

POS-MAIL

Februar 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

Hisense
powered by
quadral+

Was geschieht mit den Fotos?

Spannendes Fotojahr

Das Produktsegment Kameras hat dem Handel im vergangenen Jahr Anlass zur Freude geboten: Auf etwa 138 Millionen Stück schätzte Helmut Rupsch, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, die Menge der weltweit verkauften Kameras. Das entspricht einer Steigerung von rund zehn Prozent gegenüber dem Jahr 2006. Etwa 91 Prozent (rund 126 Millionen Stück) davon waren Digitalkameras. Der Weltmarkt

Ähnlich positiv verlief auch das Kamerageschäft in Deutschland: Hierzulande wurden den Angaben zufolge 2007 rund 126 Millionen Digitalkameras verkauft (plus zehn Prozent gegenüber 2006), zu denen zirka 340.000 Analogmodelle hinzugerechnet werden müssen. Damit erreichte der deutsche Kameramarkt mit etwa neun Millionen Stück einen neuen Spitz-

zenwert. Vor allem das Weihnachtsgeschäft sorgte dabei noch einmal für einen Boom. Addiert man zu den Kameras noch andere Produkte, mit denen sich Fotos aufnehmen lassen, also zum Beispiel Camcorder mit Fotofunktion oder Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera, so erhöht sich die Zahl aller Bildaufnahmegeräte um viele weitere

für digitale Spiegelreflexkameras hat dabei vermutlich im vorigen Jahr erstmals die Marke von sieben Millionen Stück überschritten. Europa behauptete seinen Platz als größter Markt für Digitalkameras in der Welt. Im vergangenen Jahr wurden in West- und Osteuropa schätzungsweise 45 Millionen Digitalkameras verkauft, davon mehr als drei Millionen digitale Spiegelreflexkameras.

Millionen. Ein Gesamtwert, von dem vor Jahren niemand auch nur zu träumen wagte. Die Zahlen beweisen, dass Fotografie wieder im Trend liegt und dass die digitale Bildtechnologie und die mit ihr entstandenen neuen Möglichkeiten einen großen Spaßfaktor für die Konsumenten darstellen. Ebenso wie für den Handel, denn mit zunehmender Zahl von Kame-

ras wachsen auch die Umsätze mit Zubehörprodukten, und auch das Bildergeschäft entwickelt sich wieder positiv. Dabei wachsen hier vor allem hochwertige und ertragstarke Produkte wie etwa Fotobücher, Fotokalender und Fotogeschenke mit erfreulicher Dynamik. Gleichzeitig scheint sich der Ort der Bildproduktion wieder zurück aus den heimischen vier

VIERA

Panasonic
ideas for life

LUMIX



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

Masse ohne Sinn?

Während die Digitaltechnik in vielen Produktsegmenten für erfreuliches Wachstum sorgt, hinkt der Camcorder-Markt hinterher. In den ersten drei Quartalen des Jahres 2007, so die Marktzahlen von gfu und GfK, ging der Absatz in Deutschland um fast 13 Prozent zurück.



Das tut der Freude der Industrie an Produkteinführungen offensichtlich keinen Abbruch. Sony, zum Beispiel, stellte zu Jahresbeginn 17 (siebzehn!) neue Modelle vor, Canon 12, Panasonic 11 und JVC 9. Was ein Glück, dass wenigstens der Newcomer Toshiba sich zunächst auf vier Camcorder-Modelle (alle HD) beschränkt hat.

Wer soll da eigentlich den Überblick behalten oder gar als Fachhändler ein vernünftiges Sortiment zusammenstellen? Kunden und Händler haben die Wahl zwischen Speicherung auf SD-Karten, Memory Sticks, DVD, Festplatten usw., können zwischen Zoombereichen von 10- bis 50fach wählen und stehen vor der Herausforderung, sich so klangvolle Namen wie MD255, NV-GS330, HDC-SD9 oder auch DCR-SR36E zu merken. Da verspürt man nicht übel Lust, die zuständigen Produktmanager darum zu bitten, in Form eines Rollenspiels zu demonstrieren, wie ein durchschnittlicher Fachverkäufer einem durchschnittlichen Kunden innerhalb von fünf Minuten das richtige Modell empfehlen soll.

Vielfalt ist gut, aber sie sollte sinnvoll sein. Man darf daran zweifeln, ob es wirklich so viele unterschiedliche Zielgruppen gibt wie neue Modelle, und auch das ausführliche Studium der Unterlagen gibt keinen Aufschluss darüber, nach welchen Kriterien hier die Marktsegmentierung erfolgt ist.

Da ist es kein Wunder, dass die Nachfrage nach Camcordern zurückgeht. Verwirrte Verbraucher kaufen nicht, und das kostet nicht nur die Industrie, sondern auch den Fachhandel Umsatz, den alle gut gebrauchen können.

Zum guten Schluss: Ein Unternehmen erklärt in seiner Pressemitteilung, es biete „für jeden Hobbyfilmer den passenden Camcorder“. Das haben die Marktstrategen, so scheint es, offensichtlich wörtlich gemeint.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Wänden in den Handel und (über das Internet) zu den Großlabors zu verlagern, die naturgemäß eher in der Lage sind, Fotospezialitäten zu produzieren. Ein hohes Plus im Bildergeschäft erzielten im Jahr 2007 vor allem Kioskbetreiber.

Das Pixelrennen verliert an Bedeutung

Auch im jungen Jahr 2008 stehen die Zeichen bislang auf Wachstum. So sieht beispielsweise die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) noch weitere Steigerungsraten hinsichtlich der Haushaltspenetration mit Digitalkameras. Dabei wird es sowohl Neueinsteiger in die Fotografie als auch Fotografen geben, die endgültig von analoger zu digitaler Fotografie umschwenken werden. Gleichzeitig steigt mit zunehmenden Verkaufszahlen der Bedarf an Ersatzanschaffungen, da jede neue Kamerageneration eine Weiterentwicklung des Status quo darstellt.

Aber anders als in den Jahren zuvor wird das Streben nach immer mehr Pixeln nicht mehr das Hauptanliegen von Herstellern und Marketingexperten sein. Zwar steht zu erwarten, dass mit den derzeitigen zwölf Millionen Pixeln bei Kompaktkameras das Ende der Fahnenstange noch nicht erreicht ist. Ebenso wird sich die Einstiegsklasse, unabhängig von der im vergangenen Jahr entfachten Diskussion um den Sinn hoher Pixelzahlen, im Bereich zwischen sechs und acht Millionen Pixeln einpendeln. Aber entscheidende Faktoren für den Kamera Kauf (und Verkauf) werden andere Attribute sein.

Einen der wesentlichen Faktoren stellt dabei das dar, was Kodak Marketingchef Pierre Schaeffer im Oktober 2007 auf einer internationalen Pressekonferenz in Barcelona in Anlehnung an den Begriff Web 2.0 Digital 2.0 nannte. Das soll heißen, dass in der ersten Phase der Digitalfotografie vor allem die Kameratechnik im Mittelpunkt stand, in der jetzt beginnenden zweiten Phase Nutzer und Hersteller sich aber eher auf die Frage konzentrieren, was nach der Aufnahme mit den Bildern geschieht? So steht zu erwarten, dass die Industrie in den kommenden Monaten immer wieder neue Konzepte entwickelt, die dem Verbraucher das Bearbeiten, Archivieren, Finden, Versenden, Präsentieren und Teilen seiner Fotos erleichtert. Dem Handel werden diese Konzepte reichlich Verkaufsargumente liefern, und zwar nicht nur für Digitalkameras, digitale Bilddienstleistungen, klassisches und digitales Fotozubehör, sondern auch für Produkte

Samsung GX-20 mit 14,6 Millionen Pixel Sensor

Mit der GX-20 hat Samsung eine semiprofessionelle SLR mit einem 14,6 Millionen Pixel CMOS-Sensor vorgestellt. Der Bildwandler im APS-C-Format zählt laut Hersteller zu den derzeit leistungsstärksten Sensoren im Digitalkamerasegment. Er sorgt für extrem rauschfreie, scharfe und detailreiche Fotos in Profiqualität. Für die Weiterverarbeitung der Daten ist ein neu entwickelter Bildprozessor zuständig. Samsung stellt eigens zur GX-20 das neu gerechnete Standardzoom D-Xenon 3,5-5,6/18-55 mm II vor, das den hohen Auflösungsanforderungen des neuen DSLR-Topmodells gerecht wird. Die nach der GX-1S, GX-1L und GX-10 inzwischen vierte digitale SLR ist darüber hinaus mit einem effizienten zweifachen Staubschutzsystem, dem optischen Bildstabilisator OIS auf Sensorebene und einem komplett gegen Regen und Schmutz abgedichteten Gehäuse ausgestattet. Mit der Live-View-Bildvorschau in Echtzeit erlaubt die Kamera die Motivauswahl direkt auf dem 2,7 Zoll großen TFT-Monitor mit einem großen Betrachtungswinkel und einem 100-Prozent-Bildfeld. Für den professionellen Einsatz ist die GX-20 mit ihrem Studioblit-Anschluss und einer kürzesten Verschlusszeit von 1/4.000 Sekunde ausgestattet. Actionfotografie ermöglicht die neue Highspeed-Funktion Digitales Serienbild.



wie Software, TV-Geräte, PCs oder DSL-Leitungen, die sich allesamt in ein umfassendes Bilderkonzept einbringen lassen.

Fotografie soll von Beginn an zum Erfolg führen

Dass die Industrie trotzdem die Technik nicht aus den Augen verliert, zeigen die Kamera-Neuvorstellungen der ersten Wochen des Jahres. Wie schon 2007 lassen sich hier auch im neuen Jahr wieder zwei Trends beobachten: Trend eins geht in die Richtung, dem Anwender die Fotografie

selbst ebenso wie die weitere Nutzung seiner Bilder so einfach, angenehm und fehlerfrei wie möglich zu machen. Trend zwei zeigt weitere mehr oder weniger sinnvolle Ausstattungsmerkmale, die sowohl die Kreativität des Fotografen unterstützen als auch die Bearbeitungsmöglichkeiten der Bilder schon in der Kamera verbessern. Alle diesbezüglichen Weiterentwicklungen sollen dazu beitragen, selbst bei Anfängern und Fotolaien vom ersten Bild an für Erfolgserlebnisse durch perfekt belichtete Bilder mit optimaler Schärfe zu sorgen.

Umfangreiche Ausstattung in Samsungs i-Serie

Ein Trend bei Kompaktkameras, der in diesem Jahr weiterhin zu beobachten sein wird, ist die Ausstattung der Geräte mit einer Fülle von Nicht-Bildfunktionen. So etwa die neue Samsung i8, die nicht nur Digitalkamera und Camcorder ist, sondern auch als MP3-Player, digitales Diktiergerät, eBook, mobile Festplatte und als internationaler Reiseführer genutzt werden kann. Dies alles ist untergebracht in einem Hochglanzgehäuse, das in vier Farben lieferbar ist. Das neue Samsung Modell steht damit für eine Entwicklung, die es vor allem mobilen Fotografen möglichst komfortabel machen will, unterwegs auf Unterhaltungs- und Informationsangebote zurückgreifen zu können, ohne eine Vielzahl unterschiedlicher Geräte und Bücher mitnehmen zu müssen. Aber auch der fotografische Aspekt wurde bei dem neuen Modell nicht vernachlässigt: Für Fotografen und Videofilmer stehen unter anderem ein hochauflösender 8,2-Megapixel-Sensor, ein leistungsstarkes Dreifachzoom, ein intelligenter 2,7-Zoll-Monitor, eine flashanimierte Benutzeroberfläche mit neuartigen Hilfe- und Assistentenfunktionen bereit. Und der Fun Mode des Newcomers mit seinen zahlreichen einfach anzuwendenden Effekten und Bearbeitungsmöglichkeiten sorgt nicht nur für technisch gelungene Bilder, sondern auch dafür, dass kreative Ideen problemlos umgesetzt werden können.



Gleichzeitig werden sich Trends der vergangenen Monate fortsetzen, etwa der Einbau größerer Monitore, die Möglichkeit für HD-Aufnahmen oder die Produktion noch flacherer und kompakterer Gehäuse als bisher. Weiterentwickelt werden sicherlich die verschiedenen Bildstabilisierungssysteme, sei es digital oder analog, sei es durch Einsatz entsprechender Elemente im Kameragehäuse oder im Objektiv. Auch die Funktionalität der inzwischen nicht nur in der Fotografie, sondern auch in der Sicherheitstechnik genutzten Gesichtserkennung wird verbessert werden. Fortschritte sind darüber hinaus auch beim sogenannten Geotagging zu erwarten, also beim Archivieren des jeweiligen Aufnahmestandortes in den Metadaten des Fotos mit Hilfe eines GPS-Moduls. Ebenso darf man erwarten, dass die Hersteller sich nicht nur auf die klassischen Kamerafarben Schwarz und Silber konzentrieren,



Die neue Olympus μ 850 SW (hier in der Farbe Pink) und die neue Nikon Coolpix S520 (hier in Purple) sind nur zwei Beispiele für aktuelle Kameras mit farbigem Gehäuse.

sondern auch in diesem Jahr wieder Produkte mit neuen und aktuellen Farbvarianten auf den Markt bringen, um modebewusste und designorientierte Kunden gezielt ansprechen zu können. Auch diesbezüglich sind die ersten Neuheiten des Jahres 2008 bereits auf dem Markt erschienen oder zumindest angekündigt worden.

Wird es spektakuläre Neuerungen geben?

Gespannt darf man darauf sein, ob es dem ein oder anderen Hersteller gelingen wird, im photokina Jahr 2008 mit Neuerungen aufzutumpfen, die das Attribut „Sensation“ verdienen. Bislang kursieren in dieser Hinsicht keine Gerüchte in der Branche, aber manchmal kommt es erfahrungsgemäß anders als man denkt. Wie zum Beispiel auf der Internationalen Funkausstellung 2007, als Casio mit dem Prototyp einer zum Zeitpunkt der Präsentation noch nicht einmal mit einem Produktamen versehenen Kamera aufwartete, die tatsächlich die Bezeichnung „Quantensprung“

verdiente. Inzwischen ist aus dem Prototyp die Exilim Pro EX-F1 geworden, die mit ihrem neuen Bildprozessor Serienaufnahmen mit maximal 60 Standbildern pro Sekunde erreicht und auch Videos in Full HD aufnehmen kann (siehe Seite 8 dieser Ausgabe).

Neue Features für mehr Anwendungsmöglichkeiten

Auch wenn nicht alle Neuerungen derart spektakulär ausfallen, scheint der Erfindergeist von Forschern und Ingenieuren noch lange nicht gesättigt zu sein. Auffal-



Die neue Kodak V1073 kommt mit zahlreichen neuen Ausstattungsmerkmalen wie Bluetooth, Smart Capture und Touchscreen auf den Markt.

lend war beispielsweise in den vergangenen Jahren, dass an einer kontinuierlichen Verbesserung der Bedienoberfläche gearbeitet wurde. So wurden Kameras mit neuartiger Anordnung der Bedienelemente ebenso vorgestellt wie Modelle mit neuen, über den Monitor steuerbaren Menüstrukturen. Derzeit zeigt sich hier ein Trend hin zu Touchscreen-Oberflächen. So hat beispielsweise Kodak die neuen Modelle V1273 und V1073 mit einem solchen Display ausgestattet, das nach Angaben des Herstellers „sowohl

das Fotografieren als auch die Bewertung und Bearbeitung der Aufnahmen vereinfacht“.

In einigen der Kameraneuheiten, die Kodak derzeit auf der US-amerikanischen Fotomesse PMA vorstellt, finden sich darüber hinaus weitere neue Ausstattungsmerkmale. So gibt es beispielsweise Modelle, in die Kodak eine Bluetooth-Funktion integriert hat. Mit dieser lassen sich Bilddaten drahtlos und einfach auf kompatible Geräte wie Heimdrucker, Fotokiosks oder Notebooks übertragen.

Ebenfalls bei Kodak zu finden ist das neue Ausstattungsmerkmal Smart Capture. Dieses Feature ist vergleichbar mit der schon aus analogen Zeiten bekannten Programmautomatik, führt diese aber in eine neue Dimension. So „beurteilen“ die Smart Capture Modelle die Aufnahmesituationen nicht unabhängig vom Motiv nach stetig gleichen Algorithmen, sondern analysieren zusätzlich noch die jeweiligen Bildinhalte. Der neue Modus kombiniert mithin die bekannte Programmautomatik mit den ebenfalls bekannten Motivautomatiken und sorgt so nicht nur für Bildergebnisse, die sich an Mittelwerten orientieren, sondern für Bilder, die bezüglich des jeweiligen Motivs optimiert sind. Vor allem bei Nutzern, die sich nicht mit Technik belasten wollen, soll das neue Ausstattungsmerkmal gelungene Aufnahmen vom ersten Bild an garantieren.

Pflegepad der digiEtuis schützt das Display

Dass die Digitalfotografie nicht nur vollkommen neue Zubehörprodukte wie etwa Digitalrahmen hervorbringt, sondern auch die Herstellung klassischer Produkte wie Kamerataschen beeinflusst, hat jetzt die Hamburger S+M Rehberg GmbH bewiesen. Sie hat ihre digiEtuis durch ein Pflegepad für die LC-Displays von Kompaktkameras aufgewertet. Dieses LCD-Pad ist exklusiv in den digiEtuis zu finden. Es eignet sich zur sanften Pflege und Reinigung der Kameradisplays und schützt die empfindlichen LCDs durch die zusätzliche Polsterung vor Beschädigung. Das Pflegepad ist zwischen Kamera und dem Fach für die zusätzliche Speicherkarte platziert, wodurch der Druck auf das Display verringert wird. Zur Reini-



gung lässt sich das Pad schnell aus dem Etui entnehmen und genau so schnell wieder verstauen. Eine leichte Reinigung des Displays erfolgt zudem bereits automatisch bei der Entnahme bzw. beim Verstauen der Kamera. digiEtuis werden aus weichem schwarzem Nappaleder hergestellt. Zur Ausstattung gehören weiterhin ein antistatisches Speicherkartenfach und eine Gürtelschleife.

Nikons neue Einsteiger-DSLR heißt Nikon D60

Nikon erweitert sein Sortiment an digitalen Spiegelreflexkameras um das Modell Nikon D60. Die neue 10,2-Megapixel-Kamera löst die Nikon D40x ab. Sie wendet sich vor allem an die Nutzer digitaler Kompaktkameras, die in die SLR-Fotografie umsteigen wollen, und die Besitzer analoger Spiegelreflexmodelle, die in die Digitalfotografie einsteigen wollen. Herausragende Eigenschaften der D60 sind neben dem Aufnahmechip die extrem kurze Einsatzbereitschaft nach 0,19 Sekunden, die hohe Empfindlichkeit bis zu ISO 1.600 und die Möglich-



keit, Serienbilder mit bis zu drei Aufnahmen pro Sekunde anzufertigen. Untergebracht ist die gesamte Technik in einem kompakten und ergonomisch geformten Gehäuse. In der Kamera finden sich Ausstattungsmerkmale, die Nikon erstmals in einer D-SLR-Kamera einsetzt. So wurde beispielsweise für die D60 neben dem bereits aus der Nikon D300 bekannten Staubentfernungssystem durch Vibration des Tiefpassfilters vor dem Aufnahmesensor ein zusätzliches Staubvermeidungssystem konzipiert. Dieses sorgt durch Unterdruck und eine an der Kameraunterseite befindliche Düse dafür, dass der Staub, der bei den Bewegungen des Spiegels im Gehäuse aufgewirbelt wird, nicht in die Richtung des Sensors gelangen kann. Ebenfalls neu präsentiert sich die Darstellung des Monitorbildes. So lassen sich beispielsweise für die Anzeige der Bildinformationen Schrift- und Hintergrundfarbe verändern, und bei Bedarf kann der Nutzer sogar ein eigenes Hintergrundbild verwenden. Außerdem rotiert die Anzeige, die entweder über Zahlen und Buchstaben oder in Kombination mit Symbolen erfolgt, automatisch zwischen Hoch- und Querformat, wenn der Fotograf die Stellung der Kamera verändert.

POs-MAIL INHALT

Festplatte, Speicherkarte, DVD und MiniDV: 17 neue Sony Camcorder ... 6



Casio: Exilim Pro EX-F1 schafft 60 Bilder pro Sekunde ... 8

Sharp LCD-TVs: Große Zukunft ... 10

Logic 3: SoundStation 5.1 Ein Meter Action ... 13

Philips: Multiroom-System per Internet und W-LAN ... 13

Hisense: Technologieführer im quadral-Vertrieb ... 14



Metz: Digitales Modul-Konzept ... 15

Sagem: Mehr Komfort dank IP-Kommunikation ... 15

Samsung: HD-DVD und Blu-ray-Player ... 18

Terratec: DVB-T und HD-TV per USB ... 18

Empire: Neues Multimedia-System ... 18

Verbatim: Bedruckbare Blu-ray-Medien ... 18

Samsung: Exklusive Sounds im Downloadcenter ... 20

Sony Ericsson: Intelligenter Pfadfinder W760i mit GPS ... 20

E-Plus verfolgt auch 2008 ambitionierte Ziele ... 21

Digitale Bildkommunikation auf der photokina 2008 ... 24

Olympia: Start in die Internet-Radio Ära ... 25



Microsoft Hardware: Zubehörgeschäft gewinnt an Bedeutung ... 27

Notebook und Tablet PC: Toshiba Portégé M700 ... 28

Die Gewinner der PoS-MAIL-Leserbefragung 2007 sind ermittelt! ... 30

Aktuell ... 4

Neuheiten ... 7, 28

Displays ... 11

SAT ... 12

TK-Nachrichten ... 19

TK-Neuheiten ... 22

IT-Neuheiten/IT-Aktuell ... 26

Games ... 29

Kleinanzeigen ... 31

No(?)sense ... 31

Impressum ... 31

POS Aktuell

Petri verlässt Philips Consumer Lifestyle

Nach umfangreichen Umstrukturierungen im Management-Bereich der Philips Consumer Lifestyle gibt es nun auch tiefgreifende Veränderungen in der Unternehmenskommunikation. Seit dem 1. Januar 2008 hat Klaus Petri die Verantwortung für Presse und PR der bisherigen Bereiche Consumer Electronics und Elektro-



Hausgeräte, Consumer Lifestyle, abgegeben. In den 16 Jahren, die Klaus Petri für Philips aktiv gewesen ist, hat er eine beispielhafte Unternehmenskommunikation geführt und großen Anteil am Erfolg des Unternehmens in Deutschland gehabt.

Nach Beendigung verschiedener Projekte für die Philips Unternehmenskommunikation wird Klaus Petri im 2. Quartal 2008 das Unternehmen Philips endgültig verlassen. Julia Bouwman, Dörte Strauß und Georg Wilde bleiben weiterhin die Presse-Ansprechpartner für alle Fragen rund um Philips Lifestyle. www.philips.de

Vertriebsdirektor verlässt Tech Data

Der Vertriebsdirektor von Tech Data Deutschland, Robert Lederwascher, wird das Unternehmen zum 31. März 2008 auf eigenen Wunsch verlassen. Den Hintergrund für diesen Schritt bildet eine neue vertriebliche Organisationsstruktur, die im Rahmen einer breit angelegten Wachstumsstrategie in diesem Jahr in der deutschen Tech Data Landesgesellschaft eingeführt wurde.

In seiner Funktion als Vertriebsdirektor verantwortete Lederwascher zuletzt seit Juli 2006 den Gesamtvertrieb, darunter die Bereiche Key Account, Retail und Mittelstand. www.techdata.de

Customer Services unter neuer Leitung

Norbert Grund (40) ist mit sofortiger Wirkung neuer Head of Customer Services and Product Introduction bei Sony Ericsson Deutschland. Grund kommt von der Ericsson GmbH, bei der er im Multi-



media-Segment den Bereich Systems Integration Germany verantwortete. In seiner Funktion als Head of Customer Services and Product Introduction berichtet er direkt an Axel Kettenring, General Manager bei Sony Ericsson Deutschland. „Wir freuen uns, mit Norbert Grund einen neuen Kollegen zu begrüßen, der diese Position voll ausfüllen wird und durch seine Erfahrungen aus unterschiedlichen Bereichen viele Ideen und Innovationskraft mitbringt,“ so Axel Kettenring.

„Thomas Nienaber, der diesen Bereich seit 2002 bei Sony Ericsson erfolgreich aufgebaut hat, wünschen wir in seiner neuen Tätigkeit viel Erfolg.“ www.sonyericsson.de

Samsung ohne Achim Tubbesing

Achim Tubbesing (46), der bisherige General Manager der Telecom Division von Samsung, hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Dezember 2007 verlassen. Tubbesing war seit Oktober 2005 als General Manager der Telecom Division tätig. Nach erfolgreicher Neuausrichtung des operativen Geschäftes war er mit der strategischen und strukturellen Neuausrichtung des Telekommunikationsgeschäftes in Deutschland betraut. www.samsung.de

Von Samsung zu Gear4

Ab sofort verstärkt Frank Busche als Sales Manager das Vertriebsteam für Gear4 bei der Disruptive Group. Frank Busche, ehemals als Frank Gosciejowicz bekannt, hat vor wenigen Wochen geheiratet und den Namen seiner Frau angenommen. Busche hat in seiner Karriere unterschiedliche Positionen im Sales- und Marketingbereich besetzt und war zuletzt Sales Manager Distribution für Samsung, wo er einen Gesamtumsatz von rund 10 Millionen Euro betreut hat. www.gear4.com

Mobile 3.0 startet Aufbau von Mobile-TV

Die Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten hat am 15. Januar 2008 das Unternehmen Mobile 3.0 als Plattformbetreiber für mobiles Fernsehen im Standard DVB-H empfohlen. Zukünftig ermöglicht Mobile 3.0 den Empfang von Fernseh- und Radiosendern auf mobilen Geräten wie etwa TV-Handys.



Für den Aufbau eines Sendernetzes im gesamten Bundesgebiet wird der Plattformanbieter mit der hierfür durch die Bundesnetzagentur lizenzierten Media & Broadcast zusammenarbeiten. Die größten deutschen TV-Sender sind dabei alle an Bord: Mobile 3.0 hat bereits Programmvereinbarungen mit den öffentlich-rechtlichen Programmanbietern ARD und ZDF sowie mit der Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 geschlossen, um die Ausstrahlung der wichtigsten TV-Sender bei Mobile-TV sicherzustellen. Mobile 3.0 wird auch neue Angebote zeigen und hat dafür Einigungen mit weiteren Fernseh- und Radioanbietern erzielt, darunter mit Regiocast für das Fußball Bundesliga-Radio kick.fm und Deutschland24 als Partner für regionale TV-Angebote.

„Wir freuen uns sehr, dass Mobile 3.0 nach umfangreicher Vorarbeit die Empfehlung für die DVB-H Lizenzen erhalten hat. Der Startschuss für DVB-H ist gefallen“, sagt Dr. Rudi Gröger, Präsident von Mobile 3.0. „Mit dieser Entscheidung hat sich das Plattform-Konzept von Mobile 3.0 für die Umsetzung von DVB-H qualifiziert, und wir werden alles daran setzen, um das mobile Fernsehen in Deutschland schnell und erfolgreich aufzubauen.“ www.mobiledreinull.tv

ALPINE
Mobile Media Solutions

Das erste Steuergerät speziell für den iPod!

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

Mehr Infos unter www.alpine.de

Neuer Channel Account Manager

F-Secure baut das deutsche Vertriebsteam weiter aus. Mit Stefan Petersen hat das Unternehmen jetzt einen neuen Channel Account Manager verpflichtet. In seiner Funktion wird Petersen sowohl für die Betreuung der bestehenden Partnerschaften als auch für den weiteren Ausbau der Channel-Aktivitäten von F-Secure in Deutschland und Österreich zuständig sein. Vor seinem Wechsel zu F-Secure war Petersen für Magirus Deutschland als Sales Director Security tätig und verantwortete den Vertrieb in der DACH-

Region (Deutschland, Österreich und Schweiz). Erfahrungen im Vertrieb sammelte der Betriebswirt darüber hinaus auch bei Tech Data Deutschland. Dort war er von 2001 bis 2006 zunächst als Key Account Manager beschäftigt und hatte später die Position des Leiters Vertriebsaußendienst Fachhandel inne. www.f-secure.de

Reparatur-Service bei Blaupunkt

Blaupunkt bietet ab sofort einen neuen Reparaturservice an, der es Werkstätten und Händlern ermöglicht, Reparaturaufträge anzunehmen, auch wenn es sich um Navigations- und Audiogeräte handelt, die bereits werkseitig in einem Fahrzeug vorinstalliert sind. So können Aufträge nicht nur telefonisch oder per Fax an den Hersteller weitergegeben werden, sondern ab sofort auch über das Portal www.infotip-pts.de. Nach erfolgreicher Eingabe übernimmt ein Abholservice die Lieferung des betreffenden Gerätes von und zum Kunden. Von der Abholung bis zur Auslieferung der reparierten Geräte sollen maximal fünf Werktage vergehen. Künftig sollen im Reparaturzentrum von Blaupunkt auch Produkte anderer Hersteller instandgesetzt werden, ein genauer Termin dafür steht aber noch nicht fest. www.blaupunkt.de

Viele Chancen durch Heimvernetzung

Laut einer Trend-Studie des Bitkom werden bereits in vier Jahren in Deutschland

90 Prozent des Umsatzes im Bereich der Consumer Electronics (CE) mit digitalen Produkten gemacht. Neue Technologien wie High Definition, IP-TV und Navigationssysteme werden den Markt beleben. Ein weiterer wichtiger Faktor für künftige Geschäfte ist die Konvergenz und Vernetzung von Produkten und Systemen auf dem Weg zum Digital Home. Daher kann sich bei den Dienstleistungen insbesondere die Heimvernetzung für den Fachhandel zu einem lukrativen Geschäftsmodell entwickeln. Anspruchsvolle Kunden werden künftig schlüsselfertige Lösungen für zu Hause verlangen. Hierzu gehören neben den reinen Geräten auch die Elektrik, Installation, Vertrieb und die Integration in eine bestehende Wohnlandschaft. www.bitkom.de

Auerswald-Projektierungstool

Die Kundenanforderungen an eine Kommunikationslösung steigen stetig und somit auch der Funktionsumfang sowie die Skalierbarkeit von Telefonanlagen. Zwangsläufig nehmen Projektierungen dafür immer mehr Arbeitszeit in Anspruch, die kaum ein Kunde bereit ist zu zahlen. Abhilfe schafft hier das neue Projektierungstool, welches den Auerswald-Fach- und Großhandelspartnern ab sofort kostenlos auf der Auerswald-Webseite zur Verfügung steht. Die Software ist webbasiert und läuft zentral auf dem Auerswald-Server. So ist die Aktualität der im Programm verwendeten Auerswald-Komponenten zu jeder Zeit gewährleistet. Zur Verwendung in eigenen Angebotsvorlagen kann die Zusammenstellung auch als Textdokument exportiert werden. www.auerswald.de

Interaktive Schaufensterscheibe

engram GmbH aus Bremen zeigt auf der CeBIT 2008 neue Wege des Retail-Marketings. Am Stand C15 in Halle 9 finden Finanzdienstleister, Versicherer, Einzelhändler und weitere Unternehmer aktuelle Entwicklungen/Informationen zur zeitgemäßen Kundenansprache aus dem Hause engram, wie etwa E-Plakate oder interaktive Schaufenster, sogenanntes WindowTainment. Gekoppelt mit RFID (Radio Frequency Identification) ergeben diese Systeme ein umfassendes Instrument für modernes Retail-Marketing. Filialgeschäfte aller Art oder auch Banken und Versicherungen erleben, wie sie ihre Endkunden zeitgemäß über neue Produkte, Angebote oder Dienstleistungen informieren können.

