone 2 7.1 Surround Sound mit zur Action passenden Geräuschkulisse. So entsteht ein der Handlung entsprechendes Musik- und Sounderlebnis.

www.playstation.de

Atari bringt Eternal Sonata für PS3

Atari und Namco Bandai Games veröffentlichen Mitte Februar die seit langem erwartete Playstation-3-Version des Rollenspiels rund um den polnischen Komponisten Frederic Chopin. Der weltweit berühmte Komponist liegt im Sterben. In den letzten



drei Stunden seines Lebens träumt er im Fieberwahn von der einzigartigen Welt, die in Eternal Sonata zu sehen ist. Das Spiel präsentiert ein lebhaftes Universum mit zahlreichen liebevoll gestalteten Charakteren und seltsamen Kreaturen, untermalt von Chopin – inspirierten musikalischen Meisterwerken. Während der Reise durch die Traumwelt trifft der Spieler auf ein junges Mädchen, das sich einem schrecklichen Schicksal stellen muss und einen Jungen, der sie retten will.

www.atari.de

Detective Conan von EA ermittelt auf Wii

In „Detective Conan – Die Mirapolis-Ermittlung“ übernimmt der Spieler die Rolle von Conan Edogawa und erlebt die umfangreiche und spannende Story rund um Detective Conan erstmals in einem Videospiel. Mit der Wii-Fernbedienung werden Tatorte untersucht, Beweise gesammelt und



alle Hinweise und Indizien zusammengefügt, um die insgesamt vier Akten mit jeweils drei Fällen zu lösen. Für die Untersuchungen stehen Conan viele Detektivwerkzeuge und Gadgets zur Verfügung wie zum Beispiel ein solarbetriebenes Skateboard, ein als Fliege getarnter Stimmwandler, Conans Spezial-Turnschuhe und vieles mehr.

www.electronic-arts.de

Junior Wort Quiz für Nintendo DS von Ubisoft

Das Junior Wort-Quiz ist ein neues Spiel für den Nintendo DS, der speziell für Kinder zwischen 7 und 12 Jahren entwickelt wurde. Das Junior Wort-Quiz lehnt an das Spiel „Mein



Wortschatz-Coach“ an, das den Spielern die Möglichkeit gibt, mit Hilfe von witzigen und unterhaltsamen Mini-Spielen ihr Ausdrucksvermögen zu verbessern. Das Junior Wort-Quiz wurde in Zusammenarbeit mit internationalen und lokalen Sprachwissenschaftlern entwickelt und stellt eine witzige und interaktive Methode dar, wie Kinder mehr über ihre Sprache lernen und ihr Vokabular verbessern können. Das integrierte Wörterbuch enthält offizielle Definitionen und Schreibweisen von mehr als 16.800 Wörtern.

www.ubisoft.de

Videospielverkäufe 2008 auf Rekordniveau

Die Umsätze mit Videospielen erreichten in Deutschland im Jahr 2008 mit 695 Millionen Euro laut media control ein neues Rekordniveau. Verbraucher investierten rund 25,5 Prozent mehr für Konsolensoftware gegenüber dem Jahr 2007. „Diesen Aufschwung verdankt die Branche innovativen Spielkonzepten und der erfolgreichen Erschließung neuer Zielgruppen“, so Ulrike Altig, Geschäftsführerin von media control GfK. Gleichzeitig vergrößerte sich die Verkaufsmenge auf Basis des wöchentlichen Panelmarktes von media control GfK auf 18,7 Millionen Stück – ein Plus von 18,6 Prozent im Vorjahresvergleich.

Profitieren konnte der Softwaremarkt besonders von der Performance der Next-Generation-Konsolen sowie der zugehörigen Software, wobei die einzelnen Titel immer realistischer in ihrer Darstellung werden. So stieg der Software-Marktanteil der Nintendo Wii an der Gesamtverkaufsmenge aller Spiele auf 16,0 Prozent. 2007 waren es noch 7,5 Prozent. Auf Sonys PlayStation 3 entfielen im Berichtszeitraum 12,5 Prozent aller Softwareabsätze. Die beiden stationären Konsolen stiegen zur Nummer drei und vier auf. Platz fünf ging mit 7,9 Prozent an die Xbox 360 von Microsoft. Neuer Software-Marktführer ist der Nintendo DS mit 6,6 Millionen verkauften Spielen beziehungsweise 35,0 Prozent Anteil.