Ein innovatives Präsentationssystem ist WindowTainment. Hier dienen beliebige Schaufensterscheiben mittels spezieller Projektionstechnik als überdimensionale Bildschirme für interaktive Warenpräsentationen. Dank der von Touchscreens bekannten Interaktions-Oberfläche entsteht eine völlig neue Form der Kundenansprache im Großformat, bei dem ein hochkapazitives System die Bewegung des Fingers erfasst und in entsprechende Mausbewegungen umsetzt. So stöbern beispiels-

weise Schaufensterbummler zu jeder Tageszeit virtuell im Sortiment eines Kaufhauses. Anstelle herkömmlicher Plakatwerbung bieten sogenannte E-Plakate, bestehend aus entsprechend dimensionierten LCD-Bildschirmen im Format 16:9, vorab generierte Präsentationsshows. Noch einen Schritt weiter geht die NFC-Technologie (Near Field Communication), die es Kunden ermöglicht, beispielsweise auf E-Plakaten beworbene Artikel mittels der berührungslosen Funktechnik RFID und entsprechend ausgestatteten Mobiltelefonen gleich vor Ort zu bestellen oder weiterführende Informationen zu erhalten. Zur Kreation ansprechender Marketinginhalte für beispielsweise E-Plakate,

WindowTainment oder SB-Geräte hilft engram mit seinem CMS (Content Management System) WebLayouter weiter.

Dabei kommen neben Text und Bildern auch Animationen zum Einsatz. Dank der sogenannten WYSIWYG-Funktion (What You See Is What You Get – sofort sehen, was man bekommt) sind für den Anwender keinerlei Programmierkenntnisse erforderlich.

Aufgrund seiner auf professionelle Marketingpräsentationen ausgerichteten Funktion entstehen trotz leichter Bedienbarkeit äußerst ansprechende Werbeinhalte, die jederzeit an aktuelle Begebenheiten und Anforderungen angepasst werden können. www.egram.de



EXTRAORDINARY EXILIM.



Die EXILIM Card EX-S10 EXTRAORDINARY SLIMNESS.

- 10,1 Megapixel
- 15 mm flach
- 3fach optischer Zoom
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



Die EXILIM Zoom EX-Z200 EXTRAORDINARY PERSPECTIVES.

- 10,1 Megapixel
- 28 mm Weitwinkel
- 4fach optischer Zoom
- Mechanischer Bildstabilisator
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



Die EXILIM Zoom EX-Z80 EXTRAORDINARY STYLE.

- 8,1 Megapixel
- 3fach optischer Zoom
- 6,6 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Sechs trendige Farbvarianten
- Easy Mode
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



Die EXILIM Zoom EX-Z100 EXTRAORDINARY DISPLAY.

- 10,1 Megapixel
- 28 mm Weitwinkel
- 4fach optischer Zoom
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



Festplatte, Speicherkarte, DVD und MiniDV: 17 neue Sony Camcorder

Zum Jahresbeginn hat Sony 17 neue Camcordermodelle vorgestellt: Ob Standardauflösung oder High Definition, ob Festplatte, DVD, Speicherkarte oder MiniDV-Kassette – mit der neuen Palette verschiedener Handycams und zwei Sondermodellen sollte der Fachhandel jedem Hobbyfilmer den passenden Camcorder anbieten können. Die neuen Geräte erfüllen laut Sony alle Wünsche nach bestmöglicher Bildqualität, leichter Handhabung und einem überzeugenden Preis-/Leistungsverhältnis. Highlight des Portfolios sind die neuen Hybrid-Modelle, die dem Hobbyfilmer die flexible Wahl zwischen verschiedenen Speichermedien ermöglichen.

Alle Festplatten- und DVD-Camcorder speichern Filme optional auch auf einem Memory Stick. Hybrid Plus Modelle verfügen als dritte Option sogar über einen integrierten 8-Gigabyte-Flash-Speicher. Die Basis des neuen Camcorder-Angebots bilden elf neue Modelle, die Videos in Standardauflösung aufnehmen. Bei der Auswahl des Speichermediums haben Hobbyfilmer die freie Wahl: Drei Geräte verwenden die MiniDV-Kassette, vier speichern auf DVD und weitere vier nutzen eine Festplatte.

Klarer Trend im Camcorder-Segment sind jedoch High Definition Modelle. Deshalb finden sich unter den Sony Neuheiten insgesamt sechs neue High Definition Handycams, darunter drei Festplatten-, zwei DVD- und ein MiniDV-Modell. Highlight des Portfolios ist die Hybrid-Funktion der Festplatten- und DVD-Modelle:

Hybrid-Camcorder erlauben die flexible Wahl zwischen zwei Speichermedien, zusätzlich können Filme auch auf Memory Stick gespeichert werden. Hybrid Plus Modelle bieten neben der Memory Stick Option sogar eine dritte Möglichkeit, den integrierten 8-Gigabyte-Flash-Speicher.

Sony hat die Aufnahmequalität des Handycam Portfolios nach eigenen Angaben nochmals deutlich angehoben. Deshalb wurden die neuen Modelle mit Technologien ausgerüstet, die bislang in der Welt der digitalen Spiegelreflexkameras zu Hause waren. Alle Geräte mit CMOS-Sensor verfügen nun über eine Gesichtserkennung, die nicht nur bei Fotos, sondern auch bei Videoaufnahmen Schärfe, Belichtung, Farbe und gegebenenfalls

Blitz automatisch so anpasst, dass Gesichter optimal zur Geltung kommen. Auch der D-Range Optimizer wurde aus den digitalen Spiegelreflexkameras der Sony α -Serie sowie den neuen Cyber-shot Kameras übernommen. Er garantiert selbst bei Gegenlicht optimale Farben und Kontraste. Die Tonaufnahme wiederum verbessert ein neues internes Zoom-Richtmikrofon. Es zeichnet nicht nur 5.1-Surround-Sound auf, sondern passt seine Reichweite automatisch dem Zoom an.

Mit den drei neuen Mini-

ausweitet. Das Highlight-Modell DVD410 ist außerdem mit einem Surround-Mikrofon sowie einer weiteren Innovation ausgestattet: Per Dubbing-Taste können Aufnahmen vom Flash-Speicher problemlos auf DVD gebrannt werden.

Auch alle vier Festplatten-Modelle bieten die Hybrid-Option und zeichnen Videos zusätzlich auf einem Memory Stick Duo auf. Die neuen Camcorder zeichnen sich außerdem durch ihre große Fest-

Surround-Mikrofon und ein 2,7 Zoll großer Clear Photo LC-Monitor runden die Ausstattung ab.

Überragende Bildqualität liefern die neuen High Definition Camcorder von Sony. Die AVCHD Festplatten- und DVD-Camcorder sind mit Full HD-Auflösung (1.920 x 1.080), CMOS-Sensoren mit Exmor-Technologie und Gesichtserkennung, BIONZ-Bildprozessor, Zoom-Surround-Mikrofon und Memory Stick-Hybrid-Option (DVD) ausgestattet. Dies gilt ebenso für die beiden neuen AVCHD-DVD-Camcorder HDR-UX9 und HDR-UX19, die sogar Dual-Layer-DVDs verwenden können. In Kombination mit dem neuen 16 Gigabyte Sony Memory Stick (optional) lässt sich die Aufnahmezeit auf fast sieben Stunden verlängern.



Eine kleine Auswahl der Sony Neuheiten: Der AVCHD-Hybrid-DVD-Camcorder Sony HDR-UX19 (oben), der MiniDVD-Camcorder Sony DCR-HC62 (links), der AVCHD-Hybrid-Festplatten Camcorder Sony HDR-SR10 (links unten) und der Hybrid-Festplatten-Camcorder Sony DCR-SR210 (unten).

DV-Camcordern DCR-HC51, DCR-HC53 und DCR-HC62 bietet Sony viel Technik fürs kleine Budget – sei es mit dem 40fachen optischen Zoom des HC51 oder dem USB-Anschluss des HC53. Das Spitzenmodell HC62 bietet einen Memory Stick Duo-Slot, eine Fernbedienung sowie einen 2,7 Zoll (6,8 cm) großen LC-Monitor im 16:9-Format. Das Gerät ist zudem mit einem 25fachen Zoomobjektiv, PictBridge-Funktion und USB-Anschluss ausgestattet.

Bei den DVD-Modellen gibt es vier Neuheiten. Beginnend bei der DCR-DVD110 über die DCR-DVD310 und die DCR-DVD410 bis zur DCR-DVD510 zeichnen alle Modelle Videos auf DVD oder Memory Stick Duo auf. Noch mehr Komfort bietet die Hybrid Plus Technik des DVD410. Dieses Gerät bietet zusätzlich einen acht Gigabyte großen Flash-Speicher, der die Aufnahmekapazität im Zusammenspiel mit DVD und Memory Stick auf sieben Stunden

plattenspeicherung aus: Mit 30 Gigabyte ist bereits das Einstiegsmodell DCR-SR35 ausgerüstet, der DCR-SR55 bietet 40 Gigabyte und die Modelle SR75 und SR210 60 Gigabyte.

Der ClearVid-CMOS-Sensor des Top-Modells SR210 wartet neben der Gesichtserkennung auch mit der Exmor-Technologie auf, die eine extrem hohe Auflösung bei hoher Empfindlichkeit und weniger Bildrauschen ermöglicht. Der SR210 zeichnet Videos mit zwei und Fotos mit vier Megapixel Auflösung auf – und dies sogar gleichzeitig. Zudem kann er auf einen BIONZ-Bildprozessor zurückgreifen, der bislang nur in Sonys Spiegelreflex- sowie den besten Cyber-shot Kameras eingesetzt wurde. Der optische Bildstabilisator Super SteadyShot, ein eingebautes Blitzgerät, das Zoom-

Bei Sony löst die α 200 die α 100 ab

Bei Sony hat die digitale Spiegelreflexkamera α 200 die Nachfolge der α 100 angetreten. Die Kamera ist mit einem 10,2-Megapixel-CCD-Sensor ausgestattet und wendet sich mit einer unverbindlichen Verkaufsempfehlung von zirka 600 Euro vor allem an Einsteiger. Die Sony α 200 zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch zahlreiche Detailverbesserungen aus, zum Beispiel beim Sony-eigenen BIONZ-Bildprozessor und beim integrierten Bildstabilisierungssystem Super SteadyShot. Der Verwacklungsschutz erstreckt sich jetzt über einen Korrekturbereich von 2,5 bis 3,5 Lichtwerten. Verbessert wurden auch das Autofokussystem und das Energiemanagement. Aus der zuletzt vorgestellten Sony α 700 wurde die Anzeige des verbleibenden Energievorrats als Prozentzahl übernommen. Ein auf 2,7 Zoll (6,8 cm) vergrößerter Monitor und ein neuer spezieller RGB-Histogramm-Modus ermöglichen dem Fotografen darüber hinaus eine bessere Kontrolle der Bildergebnisse. Die Sony α 200 wird zur Markteinführung in drei Varianten angeboten: Gehäuse allein, als Sony α 200 Standard-Kit (Gehäuse plus Objektiv 18–70 mm; UVP: ca. 700 Euro) und als Sony α 200 Zoom-Kit (Gehäuse plus Objektiv 18–70 mm und 75–300 mm; UVP: ca. 900 Euro).



Sony erhöht Kapazität des Memory Stick PRO Duo auf 16 GB

Parallel zur Einführung der neuen Camcordermodelle hat Sony eine neue Version des Memory Stick PRO Duo mit 16 Gigabyte Kapazität vorgestellt. Sony Camcorder, die High Definition-Videos im AVCHD-Format filmen, können auf dem 16 Gigabyte Memory Stick PRO Duo Aufnahmen von bis zu 110 Minuten Länge speichern, wenn sie den bestmöglichen High Definition-Modus verwenden. Im Long-Play-Modus finden sogar bis zu sechs Stunden Video auf dem neuen Memory



Stick Platz. Neben AVCHD-Camcordern profitieren auch Sony Cyber-shot-Digitalkameras vom neuen Speicherriesen: Selbst bei einer Auflösung von 10 Megapixeln passen mehr als 4.000 Fotos auf den 16 Gigabyte Memory Stick PRO Duo. Für schnelle Schreib- und Lesezugriffe bürgt die Mark2-Zertifizierung, deren Logo auf dem Stick zu finden ist. Um Videos auf einen Computer zu übertragen, muss der Stick nur in einen Memory Stick-Slot des PCs eingesteckt werden.

POS Neuheiten

Mobiles Lautsprechersystem

))) Mit satten Bässen und klaren Höhen sorgt das neue 2.1 Lautsprechersystem Dicota Concert auch unterwegs für jede gewünschte Soundkulisse. Das edle Finish und das kompakte Design der beiden Satelliten und des separaten Subwoofers machen auch optisch einiges her. Concert kann sowohl mit Netzspannung wie auch mit Batterien betrieben werden.



Anders als bei herkömmlichen externen Notebook-Lautsprechern ergänzt der Hersteller zwei hoch- und mitteltönende Satelliten durch einen Subwoofer. Das aktive System deckt damit ein breites Frequenzspektrum ab und bietet ein volles Klangerlebnis. Concert wird einfach an ein Notebook angeschlossen, eingeschaltet und ist sofort betriebsbereit. Die gewünschte Lautstärke lässt sich am System einstellen. Dank des mitgelieferten Stereo-Klinkensteckers bringt das Soundsystem auch tragbare Geräte wie MP3-Player oder portable DVD-Spieler zum Klingen.

Die integrierte Niedrigbatterieanzeige stellt sicher, dass der Musikgenuss kein jähes Ende findet. Das Gewicht der Anlage beträgt nur 420 Gramm. Die zum Lieferumfang gehörende Transporttasche schützt das 2.1-Lautsprechersystem vor Beschädigungen. www.dicota.de

Home Theater-Kabel

Unter der Bezeichnung „Home Theater“ hat wentronic eine neue, attraktive Kabelserie zu erschwinglichen Preisen im Programm. Die Serie deckt alle gängigen Kabeltypen für den Home-Entertainment-Bereich ab.



Alle Kabel des neuen Sortiments verfügen über Vollmetallstecker sowie vergoldete Kontaktflächen und zeichnen sich durch ihre ansprechenden Verpackungen aus. Zum Sortiment zählen Scart- und Cinch-Kabel, YUV-Komponenten-, S-VHS- und 3,5 mm Stereokabel sowie DVI- und HDMI-Kabel. VGA- und FireWire-Kabel sowie optische Lichtleiterkabel und SAT/Antennenkabel ergänzen die Palette für den Audio-Video-Bereich.

www.wentronic.com

DVB-T-Empfang per USB-Stick

Der PCTV Nano Stick von Pinnacle Systems ist mit der neuesten Empfangstechnologie für DVB-T ausgestattet. „Der PCTV Nano Stick ist als USB-Empfangsgerät für DVB-T ein echtes Juwel“, so Tanguy Leborgne, Vice President Worldwide Marketing bei Pinnacle Systems. „Dank der neuesten DVB-T-Empfangstechnologie empfängt er digitales Fernsehen, selbst wenn das Signal schwach ist.“ Mit dem PCTV Nano Stick-Tuner kann jeder PC-Besitzer digitales Fernsehen

FERNSEHEN MIT METZ – IMMER ERSTKLASSIG



Ausstattung und Lieferfähigkeit modellabhängig



METZ LINUS

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

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

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

www.metz.de

sehen und aufzeichnen. Die Einrichtung ist einfach, technisches Vorwissen wird nicht gebraucht. Der Nutzer verbindet den Tuner mit dem USB-Port seines PCs und der mitgelieferten Antenne. Die Stromversorgung erfolgt über den Computer, so dass kein externes Netzteil notwendig ist. Zudem ist der PCTV Nano Stick mit Computern kompatibel, auf denen Windows Media Center läuft. Eine Miniferbedienung sichert den größten Sehkomfort auch aus größerer Entfernung.



Nach der Installation der intuitiven Software Pinnacle TV Center Pro kann der Anwender Live-Fernsehen zeitversetzt sehen und Sendungen aufzeichnen. Darüber hinaus lassen sich Fernsehsendungen auf der Festplatte des Computers in der Qualität der Formate MPEG-1/-2 und DivX oder direkt auf DVD aufzeichnen, die auf einem normalen DVD-Player abgespielt werden können. Zudem ermöglicht der PCTV Nano Stick, frei empfangbare Sendungen in HDTV in dem Standard MPEG-2 und dem neuen Standard MPEG-4 H.264 (AVC) zeitversetzt zu sehen und aufzunehmen.

Der neue Tuner wird im Februar zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 59 Euro erhältlich sein. www.pinnaclesys.com

Harmony One räumt auf

Ein Knopfdruck genügt und DVD-Player, Fernseher und Soundsystem sind startklar.

Die Logitech Harmony One Advanced Universal Remote vereint Farb-Touchscreen und programmierbare Aktionstasten. Die intuitive Anordnung der Tasten sowie das ergonomische Design sorgen für mehr Komfort im Wohnzimmer und vereinfachen die Steuerung von bis zu 15 Home Entertainment-Geräten. „Um unser Angebot zu optimieren, haben wir bei der Entwicklung der Harmony One das Zusammenspiel zwischen Anwender, Fernbedienungen und Home Entertainment Geräten genau analysiert“, erklärt Alexander Neff, Logitech Country Manager Deutschland. „So ist die Harmony One das Ergebnis einer umfassenden Forschungs- und Entwicklungsarbeit, wobei mehr als 20.000 Stunden Arbeit in dieser Fernbedienung stecken.“



Die Harmony One verfügt über einen Farb-Touchscreen in einer Größe von 5,6 cm. Für den schnellen Wechsel zwischen einzelnen Sendern lassen sich auf dem Farbbildschirm die Logos der Fernsehkanäle programmieren und anzeigen. Die intuitive Anordnung der Tasten erhöht den Benutzerkomfort. Das Tasten-Layout der Harmony One ist in vier Bereiche unterteilt: Zahlen von null bis neun, DVD-Steuertasten, Lautstärkeregelung, Vor- und Zurück-Tasten für die Senderwahl sowie On-Screen Menüasten. Jeder Button ist individuell geformt, so dass die Fernbedienung auch im abgedunkelten Raum allein über den Tastsinn bedient werden kann. Schwarzer Klavierlack, hintergrundbeleuchtete Tasten sowie eine silberne Unterseite machen die Fernbedienung zu dem perfekten Wohnzimmer-Accessoire. Die schlanke Ladestation der Harmony One ist außerdem mit einer einstellbaren Beleuchtung ausgestattet, so dass diese auch im Dunkeln zu finden ist.

Ein Online-Assistent führt den Anwender schrittweise durch die Konfiguration der Harmony One im Internet. Mehr als 225.000 Geräte von über 5.000 Herstellern sind in der Online-Datenbank von Logitech abgeglichen. Die Logitech Harmony One Advanced Universal Remote ist ab Februar 2008 zu einem empfohlenen Einzelhandelspreis von 199 Euro (UVP) erhältlich. www.logitech.de

Casio: Exilim Pro EX-F1 schafft 60 Bilder pro Sekunde

Die Schnellste der Welt

Nach der Vorstellung des Prototypen einer superschnellen Digitalkamera im August 2007 auf der IFA stellt Casio jetzt das Serienmodell vor: Die Exilim Pro EX-F1 ist mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von 60 Bildern pro Sekunde und High-Speed Video mit 300 Bildern pro Sekunde die schnellste Digitalkamera der Welt. Zudem entpuppt sie sich als Full HD-Camcorder mit 12fach-Zoomobjektiv und bietet weitere innovative Features.

Die „rasende Exilim“ ist mit einem neuen, besonders schnell reagierenden CMOS-Sensor mit einer Auflösung von sechs Megapixeln ausgestattet, der von dem ebenfalls ultraschnellen LSI Bildverarbeitungsprozessor unterstützt wird. Das aufwendig konstruierte 12fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 36–420 mm (KB-äquivalent) bei einer Lichtstärke von f2,7–4,6 und ein Filtergewinde mit 62 mm Durchmesser. Anders als der Prototyp hat das Serienmodell einen Blitzschuh für die Verwendung externer Blitzgeräte; der in die Kamera eingebaute Xenon-Blitz feuert bis zu 20mal hintereinander mit einer

Geschwindigkeit von bis zu sieben Aufnahmen pro Sekunde. Zusätzlich gibt es ein Weißlicht-LED, um Serienaufnahmen mit Geschwindigkeiten von 10 bis 60 Aufnahmen pro Sekunde auszuleuchten.

Zum Schutz vor Verwacklungen ist die Kamera mit einem CCD-Shift Bildstabilisator ausgestattet. Zur Stabilisierung während einer Bildsequenz mit langen Belichtungszeiten wird zudem die Intensität der Bewegung vom Prozessor analy-

siert, anschließend werden die Bilder verglichen und die Position des Motivs wird entsprechend korrigiert, so dass die Sequenz keine „Wackeleffekte“ aufweist. Ein weiteres Ausstattungsmerkmal

der neuen „Formel 1“-Exilim ist das neue Super Clear LCD, das einen Betrachtungswinkel von 175° vertikal und horizontal erlaubt und sich durch besonders leuchtende Farben und hohen Detailreichtum auszeichnet. Zu einem Kontrastverhältnis von ca. 1.000:1 und einer variablen Helligkeit von bis zu 1.000 cd/qm kommt eine harte, besonders kratz feste Oberfläche, die auch robuste Behandlung nicht übernimmt.

Die neue Casio Exilim Pro EX-F1 ist nicht nur superschnell, sondern bietet auch neue Ausstattungsmerkmale wie das Super Clear LCD mit besonders brillanter Farbwiedergabe und großer Helligkeit.

ist die neue Exilim Pro EX-F1 nicht nur die schnellste Digitalkamera der Welt; sie bietet auch ein Bedienungskonzept, das es ermöglicht, die Vorteile der hohen Geschwindigkeit zu nutzen, um den richtigen Moment festzuhalten. So werden im PreShot Burst Modus die Bilder bereits vor dem Druck auf den Auslöser erfasst und die letzten Aufnahmen beim Drücken des Auslösers abgespeichert, so dass auf jeden Fall der richtige Moment „im Kasten“ ist. Bei einem „Burst Speed“ von fünf Bildern pro Sekunde beträgt diese „Pre-Recording-Zeit“ 12 Sekunden, bei 10 Bildern/s. 6 Sekunden und bei 60 Bildern/s. eine Sekunde. In der Serienbildfunktion „Burst-Speed“ kann die gewünschte höchste Bildfrequenz in Schritten von 1–7 Bildern/s. sowie 10, 12, 15, 20, 30 und 60 Bildern/s. vorgewählt werden; dann kann der Anwender die Aufnahmegeschwindigkeit mit Hilfe eines Funktionsringes am Objektiv so steuern, dass die höchste Geschwindigkeit erst dann eingesetzt wird, wenn sie auch tatsächlich gebraucht wird.

Im High-Speed Video-Modus nimmt die Exilim Pro EX-F1 bis zu 300 Bilder pro Sekunde in einer Auflösung von 512 x 384 Pixeln auf. Bei geringerer Auflösung sind sogar Geschwindigkeiten von 600 oder 1.200 Bildern pro Sekunde für Ultra-Zeitlupe möglich.

Die Exilim Pro EX-F1 soll Anfang April auf den Markt kommen; der Preis steht noch nicht fest, in den USA soll die Kamera rund 1.000 Dollar kosten. www.casio.de

Weitere Exilim-Neuheiten

Neben der „Rekord-Kamera“ stellte Casio weitere neue Exilim-Modelle vor. Die Exilim Card EX-S10 im klassischen „Card-Design“ der Familie ist mit 13,8 mm fast so dünn wie die 2002 vorgestellte erste Exilim, bietet aber ein 3fach-Zoomobjektiv, eine Auflösung von zehn Megapixeln und ein Super Clear LCD Wide Screen mit einer Diagonale von 6,9 cm und einer Auflösung von 230.160 Pixeln. Die Kamera ist in Silber, Schwarz, Rot und Blau erhältlich.

Im neuen Design bietet die Exilim EX-Z80 ein 6,6 cm LCD, eine Auflösung von acht Megapixeln, einen Movie-Button und die Casio-typische „YouTube“-Funktion. Die Kamera kommt in den Farben Schwarz, Silber, Hellblau, Grün und Pink auf den Markt.

Die 10-Megapixel-Kamera EX-Z100 bietet ein 4fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28–112 mm (KB-äquivalent), ist dabei aber nur 19,2 mm dünn und ebenfalls mit einem 6,9 cm Super Clear LCD ausgestattet. Zum Ausstattungsumfang gehört die Casio-exklusive Auto-Best Shot Funktion. Die Kamera wird in mehreren Farbvarianten erhältlich sein. Als Schwestermodell gibt es die Exilim EX-Z200 mit der gleichen Ausstattung, aber zusätzlich mit einem CCD-Shift Bildstabilisator.

Alle neuen Exilim-Modelle sind mit neuen, von Casio entwickelten Funktionen ausgestattet. Der „Auto Shutter“ sorgt zum Beispiel dafür, dass die Kamera automatisch auslöst, sobald die Hand des Fotografen bzw. das Motiv sich nicht bewegen. Diese Funktion steht im „Anti Blur“-Modus für herkömmliche Aufnahmen zur Verfügung. Im „Pan“-Modus löst die Kamera beim „Mitziehen“ bei der Aufnahme bewegter Motive genau dann aus, wenn das Motiv scharf im Sucher erscheint.

Neu in der Exilim-Familie ist auch die „Smile Detection“-Funktion, bei der die Kamera automatisch auslöst, wenn das Motiv lächelt. Schließlich hat Casio für die neuen Kameras die Selbstportrait-Funktion mit dem Auto Shutter kombiniert: Dann löst die Kamera selbständig aus, wenn alle Gesichter scharf im Sucherbild erscheinen.



Die Exilim Card EX-S10 ist nur 13,8 mm dick.



Die Exilim EX-Z80 bietet eine Auflösung von 8 Megapixeln.



Die 10-Megapixel-Kamera Exilim EX-Z100 ist mit einem 4-fach-Zoomobjektiv ausgestattet.

Designed for business.

Das neue Microsoft®
Natural® Ergonomic Desktop 7000.



Das neue kabellose Natural Ergonomic Desktop 7000. Jetzt überall
im Handel und unter www.microsoft.com/germany/hardware

- Entertainment
- Produktivität
- Kommunikation
- Mobilität

Microsoft®

Am Anfang von vielen erfolgreichen Firmen-Chroniken steht eine zufällig erscheinende Begebenheit, deren weit in die Zukunft reichende Bedeutung zum damaligen Zeitpunkt nur eine oder wenige Personen erkannt haben. So ähnlich begann auch der Aufstieg des Elektronik-Herstellers Sharp zum globalen Technologie-Führer für LCD-TV-Geräte. Von den ersten Anfängen an hat der japanische Hersteller unbeirrt an der Perfektion und Marktdurchsetzung der heute führenden Fernsehgeräte-Technik gearbeitet. Angesichts neuer, noch im Entwicklungsstadium befindlicher Display-Technologien setzt Sharp mit der Stoßrichtung seiner Planungen und Investitionen weiter auf eine große LCD-basierte Zukunft und baut seine Marktpositionen im Bereich der großformatigen High Definition TVs und dem High-end-Segment aus.



Shigeaki Mizushima, Chef der Sharp Forschungs-Abteilung für Display-Technologie.

Sharps Sternstunde und Shigeaki Mizushima

Shigeaki Mizushima ist ein einflussreicher Ingenieur, und mit etwas Glück kann man ihm bei Sharp begegnen: Als junger Entwicklungs-Ingenieur begegnete Mizushima seinem Chief Executive Officer in einem Baderaum des Unternehmens. Er nutzte die Gunst der Stunde und bat um mehr finanzielle Mittel für ein Projekt, an dem er arbeitete. Einige Monate später passte Mizushima den Sharp Boss nach dem Ende eines Senior Management Meetings ab und demonstrierte ihm ein Stockwerk höher, auf dem Dach des Gebäudes, den Prototyp eines Liquid Crystal Displays. „Er wollte die LCD-Vorführung umgehend in einem Innenraum betrachten“, erinnert sich Mizushima. „Danach gab er unserem Team grünes Licht!“ Heute ist Shigeaki Mizushima Chef der Forschungs-Abteilung für Display-Technologie.

Ultra-thin LCD-TVs: „Dünn ist wundervoll“

Sein angeborenes Talent für Theatralik setzt Mizushima noch immer bei unterschiedlichsten Anlässen ein: zum Beispiel, um Geschäftspartner oder potentielle Konsumenten davon zu überzeugen, dass ultra-dünne LCD-TVs die besten Flach-TV-Geräte sind. Zusammen mit Sharp President Mikio Katayama stellte er im August des vergangenen Jahres einem auserwählten Kreis den Prototyp eines ultra-dünnen 52-Zoll LCD-TV vor, den Sharp ab März 2010 in einer für 3 Milliarden im Bau befindlichen Fabrik nahe Osaka produzieren wird. Die darauffolgenden Monate hindurch waren die beiden

Manager mit den Prototypen auf Dauertour, um sie nach erst kürzlich absolvierten Industrie-Konferenzen in Berlin und Tokyo auf der Consumer Electronics Show 2008 offiziell vorzustellen. Mizushimas Fähigkeit, der Öffentlichkeit bestimmte Produkt-Features, wie „ultra-thin“ überzeugend zu verkaufen, könnte eine der Erklärungen dafür sein, dass Sharp das Gütesiegel seiner Handelsmarke, wie die Unternehmens-Gewinne und Verdienstspannen seiner Handels-Partner, kontinuierlich auf einem hohen Niveau halten kann. Parallel dazu helfen dem Unternehmen seine erfolgreichen Produkte, die Folgen des jährlichen Preisverfalls von 20% bis 30% zu kompensieren. „Dünnere LCD-TVs“, sagt Mizushima, „geben dem Konsumenten mehr Freiheit bei der Wahl des Aufstellorts für das Fernsehgerät und den mit der Betrachtung von Fernsehsendungen und Video-programmen verbundenen Lebensgewohnheiten.“ Einzelheiten über die ultra-dünnen Modelle ließ er sich nicht entlocken. Sie würden aus Materialien und mit Produktionsverfahren hergestellt, die für diesen Zweck noch niemals eingesetzt wurden, orakelte Mizushima.