Die Kombination aus Spielkonsolen und Fitness hat bei den Kunden einen hohen Stellenwert erlangt. Mit „Wii Fit“ landete diese Kombination hinter dem Topseller „Mario Kart Wii“ auf dem zweiten Platz der Verkaufstatistik des vergangenen Jahres. „Videospielen ist endgültig der Sprung in die Wohnzimmer gelungen“, unterstreicht Ulrike Altig. Platz drei belegte „Dr. Kawashima: Mehr Gehirn-Jogging“. „Grand Theft Auto IV (GTA 4)“, das sich bis auf Platz sieben arbeiten konnte, entstammt als einer von zwei Titeln der Top Ten nicht der Nintendo-Schmiede. Bei den PC-Spielen landete „Wrath of the Lich King“, das neueste Add-on zu „World of Warcraft“, auf Platz 1.

www.media-control.de



POS-MAIL-Leserbefragung 2008

Die Teilnahme hat sich gelohnt!

Die Gewinner stehen fest:



Samsung LE40A659A
Hans-Jürgen Adel
Euronics Adel
Steinweg 19
35285 Gemünden/Wohra



Toshiba: DVD-Player XD-E500
Toralf Ebeling
Media Markt Halle GmbH
Zscherndorfer Straße 10
06809 Roitzsch



Nokia: E66 Multimedia-Computer
Jacqueline Winter
Schloßfeldweg 73
51429 Bensberg



JVC: SD-Card Camcorder GZ-MS100
Siegfried Weigand
Photo Porst Hammelburg
Bahnhofstraße 20
97762 Hammelburg



Panasonic: Lumix DMC-TZ5
Bettina Ohldag
Mega Company Mölln
Sitzkrüger Moor 2
23879 Mölln



Samsung: M8800 Pixon
Wolfram Briegert
GDV Dienstleistungs-GmbH
& Co. KG
Abteilung DV-Organisation
Glockengießerwall 1
20095 Hamburg



Panasonic Batteries: EVOiA Verkaufsdisk
Fabian Oeckenpöhler
Galeria Kaufhof Fil. 616
Kaiserstraße 23
42781 Haan



Sony NEC Optiarc: Slimline-DVD-Brenner
Dieter Heinz
Medi Max Eisenach
Mühlhauser Straße 110
99817 Eisenach

3mal!

Plantronics: Discovery 925
Dirk Gräbl
Saturn Elektro
Handelsges. mbH
Kopernikusstraße 1
86356 Neusäß



Eugen Schneider
HEM Expert GmbH
Industriestraße 11-13
74589 Satteldorf

Heiko Gerasch
Kontakt Fernsehdienst GmbH
Gr. Müllroser Straße 33
15232 Frankfurt (Oder)



Superschneller 16 GB Sony Memory Stick PRO-HG Duo HX

Sonys neuer MS PRO-HG Duo HX überzeugt mit seiner riesigen Speicherkapazität und extrem hohen Lese- und Schreibgeschwindigkeiten. Dank des mitgelieferten USB-Adapters ist der Datentransfer von der Digitalkamera oder dem Camcorder auf einen Computer jetzt einfacher und komfortabler als jemals zuvor. Der von Sony entwickelte Memory Stick hat sich zu einem universellen und höchst flexiblen Speichermedium entwickelt. Zahlreiche Digitalkameras und immer mehr Camcorder sichern die gemachten Aufnahmen und Videos in Full-HD auf einem Stick.

Auch die neueste Generation der Sony Handycams setzt zugunsten noch kompakterer Bauweise auf Memory Sticks als Speichermedien. Mit den Ansprüchen der neuen Modelle an die Höhe der Kapazität und die Schnelligkeit der Datensicherung sind im gleichen Maß auch die Anforderungen an das Medium gestiegen. Der neue Sony Memory Stick PRO-HG Duo HX wird diesen in jeder Hinsicht gerecht. Videos und Bilder von High Definition Camcordern und Spiegelreflex-Kameras erfordern eine ultra-schnelle Datenverarbeitung. Dabei sind kurze Zugriffszeiten und große Speicherkapazitäten besonders gefragt. Mit seinen 16 GB Speichergröße bietet der MS PRO-HG Duo HX mehr als ausreichend Platz für unbeschwertes Filmen und Fotografieren. Die