LCD-TV-Markt: Der 65-Milliarden-Poker

Einige Analysten zweifeln daran, dass die angesprochene Zielgruppe

Sharp LCD-TVs: Große Zukunft



Mitbewerber an, die es „auch mal versuchen“ wollen. Nur eine geringe Anzahl der größten TV-Hersteller ist in der Lage, in High Tech Fabriken riesige Glass-Sheets fehlerfrei durch zahlreiche Produktionsschritte zu schleusen, sie in immer größer werdende Bildschirme zu zerteilen und dabei profitabel zu bleiben. Sharp hat sich im harten Wettbewerb erfolgreich gegen low-cost Rivalen wie Vizio und Westinghouse durchgesetzt, aber auch gegen konkurrierende Top-Brands. Für das am 31. März endende Fiskal-Jahr kündigt Sharp 3,2% Gewinnzunahme auf 955 Millionen US Dollar und 8,7% Umsatz-Zuwachs auf 31 Milliarden US-Dollar an. Auf dem nordamerikanischen Markt haben sich Aquos-TVs im dritten Quartal 2007 den Platz eins erkämpft.

Mehr als 50 neue Sharp LCD-TVs auf der CES

Auf der diesjährigen Consumer Electronics Show in Las Vegas stellte Sharp neben einem riesigen 108 cm Aquos LCD-TV eine große Palette neuer Modelle vor, darunter LCD-Flachbildschirme mit integriertem Internet-Zugang und „Aquos Net“-Technologie, mit der Zuschauer flexibel konfigurierbare Internet-Inhalte („Widgets“) wie z. B. aktuelle Nachrichten, Börsenkurse und Wetterprognosen abrufen und bei Problemen Verbindung mit der Serviceabteilung des Herstellers aufnehmen können, der auch interaktive Konfigurationen für optimale Bild- und Toneinstellungen anbietet. Alle zukünftigen TVs der SE94-Serie sollen mit Aquos Net ausgestattet werden. Die Modellpalette erstreckt sich von 720p-Modellen mit 32-Zoll- und 37-Zoll-Bilddiagonale bis hin zu den 42/52/65 Zoll großen Full HD High-end-Modellen LC-46SE94U (3.200 US-Dollar), LC-52SE94U (4.200 US-Dollar) und LC-65SE94U (11.000 US-Dollar), die ein dynamisches Kontrastverhältnis von 27.000:1 erreichen und mit 120 Hz-Technologie und 10-bit-Signalverarbeitung ausgestattet sind. Die außerdem als Prototypen gezeigten „Next Generation“ LCD-Fernseher mit Serienfertigung ab März 2010 haben eine Bautiefe von nur 20 mm (beim 52-Zoll-Modell) und erreichen selbst bei Tageslicht ein Kontrastverhältnis von 3.000:1. Der Energieverbrauch wird nur noch 50% des Verbrauchs heutiger Geräte betragen.

für verbesserte Technik und schlankeres Design tausend oder mehr Euros zusätzlich ausgeben wird: „Die Konsumenten sind von den heute erhältlichen LCD-TV-Modellen hoch begeistert“, gibt Paul Gagnon, Director North American DisplaySearch, zu bedenken. „Der Unterschied zwischen einem drei bis sechs Zoll tiefen Flach-TV und einem nur einen Zoll dünnen Gerät wird vielleicht nicht ausreichen, um dafür wesentlich tiefer in die Tasche zu greifen.“ Die Entscheidung darüber wird jedoch der Markt fällen: LCD ist die dominierende Flach-TV-Technologie und der am schnellsten wachsende Markt auf unserem Planeten. Vier von fünf Käufern eines Flach-TV-Gerätes werden sich in diesem Jahr für ein LC-Display entscheiden, prognostiziert Marktbeobachter Displaybank. Aus den rund 88 Millionen in 2007 verkauften Flach-TVs summieren sich gewaltige Beträge. Laut DisplaySearch werden die weltweiten Erlöse aus dem Verkauf von LCD-TVs in 2008 mehr als 65 Milliarden US-Dollar betra-

gen. Im Jahr 2015 soll der globale Flach-TV-Markt laut der Prognose das Volumen von 264 Millionen Dollar erreichen, und ein großer Teil der Jahr für Jahr zweistelligen Wachstumsraten wird den LCD-TVs zu verdanken sein. Um die gewaltigen Investitionen für die Entwicklung der Next Generation TVs und der benötigten Produktionsanlagen wieder hereinzuholen, wird Sharp Käufer ansprechen, die bereit sind, Tausende von Euros für die am weitesten entwickelte Technologie zu bezahlen. Im gnadenlosen Wettbewerb um die 101 Milliarden (2008) des TV-Marktes sind die fettesten Gewinne mit riesigen Bildschirmen und High-end-Modellen zu erwirtschaften. Laut Mizushima kann Sharp die Next Generation LCD-TVs in jeder gebräuchlichen Bildgröße herstellen, will aber den Wettbewerb in dem durch hohes Volumen und minimale Renditen gekennzeichneten Massenmarkt zunächst vermeiden. Auch der High-end TV-Markt ist keine problemfreie Zone: Die dort winkenden Gewinne ziehen

Sharp dominiert Markt für großformatige Full-HD LCD-TVs



Mit mehr als 50 Prozent Marktanteil bei Full-HD LCD-TVs dominiert der LCD-Pionier Sharp den deutschen Markt für Großformat-LVD-TVs. Laut Statistiken der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) belegt das Technologieunternehmen in der 46- und 52-Zoll-Kategorie erste Plätze. Selbst das erst seit September 2007 gelistete 52-Zoll Top-Modell Aquos L52 HD1E liegt beim kumulierten Umsatz des betrachteten Zeitraums bereits auf dem Spitzenplatz: Das mit einem 16:9 ASV-Black-TFT-LCD-Panel, Multi-Wave Backlight sowie mit HDTV-Tuner, DVB-S2, DVB-C,

DVB-T und Analog-Tuner ausgestattete Full-HD-Gerät erreicht ein Kontrastverhältnis von 3.000:1 (dynamisch 15.000:1). Der L52 HD1E arbeitet mit 100-hz-Technik und truD-Bildverbesserung, hat eine Reaktionszeit von 4 ms und einen Betrachtungswinkel von 176° horizontal wie vertikal. Der Helligkeitswert beträgt 450 cd/m². Der mit zwei HDMI-Schnittstellen ausgestattete L52 HD1E mit 131 cm Bildschirmdiagonale ist zum UVP von 4.999,- Euro zu haben.



CES: Pioneer: Neue Standards bei Plasma-TVs

Filmfreunde und Home Cinema Spezialisten legen bei der Beurteilung der Bildqualität von Displays hohen Wert auf die perfekte Darstellung schwarzer und stark abgedunkelter Bildpartien, die ein wichtiges gestalterisches Mittel der Bilddramaturgie sind. Bei allen sonstigen Vorteilen moderner Flachbild-TV-Geräte lässt die mit diesen Bildtechnologien erreichbare Schwarzsättigung bisher zu wünschen übrig. Dies lässt sich auch durch extrem hohe Kontrastwerte nicht kompensieren. Denn schmutzig-grau schimmerndes Schwarz wird selbst bei höchsten Helligkeitswerten der weißen Bildpartien nicht zum Tiefschwarz. Deshalb erregte Pioneer auf der CES-Presskonferenz mit der Behauptung Aufsehen, man habe im Labor bei dem Display-Projekt „Kuro“ (japanisch: „schwarz“) das Schwarz-Optimum für Plasma-Bildschirme erreicht. Der neueste Prototyp eines Kuro-Displays erzeuge bei der Wiedergabe von Schwarz keinerlei messbares Licht mehr. Durch konsequente Optimierung der Vorteile selbstemittierender Plasma-Bildzellen sei die Entwicklung eines Displays gelungen, das schwarze Bildelemente mit der Lichtstärke „Null“ darstellt. Mit dem neuen Kuro-Konzept werde ein Kontrastverhältnis erreicht, das alle derzeit messbaren Werte übersteigt. Als „Kontrastverhältnis“ wird das Verhältnis zwischen der höchsten Lichtstärke (Weiß) und der geringsten Lichtstärke (Schwarz) bezeichnet. Mit der Vorführung des neuen Display-Prototyps mit 50-Zoll-Bildschirmdiagonale und 1.920 x 1.080 Bildpunkten beseitigte der japanische Hersteller eindrucksvoll jeden Zweifel: Selbst in dem vollständig abgedunkelten Vorführraum des Pioneer-Messestands war die Bildfläche des eingeschalteten Kuro-Plasma-TV-Gerätes unsichtbar, solange kein Bildmotiv dargestellt wurde. Üblicherweise ist in diesem Zustand eine dunkelgrau schimmernde rechteckige Fläche zu erkennen. Am Beispiel einer originalen, nicht speziell für die Vorführung präparierten Filmszene aus dem Film „Fluch der Karibik 3“ demonstrierte Pioneer überzeugend den neuen, erreichten Qualitätsstandard: Am dunklen Nachthimmel der als Beispiel gezeigten Filmhandlung wurde jeder Stern und selbst die schwach leuchtenden Himmelskörper so scharf konturiert und plastisch dargestellt, wie man das in sogenannten „klaren Nächten“ auch in der Natur erleben kann. Während die Objekte real im Raum zu schweben schienen, ließen sich die Umriss des Gehäuserahmens nicht einmal erkennen. Einzelheiten über eine Serienfertigung mit der neuen Technologie, den Zeitpunkt der Markteinführung und zu erwartende Verkaufspreise teilte Pioneer noch nicht mit. Im Jahr 2008 ist jedenfalls nicht mit dem Start der Serienproduktion zu rechnen.

CES: „Dünn ist in“

„Dünn“ war auf der diesjährigen CES (Consumer Electronics Show) der entscheidende Maßstab für die vorgestellten Prototypen zukünftiger Displays und Flach-TV-Geräte: Als erster überraschte der Hersteller JVC mit der Präsentation seines 1,7 Zoll (43 mm) flachen Full HD-TVs. Dann stellte auch LG Electronics einen nur 1,7 Zoll tiefen HD-TV vor. Die Trumpfkarte aber zog Pioneer mit der Vorführung eines nur 9 mm dünnen 50-Zoll Plasma-TVs: Das Gerät mit einer Bilddiagonale von 127 cm wiegt nur 18,5 kg und ist damit wesentlich leichter als vergleichbare konventionelle Flach-TV-Modelle. Die bei der

Betrachtung von Programminhalten kaum noch wahrnehmbare Gerätetiefe erzeugt einen Effekt, bei dem das Bild an der Wand oder, je nach Aufstellung des Gerätes, frei im Raum zu schweben scheint. Geräte mit diesem Design-Konzept werden aber im Jahr 2008 noch nicht zur Markteinführung kommen. Schon im Markt erhältlich ist dagegen seit Ende 2007 Toshibas, laut Hersteller-Aussage, „flachster LCD-TV der Welt“: Mit seinen nur 23 mm Bautiefe unterbietet das 40 Zoll große Full HD TV-Gerät Toshiba 40XF355D sogar einige der auf der diesjährigen CES präsentierten „Ultra-dünn“-Prototypen zukünftiger LCD-Seriengeräte anderer Hersteller.

Panasonic meldet erhöhten Bedarf an LCD-Panels

Panasonic, der weltweit größte Hersteller von Consumer Electronics, berichtet über Schwierigkeiten bei der Beschaffung ausreichender Mengen an LCD-Panels: „Wir haben Schwierigkeiten, genügend Flach-TV-Panels einzukaufen, insbesondere LCD-Panels“, erklärte Panasonic Präsident Fumio Ohtsubo gegenüber Pressevertretern in Tokyo. Auch Lehman Brothers Holdings Inc. and UBS AG rechnen mit einem längeren Andauern der Verknappung bei LCD-Panels für das gesamte Jahr 2008. Wie aus Unternehmenskreisen verlautet, denkt man deshalb bei Panasonic darüber nach, den Mehrheits-Anteil an dem LCD-Panel-Hersteller IPS Alpha Technology Ltd. zu erwerben, einem Tochterunternehmen von Hitachi Ltd., um sich die Lieferung von ausreichenden Mengen an LCD-Panels zu sichern. IPS Alpha wird wahrscheinlich für 2,75 Milliarden Dollar Investitionssumme eine neue Fabrik zur Herstellung von LCD-Panels errichten, die im Wirtschaftsjahr 2009/2010 mit der Serienfertigung beginnen soll. Im Oktober 2007 hatte Ohtsubo die Verkaufserwartungen von Panasonic für das laufende, am 31. Dezember endende Wirtschaftsjahr bekanntgegeben: 5 Millionen Plasma-TV-Geräte und 4 Millionen LCD-TVs. „Den Markt-Anforderungen folgend, stabilisieren wir die Basis unseres LCD-Geschäfts. Wir halten jedoch unverändert an dem selbstgesetzten Ziel fest, den Ultra-dünn-Panel TV-Markt vorrangig mit Plasma-Geräten in Bilddiagonalen von 37 Zoll und größer zu gewinnen“, bekräftigte Fumio Ohtsubo, Präsident Matsushita Electric Industrial Co. Ltd., (ab jetzt: Panasonic), auf einer Pressekonferenz anlässlich der vereinbarten Display-Partnerschaft mit Hitachi Ltd. und Canon Inc.

CES: Weltgrößtes Plasma-TV

Auf der CES hat Panasonic den weltweit größten Plasma-TV vorgestellt. Das Display hat eine Bilddiagonale von 150 Zoll, 3,81 m. Den vorwiegenden Einsatzbereich für derartig große Bildschirme sieht Panasonic auf Airports und anderen öffentlichen Einrichtungen mit hohem Publikumsdurchsatz. Unter anderem zeigte Panasonic auf der CES auch den

Prototyp eines 50-Zoll Plasma-TVs mit nur 2,5 cm Gehäusetiefe und wesentlich geringerem Gewicht als bisherige Plasma-Displays gleicher Bildgröße. Die Produktion der neuen gezeigten Modelle soll in der noch im Bau befindlichen neuen Plasma-TV-Fabrik in Amagasaki, Hyogo Prefecture, West-Japan stattfinden, die 2009 mit der Fertigung beginnen soll.

Größere OLED-TVs auf der CES

Samsung Electronics ist es gelungen, den weltweit ersten 31-Zoll AM OLED-TV zu entwickeln. Der koreanische Hersteller zeigte einen ersten Prototyp des Gerätes auf der CES 2008. „Wir verfügen über die technologische Fähigkeit und die technischen Voraussetzungen zur Produktion von 40-Zoll OLED-TVs. Doch es ist besser, mit dem Beginn der Serienproduktion bis 2010 zu warten, weil dann die Möglichkeiten zur Produktion großer Stückzahlen zu einem günstigen Herstellungspreis geschaffen sein werden.“

in mehreren Ländern, optimistische Umsatzprognosen der Hersteller und zunehmende Verknappung der Lieferfähigkeit von LCD-Panels machen Plasma-Displays zur begehrten Alternative. Innerhalb von weniger als zwei Jahren wurde die bis dahin dominierende Display-Technologie auf die hinteren Plätze verwiesen, um nun, nach einer Phase der Weiterentwicklung und Erhöhung der Produktionseffizienz, als wettbewerbsfähiges Produkt zurückzukehren. Plasma-Displays bestehen aus Millionen winziger, mit Edelgas gefüllter Entladungszellen, die Farben natürlicher darstellen, über extrem kurze Reaktionszeiten verfügen und eine beeindruckende Bildqualität liefern. LCD-Bildschirme arbeiten mit Flüssigkristallen zwischen dünnen Glasschichten vor einer Hintergrund-Beleuchtungs-Einheit und sind leichter als Plasma-Displays. Sie erreichen höhere Helligkeitswerte und neigen bei dynamisch bewegten Bildmotiven zur Unschärfe.

LG Electronics teilte auf der CES mit, man rechne 2008 infolge steigender Nachfrage mit der Produktion von 6,5 Millionen

Plasma-Panels, nach 3,5 Millionen im Jahr 2007.

Panasonic erwartet für 2008 in den USA einen lebhaften Geschäftsverlauf bei High Definition Plasma-TVs, nach einer trüben Phase der Nachfrage im Sommer des vergangenen Jahres. Yoshi Yamada, Chief Executive Panasonic, Nord Amerika, berichtet von der CES: „Zahlreiche Leute fragen mich: Was ist los? Warum diese vielen neuen Plasma-TVs? Wir dachten, Plasma sei tot?“, und fügt hinzu: „Man sollte den Fehler vermeiden, die Plasma-Technologie zu unterschätzen.“

Und Paul O'Donovan, Analyst bei Gartner, stellt die Prognose: „Plasma Display-Technologie wird mit Sicherheit auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen und ist auf dem Weg zum starken High-end Produkt am obersten Ende des Angebots.“

Das von Panasonic auf der diesjährigen CES vorgestellte 150-Zoll Plasma-Display ist ein gutes Beispiel für die Bewegung zum High-end.“ Panasonic selbst misst dagegen Unterschieden zwischen den rivalisierenden Display-Technologien nur noch geringe Bedeutung zu: „Plasma- und LCD-Technologie haben sich stark einander angenähert, weil die Entwicklungs-Ingenieure erfolgreich und stetig

an der Beseitigung der jeweiligen Nachteile beider Technologien arbeiten“, erklärt Toshihiro Sakamoto, Panasonic Executive. „Für den Konsumenten ist es deshalb kaum noch möglich, zwischen den unterschiedlichen Display-Systemen zu unterscheiden. Was bei Flach-TVs zukünftig zählt, ist das Design und wie einfach der Anwender sein TV-Gerät mit den zahlreichen unterschiedlichen Anwendungen vernetzen kann.“ Laut Aussagen des Marktbeobachters Displaybank wird der weltweite Plasma-Display-Markt in 2008 um 27% auf 15,56 Millionen Geräte wachsen, gegenüber 12,19 Millionen Stück im Jahr 2007.

Panasonic wird laut Displaybank mit 36% Marktanteil und 5,6 Millionen Geräten seine Marktführerschaft bei Plasma-TV-Geräten wahrscheinlich weiter behaupten.

Panasonic, Hitachi, Canon bauen LCD-Fabrik

Die drei in der neu gegründeten „LCD Alliance“ kooperierenden japanischen Unternehmen Panasonic, Hitachi und Canon erwägen den Bau einer neuen Produktionsanlage für LCD-Panels in Himeji, Prefecture Hyogo, West-Japan. Die Investitionssumme soll 2,75 Milliarden US-Dollar betragen.

Die geplante Fabrik zur Produktion von Wide-Format LCD-Panels ab 30 Zoll Bild-diagonale aufwärts würde an Größe sogar Panasonics modernste Fertigungs-Anlage für Plasma-Displays übertreffen. Bleibt es bei Himeji als Produktionsstandort, dann läge das neue Werk in unmittelbarer Nachbarschaft von Panasonics wichtigster Plasma-Fertigungs-anlage in Amagasaki, Hyogo Prefecture, und in der Nähe von Panasonics Hauptquartier in Kadoma, Osaka Prefecture. Die Errichtung und der Betrieb der neuen Fabrik würden unter der Regie von IPS Alpha Technology Ltd. erfolgen.

Derzeit steht die Erhöhung der Produktionskapazitäten für LCD-TVs im Vordergrund der Planungen. Wie aus Kreisen der LCD Alliance verlautbart, liegt auch eine spätere Erweiterung der Produktionsanlage auf die Herstellung von OLED (organic electroluminescence display panels) im Bereich der angedachten Möglichkeiten. Panasonic sieht die Ziele der vereinbarten Partnerschaft in der Sicherung der Belieferung mit LCD-Panels und der Bündelung von Aktivitäten zur Entwicklung von OLED-TV-Geräten. „LCD-Technologie und OLED Display-Technik haben zahlreiche Bestandteile und Produktionsschritte gemeinsam. Unsere mit Canon und Hitachi eingegangene Partnerschaft schafft optimale Voraussetzungen dafür, um als Ergänzung des LCD-Geschäfts gemeinsam das zukünftige Produktsegment der OLED-TVs zu entwickeln“, kommentierte Panasonic-Chef Ohtsubo Fragen zum Thema OLED-Displays.

DESIGN - INNOVATION

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

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

Auch Sony präsentierte auf seinem Messestand einen nur 10 Millimeter dicken, 27 Zoll großen OLED-Prototyp, für dessen Serienproduktion noch kein Termin feststeht. Ein nur 3 mm dünnes 11-Zoll OLED-Modell bietet Sony in kleinen Stückzahlen seit einigen Wochen für umgerechnet 1.800 US-Dollar in Japan an.

LG will 2008 Flach-TV-Hersteller Nr. 3 werden

Der koreanische Hersteller LG Electronics Inc. hat sich zum Ziel gesetzt, 2008 insgesamt 17 Millionen LCD- und Plasma TV-Geräte zu verkaufen und zum drittgrößten Flach-TV-Hersteller weltweit aufzusteigen.

In diesem Zusammenhang wird LG im Display-Bereich 500 Millionen US-Dollar für Forschung und Entwicklung investieren, wie Simon Kang, Vice President Digital Display Section, LG Electronics anlässlich einer Pressekonferenz auf der CES bekanntgab.

Comeback für Plasma-TVs

Vor wenigen Monaten von einigen Experten schon vorschnell totgesagt, erfreuen sich Plasma-TVs zur Zeit einer stark ansteigenden Nachfrage. Die explosive Umsatzentwicklung bei Flach-TV-Geräten

Allianz für LCD-TV-Produktion

Die japanischen Hersteller Sharp und Toshiba haben ein Abkommen über eine enge Zusammenarbeit zwecks Verbesserung der Profitabilität und der weltweiten Konkurrenzfähigkeit geschlossen. Im Rahmen der gegründeten Allianz können die beiden Unternehmen jeweils auf die Stärken des Partners zurückgreifen, wie z. B. das Know-how von Sharp im Bereich der LCD-TV-Panels und Toshibas Erfahrungen bei der Halbleiter-Produktion. Sharp wird von Toshiba mit LSI-Halbleiterkomponenten beliefert, und Sharp versorgt den Partner mit den zur Zeit heißbegehrten LCD-Panels für Fernseher mit Bildschirmdiagonalen von 32 Zoll aufwärts. Beide Hersteller beabsichtigen, ungefähr die Hälfte ihres entsprechenden Komponenten-Bedarfs bei dem Partner zu beziehen. Begründet wird die vereinbarte Allianz mit starkem Wettbewerbsdruck. „Es wäre für eine Firma allein schwierig, alles selbst herzustellen“, erklärte Toshiba-Präsident Atsutoshi Nishida.



CI-Modul für entavio

Für die Satellitenplattform entavio ist ab sofort ein Common Interface-Modul (CI) erhältlich. Zuschauer können mit diesem CI-Modul künftig mit allen digitalen Satellitenrezipienten verschlüsselte Programme empfangen, die über die entavio-Plattform verbreitet werden. Über die Plattform können auch die Premiere-Programmpakete Premiere Fußball Bundesliga, Premiere Fußball Plus, Premiere Sport, Premiere Entertainment, Premiere Thema und Premiere Star empfangen werden. Weitere Sender auf der entavio-Plattform sind sportdigital.tv, der die Spiele der deutschen Handball-, Basketball- und Volleyball-Ligen live überträgt, sowie Alpenglüh TVX, der deutschsprachige Erotikkomödien ausstrahlt. Auch diese Sender werden ihre Programme über das CI-Modul anbieten.

Wilfried Urner, Geschäftsführer von entavio, freut sich über die Erweiterung. „Mit Hilfe des CI-Moduls wird die technische Reichweite von entavio ausgeweitet. Besitzer von Receivern mit CI-Slot sämtlicher Hersteller können damit die über entavio ausgestrahlten Kanäle empfangen, womit wir eine einfache Lösung für alle bereits im Markt befindlichen Receiver mit CI-Slot bieten.“ www.entavio.de

Neue Hausanschlussverstärker

Triax-Hirschmann hat eine neue Generation der Hausanschluss-Verstärker GHV 820 C, GHV 830 C und GHV 834 C auf den Markt gebracht. Diese Verstärker, die für Verteilnetze in Apartments oder Mehrfamilien-Häusern ausgelegt sind, besitzen am Ausgang eine bidirektionale Messbuchse, über die eine unterbrechungsfreie Diagnose und Wartung des Netzes möglich ist. Da sich bei allen Modellen der Rückkanal mittels Jumper-Technik bei gleichzeitiger Sperrung des VHF-



Bands I aktivieren lässt, ist auch ein späteres Umschalten des Verteilnetzes auf interaktiven Multimedia-Betrieb problemlos möglich.

Die Verstärker erfüllen die Normen 50083-1 bis 50083-3 sowie die hohen Schirmungsanforderungen gemäß Klasse A. Der GHV 820 C ist für kleinere Wohneinheiten mit bis zu vier Antennensteckdosen konzipiert (Verstärkung: vorwärts 21 dB, rückwärts 18 dB), der GHV 830 C für bis zu acht Teilnehmer (Verstärkung: vorwärts 30 dB, rückwärts 25 dB). Mit einer Verstärkung von 34 dB in Verteilrichtung bzw. 26 dB rückwärts und einer Aussteuerfähigkeit von maximal 103 dBµV (CTB, CSO >= 60dB) ist der GHV 834 C für Mehrfamilien-Häuser mit maximal 16 Anschlüssen ausgelegt.

www.computer-hirschmann.de

HDTV-Receiver skyplus 2000 HD von Sky Vision

Pünktlich zum Jahresstart liefert sky vision den ersten HDTV-Receiver seiner Eigenmarke skyplus an den Fachhandel aus. Der Satellitenreceiver empfängt, zusätzlich zum herkömmlichen Digitalfernsehen, hochauflösende HDTV-Pro-

gramme und überträgt diese durchweg digital per HDMI-Schnittstelle auf den Fernseher. Mit zwei Common Interface Schnittstellen und dem bereits integrier-



ten Verschlüsselungssystem Conax lassen sich bei Bedarf beliebige PayTV-Inhalte empfangen. Das alphanumerische Display und ein erweiterter elektronischer Programmführer mit 7-Tage-Vorschau sorgen bei insgesamt 6.000 Programmspeicherplätzen für die notwendige Übersicht und Schnelligkeit in der Bedienung. Zum HDTV-Bild liefert der Receiver Raumklang, denn er verfügt zusätzlich über einen optischen Audio-Ausgang. Zwei Scart-Anschlüsse bieten die Voraussetzung zum Anschluss von DVD-Player oder Videorecorder, ein Netzschalter hilft beim Energiesparen.

„HDTV ist ein tolles Erlebnis für die ganze Familie“, so **Jürgen Horn**, Geschäftsführer bei Sky Vision. „Wir liefern dafür nun mit unserem skyplus 2000 HD ein einfaches, hochwertiges und kostengünstiges Empfangsgerät. Digitales Fernsehen, HDTV, PayTV – alles ist mit diesem Receiver komfortabel möglich.“

www.sky-vision.de

Pace Micro übernimmt Philips-Sparten

Pace Micro, ein britischer Hersteller von Settop-Boxen, übernimmt die Produktion von Settop-Boxen und die Sparte Connectivity Solutions, in der die zugehörige Software entwickelt wird, des niederländischen Elektronik Konzerns Philips.

Die Transaktion, die ein finanzielles Volumen von 95 Millionen Euro hat, wird zu Teilen in bar und per Aktienkauf vollzogen. Philips ist anschließend mit 22,5 Prozent an Pace beteiligt. In den Bereichen, die hauptsächlich in Frankreich angesiedelt sind, arbeiten 335 Beschäftigte. Hergestellt werden hier Empfangssysteme für Kabel- und Satelliten-TV, DVB-T und IPTV. Philips verzeichnete in dem Konzernteil im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von 357,2 Millionen Euro und einen Verlust von 39,3 Millionen Euro.

Pace kann im Rahmen der Akquisition die Marke Philips im Geschäft mit Settop-Boxen für drei Jahre weiternutzen. Der Hersteller profitiert in diesem Jahr von einer hohen Nachfrage aus den USA. Es gibt außerdem Lieferverträge mit Großbritannien größtem Pay-TV-Anbieter BSkyB. Langfristig erwarten Analysten jedoch einen Aufwandsrückgang, weil BSkyB mit der Übernahme von Amstrad seit diesem Sommer selbst Settop-Boxen fertigt. Durch den Verkauf entsteht einer der drei weltweit größten Anbieter von Settop-Boxen mit einem Umsatz von etwa 1 Milliarde Dollar im Jahr. „Wir haben bei den Kunden nur eine minimale Überlappung“, sagte Pace-Chef **Neil Gaydon**. Das britische Unternehmen erhält durch den Zukauf vor allem Zugang zu den Satelliten- und Kabel-TV-Märkten in Südamerika. www.philips.de

Friedrich-Karl Reichardt hat Astra verlassen

Friedrich-Karl Reichardt (61), Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Astra Deutschland hat das Unternehmen zum Jahresende 2007 aus privaten Gründen verlassen. Reichardt war seit 1996, dem Startjahr der digitalen Satellitenübertragung via Astra, für das Unternehmen im

deutschsprachigen Raum tätig. Katrin Anderl hat vorerst den Posten als Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit übernommen.

Anderl ist seit Juli 2006 bei der Astra Deutschland GmbH. Zu ihren Tätigkeiten zählten bisher die Fachhandels-PR, Handelskommunikation und -training sowie vielfältige B2B-Kommunikationsmaßnahmen. Katrin Anderl verfügt über langjährige PR-Erfahrung bei verschiedenen Münchener PR-Agenturen, einem Buch- und Zeitschriftenverlag sowie der Vertriebskommunikation, zuletzt beim Astrakunden Premiere. www.astra.de

Kompakt-Multischalter von Spaun

Spaun electronic bringt unter der Bezeichnung „Spaun standard“ eine neue Generation 4 SAT-ZF-Ebenen Kompakt-Multischalter für 6, 8, 12, 18 oder 22 Teilnehmer auf den Markt. Eine BK-taugliche aktive Terrestrik ermöglicht die verlustarme Einspeisung und Verteilung von Radioprogrammen und digitalen DVB-T Fernsehprogrammen. Die LNB-Speisungspannungsversorgung lässt sich mittels eines patentierten Drehreglers für unterschiedliche LNB-Typen anpassen. Vier SAT-ZF-Eingänge sind aufgrund spezieller Eingangsstufen auch für höhere SAT-Eingangspiegel geeignet. Das Eingangs-



stufenkonzept verbessert zudem die Intermodulationseigenschaften des SAT-Multischalters. Steifflankige Vorfilter verhindern die Übersteuerung der SAT-Verstärkerstufen durch Störprodukte der LNBs. Eine integrierte Schräglagenvorkompensation sorgt über das SAT-Frequenzband hinweg für optimale Signalpegel an den Antennendosen. Die neuen SAT-Multischalter verfügen über die bewährte integrierte Spaun Schaltzerteil-Technologie mit Standby-Funktion. Diese ermöglicht einen langjährigen energiesparenden Betrieb der Geräte mit niedrigen Betriebskosten. Das neue, wohldurchdachte Gehäusekonzept mit optimierter Durchlüftung des Schaltzerteiles ermöglicht erstmals auch bei den vier SATZF-Kompakt-Multischaltern eine platzsparende senkrechte Montage der Geräte. www.spaun.de

HUMAX Festplattenreceiver PDR-9750

Mit dem PDR-9750 liefert HUMAX die neue Generation Premiere-geeigneter Festplattenreceiver für Satellitenempfang. Das Gerät ist mit dem Premiere Zugangssystem, SCD-Technologie und einem tvtv-EPG ausgestattet. Zum unverbindlichen Kennenlernen der Premiere Sender liefert Humax alle Geräte des PDR-9750 mit einem kostenlosen Premiere Flex 25 Gutschein aus. Für den Empfang weiterer AboTV-Anbieter besitzt der Receiver zwei Common Interface Schnittstellen und ist damit flexibel und zukunftssicher ausgestattet. Durch integrierte Twin-Tuner-Technologie sind paralleles Fernsehen und Aufzeichnen möglich. Eine gute Orientierung im breiten Angebot an Sendern bietet der tvtv-EPG. So können die Zuschauer ihren individuellen Fernsehabend oder die Aufzeichnung von bis zu 250 GByte Filmmaterial bequem und einfach planen.

Dazu hält der tvtv-EPG Programminformationen aller Sender bis zu einer Woche im Voraus bereit. In Zukunft werden weitere Zusatzfunktionen wie die Fernprogrammierung via Handy und Internet möglich sein. Diese werden durch ein einfaches Softwareupdate in die Receiver eingespielt. www.humax-digital.de

Single-LNB für besseren Empfang

Das LNB BS1R8EL100W „LOW NF“ von Sharp Microelectronics im Vertrieb der SL communication und technology GmbH ist eine Spezial-Version des LNBs L100A und besonders für empfangsschwache Satelliten geeignet. Das LNB zeichnet sich durch sein geringes Rauschmaß und seine gute Verarbeitungsqualität aus. Außerdem schützt eine Tülle vor Witterschäden. „Der Konverter übertrifft noch die hervorragenden Eigenschaften seines Schwestermodells L100A und garantiert beste Empfangsergebnisse in Szenarien, in denen andere LNBs längst schwächeln“, erklärt **Sönke Lorenzen**, Gründer und Geschäftsführer von SL. So kommen mit dem Spezial-LNB vor allem Nutzer von Satelliten wie Türksat, Nilsat, Amos, Arabsat oder Sirius in den Genuss eines einwandfreien Empfangs. „Die LNBs von Sharp unterscheiden sich von denen der

Konkurrenz insbesondere wegen ihrer hervorragenden Kreuzpolarisation, ihres geringen Stromverbrauchs und nicht zuletzt wegen ihrer langen Haltbarkeit“, so Lorenzen. Vor allem die Langlebigkeit gegenüber zahlreichen Mitbewerbermodellen ist ein großes Plus für Sharps der LNB's. Entsprechend gibt der Hersteller auch für sein neuestes Modell eine Garantie von drei Jahren. www.sl-ct.de

ZDF verbessert Signalqualität

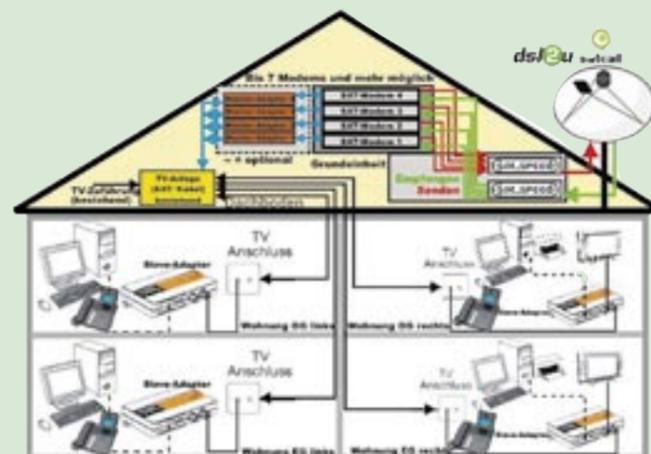
Seit Anfang dieses Jahres sendet das ZDF mit einer deutlich besseren Signalqualität, verglichen mit der Qualität, die noch 2007 zu empfangen war, über den Transponder 77 auf Astra 19,2° Ost.

Im letzten Jahr war auf dem vom ZDF genutzten Transponder mit der Downlink-Frequenz 11.954 MHz (horizontale Polarisation, Symbolrate 27 500) festzustellen, dass dessen Programme eine deutlich schlechtere Bitfehler-Rate (digitale BER) aufwiesen als die Programme der ARD oder der großen Privatsender. Die Qualität des Fernsehbildes an sich, das mit einer hohen Datenrate ausgestrahlt wird, wurde dadurch nicht beeinträchtigt. Der Fehler ist jetzt behoben und der Sender für HD gerüstet. www.zdf.de

Zwei-Wege-Satellitendienst für Gemeinschaftsempfang mit Rückkanal

Schott hat mit MULTIdsl2u die europaweit erste Lösung für den Gemeinschaftsempfang von satellitenbasierten 2-Wege-Diensten ohne Verluste an Bandbreite mit nur einer einzigen Antenne entwickelt. Bisher benötigten Bewohner von Mehrfamilienhäusern und Wohnanlagen, die die volle Bandbreite von Zwei-Wege-Internetdiensten nutzen wollten, jeweils eine eigene Satellitenantenne. In vielen Fällen konnte dies zudem zu Problemen mit Vermietern und Hausgemeinschaften führen, die aus bautechnischen und anderen Gründen keine Antennenwälder auf ihren Dächern duldeten.

Die von Schott entwickelte Lösung MULTIdsl2u besteht aus einer 120 cm Satellitenantenne mit einer leistungsfähigen Send- und Empfangseinheit, die inklusive Installation 599,- Euro kostet. Der Antennenmast ist von der Hausgemeinschaft zu stellen oder kann zusätzlich bezogen werden. Jeder an die Gemeinschaftsantenne angeschlossene Nutzer benötigt zudem ein eigenes Modem für den Anschluss an seinen Rechner. Das Modem kostet 299,- Euro plus einer einmaligen Aktivierungsgebühr von 49,- Euro. Bei Tarifen und Bandbreiten hat der Nutzer die Wahl zwischen drei Bandbreiten-Dienstklassen und Flatrates. Bei 24-monatiger Vertragslaufzeit können in der kleinsten Klasse „S“ für 29,90 Euro im Monat Daten mit 512 kbit/s empfangen und mit 128 kbit/s versendet werden. Die mittlere Klasse „M“ ermöglicht für 39,90 Euro monatlich den Download bis zu 1024 kbit und den Datenversand mit bis zu 128 kbit/s. In der Klasse „L“ für 79,90 Euro im Monat können sich Haushalte sogar Daten mit bis zu 2.048 kbit/s herunterladen und mit bis zu 384 kbit/s im Rückkanal verschicken. www.dsl2u.de



Logic3: SoundStation 5.1

Ein Meter Action

In den letzten Jahren hat sich Surround-Sound bei den Anwendern etabliert. Einzige Hürde sind nach wie vor die bis zu sieben im Raum aufzustellenden Lautsprecher. Dass es auch anders geht, zeigt Logic3 mit der SoundStation 5.1. Fünfzehn Lautsprecher, in einem waagerechten Gehäuse untergebracht, simulieren Surround-Effekte bis zu einem 5.1-System.

Seit der Unternehmensgründung 1977 ist Logic3 kontinuierlich gewachsen. Kerngeschäft seit 1983 ist der Vertrieb und die Entwicklung von Spielecontrollern und Zubehör. Mittlerweile führt die Company ein umfangreiches Programm an Musik-, Audio- und Videozubehör. Jetzt macht Logic3 den Schwenk hin zum Anbieter höherwertiger Produkte, um in dem sich entwickelnden Home-Media-Markt Fuß zu fassen.

Einfach komplett

Die SoundStation 5.1 vereint insgesamt 15 Lautsprecher in einem 1,07 Meter breiten, 21 cm hohen und 10,5 cm tiefen Gehäuse. Darüber hinaus haben die Entwickler einen 150 Watt starken Verstärker sowie einen Digitaltuner in das

System integriert. „Wir wollten ein kompaktes, virtuelles Surround-System auf den Markt bringen“, so Ingo Hecking, Territory-Manager Germany, „welches alle für ein Surround-System notwendigen Komponenten enthält.“ Tatsächlich präsentiert sich die SoundStation 5.1 als hochglanzlackierter, schwarzer Balken mit dem stattlichen Gewicht von 18 kg. Die Lautsprecherbatterie wird von einem schwarzen Gewebegitter verdeckt. Wer freie Sicht auf die Lautsprecher haben möchte, kann dieses mit wenigen Handgriffen abnehmen. Bereits der erste Blick in den Karton verheißt Gutes, denn die Engländer liefern das System inklusive Koaxkabel, einem optischen Kabel, Wandhalterungen sowie

einer UKW-Wurfantenne aus. Über die Fernbedienung lassen sich alle Funktionen und Parameter bequem einstellen. Für den Betrieb der SoundStation 5.1 ist der direkte Anschluss an einen Fernseher nur dann nötig, wenn das Tonsignal über diesen geliefert wird. Ist eine Set-Top-Box, ein Festplattenreceiver oder ein Multimedia-Center wie die PS3 im Spiel, dann genügt es, das optische Kabel mit der SoundStation zu verbinden.

Starker Sound

Insgesamt verfügt das Gerät über zwei optische-, zwei koaxiale- sowie einen AUX-Eingang. Über die Fernbedienung oder direkt am Gerät selber lässt sich die jeweilige Signalquelle auswählen. Was dann über die Lautsprecher kommt, ist ein erstaunlich gutes Surroundsignal



Die SoundStation 5.1 von Logic3 ist eine gute Alternative zu diskreten Surround-Systemen. Ohne großen Verkabelungsaufwand liefert das System eine Raumklang-Simulation, welche die meisten Alltagsanforderungen erfüllt. Zudem ist das Preis-/Leistungsverhältnis mit 349,- Euro ausgesprochen attraktiv.

mit einer guten Raumklangsimitation. Sämtliche Lautsprecher lassen sich separat einstellen und dem eigenen Hörempfinden anpassen. Möchte man nur Musik hören, sollte aus dem 5.1-Modus in den Stereobetrieb gewechselt

werden. Mit der SoundStation 5.1 liefert Logic3 ein kompaktes, leistungsstarkes Surround-Simulationssystem, welches ohne Kabelgewirr auskommt. Zum Preis von 349,- Euro eine echte Alternative zu diskreten Surround-Anlagen. www.logic3.com

Philips: Multiroom-System per Internet und W-LAN

Grenzenloser Musikgenuss

Vor vier Jahren hat Philips sein erstes Wireless Music-Center vorgestellt. Mittlerweile hat sich die Idee, Musik per Internet und Netzwerk zu transportieren, durchgesetzt. Mit dem WACS7500 bringen die Holländer jetzt ein System mit 80-GByte-Festplatte und LC-Farbdisplay auf den Markt.

Im Zuge der digitalen Musikwiedergabe und zentralen Titelverwaltung auf PC oder externen Festplatten, ist auch das Philips Streamium-Konzept in aller Munde. Das System verteilt Musik von CDs, die auf der Festplatte gespeichert wurden, drahtlos per W-LAN an bis zu fünf weitere Stationen. Die WACS7500-Basisstation ist mit zwei Lautsprechern und einem integrierten Subwoofer ausgestattet. Der digitale Class-D-Verstärker hat mit 160 Watt Musikleistung auch zur Beschallung größerer Räume genügend Reserven.



André Lang-Herfurth: „Um die Streamium-Geräte zu verkaufen, ist eine Beratung durch den qualifizierten Fachhandel unabdinglich.“

Über das frontseitige LC-Display läßt sich das System über eine komfortable Bedieneroberfläche intuitiv steuern. Zusätzlich zeigt es das Cover des gerade laufenden Titels an, was besonders bei umfangreichen Musiksammlungen ein schöner Nebeneffekt ist. Auch für die direkte Wiedergabe von Musik aus dem Internet ist das neue Streamium bestens gewappnet. Der integrierte Tuner erlaubt den Empfang von Sendern im UKW-Band, wobei 50 Kanäle bereits voreingestellt sind. Doch das System ist nicht nur für die



Das neue Streamium WACS7500 ist ein echtes drahtloses Multiroom-System. Von der mit Verstärker, Lautsprechern und Tuner ausgerüsteten Basisstation aus lassen sich bis zu fünf weitere Stationen per W-LAN mit Inhalten versorgen. Auf einem LC-Display zeigt die WACS7500 das Cover des laufenden Titels an.

Musikwiedergabe von CD ausgelegt. Auf der internen 80 GByte großen Festplatte lassen sich auch Dateien speichern, die auf einem PC abgelegt wurden. Erstmals bietet die WACS7500 die Möglichkeit, Internet-Radio zu empfangen und auf die angebotenen Empfängerstationen zu verteilen. Das Portfolio auch autarker Empfängerstationen für verschiedene Anwendungen wird kontinuierlich ausgebaut. Trotz

allem Nutzen für den Anwender sind die Streamium-Produkte erklärungsbedürftig. „Als wir zur IFA 2004 das erste Wireless Music Center einführt, war dies ein völlig neues Produkt für Handel und Konsumenten“, erinnert sich André Lang-Herfurth, Business Manager Audio & Mobile Infotainment. „Die größte Herausforderung bis heute ist es, die vielen Einsatzmöglichkeiten und Vorteile des Konzeptes zu kommunizieren.

Gemeinsam mit dem Fachhandel haben wir hier bereits viel erreicht.“ Allerdings ändern sich mit jeder neuen Produktgeneration auch die Funktionsumfänge und Möglichkeiten. „Aus diesem Grund“, so Lang-Herfurth, „wird es zur Einführung der neuesten Version der WACS7500 neue Schulungsunterlagen geben, die umfassend über das Konzept informieren.“ www.philips.de

Hisense: Technologieführer im quadral-Vertrieb

Hisense-HD-Displays im Premium-Segment

Obgleich die 1996 in China gegründete Hisense die Nummer 1 der „500 wettbewerbsfähigsten chinesischen Unternehmen“ ist, gehört sie in Europa und Deutschland zu den unbekanntesten Firmen. Seit 2006 hat die hannoversche quadral GmbH den Vertrieb für das TV-Display-Line-up der Chinesen übernommen.

Der Name Hisense steht für ein nationales Technologiezentrum und eine erstklassige wissenschaftliche Forschungsplattform für promovierte Wissenschaftler. Der Erfolg im Heimatland kommt nicht von ungefähr. Immerhin gehören heute zum Hisense-Konzern über 400 Firmen mit einem Gesamtvermögen von 3,14 Milliarden US\$.

High-Tech-Konzern

Dabei konzentrieren sich die Chinesen nicht nur auf die Herstellung von Produkten der Unterhaltungselektronik. Vielmehr ist Hisense heute ein renommiertes High-Tech-Unternehmen, das in sechs Branchen tätig ist: Multimedia, Haushaltsgeräte, Kommunikation, IT, Immobilien und internationales Marketing. Derzeit verfügt Hisense über eine Jahreskapazität zur Herstellung von 11 Millionen Farbfernsehern, 9 Millionen Klimaanlageanlagen, 10 Millionen Kühlschränken, 700.000 Gefriergeräten und 4,7 Millionen Mobiltelefonen. Der Verkaufserlös belief sich 2006 auf 5,6 Milliarden US\$. Dennoch benötigt jedes Unternehmen, welches in Europa und speziell in Deutschland Fuß fassen möchte, einen starken Partner. Mit der Firma quadral steht den Chinesen ein Profi mit Vertriebspower und jahrzehntelanger Erfahrung zur Seite.



Hans Fritz: „Durch das breite Sortimentsspektrum können wir dem Handel Produkte in unterschiedlichen Designrichtungen anbieten.“

quadral ist aus der 1971 gegründeten all-akustik hervorgegangen. In dieser Konstellation ist quadral zuständig für den Konsumbereich, wobei der Industriebereich in der all-electronic strukturiert ist. all-akustik respektive quadral haben viele namhafte, weltweit bekannte Marken erfolgreich in Deutschland eingeführt oder betreut.

Hierzu gehören unter anderem Mikro Seiki, Luxman, Scott, Sun-sui, American BIC, Citizen, NIC, Nakamichi oder Sherwood. Die bedeutendste Branchenteilnahme betrifft den Aufbau und 20jährigen Vertrieb von Fuji Medienträgern und Camcordern, welcher 1996 mit bedeutenden Marktanteilen an Fuji Europa zurückgeführt wurde. Auch unter eigenem Namen führte quadral ebenso erfolgreich Marken in den Bereichen Audio, PC, Telekom, SAT und TV mit signifikanten Exportanteilen in die Märkte ein.

Darüber hinaus ist die all-electronic seit der Firmengründung in der Maschinen- und Anlagenprojektion für Marktführer in der Auto- und Elektroindustrie sowie der Hybridtechnologie tätig. Eine Abteilung ist im Komponentenbereich besonders bei akustischen Bauteilen aktiv. Dieser Geschäftsbereich und die fast 50jährige Branchenerfahrung des Managements sind die Grundlagen für den starken Auftritt der Lautsprecher-Marke quadral.

„Bis Ende der 90er Jahre war die all-akustik sehr erfolgreich im deutschen Markt tätig, um ausländische Marken aufzubauen“, erläutert Hans Fritz, Geschäftsführer quadral. „Ein Beispiel war der 20jährige Aufbau von Fuji in Deutschland mit Magnetbändern und Camcordern. Entsprechend haben wir die notwendige Erfahrung, um eine neue Marke auch in einem wettbewerbsstarken Umfeld im Markt zu positionieren“, so Fritz weiter.

Dass ohne ein gut funktionierendes Vertriebsnetz mit einer partnerschaftlichen Handelsbeziehung in Deutschland nichts zu bewegen ist, hat quadral frühzeitig erkannt.

„Quadral besteht schon über 30 Jahre, und in dieser Zeit wurde ein aktives Händlernetzwerk aufgebaut und bis heute gepflegt“, unterstreicht Hans Fritz. „Dieses ist die notwendige Basis, um die Marke Hisense in dem schwersten europäischen Markt aufzubauen.“

Gemeinsam nach vorne

Trotz aller Vertriebspower lässt sich ohne entsprechende Produkte kein Markenaufbau betreiben. Daher hat sich quadral eingehend mit seinem neuen Partner auseinandergesetzt. „Nach gründlichen Analysen haben wir uns 2006 gemeinsam entschlossen, diesen Weg zu gehen“, beschreibt Fritz den Weg zu der neuen Kooperation. „Hisense ist seit drei Jahren Marktführer in China bei LCD- und Plasma-Fernsehern und verfügt gleichzeitig über notwendige Grundlagentechnologien.“ 2005 stellte Hisense den ersten Mikro-Chip für die digitale TV- und Video-Signalverarbeitung „Made in China“ vor. Dieses Ereignis war für China von großer Bedeutung, da nun zum ersten Mal ein inländisches Unternehmen Eigentumsrechte auf einen im eigenen Land hergestellten Chip besaß. Basis für eine erfolgreiche Vermarktung ist eine weitreichende Planung, verbunden mit der notwendigen Umsetzung. So hat Hisense 2004 in Ungarn eine eigene Produktionsstätte für Fern-

Das 50-Zoll-Plasma-Display PDH5039EU präsentiert sich in einem ansprechenden Design. Das Gerät ist HS ready, wobei die Bildwiedergabe im 16:9-Format erfolgt. Die Auflösung beträgt 1.366 x 768 Bildpunkte bei einem Kontrastverhältnis von 15.000:1. Die On-Screen-Benutzerführung ist in 21 europäischen Sprachen einstellbar. Alle aktuellen Modelle der Hisense-Serie sind mit neuester Flachbildschirm-Technologie ausgestattet, die dem derzeitigen technischen Trend entspricht.

sehgeräte gegründet. Im November 2006 wurde das Hisense Europe R&D Center in Eindhoven, Niederlande eröffnet. „Mittlerweile arbeiten dort seit einem Jahr zwölf Ingenieure, um die für uns notwendigen europäischen Produkte zu entwickeln“, führt Hans Fritz aus.

ServiceNetz

Dass Produkte alleine nicht genügen, um Geräte zu verkaufen, weiß Fritz am besten. „Um unseren Handelspartnern und Endverbrauchern die für einen Vertrauensaufbau notwendige Qualität zu gewährleisten, hat unser Serviceleiter Stefan Hesse die Verantwortung für die Qualität der Hisense-Produkte im deutschsprachigen Markt übernommen“, freut sich Fritz. Den Service übernimmt seit 2006 die Elesco Gruppe. Federführend ist hier die Firma DW in Hannover.

Hisense hat LCD, HD ready, LCD Full HD und Plasma-Geräte in unterschiedlichen Größen im Programm. Dadurch ist quadral in der Lage, den verschiedenen Handelsnetzwerken Produkte in unterschiedlichen Designrichtungen und Größen anzubieten.

www.quadral.de



Die 28-Zoll-LC-Displays von Hisense sind mit zwei HDMI-Eingängen, 2 SCART-Anschlüssen, CI-Slot, zwei Komponenteneingängen sowie einem VGA-Port ausgestattet. S-Video, RF-Tuner und Kopfhöreranschluss runden die Ausstattung ab.

Metz: Digitales Modul-Konzept

Sicher in die Zukunft

Zukunftssicherheit steht bei Metz an erster Stelle. Entsprechend hat das Unternehmen ein Modulkonzept für seine Displays entwickelt, das dem Kunden Planungssicherheit bietet und dem Handel Wettbewerbsvorteile sichert.

Die Entwicklung der TV-Displays ist in den letzten Jahren sprunghaft vorangetrieben worden. Stetig verbesserte Auflösungen, Ausstattungen und Normen sorgen permanent für Bewegung. Für Kunden und Händler eine große Herausforderung, denn die Frage nach dem richtigen Gerät ist nicht immer leicht zu beantworten.

Anstatt sich wie die meisten Hersteller ausschließlich auf die Entwicklung immer neuer Geräte zu konzentrieren, hat Metz ein Modulkonzept für seine Fernseher entwickelt. Damit bietet das Unternehmen seinen Partnern und Kunden die einzigartige Möglichkeit, ein einmal erworbenes Display nach Bedarf mit diversen Modulen auf- und umrüsten zu können. So bieten die Fürther für die meisten Modelle Doppelhybridtuner mit analogem und digitalem DVB-C/DVB-T, wobei auch DVB-S Modelle sowie gemischt bestückte Varianten realisierbar sind. Dies sind für den Kunden vor allem bei Umzügen in



Mit seinem Modulkonzept bietet Metz seinen Kunden Zukunftssicherheit beim Kauf eines neuen LC-Displays. Je nach Bedarf lassen sich Empfangsteile, Festplattenrekorder oder sogar die HDTV-Funktionalität nachrüsten. Für den Händler ist dies ein einzigartiges Kundenbindungsinstrument.

andere Wohnungen unschätzbare Vorteile. Denn so kann ein Display den jeweiligen Empfangsgegebenheiten angepasst werden. Derzeit einzigartig ist das Modul zur Umrüstung eines TV-Displays ab Chassis 605 auf HDTV-Empfang. Damit ermöglicht Metz hochauflösendes Fernsehen für die Empfangsarten Digital-Kabel und -Satellit in Verbindung mit einem DVB-S2-Modul. Festplattenrekorder erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Diesem Trend folgend steht für die neue Metz-LCD-TV-Generation sowie ältere Modelle ab Chassis 606 ein PVR-Modul (Personal Video Recorder) zur Verfügung, welches zusammen mit dem HDTV-Modul einge-

baut werden muss. Das Modul ist ab Mai 2008 verfügbar. Mit dem Modulkonzept steht dem Fachhandel ein einzigartiges Kundenbindungsinstrument zur Verfügung. Wie sehr sich dieses Zusatzgeschäft beleben lässt, hängt auch mit der Aktivität und dem Einfallsreichtum des Händlers zusammen. Sollte ein Modul einen Defekt aufweisen, kann der Händler seinem Kunden im Rahmen der 24-Stunden-Modul-Vorausersatzgarantie sofort ein neues einbauen. Durch regelmäßige Schulungen bleiben die Handelspartner auf dem aktuellen Stand der Technik und können ihre Kunden stets kompetent beraten.

www.metz.de

HD-Filme auf SD-Card

Als Panasonic vor Jahren die erste SD-Karte vorstellte, wollten die Japaner ein kleines, kompaktes und sicheres Speichermedium auf den Markt bringen. Mittlerweile haben fast alle großen Hersteller zumindest einen Steckplatz für die SD-Card in ihre Geräte integriert. Jetzt hat Panasonic die Entwicklung der weltweit ersten 32-Gigabyte SDHC-Speicherkarte mit Geschwindigkeitsspezifikationen der Class 6 bekanntgegeben und einen Prototypen der SDHC-Speicherkarte auf der Consumer Electronics Show CES in Las Vegas vorgestellt.

Durch die zunehmende Verbreitung von High Definition SD Camcordern erwartet Panasonic eine steigende Nachfrage nach Speicherkarten mit hoher Übertragungsgeschwindigkeit und hohem Speichervolumen. Die jetzt vorgestellte Neuentwicklung bietet ideale Voraussetzungen für High Definition Video-

aufnahmen im AVCHD-Format. Die 32-GByte-Karte nimmt annähernd zwölf Stunden 1.440 x 1.080i High Definition Video oder bis zu acht Stunden 1.920 x 1.080i High Definition Video auf. Mit Geschwindigkeitsspezifikationen der Class 6 (garantierte minimale Datentransfergeschwindigkeit) und einer maximalen Datentransfergeschwindigkeit von bis zu 20 MB/Sekunde könnte sich die Hochgeschwindigkeits-Speicherkarte zum Standardmedium für Camcorder entwickeln. Zur einfacheren Archivierung und Datenverwaltung ist die Pro High Speed-Karte mit einem neuen, anwenderfreundlichen Beschriftungsfeld auf der Vorder- und Rückseite ausgestattet. Videofilmer können so die Speicherkarte direkt mit Titeln oder Kommentaren versehen. Panasonic plant eine schrittweise Übernahme dieses Ausstattungsmerkmals für sein gesamtes SD Speicherkartensortiment im Frühjahr 2008. Derzeit besteht die Pro High Speed-Linie aus fünf Class 6 Modellen mit 1 GByte, 2 GByte, 4 GByte, 8 GByte und 16 GByte Speicherkapazität.

www.panasonic.de



Sagem: Mehr Komfort dank IP-Kommunikation

Faxbetrieb im Internet

Als erster Hersteller weltweit bringt Sagem jetzt mit der IP-Phonefax-Range Faxgeräte auf den Markt, die die Übertragung von Sprache und Fax über das Internet ermöglichen.

Mit der neuen IP-Phonefax-Serie gehen die Franzosen neue Wege in der Faxkommunikation. Kunden steht mit den Geräten eine komplette Kommunikationszentrale zur Verfügung, mit der man auch ohne einen Computer kostengünstig über IP-Netze telefonieren und faxen kann. Doch auch wer sich nicht sofort mit IP-Technik und Internet befassen möchte, dennoch aber bei der Anschaffung

eines Faxgerätes auf die neuesten Technologien setzen möchte, ist mit den IP-Faxgeräten von Sagem gut beraten. Schließlich erlauben die Geräte einen zweigleisigen Betrieb.

Zweigleisig

Wer zunächst noch im Analogbetrieb arbeiten will, kann bei Bedarf später komplett auf IP umstellen. Mit der Dual-Funktion der IP-Phonefaxe können Kunden so Schritt für Schritt in die IP-Welt konvertieren. Gleichzeitig steht es Unternehmen offen, einen Festnetzanschluss als Backup-System zu behalten. Die Dual-Line-Funktion der IP-Phonefaxe sorgt für maximale Sicherheit und größt-

möglichen Komfort. Über die externe Telefonbuchse lassen sich weitere, auch analoge Telefone oder Anrufbeantworter an das Gerät anschließen.

Das Top-Gerät der IP-Phonefax-Range, das 49A, bietet als kompakte Kommunikationszentrale die kompletten Telefon- und Fax-Funktionen über IP inklusive eines Schnurlos-/DECT-Mobilteils. Das Schnurlostelefon verfügt über ein Farbdisplay mit 256 Farben, Clip-Funktion, 200 Speicherplätze für Telefonnummern und zwölf HiFi-Klingeltöne. Zusätzlich ist im IP-Phonefax 49A ein Anrufbeantworter mit einer Aufzeichnungsdauer von bis zu 30 Minuten integriert. Das Kombigerät unterstützt



Das Kombigerät IP-Phonefax 49A von Sagem unterstützt das gängige IP-Protokoll SIP, die Protokolle RTP, DHCP, STUN, FTP und zusätzlich die Voice Codecs G.711 und G.729. Die neue IP-Serie besteht aus insgesamt vier W-LAN-fähigen Geräten, davon jeweils zwei Modelle mit W-LAN-Karte.

das gängige IP-Protokoll SIP sowie die Protokolle RTP, DHCP, STUN, FTP, außerdem die Voice Codecs G.711 und G.729. Die neue IP-Serie besteht aus insgesamt vier W-LAN-fähigen Geräten, davon jeweils zwei Modelle mit W-LAN-Karte.