im Vergleich zum bisherigen Top-Modell PRO-Duo dreifach schnellere Datentransferrate verdankt der MS PRO-HG Duo HX seiner parallelen 8-Bit-Schnittstelle. Die gespeicherten Daten werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 20 MB pro Sekunde gelesen. Das Schreiben der Daten erfolgt mit 15 MB pro Sekunde nahezu ebenso schnell. Als zusätzlichen Mehrwert leistet Sony eine Garantiezeit von zehn Jahren und stellt kostenlos die leistungsfähige Data Rescue Software bereit. Wenn Bilder oder Filme aus Versehen gelöscht werden, bietet der Memory Stick Data Rescue Software-Service dem Anwender die Möglichkeit der Wiederherstellung der Daten. Die Software können Käufer eines MS PRO-HG Duo HX von der Sony Webseite herunterladen. Der neue 16 GB Sony Memory Stick PRO-HG Duo HX ist voraussichtlich ab März 2009 zum UVP von 119,- Euro lieferbar. www.sony.de

BFG Technologies kündigt werksseitig übertaktete GeForce GTX 285 Grafikkarten an

Der US-Hersteller BFG Technologies, Inc., ein führender Anbieter von auf NVIDIA-GPUs basierenden erweiterten 3D-Grafikkarten, hat eine komplette Serie bereits werksseitig übertakteter GeForce GTX 285 Grafikkarten angekündigt: Die neue BFG GeForce GTX 285 verfügt über 240 Prozessorkerne und ist bis zu 50 Prozent schneller als vorangehende Generationen. Die GTX 285 Grafikkarten geben komplexe DirectX 10 Umgebungen und cinematische Effekte

mit höchsten Frame-Raten wieder. Diese zusätzliche Leistung, kombiniert mit der bewährten werksseitigen Übertaktung, bietet selbst Enthusiasten ein beeindruckendes Erlebnis. „Als Innovator und Experte im Bereich werksseitig übertakteter Grafikkarten bietet BFG seinen Kunden Leistung jenseits der Standardangebote, verbunden mit hervorragenden Garantieleistungen“, erläutert John Malley, Senior Director Marketing bei BFG Technologies. „Durch die integrierte PhysX-Unterstützung gibt sich die GeForce GTX 285 GPU wie ein sehr leistungsstarker Physik-Prozessor, der so bekannte Titel wie Mirror's Edge in hohem Maße beschleunigt. Aufgrund der CUDA Technologie erreichen zeitintensive Tasks wie beispielsweise Video Transcoding eine neue Performance-Stufe und sind teilweise sogar schneller als in Echtzeit. Wir glauben, dass Physik- und GPU-Computing im nächsten Jahr unverzichtbar werden.“ Die BFG GeForce GTX 285 Serie bietet alles auf einmal: werksseitig übertaktete 3D-Grafikkarten mit einem revolutionären Physik- und Computing-Prozessor und bis zu 10 Jahren Garantie.

Archos 10: Mini-Laptop und Netbook

Mit dem jetzt vorgestellten mobilen Rechner Archos 10 steigt auch Archos in den weltweit boomenden Markt für Mini-Notebooks mit hoher Internet-Konnektivität ein. Klein, leicht und funktional, ist der Archos 10 eine attraktive und kostengünstige Alternative zu den von Mitbewerbern angebotenen Produkten. Der Archos 10

wiegt weniger als 1,3 kg und ist mit einem hochwertigen 10,2-Zoll-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung und 1.024 x 600 Bildpunkten ausgestattet. Das angenehm flache Netbook besitzt eine ergonomische Tastatur mit elegantem Design und eignet sich perfekt für mobile Computeranwendungen. Die Rechenarbeit übernimmt ein leistungsfähiger und energiesparender Intel Atom Prozessor. Auf der 160 GB großen Festplatte ist als Betriebssystem Microsoft Windows XP vorinstalliert sowie ein Lotus Symphony Paket, das dem Anwender zahlreiche Office-Anwendungen zur Verfügung stellt. Die Grafikanwendung XnView ermöglicht das Bearbeiten und Aufbereiten von Fotos. Der Archos 10 verbindet seinen Besitzer auf Wunsch von zu Hause oder unterwegs aus mit Familienmitgliedern, Freunden oder Kollegen und verfügt über alle dazu erforderlichen Schnittstellen wie 802.11b.g wireless LAN und 10/100 Ethernet LAN.