Die Installation der Geräte ist einfach gestaltet. Sobald die IP-Faxgeräte an den DSL-Router angeschlossen sind, können Telefonate

geführt oder Faxe versendet werden. Wichtig ist, dass der ausgewählte Internet-Provider das sogenannte T38-Protokoll zur Verfügung stellt, mit dem die Faxübertragung per Internet erfolgt. Die Sagem IP-Phonefaxe stellen eine komplette IP-Kommunikationsstruktur zur Verfügung, so dass man auf einen zusätzlichen Computer verzichten kann.

www.sagem.de

Reichweitenstarke Medienkooperationen, hochkarätige Messepräsenzen und Kommunikation aller ausgezeichneten Produkte. Markenhersteller können ihre

Der Plus X Award - Für au

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



ein Marketingetat von über vier Millionen Euro garantieren die erfolgreiche Produkte noch bis zum 29. Februar 2008 unter www.plusxaward.de anmelden.

ausgezeichnete Technologie

BLACK&DECKER harman/kardon **NEXTBASE** berbel
one step further
Tivoli Audio **BECKER**  Simons **Voss**
maxfield  **SIEMENS** acer vodafone **ALPINE**
PRODUCTS IN MOTION



BOSCH **OLYMPUS** **ONE FOR ALL**
Your Vision, Our Future
VARTA **JBL**
JVC **KYOCERA**
metabo
LOEWE. **Boston**
FUJITSU Boston Acoustics
gorenje **Metz** **TOSHIBA**
SEVERIN **Miele** **SHURE**

zehnder **ECLIPSE**  **SAGEM**
AKG **Jabra** **YAMAHA**

A W A R D [®]
BERNSTEIN  **LG** **DAEWOO** **SANYO**

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

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

EP: **E&W**  **hanse control** **HDiTV** **heimkino markt.de** **imaging foto contact**
ElectronicPartner print-online mobile GIGA
POS-MAIL **Sell IN OUT** **smart homes** **TECHNIK ZU HAUSE.de** **tekom** **TV SPIELFILM**
Das intelligente Haus

Samsung: HD-DVD und Blu-ray-Player

Freie Wahl im HD-Heimkino

Hochauflösende Kinofilme auf großen Displays zu genießen ist der Wunsch vieler Heimkino-Fans. Doch die Unsicherheit, ob sich HD-DVD oder Blu-ray durchsetzen wird, bremst die Kauflust. Samsung macht dem Formatstreit ein Ende und liefert im Februar seinen Hybrid-HD-Player BD-UP5000 aus.

High Definition verheißt Filmgenuss in höchster Qualität. Doch obwohl das Interesse am High-End-Heimkino riesig ist, übt sich die Fangemeinde bislang noch in Konsumzurückhaltung. Schuld daran ist der Formatkrieg zwischen den beiden nicht kompatiblen Standards HD-DVD und Blu-ray.

Ein Umstand, der Herstellern, Filmgesellschaften und dem Verbraucher das Leben schwer macht. Dabei stellt sich weniger die Frage nach dem besseren Standard. Es geht lediglich darum, welches Konsor-

tium das Gros der Filmstudios hinter sich bringen kann.

Obgleich es derzeit nach einem Durchmarsch von Blu-ray aussieht, darf man HD-DVD noch nicht abschreiben. Samsung will seinen Kunden die Entscheidung für oder gegen eines der beiden Formate abnehmen und bringt einen Hybrid-High-Definition-Player auf den Markt.

„Beide konkurrierenden Formate haben in der Vergangenheit Etappensiege für sich verbuchen können“, betont auch **Mike Henkelmann**, Product Marketing



Mike Henkelmann: „Der neue Samsung-Hybrid-Player ist die einzige Möglichkeit, dem Kunden Zukunftssicherheit zu verkaufen.“

Der BD-UP5000 unterstützt die interaktiven Fähigkeiten beider HD-Formate: interactive High Definition (iHD) für HD-DVD und BD-Java (BD-J Profile v1.0) für Blu-ray. Mit Hilfe dieser Technologien kann der HD-Player Zusatzinfos und interaktive Funktionen abspielen, die auf der HD-DVD



Samsungs BD-UP5000 unterstützt als echter Hybrid-HD-Player die interaktiven Fähigkeiten beider HD-Formate. Für HD-DVD ist dies interactive High Definition (iHD) und für Blu-ray BD-Java (BD-J Profile v1.0). Zusätzlich ist der Player in der Lage, die multimedialen Inhalte der neuen Formate abzuspielen.

Manager Home Entertainment bei Samsung. „Aus unserer Sicht ist hier noch nichts entschieden. Mit dem neuen Samsung Multiformat-HD-Player schenken wir den Filmfans aber ein Maximum an Zukunftssicherheit: Beide Formate werden voll unterstützt und eine Entscheidung für oder wider ein Format ist nicht mehr nötig.“

DVD-Upscaling

Der BD-UP5000 unterstützt die interaktiven Fähigkeiten beider HD-Formate: interactive High Definition (iHD) für HD-DVD und BD-Java (BD-J Profile v1.0) für Blu-ray. Mit Hilfe dieser Technologien kann der HD-Player Zusatzinfos und interaktive Funktionen abspielen, die auf der HD-DVD

oder der BD gespeichert sind, filmbezogene Spiele aktivieren oder über einen Internetzugang Trailer und Informationen zum Film herunterladen. Dank des DVD-Upscaling bringt der Player auch „normale“ Aufnahmen mit exzellenter Schärfe auf den Fernsehschirm.

Der Hollywood-Quality-Video-Prozessor (HQV) rechnet die Standard-Videoinformationen in Bilder mit hoher Auflösung um. Anschluss an den Bildschirm und das Soundsystem findet der BD-UP5000 über ein High Definition Multimedia Interface (HDMI) nach der Spezifikation 1.3. Für Henkel-

mann der einzig gangbare Weg. „Der Formatkrieg zwischen Blu-ray und HD-DVD hat insbesondere bei den Konsumenten für große Verunsicherung und Kaufzurückhaltung gesorgt. Unser Ziel ist es, der riesigen Fangemeinde von High-End-Heimkino schon heute ein zukunftssicheres Produkt anzubieten, das ihnen uneingeschränkten Zugang zur gesamten Vielfalt an hochauflösenden Filmen verschafft – sei es nun HD-DVD oder Blu-ray. Genau dies ermöglicht der neue Hybrid-HD-Player BD-UP5000, der Ende Februar auf den deutschen Markt kommen wird.“ www.samsung.de

Verbatim: Bedruckbare Blu-ray-Medien

Verbatim bringt jetzt neue Blu-ray-Rohlinge auf den Markt. Die BD-R 4x Printable verfügt über 25 GB Speicherkapazität und lässt sich in nur 23 Minuten vollständig beschreiben. Die neuen BD-Rohlinge werden vom japanischen Mutterkonzern Mitsubishi Kagaku Media (MKM) nach höchsten Qualitätsstandards in der japanischen Produktionszentrale gefertigt. Die Aufnahmeschichten der Verbatim Blu-ray-Medien zeichnen sich durch eine hohe Leistungsgrenze aus: „Eine sehr gute Aufnahmequalität über die gesamte Disk-Oberfläche unabhängig von Schwankungen in der Antriebsleistung der Laufwerke oder von Flecken auf der Disk-Oberfläche machen Verbatims Blu-ray-Medien zur ersten Wahl bei professionellen Anwendungen“, sagt **Torsten Leye**, Marketing Manager Optical Verbatim EUMEA.



Je höher die Aufnahmegeschwindigkeit wird, desto präziser muss der Rohling hergestellt werden. „Um eine noch stabilere Aufnahme zu gewährleisten, hat MKM die Empfindlichkeit der Metal-Ablative-Recording-Layer-Technologie (MABL) erhöht und so eine höhere Aufnahmegeschwindigkeit bei guter Brennerkompatibilität sowie hohen Lebensdauer erreicht“, ergänzt Leye.

Durch die bedruckbare Oberfläche kann das Medium einfach beschriftet und mit eigenen Motiven versehen werden. Der Druckbereich liegt bei 40–118 mm ab der Nabe. Die HardCoat-Beschichtung verfügt über antistatische Eigenschaften und schützt das Medium vor Kratzern, Fingerabdrücken und Staubpartikeln. „Diese Schutzschicht ist von besonderer Bedeutung, weil die Datenträgerschicht hier sehr nahe an der Disk-Oberfläche liegt und nicht wie bei herkömmlichen DVD-Medien durch eine zusätzliche Kunststoffschicht geschützt ist“, führt Torsten Leye aus. Die 25 GB 4x BD-R Printable ist ab sofort lieferbar. www.verbatim.de

Terratec: DVB-T und HD-TV per USB

Mobiler Fernsehempfang

Wer unterwegs fernsehen möchte, findet in den neuen Cinergy T USB XXS für DVB-T und Cinergy T USB XXS HD für HD TV den richtigen Partner.

Sind USB-DVB-T-Tuner zum Anschluss an einen Computer nichts ungewöhnliches mehr, wartet Terratec jetzt zusätzlich mit einer Version zum Empfang von HD TV im H.264-Format auf. Der Lieferumfang beider Sticks enthält alle Kabel und Adapter, die für einen guten Empfang nötig sind.

Neben der Fernbedienung findet sich auch eine Knickfuß-Antenne mit Saugnapf für die Fenstermontage im Paket. Für den Betrieb unterwegs braucht man den USB-Stick zum Beispiel nur in den Port des Laptops einzustecken und kann sofort auch in DVB-T-Randgebieten fernsehen.

Um die Funktionsvielfalt richtig nutzen zu können, werden beide Versionen mit der neue Software

„TerraTec Home Cinema“ (THC) ausgeliefert. Das Programm deckt die ganze Bandbreite des TV-Einsatzes ab: Notebook oder PC werden zu leistungsfähigen Videorekordern mit manueller oder gesteuerter Aufnahme. Ab sofort gibt es darüber hinaus



nicht nur Multituner-Unterstützung, sondern sogar eine Bild-in-Bild-Funktion. www.terratec.de

Empire: Neues Multimedia-System

Eleganter Klangzauber

Die italienische Marke Empire stellt mit dem PS-2120D ein neues 2.1-Lautsprecher-system für das Premium-Segment vor. Es ist mit zwei Zwei-Wege-Satelliten, einem Subwoofer und einer Kabelfernbedienung ausgestattet.

Die Satelliten und der Subwoofer des 2.1-Soundsystems sind, anders als bei den meisten Multimedia-Lautsprechern, aus verstärktem Holz hergestellt. So liefert das Empire PS-2120D ein detailreiches Klangbild. Alle Lautsprecher sind magnetisch abgeschirmt und verfügen über eine

Sinus-Leistung von 22 Watt (Satelliten) beziehungsweise 58 Watt (Subwoofer). Dynamischen Klang garantiert der Verstärker in Brückenschaltung (BTL). Die beiden digitalen Eingänge (koaxial und optisch) an der Rückseite des Subwoofers sorgen durch den integrierten Digitaldecoder für eine nahezu verlustfreie Übertragung des Audio-Signals. Zusätzlich kann die Musik auch über einen analogen Stereo-Cinch-Eingang eingespeist werden. www.empiremedia.it

Pos Aktuell

Sony Ericsson nutzt CeBIT als Gesprächsplattform

Sony Ericsson wird auch in diesem Jahr auf der CeBIT in Hannover vertreten sein. Im Mittelpunkt des Messeauftritts des schwedisch-japanischen Joint-ventures stehen dort neue Handys und Zubehör. Aber auch Gespräche mit Netzbetreibern und dem Fachhandel bilden einen Schwerpunkt. Der Sony Ericsson Messestand befindet sich in Halle 26, Standnummer 40. „Die CeBIT ist als Kommunikationsplattform für Unternehmen, Netzbetreiber und Fachhandel ein wichtiger Termin in unserem Geschäftsjahr“, meinte Axel Kettenring, General Manager Sony Ericsson Deutschland. „Hier können wir die Kontakte mit unseren Kunden pflegen und gleichzeitig unsere neuen Produkte und Konzepte vorstellen.“

O₂ senkt die Gebühren für Datenversand über Grenzen

O₂ Germany senkt ab Februar die Roaminggebühren für SMS, MMS und Datennutzung innerhalb der EU. Die Tarife fallen um bis zu 46 Prozent. Ergänzt wird die neue Gebührenstruktur durch einfache Tarife und mehr Serviceleistungen für den Verbraucher. Telefónica O₂ Europe und Telefónica senken auch die Roaming-Preise für Kunden in Spanien, UK, Irland und der Tschechischen Republik. Der Telekommunikationskonzern erhöht damit die Kostentransparenz beim Roaming in Europa. Für Kunden von O₂ Germany sinken Anfang Februar zunächst die Roamingpreise für SMS. O₂-Postpaid- und Business-Kunden zahlen dann 29 Cent pro Kurznachrichte statt bisher 39 Cent. Das entspricht einer Senkung von 25 Prozent. Prepaid-Kunden zahlen ab Februar 39 Cent pro SMS, vorher waren es 49 Cent. Der Empfang von Kurznachrichten ist für alle Kunden kostenlos. Ab März sinken auch die Gebühren für MMS. Prepaid-Kunden zahlen dann 69 Cent statt bisher 1,29 Euro, eine Preissenkung von 46 Prozent. Für sie ist auch der MMS-Empfang kostenlos. Auch die Datennutzung im Ausland wird ab März für O₂-Kunden günstiger. Postpaid- und Business-Kunden zahlen dann sieben statt neun Cent pro 10 KB. Auch Prepaid-Kunden zahlen ab März sieben Cent pro 10 KB, statt zwölf Cent. Außerdem werden die Ausgaben für Daten-Roaming ab Juni mit einem Deckel-Tarif auf 17,50 Euro pro Tag beschränkt. Die Preissenkungen von O₂ gelten in allen Ländern

der EU, Norwegen, Liechtenstein und Island. Postpaid-Kunden profitieren außerdem in der Schweiz, Kroatien und Andorra von den günstigen Gebühren. Für die Kunden entsteht kein zusätzlicher Buchungsaufwand, O₂ korrigiert die neuen Tarife automatisch zum jeweiligen Einführungsdatum. Ab Februar informiert O₂ Germany seine Kunden im Ausland nicht nur über die Preise fürs Telefonieren des jeweiligen Landes, sondern auch über die Gebühren für SMS und Daten. Für Notebooknutzer zeigt die Connection Manager Software der „O₂-Laptop Card“ dem User jederzeit das verbrauchte Datenvolumen an.

Skype und Intel arbeiten an Mobil Internet Devices

Mobile Internet Devices (MIDs) sind nicht nur eine weitere Wortschöpfung, sondern die neueste Generation handlicher Geräte für die mobile Internet-Kommunikation. Skype will diese Entwicklung mit vorantreiben und kündigte deshalb eine Kooperation mit Intel an: Künftig können Verbraucher mit Mobile Internet Devices (MIDs), die mit Low-Power-Prozessoren und Chipsätzen von Intel ausgestattet sind, Internet-Kommunikation per Skype in ihrer gesamten Bandbreite erleben: Sprachanrufe, Video-Anrufe, Instant Messaging, Gruppenchats, Video-Chats. MIDs bilden eine neue Generation von handlichen, mobilen Geräten für den Endverbraucher, die ähnlich wie PCs gehandhabt werden, aber zusätzlich die Möglichkeit bieten, unterwegs per Sprache und Video zu kommunizieren sowie auf Unterhaltungsmedien und Informationen zuzugreifen.

Ziel der geplanten Kooperation ist es, die Skype-Software für möglichst viele mobile Geräte nutzbar zu machen. MID-Nutzer sollen die Möglichkeit haben, unterwegs Sprach- und Videoanrufe via Skype zu führen sowie zu chatten – und das dank der PC-ähnlichen Leistung der neuen Ultra Mobile Plattform von Intel. Die neuen mobilen Geräte mit WiMAX- und WiFi-Funktionalität ermöglichen sowohl kostenlose Sprach- und Videoanrufe von Skype zu Skype als auch preisgünstige SkypeOut-Anrufe (Anrufe via Skype in Fest- oder Mobilfunknetze zu günstigen Minutentariifen) über jedes verfügbare drahtlose Netzwerk. Im Zuge dieser Strategie wird Skype bald schon auf den kleinen, schlanken und ultramobilen MID-Geräten mit Touchscreen-LCD-Bildschirm verfügbar sein, die mit Mobile Internet Linux ausgestattet sind. Dank der Leistung der Low-Power-Prozessoren und -Chipsätze von Intel werden einige MID-Geräte sogar mobile Videoanrufe über Skype unterstützen. Skype arbeitet



So sah der aetka-Stand auf der CeBIT des Jahres 2007 aus.

aetka kommt mit dem größten Stand der Firmengeschichte zur CeBIT 2008

Die aetka Communication Center AG bereitet derzeit intensiv ihren CeBIT-Auftritt 2008 vor. Alle aetka-Mitarbeiter werden den IKT-Branchengipfel dazu nutzen, sich mit bestehenden und neuen Kunden zu treffen. „Die Messe ist eine optimale Plattform, um sich im direkten Gespräch mit unseren Kunden über die Anforderungen und Aufgaben für den Markt auszutauschen. Die persönliche Begegnung mit bestehenden und neuen Kunden ist ein wichtiger Faktor für eine gute geschäftliche Zusammenarbeit“, erklärte aetka-Vorstand Uwe Bauer. Auf der bisher größten Standfläche in der Geschichte des Unternehmens zeigt die Fachhandelskooperation in Hannover ihre Angebote für Telekommunikationsfachhändler und Systemhäuser. Der aetka-Stand befindet sich im Pavillon P34 unter dem großen, für die Expo gebauten Holzdach. Bauer:

„Damit sind wir an zentraler Stelle, um uns mit den Mitgliedern, Lieferanten, Fachhändlern und Systemhäusern zu treffen.“ Bei aetka werden sich auch namhafte Hersteller präsentieren, die nicht mit einem eigenen Messestand auf der CeBIT vertreten sind. Das bedeutet für die aetka-Mitglieder Komfort und kürzere Wege, da sie sich im Pavillon P34 nicht nur über neue Angebote von aetka informieren, sondern auch gleich die Produktneuheiten der Hersteller ansehen können. Der aetka-Shop, den ein aetka-Partner während der CeBIT 2007 direkt auf dem Messegelände betrieben hatte, kam bei den Besuchern sehr gut an. Deshalb wird 2008 dieser Teil des Messeauftritts von aetka weiter ausgebaut. Damit stellt sich die Fachhandelskooperation mit ihrem Leistungsspektrum über ihre Partner auch den Endkunden vor.

gemeinsam mit Intel daran, seine Software auf der Mobile Internet Linux-Plattform (www.moblin.org) über verschiedene Original Device Manufacturers (ODMs) und Original Equipment Manufacturers (OEMs) bereitzustellen. Indem Hersteller von Verbraucherelektronik die Skype-Software auf ihren Geräten vorinstallieren, bieten sie den Verbrauchern ein reichhaltiges Internet-Kommunikationserlebnis: Sprach- und Videoanrufe, Instant-Messaging oder Gruppen-Chats – ohne dass die Installation zusätzlicher Software erforderlich ist. Die ersten Intel-basierten MID-Produkte mit der Skype-Software für Mobile Internet Linux werden voraussichtlich noch im ersten Halbjahr erhältlich sein.

Sony Ericsson sponsert jetzt Maria Sharapova

Sony Ericsson hat die Unterzeichnung eines exklusiven, vierjährigen Sponsorenvertrags mit der Tennisspielerin Maria Sharapova bekanntgegeben. Im Rahmen

der Partnerschaft wird Sharapova die erste weltweite Markenbotschafterin des Unternehmens. Die zwanzigjährige Rusin wird im Zentrum einer Reihe neuer Verbraucherkampagnen stehen, die speziell die Kernzielgruppen von Sony Ericsson ansprechen und Sharapovas Potential als Identifikationsfigur auch abseits des Tennis-Courts nutzen sollen. Darüber hinaus wird Sharapova das Designteam von Sony Ericsson bei der Entwicklung einer Palette von Produkten und Accessories unterstützen. Die Off-Court-Vereinbarung ergänzt Sony Ericssons auf sechs Jahre angelegtes, weltweites Titelsponsoring der WTA-Tour. Dieses im Januar 2005 abgeschlossene Abkommen mit einem Volumen von 88 Mio. US\$ ist der bislang umfassendste Sponsoringvertrag in der Geschichte des Damensports.

Neues Tarifportfolio für E-Plus Geschäftskunden

Ab sofort steht bei E-Plus für Geschäftskunden ein neues Professional Tarifportfolio bereit. Es beinhaltet fünf übersichtliche Tarife, die an die individuellen Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen angepasst sind und günstiges Mobiltelefonieren bieten. Mit dem neuen Professional Tarifportfolio und der bestehenden PROLinie, die sich an kleinere Firmen richtet, offeriert E-Plus seinen Geschäftskunden Tarife für jede Unternehmensgröße. Der Kunde hat die Wahl zwischen den Varianten S, M, L, XL und Group, die zwischen fünf Euro und 65 Euro monatlich kosten. In den Tarifen „L“, „XL“ und „Group“ telefoniert der Kunde nicht nur unternehmensintern, sondern auch ins Festnetz und ins E-Plus Netz für null Cent pro Minute. Der Professional XL bietet noch mehr: Für monatlich 65 Euro sind sämtliche Gespräche kostenlos. Der Professional M Tarif hingegen ist für Wenigtelefonierer optimal geeignet. Die monatliche Grundgebühr beträgt zehn Euro. Dafür telefonieren die Kunden für fünf Cent ins deutsche Festnetz und ins Netz von E-Plus sowie für 15 Cent in andere deutsche Mobilfunknetze. Die fünf neuen Professional Tarife lassen sich bedarfsgerecht durch die „Intern Option“ erweitern. Diese ermöglicht eine kosten-

günstige Implementierung eines VPNs. Damit telefonieren alle Teilnehmer unbegrenzt kostenlos innerhalb des Virtual Private Networks – also von E-Plus zu E-Plus und von E-Plus zur Telekommunikationsanlage eines Unternehmens. Die „Intern Option“ kostet monatlich zwei Euro pro SIM-Karte. Ebenso kann der Kunde zu jedem Tarif eine 1/1-Taktung für monatlich zwei Euro pro SIM-Karte hinzubuchen.

debitel Frühjahrsaktion endet am 29. Februar

Bei debitel können Kunden derzeit gefragte Mobiltelefone für nur einen Euro erwerben und gleichzeitig drei Monate die Grundgebühr sparen. Die Frühjahrsaktion läuft bis zum 29. Februar. Das Musik-Telefon Nokia 5310 oder das Foto-Handy Sony Ericsson K770i sind in Verbindung mit dem debitel Mini Home bereits zum Ein-Euro-Preis erhältlich. Mit dem Tarif telefonieren Kunden von zu Hause und unterwegs zu einem Monatspaketpreis von 9,95 Euro. Das Design-Handy Nokia 6500 classic ist mit dem debitel Vario S ebenfalls für einen Euro erhältlich. Kunden sparen zusätzlich, denn debitel bietet den flexiblen Tarif mit 50 Freiminuten in alle Netze für 14,95 Euro an. Im grundgebührfreien debitel Einfach 0 M übernimmt der Service Provider drei Monate lang den Mindestumsatz. So können Kunden ein Vierteljahr lang zum Nulltarif telefonieren und erhalten das neue Sony Ericsson W910i oder das Samsung SGH-G600 zum Ein-Euro-Preis. In Verbindung mit debitel Vario Pro kann zwischen den Multimedia-Geräten Samsung SGH-G800 und Nokia N95 für einen Euro gewählt werden. Kunden können das Paket mit 100 Freiminuten in alle deutschen Mobilfunknetze für 24,95 Euro im Monat erwerben. Wer auf ein neues Handy verzichtet, spart ebenfalls: debitel erstattet auf Handy-Flatrates 24 Monate lang 20 Prozent Rabatt. So sparen Kunden bei T-Mobile Max sieben Euro. Die Vodafone SuperFlat ist anstatt für 29,95 Euro für 23,96 Euro erhältlich. Für Base zahlen Kunden statt 30 Euro nur noch 24 Euro. Im Rahmen der Frühjahrsaktion kann jeder darüber hinaus drei Monate gratis mit dem Handy im Internet surfen.

Versatel Baukasten-System lässt Kunden die Flatrate-Wahlfreiheit

Versatel hat Anfang des Jahres ein neues „Baukasten-System“ eingeführt, das Neukunden ermöglicht, den Leistungsumfang ihrer Flatrate selbst zu bestimmen. Kunden können damit die Produkte nach ihren individuellen Anforderungen gestalten und bezahlen nur für die ausgewählten Module. Die Grundlage der konfigurierbaren Produktpakete ist stets die Basis-Flatrate DSL 2000 mit bis zu zwei Mbit/s im Downstream. Jedes weitere Modul, wie zum Beispiel eine höhere Bandbreite, die Festnetz- oder Handy-Flatrate sowie ein Sicherheitspaket, kann individuell dazugebucht werden. Dank des modularen Produktportfolios kann der Kunde genau auswählen, welche Leistungen er benötigt, und er zahlt auch ausschließlich diese. Er muss keine versteckten Kosten für ungenutzte Dienste tragen, die in vorkonfigurierten Komplettpaketen oftmals enthalten sind.

Als der Markt vor einigen Jahren Produktbündel erforderte, weil die Kunden bei der Auswahl neuer Produkte und komplexer Leistungen unsicher und unerfahren waren, war Versatel einer der ersten Anbieter von Bundles. „Mittlerweile haben die Kunden Erfahrungen gesammelt und wissen inzwischen genau, was sie brauchen und was nicht“, erläutert Christian Schemann, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb und Marketing der Versatel AG. Mit der modularen Gestaltung der Versatel-Produkte reagiert der Telekommunikationsanbieter erneut schnell auf die aktuellen Markterfordernisse. „Unser modula-

res Portfolio bietet größtmögliche Wahlfreiheit bei transparenten und fairen Preisen“, verdeutlicht Schemann. „Das ist das, was die Kunden wollen und der Markt fordert.“

Um mit Versatel zu telefonieren und im Internet zu surfen, ist – anders als bei vielen anderen Anbietern – kein Anschluss der Deutschen Telekom nötig. Die Basis-Flatrate DSL 2000 ist für einen monatlichen Preis von 19,90 Euro zu haben. Benötigt der Kunde eine höhere Bandbreite, zum Beispiel bis zu 4, 6 oder 16 Mbit/s im Downstream, kommen zum Grundpreis jeweils 5, 10 oder 15 Euro dazu. Die Telefon-Flatrate für 7,50 Euro im Monat kann zu jedem Produkt dazugebucht werden. Darin enthalten sind alle Gespräche ins deutsche Festnetz rund um die Uhr. Die Handy-Flatrate kostet monatlich fünf Euro. Das Mobilfunk-Angebot von Versatel umfasst eine Flatrate ins deutsche Festnetz sowie günstige Verbindungstarife in alle nationalen Mobilfunknetze. Außerdem telefonieren alle Versatel Mobilfunk-Anschlüsse eines Kunden untereinander kostenlos. Für 2,50 Euro im Monat schützt zudem die McAfee Internet Security Suite den PC und die Daten des Kunden vor Viren, Hacking, Phishing, Spam und anderen Gefahren aus dem Internet. Damit bietet Versatel seinen Kunden eine umfassende und günstige Sicherheitslösung. Eine Bereitstellungsgebühr fällt bei keinem der Produkte an. Darüber hinaus stellt Versatel die benötigte Hardware einschließlich DSL-Modem kostenfrei zur Verfügung.

Samsung: Exklusive Sounds im Downloadcenter

Music-Phones

Als einer der Trendsetter für innovative Mobiltelefone gehört bei Samsung neben der Funktionalität eine leichte Bedienbarkeit verbunden mit attraktivem Design zu den wichtigsten Merkmalen moderner Handys. 2008 liegt einer der Schwerpunkte auf neuen Musikhandys.

Um in dem Markt mit Musikhandys auch weiterhin eine führende Rolle zu spielen, hat Samsung jetzt mit bekannten DJ's und Künstlern exklusive Songs aufgenommen. Auf der Website www.your-music-is-calling.de sowie in der Mobile Jukebox von T-Mobile bietet das Unternehmen den Remix des Nelly-Furtado-Hits „Do it“ von DJ Armand van Helden zum kostenlosen Download an.



Norbert Strixner: „Mit unseren neuen Designhandys wollen wir uns weiter in dem umsatzstarken Musikmarkt positionieren.“

Stilikone

Entsprechend trendig präsentiert sich auch das SGH-F210. Bei einer Größe von 88 x 31 x 21 Millimetern ist es mit einem Drehmecha-

nismus ausgestattet, der die dreireihige Tastatur bei leichter Berührung sofort freigibt. Angesichts des schmalen Sticks ist die Frage berechtigt, ob es sich um einen MP3-Player oder um ein Handy im Kleinformat handelt. Alben, Titel und Playlisten lassen sich auf dem PC über den Windows Media Player synchronisieren und finden auf dem internen, ein Gigabyte großen Speicher ausreichend Platz.

„Mit dem SGH-F210 schlagen wir auch ein neues Design-Kapitel auf“, so Norbert Strixner, Marketing Manager der Telecom Division. „Klein, unauffällig und leistungs-

fähig müssen sich moderne Handys an die Gewohnheiten der Menschen anpassen, nicht umgekehrt.“ Auch das Slider-Handy SGH-F330 bietet ein Designkonzept, das ganz auf den mobilen Musikgenuss zugeschnitten ist. Der MP3-Player lässt sich mittels Musik-Hotkey mit einem Tastendruck aktivieren und mit den Softkey-Tasten unterhalb des Displays schnell und einfach bedienen. Musikdateien können problemlos synchronisiert werden, ebenso einfach ist die Verwaltung lizenzgeschützter Musikdateien. Beide Mobiltelefone sind mit einem Audioplayer ausgestattet, der OMA- und WM-DRM kopiergeschützte Musikdateien in den Formaten MP3, AAC, AAC+, e-AAC+ und WMA abspielen kann.

Neue Zielgruppen

„Musik wird für Samsung immer wichtiger“, so Strixner weiter. „Wir erreichen damit junge, trend- und modebewusste Menschen, die großen Wert auf Freizeit und



Die beiden Musikhandys SGH-F210 und SGH-F330 warten mit einem besonderen Designkonzept auf, das ganz auf den mobilen Musikgenuss zugeschnitten ist. Musikdateien lassen sich bequem handhaben und Alben sowie Interpreten ohne Probleme über einen PC oder per HSDPA synchronisieren.

Entertainment legen. Diese Zielgruppe möchten wir in Zukunft verstärkt ansprechen und bauen daher unser Produktportfolio in 2008 um weitere, starke Musikhandys aus.“ Die aktuelle Koope-

ration mit bekannten Größen aus der DJ- und Disko-Szene unterstreicht das Engagement der Koreaner, in diesem zukunfts-trächtigen Markt Fuß fassen zu wollen. www.samsung.de

Sony Ericsson: Intelligenter Pfadfinder

W760i mit GPS

Seit jeher positioniert sich Sony Ericsson im Lifestyle-Segment. Doch allein mit Walkman- und Cybershot-Handy gibt man sich nicht zufrieden. Vielmehr sieht das Unternehmen die Zukunft in Geräten, die vollständiges, mobiles Entertainment ermöglichen.

Das Mobiltelefon hat sich vom reinen Kommunikationsmittel zur mobilen Info- und Entertainment-Zentrale entwickelt. Der E-Mail-Verkehr gehört ebenso zum Repertoire moderner Handys wie die Datenübertragung oder Informationsabfrage via Internet. Bei Bedarf verwandelt sich das Handy in einen digitalen Fotoapparat oder wird zur mobilen Soundstation mit angeschlossenen Lautsprechern.

Sony Ericsson hat mit seinen Walkman-Handys eine Renaissance des Sony Walkman ins Leben gerufen und mit dem Cybershot-Handy die Fotografie per Mobiltelefonie salon-



Gunter Thiel: „Bei unseren neuen Walkman-Handys geht es nicht mehr nur um Musik, sondern um mobiles Entertainment.“

fähig gemacht. Jetzt bringt das japanisch-schwedische Konsortium mit dem W760i sein erstes Handy mit integriertem GPS-Empfänger und Navigationssoftware auf den Markt.

Die auf dem Walkman-Handy W760i vorinstallierte Software Wayfinder Navigator bietet alle Komfortfunktionen eines GPS-Navigationssystems mit Kartenansichten für 19 europäische Länder, akustischen Anweisungen und über 20 Millionen Sonderzielen. Damit integriert

Sony Ericsson eine weitere Funktion in seine Mobiltelefone und kommt dem Wunsch vieler

Das W760i von Sony Ericsson ist ein Slider-Handy mit integriertem GPS-Empfänger und vorinstallierter Navigationssoftware. Das System stellt Kartenansichten für 19 europäische Länder mit über 20 Millionen Sonderzielen bereit. Ebenso wie reinrassige Navigationssysteme führt auch das W760i seinen Besitzer mittels akustischer Anweisungen ans Ziel.



Anwender, nur noch wenige Geräte mit sich nehmen zu müssen, immer näher.

„Es geht nicht mehr ausschließlich um die Wiedergabe oder Aufzeichnung von Musik, sondern um ein vollständiges, mobiles Entertainment“, ist sich Gunter Thiel, Marketingleiter Sony Ericsson Deutschland, sicher. „Mobile Gaming, Action, schneller Datentransfer mit HSDPA, Sport- und Fitnessanwendungen gehören heute zum Wunschrepertoire der Anwender.“

Mit dem integrierten GPS-System findet man sich nicht nur überall zurecht, sondern kann sich auch Informationen von neuen Clubs oder Hot Spots einholen“, so Thiel weiter. „Die Vielfalt an Features, gerade im Walkman-Handy-Segment, macht uns in diesem Bereich so stark.“

Navigation gefragt

Dass Sony Ericsson auf dem richtigen Weg ist, bestätigt eine aktuelle Erhebung des Meinungsforschungsinstituts Forsa. Demnach

interessiert sich jeder dritte Deutsche (36 Prozent) dafür, Wegbeschreibungen entweder per Internet direkt aufs Handy-Display zu laden oder mit Hilfe einer auf dem Handy installierten Navigationssoftware ein gesuchtes Ziel anzusteuern. Auf dem zweiten Platz folgen Stauhinweise mit 31 Prozent. Allem voran steht der Wunsch vieler Anwender, auch zu Fuß oder auf dem Fahrrad die Vorzüge moderner GPS-Navigation nutzen zu können.

www.sonyericsson.de

E-Plus verfolgt auch 2008 ambitionierte Ziele

Weitere Expansion geplant

„Im vergangenen Jahr hat sich die E-Plus Gruppe sehr gut entwickelt. Wir haben in den E-Plus Partnershops, bei allen freien Vertriebspartnern und in sämtlichen Vertriebskanälen eine deutliche Performancesteigerung erzielt. Auf dieser guten Basis werden wir in diesem Jahr aufbauen und mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen den Weg für den weiteren Erfolg der Gruppe ebnen“, meinte Marcus Epple, Director Trade, E-Plus Gruppe, in einem Gespräch mit PoS-MAIL. Dies soll unter anderem durch neue Handelspartner und die Umsetzung des neuen Ladendesigns geschehen.

Um den Wachstumskurs auf dem bisherigen Niveau fortsetzen zu können, sucht die E-Plus Gruppe weiterhin Partner, die sich für die Gruppe engagieren und einen eigenen E-Plus Partnershop betreiben wollen. Eine zuvor absolvierte Karriere bei einem Handelsunternehmen in der Technikbranche vereinfacht dabei den Einstieg, ist aber laut Epple nicht

Produkte wissen müssen, wird ihnen in intensiven Trainings vermittelt.“ Wer einen E-Plus Partnershop betreiben will, verpflichtet sich, als freier Unternehmer exklusiv für den Düsseldorfer Netzbetreiber zu arbeiten und verpflichtet sich vertraglich, vorab vereinbarte Zielsetzungen zu erreichen. Ein hoher eigener Kapitaleinsatz ist nicht erforderlich. Epple: „Durchschnittlich reichen 10.000 Euro, die der neue Partner beispielsweise in Bürokommunikation und die Erstausrüstung mit Ware investieren muss. Für die Ladeneinrichtung und das Design innen und außen kommt E-Plus auf.“

Partnersuche auch in Tk-fremden Kanälen

Neue Handelspartner sucht E-Plus aber nicht nur in Form von Betreibern eines E-Plus Partnershops. „Wir wollen in allen Kanälen expandieren und sind auch an der Zusammenarbeit mit Händlern aus anderen Branchen interessiert“, stellte Epple fest. Wer immer meine, Telekommunikation und insbesondere Produkte aus dem Hause E-Plus könnten eine sinnvolle Ergänzung des eigenen



Marcus Epple

zwingend erforderlich. „Wichtiger ist, dass unsere neuen Partner aus ganzem Herzen Verkäufer sind und sich für den Verkauf von Telekommunikationsprodukten und -diensten begeistern können“, betonte der Director Trade. „Das Fachwissen und alles, was die neuen Partner über die E-Plus Gruppe, ihre Marken und ihre



Das neue, offenere und hellere Ladendesign hat sich spürbar positiv auf Umsatz, Ertrag und Kundenfrequenz der E-Plus Geschäfte ausgewirkt.

Sortiments darstellen, sei zur Kontaktaufnahme eingeladen. „Wir werden dann in einem Gespräch feststellen, ob die Vorstellungen einer Zusammenarbeit übereinstimmen und wie ein Sortiment aussehen könnte, das optimal zu dem Interessenten passt.“

Positive Entwicklung durch neues Ladendesign

Das Design der E-Plus Shops hat sich in den vergangenen Monaten verändert. Alle neuen Geschäfte zeigen sich jetzt heller, offener und freundlicher – ältere Läden werden nach und nach der neuen Optik angepasst. „Die Maßnahmen, die wir hinsichtlich der optischen Umgestaltung getroffen haben, haben sich deutlich spürbar positiv auf die Geschäfte der jeweiligen Shops ausgewirkt“, berichtete Epple. „Überall war eine



Zunahme der Kundenfrequenz zu verzeichnen, die sich letztlich positiv auf den Umsatz und den Ertrag des Shops ausgewirkt hat. Dieser Erfolg bestätigt die Richtigkeit des eingeschlagenen Kurses.“ Eine der wesentlichen Neuerungen im Designkonzept sei die deutlichere Präsentation der Marke Base; die im übrigen 2007 auch werblich mehr im Mittelpunkt stand als E-Plus selbst. Dieses Konzept soll auch 2008 weiterverfolgt werden.

Intensivere Kooperation mit Distributoren

Als weiteres Ziel für das neue Jahr nannte Epple den Ausbau der Zusammenarbeit mit den verschiedenen Distributoren. Hier sollen vor allem neue Anknüpfungspunkte mit denjenigen gesucht werden, zu denen bislang

kein oder wenig Kontakt bestand. Epple: „Auch hier wollen wir sehr flexibel agieren und versuchen, die Stärken des Distributors mit den Stärken der E-Plus Gruppe zu verbinden.“

Im Dezember wurde der 250. E-Plus Shop eröffnet

Einen Höhepunkt des Expansionskurses der E-Plus Gruppe stellte im Dezember die Eröffnung des 250. E-Plus Shops dar. Die neue Filiale befindet sich in der Darmstädter Altstadt und damit – wie auch der erste Darmstädter E-Plus Shop – in einer Top-Lage. Das Darmstädter Team besteht aus drei erfahrenen Shop-Mitarbeitern, die alle aus dem alten in den neuen Shop gewechselt haben. Dafür stellte E-Plus im alten Darmstädter Shop drei neue Mitarbeiter ein.

Die E-Plus Gruppe setzt ihr Engagement in Sachen Weiterbildung fort

Auch in diesem Jahr setzt die E-Plus Gruppe ihr Engagement in Sachen optimierte Weiterbildung und Verkaufunterstützung für die Vertriebspartner aus den Partnershops, ihre Fachhandels- und Business-Partner sowie die Mitarbeiter der E-Plus Shops fort. Dafür bündelt die E-Plus Gruppe wieder sämtliche Trainingsaktivitäten in der E-Plus Akademie. Bereits 2007 war E-Plus mit dieser Akademie sehr erfolgreich: 4.000 Teilnehmer ließen sich von acht Trainern und drei Projektmanagerinnen in rund 700 Trainingsveranstaltungen schulen. In diesem Jahr werden Übungsanteile mit Praxis- und Produktbezug einen noch größeren Stellenwert einnehmen.

Seit einigen Monaten setzt die Akademie ein E-Learning-System ein, das neuen Vertriebsmitarbeitern und Handelspartnern in kurzer Zeit umfassende Informationen zu aktuellen Themen vermitteln kann. Mit dem Start des E-Learnings ist die E-Plus Gruppe der Initiative

European Sales Competence License (ESCL) beigetreten. Dieses international anerkannte Zertifizierungsverfahren bietet allen Teilnehmern die Möglichkeit, exklusive Zertifikate zu erwerben. Die Zertifizierung bietet E-Plus 2008 zusätzlich für ausgewählte Trainingsmaßnahmen der Akademie an.

Die Teilnehmer können Abschlussprüfungen in drei Stufen absolvieren – Bronze, Silber und Gold. Das Bronze-Zertifikat erhält der Teilnehmer bei erfolgreicher Durchführung des E-Plus E-Learning Akademie Moduls. Nach Erhalt des Bronze-Zertifikats hat der Teilnehmer die Möglichkeit, das Silber-Zertifikat zu erwerben. Es folgt ein themen- und zielgruppenbezogenes E-Learning mit anschließendem Präsenztraining. Für Leiter der E-Plus Filialen und Inhaber der Partnershops besteht darüber hinaus die Möglichkeit, an einem weiteren E-Learning inklusive einer Coaching-Veranstaltung teilzunehmen, um das Gold-Zertifikat zu erhalten.

Pos Neuheiten

Gigaset Optischer LAN Adapter Duo für die In-House-Verkabelung

Siemens Home and Offices Communication Devices (SHC) bietet mit dem Gigaset Optischer LAN Adapter Duo eine zuverlässige und schnelle In-House-Verbindung zwischen LAN-fähigen Endgeräten wie Router, PC oder Set-Top-Boxen. Die innovative Technik basiert auf optischen Polymerkabeln (Polymer Optical Fibers, kurz POF), die sich sehr leicht verlegen und installieren lassen. Die Daten werden ähnlich wie bei Glasfasern über Lichtwellen übertragen. Dadurch wird eine konstante Datenrate von 100 Mbps erreicht, die für breitbandige Dienste wie IPTV und HD-TV geeignet ist. Siemens hat ein Paket aus zwei optischen elektrischen LAN-Adaptoren mit LAN-Kabeln und dreißig Metern Polymerkabel geschnürt, mit dem jeder ganz einfach sein Heimnetzwerk aufbauen kann. Die beiden Adern in den Polymerkabeln sind 1,5 mm dünn und so flexibel, dass sich die Kabel unsichtbar unter Teppichen oder Fußleisten verlegen lassen. Über die LAN-Adapter werden die vorhandenen Geräte per Plug&Play angeschlossen, ohne dass eine Konfiguration erforderlich ist. Die neue Technik bietet eine ebenso hohe Servicequalität wie die bisherige Ethernetverkabelung und eignet sich daher sehr gut für Streaming-Anwendungen mit hohen Datenraten. Da POF resistent gegen elektromagnetische Störungen ist, bleibt der Datenstrom die ganze Zeit konstant. Weil es sich jeweils um eine Punkt-zu-Punkt-Verbindung handelt, ist die Übertragung zudem abhörsicher. Der Gigaset Optischer LAN Adapter Duo ist ab sofort zum Preis von 69,99 Euro im Siemens Gigaset Onlineshop unter www.siemens-gigaset-shop.de erhältlich.

D-Link stellt neue Switches vor

D-Link, führender Hersteller von Netzwerk- und Kommunikationslösungen, präsentiert mit den DGS-3100 Switches eine neue vielseitige Layer2 Gigabit Stack Serie. Die Modellreihe umfasst sowohl Geräte mit 24 als auch mit 48 Ports, die wahlweise mit PoE-Funktion (Power-over-Ethernet) ausgestattet sind. Die integrierten Stacking Ports erlauben den Aufbau eines gestapelten Switchsystems, bestehend aus bis zu sechs Geräten mit

einer Stack-Bandbreite von 20 Gbit/s. Die Switches bieten über Portbündelung eine performante Anbindung an das Hauptnetz und können in mittleren Umgebungen auch direkt als Netzwerk-Backbone eingesetzt werden. Die Serie DGS-3100 ist speziell für mittlere und größere Unternehmen konzipiert, die eine kosteneffiziente Lösung mit flexiblen Erweiterungsmöglichkeiten nutzen möchten.

Fritz! Mini vereint mehrere Funktionen

Fritz! Mini, die neueste Entwicklung des Berliner Kommunikationsspezialisten AVM, vereint Telefon, Musik und Internet in einem Gerät. Im Zusammenspiel mit der Fritz!Box ergeben sich so neue Möglichkeiten am DSL-Anschluss. Als Telefon bietet Fritz! Mini Gespräche über Festnetz und Internet. Das neue Produkt von AVM empfängt kabellos Internet-



radio, Podcasts und Musik von der Festplatte. Die Wiedergabe ist über Kopfhörer und die HiFi-Anlage möglich. Fritz!Mini benachrichtigt über eingegangene E-Mails und informiert mit individuell zusammengestellten RSS-Feeds über Nachrichten, Wetter, Sport und mehr. Ob Telefon, Musik oder Internet, für Fritz! Mini kann der PC ausgeschaltet bleiben, die Verbindung zu Netzwerk und Internet erfolgt über die Fritz!Box. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 119 Euro.

Walkman-Handy mit Klapp-Mechanismus

Mit dem W350i hat Sony Ericsson ein nur 10,5 mm dünnes Walkman-Handy mit Klappmechanismus vorgestellt. Passend zum speziellen Design soll das Handy in Schwarz-Orange, Weiß und Hellblau angeboten werden. Das W350i

Gigaset SX763 WLAN dsl verteilt die Kommunikation im Haus

Für alle, die ihre Kommunikation zu Hause über ein zentrales Gateway verteilen möchten, bietet Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) mit dem Gigaset SX763 WLAN dsl jetzt eine 3:1-Kombination aus WLAN-Router, ADSL 2+-Modem und Telefonanlage für IP- und Festnetztelefonie an. Telefone, Faxgeräte, PC und andere Peripheriegeräte können einfach eingebunden und in Verbindung mit einer Set-Top-Box auch für Home-Entertainment-Dienste genutzt werden. Als Kommunikationszentrale sorgt das Siemens Gigaset SX763 zu Hause für eine einfache und zuverlässige Anbindung an das Internet sowie für die Vernetzung der verschiedenen Peripheriegeräte. Für PDAs, PCs, IP-Telefone und andere LAN-Geräte gibt es vier Ethernet-Anschlussbuchsen. WLAN-fähige Geräte lassen sich schnurlos einbinden. Über den integrierten File- und WEB-Server der USB-2.0-Schnittstelle können zudem externe Speichergeräte wie USB-Festplatten angeschlossen werden. Dazu erlaubt der USB-Slot auch die Integration von Druckern. In Kombination mit einer Set-Top-Box ist mit dem Gateway auch die Nutzung von Home-Entertainment-Diensten wie Video on demand oder IPTV möglich. Telefone, Fax und Anrufbeantworter werden über zwei analoge Anschlüsse mit dem Gigaset verbunden, so dass wahlweise über das Festnetz oder das Internet (VoIP) telefoniert werden kann. Bis zu sechs VoIP Rufnummern lassen sich für die Internet-Gespräche einrichten. Dank einer integrierten Telefonanlage stehen gewohnte Funktionen wie Weiterleiten, Anklopfen oder Telefonkonferenz zur Verfügung. Das Siemens Gigaset SX763 unterstützt den schnellen WLAN-Standard IEEE 802.11g und die Atheros Super-G-Technologie mit einer Datenrate von bis zu 108 Mbps. Dazu

ist das Gateway abwärtskompatibel zu vorherigen WLAN-Standards. Für hohe Sicherheit sorgen die integrierte Firewall und modernste Verschlüsselungsmethoden wie WPA- und WPA2-Sicherheits-Funktionen. Dank der WPS (Wi-Fi Protected Setup) Funktion kann die WLAN-Verschlüsselung per Knopfdruck eingerichtet werden. Über den Gigaset.net Server sind Software-Aktualisierungen durch den Kunden ganz einfach möglich: Er wird per Internetzugang über die neuesten Updates informiert und kann diese durch eine kurze Betätigung automatisch auf seinem Gateway installieren. Alternativ dazu kann ein Softwareupdate auch durch den Service Provider aus der Ferne durchgeführt werden (Remote Management ready, TR-069).

Ausgestattet mit einem stromsparenden Schaltteil benötigt es 60 Prozent weniger Energie. Dazu lässt sich über die Gerätesoftware die Sendeleistung per Web-Browser bedarfsgerecht auf 75, 50 oder 25 Prozent senken oder die WLAN-Funktion ganz ausschalten. Das vielseitige Siemens Gigaset SX763 steht ab sofort zur Verfügung. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 119,99 Euro.

ist ein Gerät mit einer besonderen Formsprache. Das Design des neuen Walkman-Handys erinnert mit seiner „halben“ Klappe entfernt an Handys früherer Generationen. Zur technischen Ausstattung gehört der Walkman-Player, der bereits aus den anderen Geräten der Familie bekannt ist und hinsichtlich Navigation



und Klangqualität zu den derzeitigen Topprodukten gehört. Die mitgelieferte 512-MB-Speicherkarte bietet Platz für einige hundert Songs, und der Speicher lässt sich bei Bedarf auf 4 GB aufrüsten. Beim

Abgleich seiner Musikdateien mit dem PC hilft die mitgelieferte Software Media Manager. Per Drag & Drop können Musik, Bilder oder RSS-Feeds binnen Sekunden auf das Handy überspielt werden. Und per TrackID lassen sich Titel und Interpret unbekannter Musikstücke ermitteln. Das Sony Ericsson Walkman-Handy W350i ist ein Tri-Band EDGE/GPRS-Handy und wird voraussichtlich ab dem zweiten Quartal erhältlich sein.

SanDisk stellt 12-GB microSDHC-Karten vor

SanDisk hat bekanntgegeben, dass den größten Mobiltelefonherstellern Muster der 12-Gigabyte microSDHC Flashspeicherkarten zu Test- und Analyse-zwecken bereitgestellt wurden. Die 12-GB-Karte bedeutet eine Erhöhung der Speicherkapazität um 50 Prozent im Vergleich zu den branchenführenden und derzeit weltweit erhältlichen 8-GB-microSDHC-Karten. Zudem verdeutlicht sie die steigende Beliebtheit von Mobiltelefonen mit speicherintensiven Features wie integrierten MP3-Playern, Digital-kameras, Videoaufzeichnung/-wiedergabe und GPS. Eine 12-GB microSDHC ist ideal, um große Mengen an Musik, Fotos und Videos zu speichern. So können auf der Karte zum Beispiel entsprechend der Komprimierungsrate gleichzeitig 1.500 Musiktitel, 3.600 Fotos und 24,5 Stunden Videomaterial gespeichert werden.

Neues Designhandy von Sony Ericsson

Sony Ericsson hat ein neues Design-Handy vorgestellt: das Clamshell-Handy Z555i. Das Gerät zeichnet sich unter anderem durch eine versteckte Display-Anzeige aus, die anzeigt, wer anruft, ohne dass man das Handy aufklappen muss. Ist das Handy angeschaltet, aber nicht gerade in Gebrauch, verschwindet die Anzeige wieder. Je nach Jahreszeit wechseln Farbe und Design der Display-Themen. Mit der Funktion Gesture Control kann der Benutzer das Handy zum Schweigen bringen. Ob man sich also gerade frisch die Nägel lackiert hat, gemütlich in der Badewanne entspannt oder im Auto sitzt und die Freisprechanlage nicht aktiviert hat, das neue Handy



kann problemlos in den Bitte-Nicht-Stören-Modus versetzt werden. Das Sony Ericsson Design-Handy Z555i ist ein GSM/GPRS/EDGE Tri-Band-Handy und ist voraussichtlich im ersten Quartal 2008 erhältlich.

Bluetooth-Headset als Style-Edition

Mit der neuen Style-Edition des Bluetooth-Headsets HBH-PV712 hat Sony Ericsson ein elegantes Accessoire-Paket vorgestellt. Neben verzierten austauschbaren Oberschalen für das Headset sind auch eine kleine Tasche für das Handy und eine Halskette, an der man das Headset befestigen kann, im Paket enthalten. Das HBH-PV712 Style Edition richtet sich an modebewusste Frauen, die nicht nur mit einem Headset telefonieren wollen, sondern die ein Headset auch als schmückendes Accessoire betrachten. Technisch ist das Headset auf dem neuesten Stand: Audio Enhancing Technology, digitale Datenübertragung und eine schnelle automatische Lautstärkeanpassung sorgen für kristallklaren Sound an jedem Ort. Die mitgelieferten Style-up-Cover sind rot mit silbernen Details, schwarz mit silberrot-violetten Details und violett-metallic. Dazu passt die silberfarbene Kette, die mit roten, silbernen und schwarzen Perlen verziert ist. Mit einem Schnellverschluss kann die Nutzerin (oder der Nutzer) diese bei Bedarf leicht abnehmen und Anrufe auf dem Headset entgegennehmen. In die dazu passende Tasche, die auch zur Style Edition gehört, passen sowohl Handy als auch Headset. Damit hat das Suchen in großen Hand- oder Aktentaschen ein Ende. Die Style Edition des Bluetooth-Headsets HBH-PV712 steht dem Handel voraussichtlich ab Februar zur Verfügung.

Hulger Telefone widersprechen dem Trend zur Miniaturisierung

Das Hamburger Unternehmen Klein & More hat Telefone der Marke Hulger in sein Sortiment aufgenommen. Die Hulger-Modelle Penelope, P-Phone und PIP-Phone widersprechen dem vorherrschenden Trend zur Miniaturisierung, denn sie sind ihrem Zweck entsprechend groß und geben sich als das zu erkennen, was sie sind: Apparate, die die Kommunikation zwischen zwei Menschen herstellen und die Telefonierenden nicht so aussehen lassen, als führten sie Selbstgespräche. Dank ihrer großen Hörmuschel kommen Verständnisprobleme nicht auf, und es lässt sich bequem telefonieren. Die kabelgebundenen Versionen des P-Phone bieten noch einen weiteren Vorteil: Sie reduzieren die Strahlenbelastung des Kopfes um rund 90 Prozent. Als zeitlose Klassiker sind alle Hulger-Telefone mit hochmodernem Innenleben ausgestattet und beweisen, dass sich Elektronik, VoIP und moderne Telekommunikation mit Spaß, Kultur und Stil verbinden lassen. Vom P-Phone gibt es zwei unterschiedliche Versionen, je nachdem, ob das Gerät mit einem Mobiltelefon oder PC verbunden werden soll. Als Handy-Hörer kostet es mit Kabel 60 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) und ist wahlweise in Rot, Rosa oder Schwarz zu haben. Der Preis für die ebenfalls in Rot, Rosa oder Schwarz erhältliche PC-Version beträgt 105 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung). Modell Penelope mit Basis wird kabellos per Bluetooth

mit dem Handy oder dem PC verbunden und ist wahlweise in Schwarz oder Weiß zum Preis von 179 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) zu haben. Das weiße oder schwarze PIP-Phone bietet alle Vorteile der modernen Kommunikation von Bluetooth bis zu VoIP und Skype. P-Phone, Penelope und PIP-Phone sind ab sofort bei Klein & More-Händlern und in Design-Katalogen zu haben oder können im Internet direkt unter www.kleinundmore.de bestellt werden.



Rechnen Sie mit den Besten:

Brightpoint
+ Dangaard Telecom
= Brightpoint

Ihre Erfolgsrechnung

Brightpoint und Dangaard Telecom haben fusioniert. Aus dieser Fusion entsteht der weltweit führende Distributor der Telekommunikationsindustrie. Mit über 3.700 Mitarbeitern arbeiten wir für den Erfolg von mehr als 25.000 Kunden in 25 Ländern. So verließen im vergangenen Jahr weit mehr als 64 Mio. Produkte unsere Logistikzentren.

Das Gemeinschaftsunternehmen firmiert zukünftig unter dem Namen Brightpoint. Ihre Ansprechpartner bleiben Ihnen natürlich erhalten. Ebenso wie die umfangreiche Auswahl von Mobiltelefonen, Smartphones, Festnetzprodukten, Navigationsgeräten und Zubehör. Profitieren Sie darüber hinaus von unseren überlegenen Konzepten in den Bereichen Mobility und Zubehör sowie von unseren effizienten Logistiklösungen, die Ihr Geschäft voran bringen.

Durch die Fusion von Brightpoint und Dangaard Telecom ist mehr für Sie drin:
Mehr Power! Mehr Business! Mehr Erfolg!

Rechnen Sie mit uns!



BRIGHTPOINT
YOUR SUCCESS IS OUR BUSINESS

Brightpoint Germany GmbH · Gottbillstraße 19 · 54294 Trier · Tel.: 0651/8245-333 · info@brightpoint.de · www.brightpoint.de

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

Digitale Bildkommunikation auf der photokina 2008



Mit einem eindeutigen Schwerpunkt auf dem Medium Bild soll die photokina 2008 ihrem Anspruch als globale Leitmesse für die Foto- und Imaging-Branche gerecht werden. Das betonten Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhr und Helmut Rupsch (Fujifilm), Vorsitzender des deutschen Photoindustrie-Verbandes, auf einer internationalen Pressekonferenz in Nürnberg. Führende Unternehmen werden ihre Messestände in Köln nochmals vergrößern.



Oliver P. Kuhr, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

„Auch 2008 werden wieder alle führenden Unternehmen der globalen Imaging-Welt in Köln vertreten sein und ein umfassendes Spektrum präsentieren, das Bildtechnik und Bildanwendungen für Consumer und Profis von der Aufnahme bis zur Ausgabe umfasst“, erklärte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhr. „Wir erwarten auch 2008 wieder ca. 1.600 Anbieter aus rund 50 Ländern mit einem Auslandsanteil von über 60 Prozent. Dabei werden auch wieder große IT- und Telekommunikationsunternehmen nach Köln kommen, um vom Wachstumsmotor photokina zu profitieren.“ Bereits jetzt haben namhafte Aussteller, darunter Canon, Samsung und Panasonic, größere Ausstellungsflächen gebucht als in den Vorjahren. „Das ist ein klares Signal für das Wachstum des

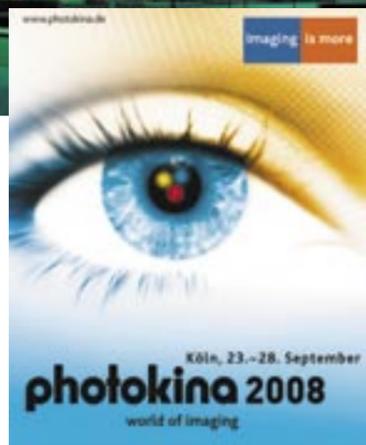
Gesamtmarktes“, betonte Kuhr. „Außerdem ist es uns gelungen, mit dem japanischen Unternehmen Dai Nippon einen neuen Key-Player enger an die photokina zu binden. Im Rahmen einer Asien-Reise, die die Koelnmesse Geschäftsführung gemeinsam mit dem Oberbürgermeister der Stadt Köln und dem Photoindustrie-Verband unternommen hat und bei der wir mit zahlreichen CEOs unserer wichtigsten asiatischen Aussteller zusammengetroffen sind, konnten wir darüber hinaus in persönlichen Gesprächen mit den Top-Managern von Canon, Nikon, Panasonic, Samsung, Olympus und anderen diese für eine noch intensivere, strategische Zusammenarbeit gewinnen.“

„Die Kraft des Bildes“

Als Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes betonte Helmut Rupsch (Fujifilm) die emotionale Kraft von Bildern. „Bilder prägen uns stärker als alles andere. Unsere Erinnerung an Vergangenes lebt im wesentlichen von Bildern. Bilder bleiben im Gedächtnis, weil sie unsere Emotionen ansprechen. ‚Imaging is Emotion‘ könnte man in Abwandlung unseres Mottos ebenso gut sagen.“

Globales Wachstum

Die aktuellen Daten vom internationalen Imaging-Markt geben den photokina-Organisatoren Rücken-



wind. Auf 138 Millionen Stück schätzte Rupsch die Zahl der weltweit im Jahr 2007 verkauften Kameras; davon waren 91 Prozent digitale Modelle. Europa habe dabei mit 45 Millionen verkauften Digitalkameras auch 2007 seinen Platz als größter Markt der Welt behauptet. Allein in Deutschland, fuhr Rupsch fort, dürften 2007 8,6 Millionen Digitalkameras – und damit knapp zehn Prozent mehr als 2006 – den Weg zu den Verbrauchern gefunden haben. Der Absatz von digitalen Spiegelreflexmodellen habe sich dabei um 36 Prozent auf über 680.000 Stück vergrößert. Das habe zu einem Wachstumsschub im Zubehörgeschäft geführt und auch Auswirkungen auf die Nachfrage nach Papierbildern gehabt: „Auch 2007 wurden in Deutschland wieder mindestens fünf Milliarden Color-

papier-Bilder gefertigt. Mit annähernd 1,5 Millionen Stück konnte die Zahl der in Deutschland verkauften Fotobücher gegenüber 2006 sogar mehr als verdreifacht werden.“ All das führe allein in Deutschland zu einem Marktvolumen von rund neun Milliarden Euro, erklärte der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes.