Zur Ausstattung gehören eine 1,3 Megapixel Webcam, Skype Software, WLAN für Sprach- und Videotelefonie, Instant Messaging, 4 in 1 Cardreader, VGA-Schnittstelle, Kopfhörer, Mikrofon-Buchse und drei USB-Anschlüsse.

Der Archos 10 ist bei ausgewählten Distributoren zu folgenden UVPs erhältlich: Archos 10 mit 6 Cell Stromversorgung: 379,- Euro, mit 3 Cell Stromversorgung 349,- Euro.

Belkin Cooling Ständer: Gut gekühlte Notebooks

Die neuen Belkin Notebook Cooling Ständer schützen Laptops und Notebooks vor Überhitzung und verbessern durch eine optimale Positionierung der Tastatur zugleich die Körperhaltung: Anfang 2009 hat Belkin die Cooling Lounge F5L028er und das Cooling Hub F5L025ea(BLK) mit vier zusätzlichen USB 2.0 Anschlüssen auf den Markt gebracht. Die beiden Notebook-Ständer schützen Laptops mit Bildschirmgrößen bis zu 17 Zoll vor Überhitzung durch heißlaufende Batterien. Beide Geräte verfügen über einen leisen integrierten Lüfter, der die tragbaren Computer auf der Unterseite mit einem gleichförmigen Luftstrom mit Raumtemperatur versorgt und dadurch die Kühlung spürbar verbessert. Die Belkin-Laptopkühler haben eine patentierte Wellenform, die sicherstellt, dass die angeschlossenen Geräte nicht nur gleichmäßig mit Luft versorgt werden, sondern dass diese auch ungehindert entweichen kann. Dadurch werden die Netzteile der Laptops sanft abgekühlt und vor Überhitzung geschützt. Das ergonomische Design erhöht die Position des Laptops und sorgt für eine natürlichere Arbeitshaltung des Anwenders. Für den stabilen Halt des Laptops hat Belkin die Cooling Ständer mit rutschfesten Griffpolstern ausgestattet. Der Anschluss der Laptop-Ständer erfolgt über einen USB-Port am Computer. Beide Geräte sind ab sofort zu UVPs von 39,99 Euro (Cooling Lounge) und 34,99 Euro (Cooling Hub) lieferbar. www.belkin.de



POs-MAIL Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

NO(?)SENSE

Pooh, das Papier

Pooh, der Bär, ist uns aus der Kindheit bekannt, und jetzt gibt es Pooh, das Papier, genannt „Poohper“. Die phonetische Assoziation hat einen

realen Hintergrund: Poohper wird in Sri Lanka aus Elefantendung hergestellt. Die machen also aus Sch... nicht direkt Geld, aber immerhin Papier. Und das gibt es bei Pixxlz, einem amerikanischen Digitaldrucker, der nach eigenen Angaben ausschließlich recycelte und umweltfreundliche Papiere und Tinten benutzt, um nicht

etwa Toilettenpapier, sondern Grußkarten, Kalender, Fotobücher und ähnliches herzustellen. Das neue Material soll nur Vorteile haben: Es entlastet das Elefantenklo, ist CO₂-neutral, gift- und (hoffentlich!) geruchsfrei. Die PoS-MAIL Redaktion recherchiert zur Zeit die Möglichkeit, Inkjet-Tinten aus Elefanten-Urin herzustellen.

Die Top-Lautsprechermarke aus Nordamerika

Wir suchen **Handelsvertreter** für diverse Gebiete in Deutschland.

Kontakt:
0700-psb00000 (0700-77200000) oder zentrale@psb-deutschland.de

psb Lautsprecher Stahl/Pajonk/Ross GbR
Im Klingen 18 • 65719 Hofheim
Tel. 0700-psb00000 (0700-772 00000)

IMPRESSUM

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

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

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

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

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

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

Vertrieb: Silke Gräßel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

PLUS X AWARD® Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635

Ich scharfe Angebote



C902 Cyber-shot™ Handy
mit 5 Megapixel und 1 GB
Speicherkarte inklusive



C905 Cyber-shot™ Handy
mit extra scharfen 8 Megapixel
und Xenon Blitz



Sony Ericsson Cyber-shot