Der gesamte Imaging-Workflow

Auch im Jahr 2008 wird die Mehrzahl der großen Unternehmen die Hallen 2, 3, 4, 5 und 10 des Kölner Messegeländes belegen. „Das Konzept, den gesamten Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, werden wir in optimierter Form auch 2008 fortführen“, erklärte Oliver Kuhr. „Das bedeutet, dass wir den Workflow auf der kommenden photokina nur noch in vier anstatt wie bisher in fünf Angebotsbereiche unterteilen.



Helmut Rupsch (Fujifilm), Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Dies sind die Bereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe.“ Zubehör-Artikel sollen in die jeweiligen Angebotsbereiche integriert werden.

Neue Trends

Neben den neuen Kameras, Objektiven, Speicherkarten, Druckern, Projektoren und vielen weiteren neuen Produkten erwartet Kuhr von zwei Themen einen besonde-

ren Einfluss auf die photokina 2008. Zum einen werde der Bereich Mobile Imaging mit Angeboten rund um das Fotohandy einen großen Raum einnehmen, zum anderen werden die verschiedenen Wege zum Bild einen besonderen Schwerpunkt bilden. Dabei soll es nicht nur um die Wege zum gedruckten Bild gehen, sondern auch um die neuen Möglichkeiten der digitalen Bildpräsentation: Die photokina wird darum die neuesten Technologien zum Ausbelichten und Ausdrucken von Bildern zu Hause, im Großlabor, beim Einzelhandel oder über das Internet ebenso zeigen wie innovative Technologien der Bildwiedergabe über digitale Bilderrahmen und AV-Projektion. Dem letztgenannten Thema ist auch der neue Sonderbereich „Impressions XXL – The Projection Arena“ gewidmet, auf dem die faszinierende Wirkung von Großbild-Präsentationen in höchster Auflösung demonstriert werden soll.

Fachbesucher im Fokus

Die photokina 2008 soll nicht nur Angebote für Endverbraucher zeigen, sondern in ganz besonderem Maße den Ansprüchen der professionellen Anwender und des Fachhandels gerecht werden.

Mit speziellen weltweiten VIP-Einladungsprogrammen, einer internationalen Buyers-Lounge, attraktiven Reiseangeboten, hochkarätigen Vortragsprogrammen und einer verstärkten Zusammenarbeit mit Einkaufskooperationen und Verbänden wollen die Organisatoren der photokina 2008 diese Zielgruppen besonders wirksam unterstützen.

„Die photokina steht nicht still, sie entwickelt sich mit und für die Branche, treibt Themen voran, gibt Impulse und sorgt für Umsatz“, resümierte Oliver Kuhr. „Und bei alledem verliert sie eines nie aus dem Auge: den Spaß am Bild.“

Internationales Business Forum „Memories on demand“

Als Teil des offiziellen Rahmenprogramms der photokina unter dem Titel „Memories on demand“ wird ein internationales Business Forum während der Messe die Auswirkungen der digitalen Bild-Technologien auf den Lifestyle der Konsumenten thematisieren. Topmanager internationaler Industrie- und Handelsunternehmen werden ihre Visionen davon vorstellen, wie die Konsumenten der Zukunft ihre Erinnerungen aufnehmen, speichern, wiedergeben und mit anderen Menschen teilen können. Dabei soll es nicht nur um Technologien gehen, sondern vor allem um Geschäftsmodelle, die der emotionalen Komponente von Erinnerungen gerecht werden. Denn die Verbindungen von Bildaufnahme und -wiedergabe mit mobilen Technologien, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Online-Anwendungen definieren den Begriff „Erinnerungen“, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist, neu: Neben Fotos und bewegten Bildern gehören heute auch Musik, Tonaufnahmen und andere digitale Inhalte dazu, betont die Koelnmesse in einer Pressemitteilung.

Das internationale Business Forum „Memories on demand“ wird gemeinsam von der Koelnmesse, den globalen Publikationen Photo Imaging News und INTERNATIONAL CONTACT (der englischsprachigen globalen Fachzeitschrift aus dem Verlag von PoS-Mail) sowie dem Konferenz-Spezialisten IMI organisiert. Unterstützt wird die Veranstaltung, die am 24. und 25. September 2008 jeweils von 10.15 Uhr bis 12.30 Uhr stattfindet, vom Photoindustrie-Verband und dem Marktforschungsunternehmen GfK.

„Die Internet-Radios kommen!“ Mit der Portierung der PC-Anwendung „WebRadio“ auf eigenständige, vom PC unabhängige Radiogeräte beginnt eine neue Ära des Radio-Hörens. Begrenzte Senderauswahl, mühsame Abstimmung, schwache Stationen und Empfangs-Störungen gehören der Vergangenheit an. Mit den seit Ende Januar auf dem deutschen Markt verfügbaren WebRadios von Olympia lassen sich mehr als 5.000 Radio-Stationen in digitaler Qualität als Audio-Streaming per Internet empfangen.

Olympia: Start in die Internet-Radio Ära



WebRadio 300: Internetradio-Microanlage mit Ethernet/WLAN-Schnittstelle und CD-Player mit MP3-Umwandlung/Speicherung auf USB-Stick oder SD-Card

Die Anbindung an den Internet-Anschluss erfolgt über Ethernet LAN-Kabel oder kabellos und bequem über WLAN. Unglaublich komfortabel lassen sich die zahlreichen Sender nach Programminhalten, Sprache und Musikrichtung sortieren und aufrufen: Sendungen aus dem Beginn der Radio-Zeit, aus den 30er Jahren, Hits der 50er, 80er, Swing, Rock, Jazz, Pop, Klassik und Volksmusik, Urlaubssender und fetzige, mitreißende Reggae-Klänge. Beim WebRadio scheint es wirklich nichts zu geben, was es nicht gibt.

WebRadio 300: Internet-radio-Microanlage

Das Olympia WebRadio 300 ist eine Internetradio-Microanlage mit Ethernet und WLAN-Schnittstelle, mit der sich Tausende von Radiostationen über WLAN mit WEP-/WPA-Verschlüsselung oder Ethernet direkt aus dem Internet empfangen lassen. Natürlich steht auch ein CD-Player für die Wiedergabe von CD-Audio zur Verfügung. Musikstücke lassen sich auf Knopfdruck in MP3-Titel umwandeln, auf USB-Stick oder SD-Card speichern und später wieder abspielen. Eine Software-Installation ist nicht notwendig. Die Anlage ist sofort betriebs- und empfangsbereit. Der Verbindungsaufbau zum Netzwerk erfolgt nach dem Einschalten

automatisch. Ebenfalls möglich ist Empfang und Wiedergabe eigener Musikdateien vom PC. Die Stereo-Klangqualität ist hervorragend. Bei CD-Musikwiedergabe werden Musiktitel und Interpret angezeigt. Für MP3-Musikwiedergabe stehen ein USB-Steckplatz und ein SD-Cardslot zur Verfügung. Die mitgelieferte externe WLAN-Antenne sorgt für bestmögliche Reichweite und optimalen Empfang. Zusätzlich ist ein UKW-Radio integriert. Das Grafik-Display ist blau beleuchtet. Bedienung und Senderauswahl erfolgen über komfortable Sensortasten und die mitgelieferte drahtlose Fernbedienung. Die integrierte Uhr steuert Wecker und Einschlaf-Timer. Neben Lautsprecher Anschlüssen steht ein Stereo-Kopfhöreranschluss bereit. Im Lieferumfang enthalten sind: 1 Internet Radio Micro System mit 2 Lautsprecherboxen, USB-WLAN-Adapter, Netzteil, Fernbedienung und Bedienungsanleitung.

Stand alone WebRadio 200

Das WebRadio 200 ist ein eigenständiges, von einem PC unabhängiges Radiogerät mit eingebautem Lautsprecher. Es ermöglicht den Empfang von Tausenden von Radiostationen über das Internet, mit dem das WebRadio über Ethernet-Kabel

oder drahtlos über WLAN verbunden wird. Die Auswahl der empfangenen Sender kann auf Knopfdruck nach Regionen und nach Musikprogramm erfol-

gen (Genre). Zum leichten Abruf favorisierter Radiosender stehen 5 programmierbare Tasten zur Verfügung. Falls gewünscht, kann zusätzlich auch der Abruf von auf einem PC gespeicherten Audio- und Musiktiteln über LAN/WLAN erfolgen. Voraussetzung:



WebRadio 200: Eigenständiges Radiogerät mit eingebautem Lautsprecher zum Empfang von Tausenden von Radiostationen per Internet

PC, Windows 2000 oder XP, Min. Pentium III 500 MHz Prozessor, 128 MB RAM (empfohlen: 256 MB), UPnP-Serverapplikation. Eine externe WLAN-Antenne für bestmögliche Reichweite und optimalen Empfang wird mitgeliefert. Die hervorragende Klangqualität kann über den hochwertigen Frontlautsprecher und integrierten Subwoofer oder den Kopfhöreranschluss genossen werden. Ein blau beleuchtetes 4zeiliges Display erleichtert die Bedienung. Integriert ist eine Uhr mit Wecker und Einschlaf-timer. Im Lieferumfang enthalten sind: 1 Internetradio, Bedienungsanleitung und externe WLAN-Antenne.

WebRadio 100: Internet-Empfänger

Das WebRadio 100 ist ein Internetradio-Empfänger ohne eigenen Lautsprecher, aber mit Kopfhörer-Ausgang und Stereo-Ausgang zur Verbindung mit einer HiFi-Anlage. Der Anschluss an das Internet erfolgt über Ethernet-Kabel oder drahtlos über WLAN. Das Gerät

ist nach dem Einschalten sofort betriebsbereit. Der Verbindungsaufbau zum Netzwerk erfolgt nach dem Einschalten automatisch. Eine Software-Installation ist nicht erforderlich. Die Auswahl der empfangenen Stationen erfolgt nach Regionen oder Genre. Die einfache Bedienung und Senderauswahl kann per Knopfdruck am Gerät oder über die mitgelieferte Fernbedienung erfolgen, unterstützt von der Anzeige auf dem blau beleuchteten 4zeiligen Display mit Bedienungsführung. Auch der Empfang und die Wiedergabe von eigenen, auf einem PC gespeicherten Musikdateien ist über die LAN/WLAN-Verbindung möglich. Im Lieferumfang enthalten sind: 1 Internetradio-Empfänger, Netzadapter, Fernbedienung, Bedienungsanleitung und externe WLAN-Antenne für bestmögliche Reichweite und optimalen Empfang.

Das Unternehmen: OLYMPIA

Die Olympia Business Systems Vertriebs GmbH, Hattingen, ist der wichtigste Distributionspartner für Olympia Produkte im Bereich Büromaschinen und Systeme in Deutschland. Der alleinige geschäftsführende Gesellschafter, Heinz Prygoda, begann seine unternehmerische Tätigkeit 1977 mit einem regional orientierten Unternehmen, das sich schnell zum bundesweit agierenden Großhandel mit Büroprodukten entwickelte. Einen besonderen Schwerpunkt bildet die auf den Büromaschinen- und Registrierkassen-Fachhandel ausgerichtete Palette an Olympia Büromaschinen. Prygoda erkannte

jedoch auch frühzeitig, dass Kaufhäuser, Versender, Cash and Carry Shops und Filialunternehmen wichtige Absatzermittler für konsumnahe Büroprodukte sind. Bei der Restrukturierung des Daimler Benz/AEG/Olympia Konzerns wurde die Sparte Olympia mit der Informationstechnologie an einen neuen Eigentümer in Fernost veräußert und die Olympia International Holdings Ltd. zur Steuerung der internationalen Produktions- und Vertriebsaktivitäten gegründet. Die Vertriebsrechte für Deutschland und die Markenlizenz zur Nutzung des Namens Olympia in Deutschland wurden dem erfolgreichen Vertriebspartner Prygoda und der von ihm gegründeten Olympia Business Systems Vertriebs GmbH (OBS) übertragen. 2003 wurde der Olympia Business Systems auch der Vertrieb in Europa, den ehemaligen GUS Staaten, dem mittleren Osten



WebRadio 100: Internetradio-Empfänger ohne eigenen Lautsprecher, mit Kopfhörer- und Stereo-Ausgang zur Verbindung mit einer HiFi-Anlage

und Nordafrika übertragen und ein langjähriges Marken-Lizenzabkommen geschlossen. Die OBS beschäftigt 40 Mitarbeiter in Vertrieb, Marketing, Logistic, Service und After Sales Service. Die Mitarbeiter sind den Unternehmensleitlinien Qualität, Schnelligkeit und Flexibilität verpflichtet und halten gemeinsam unter der traditionsreichen Marke Olympia die weitere Stärkung und den Ausbau der Produktfelder im Fokus. www.olympia-business.de



Internetradio Micro-Anlage: Neben LAN/WLAN und Lautsprecher-Anschlüssen steht auch ein Stereo-Kopfhöreranschluss bereit.



BD-ROM Laufwerk mit „PowerDVD BD“

Sony NEC Optiarc Europe GmbH bringt unter der Vertriebsmarke Sony ein internes BD-ROM PC-Leselaufwerk als Retail-Paket auf den Markt: Das Bundle aus BDU-X10S BD-ROM Laufwerk und der marktführenden CyberLink Software PowerDVD (BD Edition) ermöglicht den Ausbau eines PCs zum Blu-ray Disc Player und das Abspielen von Blu-ray-Filmen, auf Blu-ray aufgenommenen Videos, DVDs und CDs. „Zu einem Preis von weniger als 200 Euro bietet das Blu-ray Laufwerk eine hochwertige und preislich günstige Möglichkeit, Blu-ray-Filme am PC zu genießen“, erläutert Thomas Nedder, Managing Director Optiarc Europe, die Vorteile des Angebots. „Laufwerke für den PC haben bereits der DVD den Weg in den Massenmarkt geebnet, und das in erster Linie, weil sie den günstigen Einstieg in die neue Technologie ermöglichten“, sagt Wolfgang Schlichting, Research Director Removable Storage bei IDC. „Ebenso erwarten wir, dass Laufwerke zum Abspielen von Blu-ray-Filmen bei Preisen von unter 200 US-Dollar verstärkt auch von preissensitiven Käufern nachgefragt werden.“ Das 5,25-Zoll-Laufwerk BDU-X10S mit Serial ATA (SATA) Schnittstelle lässt sich leicht in aktuelle Desktop-PC-Modelle mit Microsoft Windows Vista oder Windows XP integrieren. Die mitgelieferte Player-Software CyberLink PowerDVD BD Edition unterstützt auch selbst bespielte Blu-ray Discs im MPEG-2 und H.264-Format, Standard-DVD-Videos und aufgezeichnete DVDs im MPEG-2- oder AVCHD-Format. Das neue BDU-X10S Retail-Bundle ist ab Februar im Handel erhältlich. Sony NEC Optiarc leistet auf das Laufwerk 24 Monate Garantie. www.sony-nec-optiarc.de

22-Zoll-Widescreen-TFT BenQ E2200WA

Mit dem E2200WA bringt BenQ ab Anfang Februar ein neues, 22 Zoll großes Widescreen-Modell mit einem außergewöhnlich eleganten Design auf den Markt. Mit seiner umfassenden technischen Ausstattung, die bei der E-Serie auch integrierte Lautsprecher beinhaltet, ist der BenQ E2200WA besonders für Home- und Office-Anwender mit hohen Entertainment-Ansprüchen eine gute Wahl. Der Helligkeitswert von 250 cd/m² und



das Kontrastverhältnis von 1.000:1 sorgen auch bei starkem Lichteinfall oder dunklen Anwendungsoberflächen für die scharfe Darstellung feinsten Details. Mit der Reaktionszeit von 5 ms und einem Betrachtungswinkel von horizontal 170° und vertikal 160° bietet das Display bei unterschiedlichsten Positionen der Anwender und auch bei schnell bewegten Bildmotiven eine klare Bildgestaltung. 16,7 Millionen Farben und die weiterentwickelte Senseye-Technik garantieren eine brillante Bildwiedergabe. BenQ Displays leistet 3 Jahre Garantie mit Vor-Ort-Austausch-Service. Zum Lieferumfang

des BenQ E2200WA gehören Kurzanleitung, Netzkabel, Sub-D-VGA-Kabel, Handbuch und Treiber-CD. Der BenQ Monitor E2200WA ist zum UVP von 259,- Euro erhältlich. www.benq.de

Hybrid-Rohling für Blu-ray and HD-DVD

Der Optical Disk Hersteller Ritek hat auf der CES einen Rohling vorgestellt, auf dem sowohl im Format BD-R wie dem konkurrierenden Format HD-DVD-R aufgezeichnet werden kann. Einige Besucher der diesjährigen Consumer Electronics Show äußerten die Meinung, dass die High Definition Hybrid-Lösung das innovativste Exponat der Messe sei. Die neue Ritek Hybrid-Disk ist auf der einen Seite als Blu-ray Disk-R und auf ihrer anderen Seite als HD-DVD beschreibbar. Über den Verkaufspreis und Termin der Markteinführung wurden noch keine Angaben gemacht. www.ritex.com

Drahtloses Ladegerät für mobile Geräte

Wer sich häufig über die vielen unterschiedlichen Ladegeräte für mobile Geräte ärgert, darf auf eine Lösung hoffen: Das US-amerikanische Unternehmen Wildcharge Inc. bietet eine Lösung an, mit der sich die Akkus der mobilen Begleiter durch einfaches Auflegen der Geräte auf eine Ladematte wieder aufladen lassen. Der „Wildcharger“ selbst muss dazu allerdings an ein Stromnetz angeschlossen sein. Die drahtlose Energie-Übertra-



gung erfolgt durch induktive Kopplung. Dazu muss das aufzuladende Mobilgerät allerdings für den Wildcharger kompatibel ausgerüstet sein, und das ist bisher noch bei keinem serienmäßigen Gerät der Fall. Als Zwischenlösung bietet Wildcharge Inc. spezielle Adapter für die aufzuladenden Geräte an, die für einige Motorola Handy-Modelle bereits verfügbar sind. Das Unternehmen Wildcharge Inc. hofft jedoch, durch Verhandlungen zu erreichen, dass die für Wildcharge erforderliche Übertragungstechnik in naher Zukunft serienmäßig in mobile Geräte integriert wird und Adapter dadurch überflüssig werden. Neben Wildcharge Inc. sind auch andere Unternehmen bei der Entwicklung von drahtlosen Ladepads aktiv. www.wildcharge.com

Sony 16 GB Memory Stick PRO Duo

Mit seinem neuen 16 GB fassenden Memory Stick PRO Duo will Sony, laut Slogan des Herstellers, „Mehr Freiheit für Filmer und Fotografen“ erreichen: Der neue Speicherriese erweitert die Aufnahmekapazität der Sony AVCHD-Camcorder auf bis zu sechs Stunden Video in High Definition Qualität. Wer den 16 GB Memory Stick Riesen in Sonys aktuellen Cyber-shot-Digitalkameras einsetzt, verfügt über Speicherplatz für mehrere tausend Fotos in höchster Auflösung. Das Flashspeicher-Format Memory Stick ist nicht nur kleiner, sondern lässt sich auch schneller als andere Speichermedien

wechseln. Wegen seiner schnellen Schreib- und Leszugriffe bietet sich der neue Memory Stick als ein optimales Speichermedium für High Definition-Aufnahmen an. Für diese Eigenschaft bürgt die Mark2-Zertifizierung, deren Logo der 16-Gigabyte-Stick trägt. „Mark2“ garantiert die hohen Speicher-Geschwindigkeiten, die für Aufnahmen im AVCHD-Format Voraussetzung sind. Der Memory Stick



bietet die schnellste und bequemste Art, um Videos auf einen Computer zu übertragen. Dazu muss der Stick lediglich in den Memory Stick-Slot eines PCs eingesteckt werden. Für den Fall, dass der Computer des Anwenders über keinen Memory Stick Einschub verfügt, liefert Sony den 16 Gigabyte Memory Stick PRO Duo auch inklusive einem USB-Lese-Adapter aus. Der neue Sony 16 GB Memory Stick PRO Duo ist ab März verfügbar. www.sony.de

Datensicherung für höchste Ansprüche

Datensicherung für höchste Ansprüche und das Klonen kompletter Festplatten unabhängig von Betriebssystem und Rechner-Plattform bietet „DeviceImage“, die neue Datensicherungssoftware von Waxar GmbH & Co. KG. DeviceImage muss nicht installiert werden und ist sofort einsetzbar, weil es selbständig und ohne Unterstützung des jeweils installierten Betriebssystems von einer Linux-Boot-CD gestartet und ausgeführt wird. Auf diese Weise lassen sich Daten auch bei Rechnern retten, wenn deren Betriebssystem beschädigt und nicht mehr ausführbar ist. DeviceImage sichert nicht nur die verschiedensten Dateisysteme auf PCs, sondern ist gleichzeitig eines der ersten Datensicherungsprogramme, das sowohl PCs wie Apple-Rechner auf Intel-Basis unterstützt. DeviceImage wird von Waxar in mehreren aufeinander aufbauenden Versionen angeboten: von „Basic“ über „Advanced“ und „Professional“ bis hin zu „Professional Plus“. Dies ermöglicht es allen PC-Benutzern, vom Heimanwender bis hin zum Administrator im Rechenzentrum, die genau passende Lösung zur Sicherung und Wiederherstellung ihrer Daten zu finden. DeviceImage erstellt komprimierte Images von Dateien, Partitionen oder kompletten Festplatten. Die Software unterstützt alle gängigen PC-Filesysteme (FAT 16/32, NTFS, EXT2 / EXT3, TFS, UFS, MFS, HPFS, OFS, BFS, EXT, REISER) und arbeitet sowohl auf x86-PCs als auch auf neuen Apple-Rechnern mit Intel-Prozessor. Die Sicherung kann auf unterschiedlichsten Medien erfolgen, lokal oder im Netzwerk, intern oder extern. Der UVP für Waxar DeviceImage Basic beträgt 39,95 Euro, der UVP für DeviceImage Advanced 75,95 Euro. Die Verkaufspreise für die Professional und Professional Plus Version wird auf Anfrage mitgeteilt. www.waxar.eu

Neue 1.8-Inch-Festplatten

Toshiba Storage Device Division (SDD), der Technologieführer bei Small Form Factor Hard Disk Drives (HDDs), hat sein marktführendes 1.8-Zoll HDD Line-Up durch weitere HDDs für PCs und Consumer Elec-

tronics (CE) Anwendungen erweitert: Die Highlights sind das 120 GB1 Modell für kleine und leichte mobile PCs, die superflachen single-platter Modelle 80 GB and 60 GB für ultra-mobile PCs und portable Handheld Devices, neue Low-Power Rugged 1.8-Inch HDDs bis 120 GB Speicherkapazität und ein 80 GB Light-Weight Modell für PC-Anwendungen sowie eine Serie von für CE Devices optimierten 60 GB Harddisks. www.toshiba.de

2,5-Zoll-Harddisk mit 320 GB

Samsung Electronics Ltd. hat eine 2,5 Zoll große High Capacity Harddisk der Spinpoint M6 Reihe vorgestellt, die 320 GB Speicherplatz bietet. Die neue Spinpoint M6 HM320JI mit SATA Schnittstelle ist für den Einsatz in Notebook-PCs und Blade Server konzipiert und verfügt über die bisher höchste, bei Festplatten im 2,5-Zoll-Format realisierte Speichergröße. Die High Capacity HDD ist ideal für Notebook-Anwender, die großen Speicherbedarf für Video-Archive, Foto-Sammlungen, Musik-

titel und sonstige Multimedia-Daten haben. www.samsung.de

X-Serie für Spieler: BenQ Display X900

Mit dem 19-Zoll-Display X900 erweitert BenQ sein Display-Portfolio um die X-Serie, die speziell auf die von Spielen und Animationen gestellten Anforderungen ausgerichtet ist. Für die optimale Darstellung schnell bewegter Bildinhalte ist der BenQ X900 mit Senseye+Game und AMATechnologie ausgestattet und benötigt nur 2 ms Reaktionszeit. Der X900 erreicht ein Kontrastverhältnis von 800:1, ein Helligkeitsverhältnis von 300 cd/m² und ermöglicht einen Betrachtungswinkel von 160° vertikal wie horizontal. Die Auflösung beträgt 1.280 x 1.024 Bildpunkte (SXGA). Neben einem analogen Sub-D Video-Eingang verfügt das Display über eine digitale DVI-Schnittstelle. Der Bildschirm ist nach ISO 13406-2 (Pixelfehlerklasse II) zertifiziert. Im Lieferumfang enthalten sind ein Netz- und Sub-D-Kabel, ein Handbuch und eine Treiber-CD. BenQ bietet für alle Displays einen 3 Jahre Vor-Ort-Austausch-Service. www.benq.de

ist während des Jahres 2008 zu rechnen. www.nec.com

Wireless HD-Spezifikation verabschiedet

Auch bei Übertragungen von hochauflösenden Media-Inhalten in Heimnetzwerken müssen die gleichen Protokolle und Kopierschutz-Funktionen eingehalten werden, wie bei der kabelgebundenen Signal-Übertragung per HDMI und HDCP. Um eine den Funktionen der HDMI-Schnittstelle entsprechende WLAN-Spezifikation zu entwickeln, wurde Ende 2006 die Wireless-HD-Gruppe mit den Mitgliedern Intel, LG, Panasonic, NEC, Samsung, Sony und Toshiba gegründet. Wie nun bekanntgemacht wurde, ist die Spezifikation für Interface und Protokoll zur drahtlosen Übertragung von hochauflösenden Videosignalen inzwischen fertiggestellt. Mit der wireless Punkt-zu-Punkt-Verbindung lassen sich zwischen Fernseher und Zuspelgeräten oder einem Computer mit HDMI-Ausgang bis zu 10 Meter überbrücken. Wireless HD 1.0 nutzt das 60-GHz-Band und kann laut den Angaben des WiHD-Konsortiums unkomprimierte Audio-Video-Daten auch in Innenräumen mit einer Datenrate bis zu 4 Gbit/s übertragen. Mit Wireless HD 1.0 sollen sogar bis zu 20 Gbit/s realisierbar sein. Damit Übertragungen in sogenannten WVANS oder WPANS (Wireless Video Area Network / Wireless Personal Area Network) nicht sofort auf wenige Meter reduziert werden, sobald die direkte, geradlinige Verbindungslinie durch Gegenstände oder sich bewegende Personen unterbrochen wird, arbeitet WiHD mit einem adaptiven Antennensystem aus mehreren zusammenarbeitenden dynamischen Sendee- und Empfangsantennen, ähnlich „MiMo“. Übertragen werden HD-Signale bis hin zum Format 1.080p/60 Hz, die wie bei der drahtgebundenen HDMI-Übertragung mit einem Kopierschutz ausgestattet werden. Dieser entspricht den Vorgaben der Motion Picture Association of America und erfüllt damit die Voraussetzungen, um hochauflösende digitale Kinofilme drahtlos übertragen zu können und zu dürfen.

POS-Aktuell NEC liefert Mobile WiMAX Solutions

NEC Corporation hat die Markteinführung seiner ersten Mobilien WiMAX Lösung mit der Bezeichnung „PasoWings“ bekanntgegeben. Die neue Geräte-Generation ist bei ITU und IEEE akkreditiert und markiert für Mobile WiMAX einen weiteren wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur Zertifizierung. Im Jahr 2007 hat NEC schon weltweit WiMAX-Infrastruktur geliefert und in Japan, Taiwan und weiteren Ländern erfolgreiche Modellversuche durchgeführt. Als eines der ersten WiMAX Projekte hat das Tatum-Netzwerk seinen Betrieb aufgenommen, das im Rahmen des „M-Taiwan“ Projekts von der Regierung Taiwans gesponsert wird. Unterstützt durch Präsentations-Veranstaltungen, Demonstrations-Installationen und zahlreiche kommerzielle WiMAX-Anwendungen, will NEC weltweit neue WiMAX-Märkte begründen und bereits bestehende Märkte fördern und weiterentwickeln. Die neue WiMAX-Lösung PasoWings unterstützt die Frequenzbereiche 2.6 GHz und 3.5 GHz und ermöglicht die beiden Betriebsarten mobile und fixed operators. Die Fähigkeit zur gleichzeitigen Unterstützung beider Betriebsarten bedeutet, dass „mobile“ und „fixed operators“ sich nicht mehr gegenseitig ausschließen. NEC Paso Wings umfasst Punkt-zu-Punkt-Lösungen, bestehend aus Teilnehmer-Terminals in der Form von PCMCIA-Karten für Rechner und Wireless Access Produkten wie Basis-Stationen, Antennen, Application-Server und User Authentication Server sowie SIP-Server zur Installation von IP Phone Diensten über WiMAX-Netzwerke. NEC kann alle zur Errichtung eines Kommunikations-Netzwerks erforderlichen Komponenten in einer gemeinsamen Packung anbieten. Erste Produkte liefert NEC bereits ab Dezember 2007 aus. Mit der Inbetriebnahme der betreffenden WiMAX-Netzwerke

Microsoft Hardware: Zubehörgeschäft gewinnt an Bedeutung

Neuer Start mit SideWinder

Computerperipherie nimmt einen immer wichtigeren Stellenwert ein. Vor allem qualitativ hochwertige Produkte werden seitens der Kunden stärker nachgefragt. Der Name Microsoft steht seit jeher als Synonym für Ergonomie, Langlebigkeit und gute Verarbeitung. Nach Jahren der Abstinenz in diesem lukrativen Markt meldet sich der Branchenprimus mit neuen Produktlinien eindrucksvoll zurück.

Bereits im vergangenen Jahr machten die Redmonder mit ihren ergonomischen Tastaturen auf sich aufmerksam. Jetzt kehrt das Unternehmen in den vor Jahren verlassenen Bereich der PC-Spieler zurück und bringt mit der neuen SideWinder-Maus eine Legende zurück an den Spiel-tisch.

Microsofts jüngste Entwicklung macht Gaming zum Erlebnis. Die neue SideWinder-Maus verfügt über verschiedene Tuning-Werkzeuge wie Gewichts-anpassung, Umschaltung der Auflösung zu jedem Zeitpunkt, austauschbare Gleitfüße sowie einfachste Makro-Aufzeichnung, mit denen Spieler ihre Maus auf die eigenen Anforderungen maßschneidern können. Doch SideWinder hebt sich auch durch sein flexibles und komfortables Design von anderen Mäusen ab.

Rückkehr einer Legende

Mit der neuen SideWinder-Maus kehrt die legendäre Gaming-Linie zurück, die 1995 ins Leben gerufen wurde. Bereits damals war SideWinder bekannt für erstklassige Peripherie-Produkte wie Controller, Joysticks und Lenkräder. An diese Tradition knüpft Microsoft mit dem neuen Modell an und unterstreicht sein Engagement im Gaming-Markt. Um den hohen Ansprüchen von Gamern gerecht zu werden, forschte das Unternehmen weltweit nach den Anforderungen an die ultimative Gaming-Maus. Die Ergebnisse dieser Studien wurden mit der SideWinder-Maus in die Realität umgesetzt. So hat der Anwender mit nur einem Klick

Zugriff auf den Windows Vista Games Explorer. Mit der Makro-Funktion Quick Turn kann der Spieler sein Umfeld überprüfen, egal wo er sich gerade im Spiel befindet. Als erste Maus verfügt die SideWinder-Maus über eine LCD-Anzeige, welche den Bediener über die eingestellten DPI-Werte sowie über im Einsatz befindliche Makros informiert.

Mit dem sogenannten Kabel-Anker lässt sich die ideale Kabellänge einstellen, gleichzeitig dient er als Aufbewahrungsbox für Gleitfüße und Gewichte. Die SideWinder-Maus ist damit nicht nur eine Maus, sondern ein komplettes Gaming-System. Dank der Tuning-Optionen können die Spieler ihr

eigenes, personalisiertes Gaming-System entwickeln. Dazu gehören ein Gewichtsmagazin, durch welches sich das Mausgewicht flexibel justieren lässt, austauschbare Gleitfüße aus drei verschiedenen Materialien für ideale Gleiteigenschaften sowie neue Software-Funktionen. Makros lassen sich ebenfalls speichern. Die

Die Maus vom Anwender flexibel anpassen lässt. Zum Zubehör der Maus gehören vier Gewichte, mit denen das Mausgewicht um bis zu 30 Gramm verändert werden kann. Im Lieferumfang befinden sich drei Gewichte à 10 Gramm sowie ein Gewicht mit 5 Gramm. **Unterschiedliche Gleitfußsets:** Drei verschiedene Gleitfußsets gehören zum Lieferumfang der SideWinder-Maus. So können Gamer den Reibungswiderstand der Maus auf ihre persönlichen Anforderungen und den vorhandenen Untergrund abstimmen. **Umschalten zwischen DPI-Auflösungen:** Eine 2.000 DPI starke Laser-Engine ermöglicht extrem kurze Reaktionszeiten. Über drei DPI-Schalter hinter dem Scroll-Rad können Anwender die Auflösungen zwischen gering, medium und hoch justieren. SideWinder ist mehr ein Gaming-Maus-System als eine Maus. Drei neue Funktionen ergänzen die personalisierbaren Optionen:

Bedürfnisse des Anwenders anpassen lassen. Zu den neuen Features gehören:

Quick Turn-Funktion: Das leistungssteigernde Makro ist in die Software integriert und erlaubt Anwendern, ihr Umfeld aus jedem Blickwinkel zu betrachten – mit einem einzigen Tastendruck und egal, wo sie sich im Spiel befinden.

Perfekte Gewichtswahl: Die SideWinder-Maus besitzt ein Magazin, mit dem sich das Gewicht der

LCD: Als erste Maus verfügt SideWinder über eine LCD-Anzeige. Damit sind die Spieler immer über aktuelle Einstellungen informiert, darunter die Auflösung und Schritte für die Makro-Aufnahme. So können sich Gamer immer auf ihr Spiel konzentrieren.

Kabel-Management-System: Dank dieses Systems kombiniert die SideWinder-Maus alle Vorteile einer kabellosen mit der Verbindungsgeschwindigkeit einer

das Risiko reduziert, einen falschen Befehl während des Spiels zu geben.

Breites Metall-Scroll-Rad: Mit dem präzise rastenden Scroll-Rad lassen sich sämtliche Bewegungen fühlen, während das Metall-Finish die Kontrolle über die Maus erhöht.

Ausgewogenes Gewicht: Die SideWinder-Maus wurde für schnelle, ausgewogene, komfortable und präzise Aktionen entwickelt.



Sven Erger: „Mit der neuen SideWinder hat der Handel alle Verkaufsargumente, um Spielern ein Top-Produkt zu verkaufen.“



Die neue SideWinder-Maus von Microsoft besitzt alle Tugenden, die eine hochwertige Gaming-Maus auszeichnen. Gewichts-anpassung, Umschalten der Auflösung zu jedem Zeitpunkt, austauschbare Gleitfüße sowie die einfache Aufzeichnung von Befehlsmakros genügen höchsten Ansprüchen.



Aktivitäten-Abfolge wird dazu in einem

Mausklick gebündelt. Mit diesen neuen Funktionen lassen sich fast 5.000 verschiedene Einstellungsmöglichkeiten generieren, womit sich die Eigenschaften oder das Ansprechverhalten der Hardware individuell an die jeweiligen

kabelgebundenen Maus. Durch den Kabel-Anker wird verhindert, dass das Maus-kabel an anderen Gegenständen hängenbleibt. Außerdem dient der Kabel-Anker als Aufbewahrungsbox für nicht verwendete Gleitfußsets und Gewichte.

Quick-Launch: Wird die Quick-Launch-Taste aus Windows Vista heraus gedrückt, lädt sich sofort der Windows Vista Games Explorer. Gamer können damit ihre gesamte PC-Spiele-Bibliothek auf einen Blick sehen.

Das ergonomische Design der SideWinder-Maus läßt Spiele-Fans komfortabel auch über Stunden ermüdungsfrei zocken. Hier die wichtigsten Merkmale:

Zwei vertikale Seitentasten aus Metall: Mit ihnen kann man genau ertasten, welcher Schalter betätigt wird, was

„Wir haben uns das Feedback von Gamern aus aller Welt zu Herzen genommen und eine einzigartige Gaming Mouse entwickelt. Sie lässt sich auf spezifische Vorlieben maßschneidern und hält den härtesten Anforderungen stand“, so **Sven Erger**, Produkt Marketing Manager Hardware bei der Microsoft Deutschland GmbH. „Gamer sind ähnlich wie Auto-Enthusiasten: Sie schrauben und tunen an ihrer Maus, optimieren sie immer weiter. Wir geben ihnen die Werkzeuge, die hervorragende Gaming-Erlebnisse garantieren.“

www.microsoft.de

OLYMPIA USB-RADIO 300

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

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

OLYMPIA

NOTEBOOK UND TABLET PC: Toshiba Portégé M700

Mit dem Portégé M700 stellt Toshiba ein neues Convertible vor, das je nach Arbeitsumgebung als leistungsfähiges Notebook oder Tablet PC einsetzbar ist. Der Wechsel erfolgt einfach und ohne umständliche Vorbereitungen. Das Portégé M700 repräsentiert Toshibas neunte Tablet PC-Generation. Durch Einsatz neuester Prozessor-Technologie und energiesparender Komponenten wiegt das Convertible M700 etwa so viel, wie ein Tablet PC vor wenigen Jahren auf die Waage brachte.

Sowohl bei Prozessorleistung, Grafik-Performance, Hauptspeicher- und Festplatten-Größe, wie bei der Akkulaufzeit entspricht das Portégé M700 dem Leistungsprofil modernster Notebooks, während frühere Tablet PCs eher vielseitige Eingabegeräte mit Zwischenspeicher waren. Beim Toshiba Portégé M700 bekommt man die Tablet PC-Funktion quasi mit dazu, ohne Abstriche bei der Nutzung als Notebook hinnehmen zu müssen. Das ist ein marktnahes Konzept mit guten Erfolgsaussichten.

Power auf Abruf: Intels Core 2 Duo T75001

Für die Rechenleistung des Portégé M700 zeichnet High-Performance Intel Centrino Pro processor1 Technologie verantwortlich, inklusive Intel Core 2 Duo Processors2, Intel 965 Express Chipset, Intel Wireless Wi-Fi Link 4965AGN und Intel Active Management Technology für hohe Arbeitseffizienz und Sicherheits-Funktionen beim mobilen Einsatz und auf Reisen.

Idealer Begleiter für „Corridor Warriors“

Die Fähigkeit, neben der Tablet PC-Funktion auch Hochleistungs-Notebook zu sein, erschließt dem Portégé M700 mehr Einsatzbereiche, als einem reinen Tablet PC. Das Hochleistungs-Convertible ist vor allem für Benutzer interessant, die häufig zwischen den Funktionen Tablet PC oder Notebook wechseln möchten, wie Klinik-Ärzte, Kfz-Sachverständige, Architekten, Bauleiter oder Immobilien-Makler. „Toshibas Portégé M700 ist ein intuitiv zu handhabender Tablet PC für professionelle Anwender und exakt auf das Anforderungsprofil dieser Benutzergruppe zugeschnitten“, erläutert Jeff Barney, Vice President Marketing, Digital Products Division, Toshiba America. „Bei der Entwicklung des Portégé M700 konnte

Toshiba langjährige Erfahrungen auf dem Gebiet der Tablet PC Plattform einsetzen, um seinen bisher leistungsfähigsten und universellsten Tablet PC zu realisieren.“

Erster Tablet PC mit LED Backlit-Screen

Das LED Backlit Display mit anti-glare Coating bietet innen wie außen bei unterschiedlichsten Lichtverhältnissen beste Darstellungsqualität. Die LED Hintergrundbeleuchtung vergrößert den darstellbaren Farbraum und sorgt für eindrucksvolle Bilder mit hoher Farbsättigung. Die Auflösung des 12,1-Zoll WXGA-Displays mit 1.280 x 800 Bildpunkten stellt 30% mehr Details dar, als ein normales 12,1-Zoll-Display und hat im Portrait-Format Platz für die Darstellung einer DIN A4- Seite.

Der nur für Projektgeschäfte erhältliche Portégé M700 mit Touch Screen erkennt Schrift- und Bedienungseingaben mit dem Finger oder dem digitalen Stift und schaltet zwischen diesen automatisch um. Werden gleichzeitig Finger und Stift benutzt, hat der Stift Priorität. Um den Wechsel zwischen Notebook und Tablet PC Betrieb zu erleichtern, ist das M700 mit einem verbesserten Schwenkmechanismus ohne Verriegelung ausgestattet. Die Tastatur lässt sich mit dem Drehgelenk hinter das Display klappen. Das neue



Das Toshiba Portégé M700 Convertible ist als leistungsfähiges Notebook oder Tablet PC einsetzbar. Der Wechsel erfolgt einfach und ohne umständliche Vorbereitungen.

„latch-less“ Design ermöglicht die perfekte Integration von Fingerabdruckleser, Mikrophon und einer 1,3-Megapixel-Webcam zur Aufnahme von Videos, Fotos und Tonaufzeichnungen.

Gigabit-Ethernet und ein Modem. Zur Verfügung stehen ein PC-Card-Erweiterungsschacht und ein Speicherkartenleser. Der SD-Card-Steckplatz ist SDIO-fähig.

Die optionale Docking-Station bietet DVI-D- und VGA-Ausgang, analoge Ton-Anschlüsse, vier USB-2.0-Ports und FireWire400. Windows Vista ist vorinstalliert und XP liegt als DVD bei. Die Portégés M700 sind 30,5 x 23,9 x 3,7 cm groß und wiegen ca. 2 kg (1,7 kg ohne DVD-Laufwerk). Die US-Verkaufspreise liegen bei 1.700,- und 1.800,- US-Dollar. Verkaufspreise für Deutschland sind noch nicht bekannt. www.toshiba.de

Technische Daten und Ausstattung

Der Portégé M700 ist mit 2 GByte PC2-5300 DDR2 SDRAM und mit 160-GByte-Festplatte bestückt und wird mit einem herausnehmbaren DVD-SuperMulti-Laufwerk geliefert, an dessen Stelle ein zweiter Akku oder ein Leermodul eingesetzt werden kann. Neben WLAN verfügen die Geräte über Bluetooth,

POS-Neuheiten

1 Terrabyte in der LinkStation Pro Duo

Die LinkStation Pro Duo LS-W1.0TGL/R1 von Buffalo ist eine zentrale Speicherlösung, die sich überall dort einsetzen lässt, wo viel Speicherplatz benötigt wird. Der Anschluss erfolgt per

Ethernet-Schnittstelle. Die LinkStation Pro Duo bietet höchste Datensicherheit in Home-Offices sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen. Zwei integrierte Festplatten mit jeweils 500 GB sichern zuverlässig die Daten in kleineren Unternehmen. Mit RAID 1 werden die Daten beim Schreiben auf einer Festplatte parallel auch auf der anderen aufgezeichnet. Der Vorteil: Sollte es zum Crash einer Festplatte kommen, sind alle Daten auch auf der zweiten Platte vorhanden. Backups können außerdem über LAN auf anderen LinkStations erstellt werden, ebenso wie auf über USB angeschlossenen externen Festplatten. Dank Easy-Setup und Active Directory



wird das NAS-Laufwerk (Network attached Storage) einfach und ohne großen Zeitaufwand in ein bestehendes Netzwerk integriert. Der NAS-Speicher unterstützt Windows 2000, XP und Vista sowie MAC OS X. Die LinkStation Pro Duo stellt für den Datentransfer via Internet einen FTP-Server zur Verfügung. Alternativ dazu bietet Buffalo bei der LinkStation Pro Duo den Zugang über Web Access an, so dass ohne schwierige Konfiguration der Zugriff per Internet auf den Netzwerkspeicher möglich ist. „Die LinkStation Pro Duo ist ein besonders sicherer Speicher“, so Andreas Arndt, Regional Sales Manager Central Europe. „Dank RAID-Funktionalität sind Daten bestens vor Festplattenausfall geschützt. Und das zu einem besonders niedrigen Preis.“

www.buffalo-technology.com

Mini-Kartenleser für USB-Port

Mit dem S6 bringt Transcend den derzeit dünnsten SD/MMC-Kartenleser auf den Markt. Im Gegensatz zu seinem Vorgänger kann der Transcend S6 zusätzlich XD-Karten sowie Memory Stick und Memory Stick PRO direkt ohne die Verwendung eines



Adapters lesen. Der Adapter sorgt für einen schnellen und einfachen Zugang auf alle Speicherkarten, ohne Schwierigkeiten mit Verbindungskabeln oder Treiber-Software.

Der S6 wird direkt mit einem USB 2.0 (oder 1.1) Anschluss verbunden und kann Daten mit einer Geschwindigkeit von 480 Mb/s übertragen. Zusätzlich dazu unterstützt er die neuesten SDHC Standards für High-end Karten mit extragroßer Speicherkapazität. Mit Hilfe eines Adapters lassen sich auch Daten von neueren Mini-Speicherkarten wie miniSD, microSD und MMCmicro lesen und schreiben. Der Kartenleser ist kompatibel zu Windows 98SE/2000/ME/XP/Vista, Mac OS ab V.9 und Linux ab Kernel 2.4.

www.transcend.de

TV- und Spieledisplay von LG

LG ergänzt seine Monitor-TV-Familie um das voll digitale 22-Zoll-HD ready Modell M228WD. Für den direkten Anschluss an die digitale Multimedia-Zukunft stehen ein HDMI-Eingang (mit HDCP) und ein Hybrid DVB-T Tuner zur Verfügung. Für die Analogwelt stehen zudem ein Kabel-tuner, zwei Scartanschlüsse sowie ein zusätzlicher Anschluss für hochauflösende analoge Bildsignale (Komponent) bis 1080i und ein VGA 15 Pin D-Sub Eingang zum Betrieb an zwei Computern bereit.

Eine Infrarot-Fernbedienung sowie eine RS232 Schnittstelle runden den Monitor ab. Das Display ist für den Multimedia-



und Spielbereich konzipiert, lässt sich natürlich auch für den normalen PC-Betrieb verwenden. Die HD-Auflösung von 1.680 x 1.050 im Breitbildformat setzt Spielewelten, Filme und Fernsehsendungen optimal in Szene. Dabei ermöglicht die LG Bildtechnologie Digital Fine Contrast (DFC) das satte Kontrastverhältnis von 3.000:1. DFC sorgt außerdem für sehr fein abgestufte Grauwerte und unterdrückt Bildrauschen und Farbverfälschungen. www.lge.de

Docking-Station mit VGA-Anschluss

Kensington hat seine jüngste Dockingstation Sd200v mit einem Videoanschluss versehen. Das Notebook wird einfach per USB-Kabel mit der Station verbunden. Diese wiederum sorgt für die richtige Verbindung zu Lautsprechern, Headset oder

USB-Endgeräten. Dafür stehen neben dem Video- auch ein Audio- und ein Mikrofonanschluss sowie fünf USB 2.0-Ports zur Verfügung.

Der VGA-Anschluss sorgt für die hochauflösende Darstellung auf externen 17-Zoll- und 19-Zoll-Monitoren. Dank Dual-View Technologie lässt sich der Arbeitsbereich vom Notebookbildschirm auf den externen Monitor erweitern. Auch wenn das Notebook ausgeschaltet ist, erhalten die USB-Anschlüsse Strom. Die sind nützlich, um mobile Geräte aufzuladen. Die Sd200v ist kompatibel mit PCs



ab Windows XP. „Mit der Sd200v hat der Kabelsalat am Laptop oder der Ärger über zu wenige USB-Anschlüsse ein Ende“, so Jasmine Eichele, Marketing Executive DACH von Kensington. „Einstöpseln genügt und der Laptop wird zum Desktop-Rechner inklusive externem Monitor. Mit ihrem schlanken Minitower-Design macht die Dockingstation außerdem Platz für alle wichtigen Endgeräte.“

www.kensington.de

Sony SED: PSP wird zum mobilen Navigationssystem

Mit Go!Explore ans Ziel



Go!Explore ist eine Ergänzung der Go!-Produktpalette für Sonys PSP. Mit Stadtplänen in 3D verwandelt Go!Explore die PSP in ein mobiles GPS-Navigationssystem. Lediglich das Ziel wird eingegeben, den Rest übernimmt die Software. Derzeit ist das Kartenmaterial für Großbritannien, Irland, Frankreich, DACH-Region, Spanien, Portugal, Italien, nordische Länder und Benelux erhältlich.

Von Anfang an hatte Sony Computer Entertainment die PlayStation Portable nicht als reine Spielekonsole, sondern als mobiles Enter- und Infotainmentsystem ausgelegt. Jetzt kommt nach den interaktiven Reiseführern mit dem GPS-Modul und Go!Explore die Erweiterung zum Navigationssystem.

Go!Explore besteht aus einem GPS (Global Positioning System)-Empfänger, der an die PSP angeschlossen wird, und einem UMD-Datenträger mit den vom Anwender gewählten Karten. Auf Knopfdruck sieht der Nutzer seine Position auf der Karte und kann eine geeignete Route zum Ziel wählen. Go!Explore ist sowohl zu Fuß als auch im Auto einsetzbar. Da ein Großteil der Hard-

hätte gedacht, dass PSP-Besitzer einmal ihre Konsole dazu nutzen würden, sich in einer unbekannten Stadt zurechtzufinden? Go!Explore zeigt, welches Potential in der PSP steckt.“ Wer zu Fuß unterwegs ist, kann dank der dreidimensionalen Stadtpläne, die auf den UMD-Datenträgern enthalten sind, seinen Weg durch die Stadt in 3D planen. Einfach die UMD-Disc laden, das Ziel wählen



ware im PSP-Zusatzgerät untergebracht ist, erhält der Anwender ein mobiles GPS-Navigationssystem zu einem Bruchteil der Kosten am Markt befindlicher Systeme.

„Go!Explore ist eine wichtige Ergänzung der Go!-Palette“, so **Stephane Hareau**, PSP Senior Brand Manager bei Sony Computer Entertainment Europe. „Wer

und zuschauen, wie die Sehenswürdigkeiten der Stadt in dreidimensionaler Darstellung auf dem Display erscheinen. Neue Karten und Upgrades können vom Playstation Network (PSN) heruntergeladen werden. So findet jeder die Orte, die er sucht – egal, wo er unterwegs ist.

Autofahrer profitieren von den unterschiedlichen Display-Modi

für Tag und Nacht, die bei jedem Lichtverhältnis für eine klare Sicht auf die Streckenanzeige sorgen. Damit auch auf langen Fahrten die Akkus der PSP der Navigation kein jähes Ende bereiten, wird in den nächsten Wochen ein Ladeadapter für das Auto auf den Markt kommen. Gleiches gilt für die für den Betrieb im Fahrzeug notwendige Auto-Halterung. Um auch in punkto Kartenmaterial stets aktuelles Material zu liefern, arbeitet Sony mit den beiden Marktführern Teleatlas, führender Anbieter digitaler geografischer Daten, und NAVngo, Entwickler von Navigationssoftware, zusammen.

Go!Explore wird in drei unterschiedlichen Konfigurationen erhältlich sein. Wer im Besitz der PSP ist und auf den Einsatz im Wagen verzichtet, kommt mit dem GPS-Empfänger inklusive Karten des jeweiligen Landes aus. Autofahrer wählen das Paket, bestehend aus GPS-Empfänger, Kartenmaterial, Adapter und Halterung fürs Auto.

Wer noch keine PSP besitzt, kann das Komplettpaket mit PSP, GPS-Empfänger, Kartenmaterial, Adapter und Halterung fürs Auto erwerben. www.playstation.de

Puzzle-Spiele in HD

Das Debüt der preisgekrönten Katamari-Serie auf Microsofts Next-Generation-Konsole Xbox 360 wird ab Februar 2008 im Handel erhältlich sein. Im neuesten Teil erwartet den Spieler wieder ein ausgefallenes „Rollen“-Spiel-Erlebnis mit liebevoll präsentierten Charakteren, einem ungewöhnlichen Soundtrack und Online-Mul-



tiplayermodus. Beautiful Katamari ist nicht nur visuell und akustisch ansprechend, sondern lässt den Spieler in eine abstrakte Welt eintauchen. Einsam bleibt bei Beautiful Katamari niemand, so bietet das Spiel in den Offline-Modi Koop und Battle die Möglichkeit, gemeinsam die skurrile Spielwelt zu entdecken. Dank Microsofts Online-Dienst Xbox Live! dürfen bis zu vier Spieler gegeneinander antreten. www.atari.com

Odin Sphere für PS2

Ubisoft und Square Enix Ltd. haben ein Distributions-Abkommen geschlossen, um Odin Sphere in Frankreich, Deutschland, Australien, Neuseeland und den nordischen Territorien inklusive Island zu veröffentlichen. Odin Sphere ist inspiriert von der Renaissance der Kunst von hand-



gezeichneten Spielgrafiken. Das Spiel bringt eine aufwendig illustrierte Welt auf die Heimkonsole, welche durch ein intuitives Steuerungssystem erforscht wird. In der Fantasy-Welt von Odin Sphere werden die Fäden von fünf eigenständigen Geschichten zusammengeführt, um so eine Legende von Macht, Liebe und Verlust zu erzählen. Odin Sphere wurde vollständig für Europa optimiert und bietet ein einzigartiges Action-Kampfsystem. Dieses belohnt Schnelligkeit und Stil und bringt frischen Wind in das Action-RPG Genre. www.ubisoft.de

Wii lernt Schach

Wer bei „Wii Schach“ als Sieger das Spielfeld verlassen möchte, muss ein Höchstmaß an Konzentration und strategischem Denken mitbringen. Nintendo nutzt für Wii Schach eines der besten Schach-Programme, die derzeit am Markt sind. Natürlich sind auch Einsteiger beim Spiel der Könige willkommen; sie können den Schwierigkeitsgrad des Spiels ganz nach ihren Fähigkeiten einstellen.

Ob man allein gegen den Rechner oder gegen einen Partner spielt, Wii Schach ist in jedem Fall ein königlicher Denksport für Spieler aller Altersklassen. Im Mehrspieler-Modus sind auch Partien gegen



einen Partner möglich. Die Nintendo Wi-Fi Connection erlaubt sogar Online-Spiele gegen Schach-Freunde aus ganz Europa. Die Gegner werden den Wii Schach-Fans so bald also nicht ausgehen. www.nintendo.de

FIFA Street 3 für DS

EA SPORTS veröffentlicht im Februar 2008 FIFA Street 3 für den Nintendo DS. Das Spiel bietet eine intuitive Touchscreen-Steuerung, bei der Bewegungen, Tricks, Pässe und Schüsse mit dem Stylus ausgeführt werden können. In dem temporeichen, überdimensionalen Arcade-Fußball-Erlebnis werden die größten Stars des Fußballs an die exotischsten Orte der Welt



geführt. Vertreten sind die besten Spieler der Welt aus 18 Top-Nationalmannschaften. Jeder Spieler wurde in eine stilisierte Karikatur verwandelt. Zudem enthält FIFA Street 3 für den Nintendo DS mit Kick-ups ein exklusives Minispiel, bei dem der Spieler den Ball in der Luft halten und seine Jonglierkünste zeigen muss. www.electronic-arts.de

Die Gewinner der POS-MAIL-Leserbefragung 2007 sind ermittelt!



Sharp LC-37WT1E
Gewinnerin: Sandra Mareike Lang
58285 Gevelsberg



Samsung LE-40N87BD
Gewinner: Manfred Ohldag
Mega Company Mölln GmbH
23879 Mölln



Panasonic TH-42PV71F
Gewinner: Sebastian Boss
Media@Home Jokesch GmbH
40547 Düsseldorf



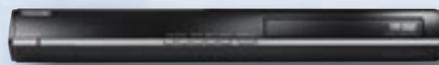
Philips 32PFL796D
Gewinner: Heiko Schröder
Media Markt
72770 Reutlingen



Funai LCD-D2717
Gewinner: Dieter Heinz
Medi Max Eisenach
99817 Eisenach



Canon HV20
Gewinner: Dirk Gräbl
Saturn Elektro GmbH
86153 Augsburg



Loewe BluTech Vision
Gewinner: Jan Vreden
Kaufhof
41464 Neuss



Hitachi DZ-HS301
Gewinner: Hans-Jürgen Adel
EURONICS Adel
35285 Gemünden/Wohra



Pioneer DV-600AV
Gewinner: Patrik Pohl
Handelsvertretung
73765 Neuhausen

Toshiba HD-EP30
Gewinner: Torsten Klose
expert HeiCo-Elektronik
06217 Merseburg



T-Home Sinus A501
Gewinner: Siegfried Schalow
EP: Schalow
06536 Roßla



EGO CUP Freisprechanlage
Gewinner: Peter Lange
mobilplus GmbH
01277 Dresden



Nokia 6500 Slide
Gewinnerin: Lina Frank
Johann + Wittmer
40472 Düsseldorf



Siemens C475
Gewinner: Patrick Gensky
T-Punkt GmbH
55116 Mainz



Nokia N95 8GB
Gewinnerin: Dr. Heide Starflinger
84547 Emmerting

Gewinner: Michael Wilkens
Pro Markt
26832 Wilhelmshaven

Gewinner: Torsten Krause
Hertie GmbH
37269 Eschwege

Gewinner: Andreas Bents
expert Bening GmbH & Co. KG
26506 Norden

Gewinnerin: Kathrin Haak
Haak Sachverständige
80539 München

Gewinner: Manfred Wandrey
Ing.-Büro
34479 Breuna

Gewinner: Sascha Dittrich
Dittrich Grafikdesign
40883 Ratingen

Sind Sie dabei?

Ihre Meinung war gefragt – Ihre Teilnahme hat sich gelohnt!

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

Systemanalytiker (m/w)

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

- Möglichst abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
- Mind. 2 Jahre Berufserfahrung in DV-Systemumgebung
- Sehr gute Anwenderkenntnisse in ERP, ggf. MAPICS und JDE
- Programmierkenntnisse in SQL und ggf. RPG
- Sehr gutes Englisch
- Reisebereitschaft

Kennziffer 278

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

a) für den Bereich Vertrieb zum nächstmöglichen Termin eine(n)

Vertriebsingenieur (m/w)

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer 285

b) für den Bereich Systems Engineering zum nächstmöglichen Termin eine(n)

Senior Systems Engineer (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Entwicklung von Systemkonzepten (System-Architektur, funktionale und technische Spezifikationen) für komplexe Kommunikations-Systeme
- Führung des Systementwicklungs-Prozesses unter Nutzung moderner Vorgehensmodelle des System-Engineering
- Erstellung von Feinspezifikationen für hard- und softwarelastige Subsysteme als Vorgabe für interne und externe Entwicklungsaufträge
- Planung und Begleitung der Systemintegration

- Mitwirkung bei der Akquisition von Neuaufträgen (Auswertung der Spezifikationen; vorläufiger Systementwurf, Aufwandsschätzungen etc.)

Ihr Profil:

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

Kennziffer 286

c) zum nächstmöglichen Termin eine (n)

Projektmanager (m/w)

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

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

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH



Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf
 Tel: 0211 - 370601 • Fax: 0211 - 379468
 E-Mail: info@bestjob.de • www.bestjob.de



Digitale Drohnen über dem Freistaat Sachsen

In Sachsen ereignen sich im Umfeld von Fußballspielen immer öfter gewaltsame Auseinandersetzungen, bei denen neben Mitgliedern der streitenden Gruppen auch Polizisten Verletzungen erleiden. Die Sicherheitsbehörden haben etwa 450 Hooligans ausgemacht, die zumeist aus Leipzig und Dresden anreisen. Die blutigen Schlägereien machen dem sächsischen Innenministerium Sorge. Sie könnten dazu führen, dass Spiele gänzlich ohne Zuschauer ausgetragen werden müssen oder sächsische Stadien von der Vergabe internationaler Spiele ausgeschlossen werden. Dieses Szenario erscheint dem sächsischen Innenministerium zumindest so bedrohlich wie die angekündigte Aberkennung des „Weltkulturerbes“ für Dresden, die manche Leute für eine besonders raffinierte PR-Maßnahme halten. Um den Schlägern ihre Taten besser nachweisen zu können, will das Innenministerium 300.000 Euro für „zusätzliche Beweissicherungstechnik“ ausgeben. Davon sind 65.000 Euro für „fliegende Kameras“ vorgesehen. Vertreter des sächsischen Innenministeriums haben schon bei der Firma Microdrones im sauerländischen Kreuztal vorgesprochen. Die stellt mit Kameras bestückbare Miniatur-Helikopter her. Für 65.000 Euro könnte man vier Stück des Microdrones Verkaufschlagers MD4-200 erwerben. Dessen Flugzeit mit einer vollen Batterie beträgt 15 Minuten und seine optimale Flughöhe für Fotoaufnahmen liegt bei 15 bis 30 Meter. Gerüchte, nach denen in Leipzig und Dresden schon heftig mit kleinen Katapult-Schleudern trainiert wird, blieben bisher genauso unbestätigt wie die Meldung, dass in Schanghai eine Firma für den Bau infrarot-gesteuerter Miniatur-Raketen gegründet wurde. Zugezogen hat der Import von Boomerangs. evo

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

Erfahrene Management-Assistentin sucht neue Herausforderung

Sie können von diesen Skills profitieren:

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

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

Chiffre Nr. 4280102

IMPRESSUM

POS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
 Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
 des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

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



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

Full HD
1080

BRAVIA

SONY

colour like.no.other™